

  
  
**1T13**

**Teleconferência (Em português)**

**Data:** 7 de maio de 2012 (terça-feira)

**Horário:** 11h00min (horário de Brasília)

10h00min (EST Nova York)

**Telefone de conexão:**

+55 (11) 4706-0951

**Código de acesso:** Multiplan

**Replay:** [www.multiplan.com.br/ri](http://www.multiplan.com.br/ri)

# Relatório de resultados do primeiro trimestre de 2013

 **Multiplan**



### **Aviso Legal**

Este documento pode conter considerações futuras que estão sujeitas a riscos e incertezas, uma vez que se baseiam nas expectativas da administração da companhia, bem como nas informações disponíveis. Essas projeções incluem afirmações a respeito das intenções e expectativas atuais de nossa administração.

Os leitores/investidores devem estar cientes de que muitos fatores podem afetar nossos resultados fazendo com que sejam materialmente diferentes das projeções contidas nesse relatório. A companhia não está obrigada a atualizar tais afirmações.

As palavras "antecipar", "desejar", "esperar", "prever", "pretender", "planejar", "prognosticar", "projetar", "objetivar" e termos similares são utilizados para identificar tais afirmações.

As projeções referem-se a eventos futuros que podem ou não vir a ocorrer. Nossa futura situação financeira, resultados operacionais, participação de mercado e posicionamento competitivo podem diferir substancialmente daqueles expressos ou sugeridos em tais projeções. Muitos dos fatores e valores que estabelecem esses resultados estão fora do controle ou expectativa da companhia. O leitor/investidor não deve se basear exclusivamente nas informações contidas neste relatório para tomar decisões com relação à negociação de valores mobiliários de emissão da Multiplan.

Este documento contém informações sobre projetos futuros que poderão se tornar diversas devido a alterações nas condições de mercado, alterações de lei ou políticas governamentais, alterações das condições de operação do projeto e dos respectivos custos, alteração de cronogramas, desempenho operacional, demanda de lojistas e consumidores, negociações comerciais ou de outros fatores técnicos e econômicos. Tais projetos poderão ser modificados no todo ou parcialmente, a critério da Companhia, sem prévio aviso.

**Índice**

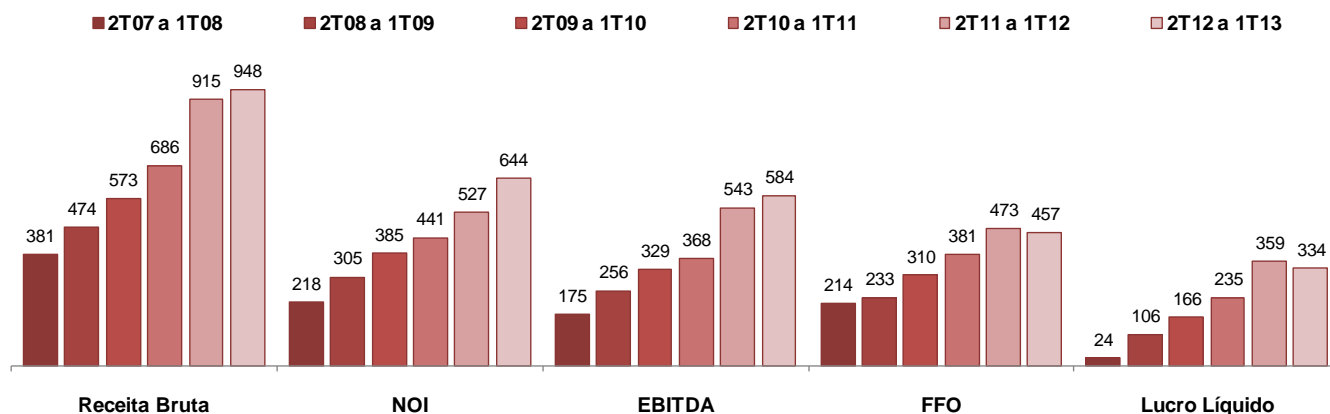
01. Demonstração de Resultados Consolidados - Reportado .....	5
02. Pronunciamento Contábil CPC 19 .....	6
03. Demonstração de Resultados Consolidados - Gerencial .....	10
04. Desenvolvimento de Projetos .....	11
05. Indicadores Operacionais .....	19
06. Receita Bruta .....	22
07. Resultado da Participação em Shopping Centers .....	22
08. Resultado da Administração de Shopping Centers .....	27
09. Resultados do Desenvolvimento de Shopping Centers .....	28
10. Resultados de Empreendimentos Imobiliários .....	30
11. Resultados Financeiros .....	31
12. Portfólio .....	36
13. Estrutura Societária .....	38
14. MULT3 e Mercado de Ações .....	40
15. Apêndice .....	42

Para maiores informações, favor consultar as Demonstrações Financeiras disponíveis no nosso site de Relações com Investidores [www.multiplan.com.br/ri](http://www.multiplan.com.br/ri).

**Evolução dos Indicadores Financeiros da Multiplan**

Milhões de R\$	2007 (IPO) <sup>1</sup>	2008	2009	2010	2011	2012	Variação % (2012/2007)	CAGR % (2012/2007)
Receita Bruta	368,8	452,9	534,4	662,6	742,2	1.048,0	▲ 184,2%	▲ 23,2%
NOI	212,1	283,1	359,4	424,8	510,8	606,9	▲ 186,1%	▲ 23,4%
EBITDA	212,2	247,2	304,0	350,2	455,3	615,8	▲ 251,6%	▲ 28,6%
FFO	200,2	237,2	272,6	368,2	415,4	515,6	▲ 157,6%	▲ 20,8%
Lucro Líquido	21,2	74,0	163,3	218,4	298,2	388,1	▲ 1.734,2%	▲ 78,9%

<sup>1</sup> EBITDA de 2007 ajustado pelas despesas referentes ao processo de abertura de capital em 2007.



Desempenho histórico dos resultados da Multiplan para os últimos doze meses terminados em 31 de março (R\$ Milhões)

**Visão Geral**

A Multiplan Empreendimentos Imobiliários S.A é uma das maiores empresas de shopping centers do Brasil. Fundada como uma empresa full service, responsável pelo planejamento, desenvolvimento, propriedade e administração de um dos maiores e melhores portfólios de shopping centers do Brasil. A Companhia também participa estrategicamente do setor de desenvolvimento de imóveis comerciais e residenciais, gerando sinergias para operações relacionadas a shopping centers ao criar projetos multiuso em áreas adjacentes. No final do 1T13, a Multiplan detinha – com uma participação média de 74,8% - e administrava 17 shopping centers com ABL total de 698.685 m<sup>2</sup>, mais de 4.600 lojas e tráfego anual de consumidores estimado em 164 milhões. Adicionalmente, a Multiplan detém 50,0% de participação na torre comercial ParkShopping Corporate, que tem ABL de 13.360 m<sup>2</sup>.

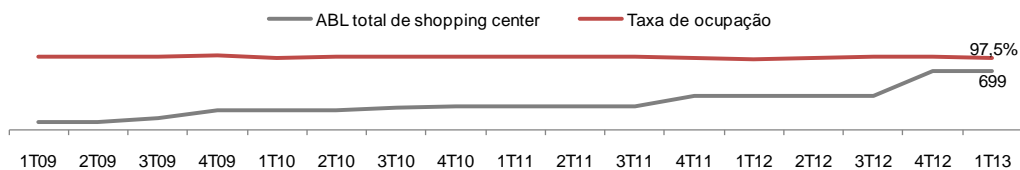
# Net Operating Income (NOI) sobe 28% para R\$169 milhões e EBITDA de Shopping Center sobe 34% para R\$161 milhões

Rio de Janeiro, 6 de Maio de 2013 – A Multiplan Empreendimentos Imobiliários S.A. (BM&F Bovespa: MULT3), anuncia os resultados do primeiro trimestre de 2013. As demonstrações financeiras da Companhia aqui apresentadas incluem (a) as informações trimestrais consolidadas, preparadas de acordo com o CPC 21 (R1) - Demonstração Intermediária, a Orientação OCPC 04 sobre a aplicação da Interpretação Técnica ICPC 02 às Entidades de Incorporação Imobiliária no Brasil e a IAS 34 - Interim Financial Reporting, emitida pelo International Accounting Standard Board - IASB e apresentadas de forma condizente com as normas expedidas pela Comissão de Valores Mobiliários, aplicáveis à elaboração das Informações Trimestrais - ITR; e (b) As informações trimestrais individuais da controladora, preparadas de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil. As práticas contábeis adotadas no Brasil compreendem aquelas incluídas na legislação societária brasileira, CPC 21 (R1) – Demonstração intermediária e a Orientação OCPC 04 sobre a aplicação da Interpretação Técnica ICPC 02 às Entidades de Incorporação Imobiliária no Brasil, apresentadas de forma condizente com as normas expedidas pela Comissão de Valores Mobiliários - CVM, aplicáveis à elaboração das Informações Trimestrais - ITR.

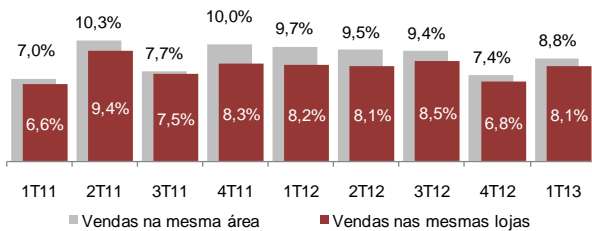
## Destaques (R\$)

### Um portfólio de alta qualidade resulta em ...

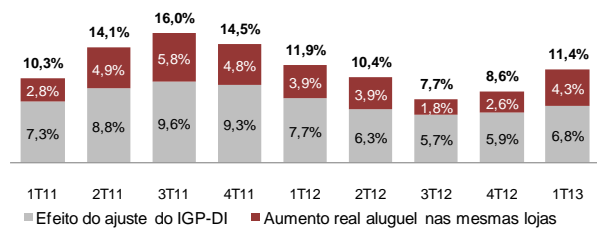
#### Manutenção de elevadas taxas de ocupação



#### Vendas na Mesma Área alcança 8,8% no 1T13 e Vendas nas Mesmas Lojas acelera para 8.1%

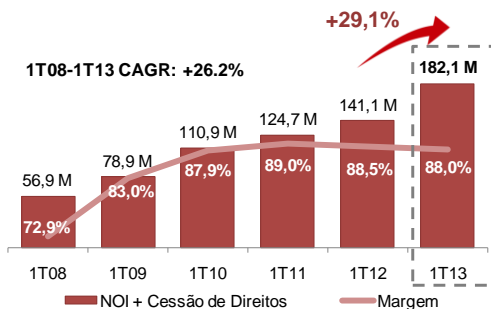


#### Aumento de dois dígitos do Aluguel Mesmas Lojas, alcançando 11,4%

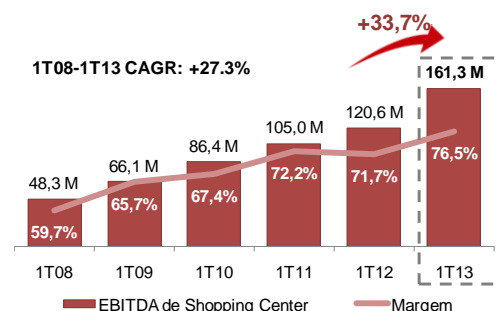


### ... melhorias de desempenho e eficiência...

#### NOI + CD sobe 29,1% para R\$182,1 milhões, com margem de 88,0%



#### EBITDA de Shopping Center sobe 33,7% para R\$161,3 milhões com margem de 76,5%



### ... e continuidade do crescimento.

#### Projetos em construção devem aumentar a ABL própria em 20% até o final de 2013



**Destques de Desempenho**

	Vendas nos shopping center	Receita de locação	NOI + CD	EBITDA SC	Lucro líquido
1T13 (R\$)	2.445,6 M	164,0 M	182,1M	161,3 M	70,4 M
<b>1T13 vs. 1T12</b>	<b>+19,3%</b>	<b>+28,0%</b>	<b>+29,1%</b>	<b>+33,7%</b>	<b>+25,0%</b>

**CRESCIMENTO FUTURO**

Os projetos em construção deverão **umentar a ABL própria em 20,2% até o final de 2013**. A Companhia possui atualmente cinco projetos para locação em desenvolvimento – um shopping center, três expansões e um projeto de torre comercial, resultando em uma ABL própria total de 110,3 mil m<sup>2</sup>.

**DESTAQUES OPERACIONAIS E FINANCEIROS**

**Mais um trimestre de forte crescimento:** Os shopping centers da Multiplan apresentaram **vendas totais de R\$2,5 bilhões** no 1T13, **19,3% maior** do que no 1T12.

**Vendas nas mesmas lojas (SSS) aceleram para 8,1% no 1T13**, atingindo **R\$1.406/m<sup>2</sup>** por mês no 1T13. As **lojas âncoras** apresentaram um crescimento no **SSS de 13,7%** e as **satélites de 6,1%**. A **Venda na mesma área (SAS)** atingiu **8,8%**, destacando o impacto positivo da administração intensiva dos shopping centers.

**Aumento real de 4,3% no Aluguel nas mesmas lojas (SSR)** no 1T13 acima de um crescimento já elevado no 1T12 de 3,9%. Nos últimos **cinco anos**, o **crescimento real médio do SSR foi de 3,7%**. O **SSR nominal totalizou 11,4% no 1T13** e o SSR por m<sup>2</sup> atingiu **R\$111 por mês**. O aluguel na mesma área (SAR) aumentou 9,7% no trimestre. Aliada ao crescimento da ABL inaugurada no ultimo trimestre, este desempenho levou a um **aumento de 28,1% na receita de locação** para R\$163,2 milhões no 1T13.

**Aumento de 29,1%** no Resultado operacional líquido (NOI) + Cessão de direitos (CD) para **R\$182,1 milhões** no 1T13. **NOI + CD por ação<sup>1</sup>** foi de R\$1,02, resultando em um **CAGR de cinco anos de 17,8%**.

**Despesas de sede reduziram 22,3% no 1T13** versus no 1T12. **Como percentual da receita líquida**, as despesas de sede foram 8,9%, **559 p.b. menores** do que no 1T12<sup>2</sup>.

**A receita de shopping center aumentou 28,8%** no 1T13 versus 1T12. Adicionando o ganho de escala mencionado acima, resultou num **EBITDA de shopping** de R\$161,8 milhões, **33,7% maior** do que no 1T12, enquanto a **margem EBITDA de shopping centers aumentou 480 p.b. para 76,5%** no 1T13.

**Forte crescimento do lucro líquido de 25,0%<sup>2</sup>** no 1T13, **totalizando R\$70,4 milhões**, apesar da maior alavancagem e consequente aumento nas despesas financeiras líquidas para R\$30,4 milhões de R\$7,4 milhões<sup>2</sup>. O **FFO foi de R\$102,0 milhões** no 1T13, **10,7%<sup>2</sup> maior** do que no 1T12.

**Aumento significativo na liquidez das ações.** O **volume médio negociado** das ações da Multiplan **aumentou 77,3% no 1T13**, atingindo uma media de **R\$28,1 milhões/dia**, comparado aos R\$15,9 milhões no 1T12. Considerando-se o número de ações negociadas no 1T13, o volume aumentou 21,9% sobre 1T12.

**EVENTOS RECENTES**

**A Multiplan completou com sucesso uma oferta de ações 100% primária**, aumentando seu capital em 10,8 milhões de ações, equivalente a **R\$624,6 milhões**. Os recursos líquidos da oferta foram transferidos para a Companhia em 3 de abril de 2013.

Em abril de 2013, foi realizada a cerimônia de **entrega de chaves** para os lojistas no **Parque Shopping Maceió**, permitindo que os lojistas iniciem as obras de suas lojas. O shopping deverá ser inaugurado em outubro de 2013.

Foi aprovado na Assembleia Geral Ordinária, em 29 de abril de 2013, a distribuição proposta de R\$183,7 milhões (R\$1,0305 por ação) em dividendos e juros sobre capital próprio, antes de impostos, equivalente a 50,0% do lucro líquido ajustado pela reserva de capital.

<sup>1</sup> Ações totais em março de 2013 ajustado pelas ações em tesouraria, totalizando 178.141.269 ações (antes do efeito da oferta de ações).

<sup>2</sup> Não inclui a venda do Morumbi Business Center no 1T12

**1. Demonstração de Resultados Consolidados - Divulgado**

(R\$'000)	1T13	1T12	Var. %
Locação de lojas	153,627	121,264	▲26.7%
Serviços	24,934	20,426	▲22.1%
Cessão de direitos	12,717	8,856	▲43.6%
Receita de estacionamento	30,056	22,339	▲34.5%
Venda de imóveis	14,111	166,054	▼91.5%
Apropriação de receita de aluguel linear	9,526	6,054	▲57.4%
Outras	6	112	▼94.6%
<b>Receita Bruta</b>	<b>244,977</b>	<b>345,105</b>	<b>▼29.0%</b>
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços prestados	(22,283)	(22,599)	▼1.4%
<b>Receita Líquida</b>	<b>222,694</b>	<b>322,506</b>	<b>▼30.9%</b>
Despesas de sede	(19,835)	(25,538)	▼22.3%
Despesas remuneradas baseadas em opções de ações	(2,324)	(2,101)	▲10.6%
Despesas de shopping centers	(24,428)	(17,839)	▲36.9%
Despesas com novos projetos para locação	(3,488)	(2,040)	▲71.0%
Despesas com novos projetos para venda	(2,509)	(5,982)	▼58.1%
Custo de imóveis vendidos	(11,841)	(80,165)	▼85.2%
Resultado de equivalência patrimonial	(1,166)	819	na
Outras receitas (despesas) operacionais	1,994	819	▲143.5%
<b>EBITDA</b>	<b>159,097</b>	<b>190,479</b>	<b>▼16.5%</b>
Receitas financeiras	9,496	19,970	▼52.4%
Despesas financeiras	(40,035)	(27,144)	▲47.5%
Depreciações e amortizações	(27,813)	(16,983)	▲63.8%
<b>Lucro Antes do Imposto de Renda</b>	<b>100,745</b>	<b>166,322</b>	<b>▼39.4%</b>
Imposto de renda e contribuição social	(26,888)	(22,078)	▲21.8%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(3,428)	(18,505)	▼81.5%
Participação dos acionistas minoritários	(7)	(1,248)	▼99.4%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>70,422</b>	<b>124,491</b>	<b>▼43.4%</b>

(R\$'000)	1T13	1T12	Var. %
<b>NOI</b>	<b>168,781</b>	<b>131,818</b>	<b>▲28.0%</b>
<i>Margem NOI</i>	87.4%	88.1%	▼72 b.p
<b>NOI + Cessão de Direitos</b>	<b>181,498</b>	<b>140,674</b>	<b>▲29.0%</b>
<i>Margem NOI + Cessão de Direitos</i>	88.1%	88.7%	▼61 b.p
<b>EBITDA de Shopping Centers</b>	<b>161,786</b>	<b>120,627</b>	<b>▲34.1%</b>
<i>Margem EBITDA de Shopping Centers</i>	77.1%	72.1%	▲500 b.p
<b>EBITDA (Shopping Center + Imobiliário)</b>	<b>159,097</b>	<b>190,479</b>	<b>▼16.5%</b>
<i>Margem de EBITDA</i>	71.4%	59.1%	▲1,238 b.p
<b>Lucro Líquido</b>	<b>70,422</b>	<b>124,491</b>	<b>▼43.4%</b>
<i>Margem de lucro líquido</i>	31.6%	38.6%	▼698 b.p
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>73,850</b>	<b>142,996</b>	<b>▼48.4%</b>
<i>Margem de lucro líquido ajustado</i>	33.2%	44.3%	▼1,118 b.p
<b>FFO</b>	<b>101,663</b>	<b>159,979</b>	<b>▼36.5%</b>
<i>Margem FFO</i>	45.7%	49.6%	▼395 b.p

## 2. Pronunciamento Contábil CPC 19 (R2)

---

A partir de 1º de janeiro de 2013, a Companhia adotou o Pronunciamento Técnico CPC 19 (R2) - Negócios em Conjunto, que determina que os empreendimentos que uma Companhia controla em conjunto com uma ou mais partes devem ser caracterizados como um Negócio em Conjunto e deve ser classificado entre Operação em Conjunto ou Empreendimento Controlado em Conjunto (joint venture). Em uma Operação em Conjunto, as partes reconhecem seus ativos, passivos, receitas e despesas na proporção do interesse econômico das partes, enquanto que em um Empreendimento Controlado em Conjunto as partes reconhecem seus interesses neste negócio como investimento pelo método da equivalência patrimonial.

De acordo com esse pronunciamento, a diferença de classificação entre Operação em Conjunto e um Empreendimento Controlado em Conjunto dá-se não só pela forma legal do negócio em conjunto, mas também pelos acordos contratuais entre as partes e outros fatos e circunstâncias, como a prestação de garantias pelas partes, independência perante os seus acionistas e direitos sobre os ativos e obrigações sobre os passivos do negócio.

No curso normal de seus negócios, a Companhia possui interesses em empreendimentos (shopping centers) por intermédio de participações em condomínios pró-indiviso e/ou por participações societárias em Entidades de Propósito Específico (SPEs). De acordo com esse pronunciamento, as participações que a Companhia possui através de condomínios pró-indiviso devem ser classificadas como Operações em Conjunto, enquanto que as participações societárias em SPEs, com controle compartilhado, devem ser classificadas como Empreendimentos Controlados em Conjunto, de acordo com a interpretação da norma por nossos auditores independentes.

Entretanto, essa interpretação leva em conta somente a forma legal do veículo estruturado que detém a propriedade do shopping center, mas não considera outros fatos e circunstâncias tais como: (i) dependência administrativa, estratégica e financeira da SPE; (ii) as garantias e responsabilidades dadas pelas partes para as dívidas e obrigações assumidas pela SPE; e (iii) o fornecimento de espaços comerciais pela SPE que são comercializados e administrados por seus acionistas, que normalmente atuam neste negócio.

Esta diferença de prática contábil traz distorções na análise do desempenho da Companhia, uma vez que a forma da estrutura legal do negócio controlado em conjunto vem sendo determinante para a classificação do negócio. Com isso, determinados empreendimentos que a Companhia possui participação deverão ser classificados como Operações em Conjunto, enquanto outros, por sua forma legal, deverão ser classificados como Empreendimento Controlado em Conjunto.

Com o objetivo de facilitar a análise do desempenho da Companhia foram preparadas informações gerenciais baseadas nas práticas contábeis anteriores a este pronunciamento, ou seja, nas mesmas bases de informação de 31 de dezembro de 2012.

Como consequência das medidas explicadas acima, o impacto da aplicação da Instrução CPC 19 (R.2), embora restrita a apenas duas joint ventures, afetou o reconhecimento do Shopping Santa Úrsula, via sua holding Manati, proprietária direta de 75,0% na qual a companhia detém participação de 50,0%, e do Parque Shopping Maceió, em quem a companhia detém uma participação direta de 50%, em sociedade com a Aliansce. Embora o efeito apareça em diferentes linhas das demonstrações de resultados e do Balanço, vale à pena destacar algumas das linhas que sofreram maior impacto, como descrito nas tabelas seguintes:

1. *Variações na Demonstração de Resultados:*

<b>Demonstração de Resultados</b>	<b>Gerencial</b>	<b>Divulgado</b>	
<b>(R\$ '000)</b>	<b>1T13</b>	<b>1T13</b>	<b>Variação</b>
Locação de lojas	154.456	153.627	(829)
Serviços	24.827	24.934	107
Cessão de direitos	12.802	12.717	(85)
Receita de estacionamento	30.196	30.056	(140)
Venda de imóveis	14.111	14.111	-
Apropriação de receita de aluguel linear	9.526	9.526	-
Outras	5	6	1
<b>Receita Bruta</b>	<b>245.923</b>	<b>244.977</b>	<b>(946)</b>
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços prestados	(22.377)	(22.283)	94
<b>Receita Líquida</b>	<b>223.546</b>	<b>222.694</b>	<b>(852)</b>
Despesas de sede	(19.860)	(19.835)	25
Despesas remuneradas baseadas em opções de ações	(2.324)	(2.324)	-
Despesas de shopping centers	(24.897)	(24.428)	469
Despesas com novos projetos para locação	(4.371)	(3.488)	883
Despesas com novos projetos para venda	(2.509)	(2.509)	-
Custo de imóveis vendidos	(11.841)	(11.841)	-
Resultado de equivalência patrimonial	(450)	(1.166)	(716)
Outras receitas (despesas) operacionais	1.993	1.994	1
<b>EBITDA</b>	<b>159.287</b>	<b>159.097</b>	<b>(190)</b>
Receitas financeiras	9.665	9.496	(169)
Despesas financeiras	(40.038)	(40.035)	3
Depreciações e amortizações	(28.104)	(27.813)	291
<b>Lucro Antes do Imposto de Renda</b>	<b>100.810</b>	<b>100.745</b>	<b>(65)</b>
Imposto de renda e contribuição social	(26.938)	(26.888)	50
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(3.443)	(3.428)	15
Participação dos acionistas minoritários	(7)	(7)	-
<b>Lucro Líquido</b>	<b>70.422</b>	<b>70.422</b>	<b>-</b>

As principais variações referentes à participação de 37,5% no shopping Santa Úrsula são: (i) redução de R\$0,8M nas receitas de locação; e (ii) redução de R\$0,5M nas despesas de shopping centers. Em relação a Parque shopping Maceió a principal variação referente à participação de 50,0% consiste na redução de R\$0,9M nas despesas com novos projetos para locação.

Em decorrência das variações acima houve um aumento de R\$0,7M no resultado de equivalência patrimonial, visto que o resultado dessas empresas passou a ser apresentado nesta conta.

**2. Variações no Balanço Patrimonial:**

	Gerencial	Divulgado	
	1T13	1T13	Variação
<b>Ativo Circulante</b>			
Disponibilidades e valores equivalentes	229.222	225.376	(3.846)
Aplicações financeiras	2.178	2.178	-
Contas a receber	174.262	173.113	(1.149)
Terrenos e imóveis a comercializar	195.116	195.116	-
Partes relacionadas	6.803	6.647	(156)
Impostos e contribuições sociais a compensar	5.649	5.318	(331)
Outros	66.491	66.491	-
<b>Total do Ativo Circulante</b>	<b>679.721</b>	<b>674.239</b>	<b>(5.482)</b>
<b>Ativo não Circulante</b>			
Contas a receber	58.226	58.206	(20)
Terrenos e imóveis a comercializar	335.532	335.532	-
Partes relacionadas	15.523	15.523	-
Depósitos judiciais	25.816	25.816	-
Outros	4.752	1.280	(3.472)
Investimentos	4.330	96.072	91.742
Propriedades para investimento	4.107.748	4.107.748	-
Imobilizado	124.714	17.114	(107.600)
Intangível	342.875	341.844	(1.031)
<b>Total do Ativo não Circulante</b>	<b>5.019.516</b>	<b>4.999.135</b>	<b>(20.381)</b>
<b>Total Ativo</b>	<b>5.699.237</b>	<b>5.673.374</b>	<b>(25.863)</b>

	Gerencial	Divulgado	
PASSIVO	1T13	1T13	Varição
<b>Passivo Circulante</b>			
Empréstimos e financiamentos	125.621	125.150	(471)
Debêntures	1.575	1.575	-
Contas a pagar	184.322	183.156	(1.166)
Obrigações por aquisição de bens	44.350	44.350	-
Impostos e contribuições a recolher	23.013	22.489	(524)
Dividendos a pagar	106.997	106.997	-
Receitas diferidas	55.485	46.077	(9.408)
Adiantamentos de clientes	9.913	9.913	-
Outros	5.062	5.058	(4)
<b>Total Passivo Circulante</b>	<b>556.338</b>	<b>544.765</b>	<b>(11.573)</b>
<b>Passivo não Circulante</b>			
Empréstimos e financiamentos	1.357.301	1.336.121	(21.180)
Debêntures	300.000	300.000	-
Imposto de renda e contribuições social diferidos	106.075	106.075	-
Obrigações por aquisição de bens	44.020	44.020	-
Parcelamento de impostos	510	510	-
Provisão para contingências	22.880	22.880	-
Receitas diferidas	44.500	50.878	6.378
<b>Total do Passivo não Circulante</b>	<b>1.875.286</b>	<b>1.860.484</b>	<b>(14.802)</b>
<b>Patrimônio Líquido</b>			
Capital social	1.761.662	1.761.662	-
Reserva de capital	967.597	967.595	(2)
Reserva de lucros	568.725	568.725	-
Gasto com emissão de ações	(21.016)	(21.016)	-
Ações em tesouraria	(47.584)	(47.584)	-
Efeitos em Transação de Capital	(89.996)	(89.996)	-
Dividendos adicionais propostos	58.726	58.726	-
Lucros Acumulados	69.361	69.875	514
Participação dos acionistas minoritários	138	138	-
<b>Total do Patrimônio Líquido</b>	<b>3.267.613</b>	<b>3.268.125</b>	<b>512</b>
<b>Total Passivo</b>	<b>5.699.237</b>	<b>5.673.374</b>	<b>(25.863)</b>

As principais variações referentes à participação de 37,5% no shopping Santa Úrsula e 50% no Parque Shopping Maceió são: (i) redução de R\$107,6M em propriedades para investimentos; (ii) redução de R\$21,6M nas contas de empréstimos e financiamentos, dada a exclusão de 50% do projeto Parque Shopping Maceió, que contratou um financiamento do Banco do Nordeste; e (iii) redução de R\$3,0M em receitas e custos diferidos.

Em decorrência das variações acima houve um aumento de R\$91,7M no investimento, visto que ativos e passivos dessas empresas passaram a ser apresentados nesta conta.

Para fins deste relatório não serão considerados os impactos do CPC 19 (R2).

**3. Demonstração de Resultados Consolidados - Gerencial**

(R\$'000)	1T13	1T12	Var. %
Locação de lojas	154,436	121,975	▲26.6%
Serviços	24,827	20,447	▲21.4%
Cessão de direitos	12,802	8,907	▲43.7%
Receita de estacionamento	30,196	22,418	▲34.7%
Venda de imóveis	14,111	166,054	▼91.5%
Apropriação de receita de aluguel linear	9,546	6,114	▲56.1%
Outras	5	111	▼95.5%
<b>Receita Bruta</b>	<b>245,923</b>	<b>346,026</b>	<b>▼28.9%</b>
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços prestados	(22,377)	(22,677)	▼1.3%
<b>Receita Líquida</b>	<b>223,546</b>	<b>323,349</b>	<b>▼30.9%</b>
Despesas de sede	(19,860)	(25,561)	▼22.3%
Despesas remuneradas baseadas em opções de ações	(2,324)	(2,101)	▲10.6%
Despesas de shopping centers	(24,897)	(18,360)	▲35.6%
Despesas com novos projetos para locação	(4,371)	(2,343)	▲86.6%
Despesas com novos projetos para venda	(2,509)	(5,982)	▼58.1%
Custo de imóveis vendidos	(11,841)	(80,165)	▼85.2%
Resultado de equivalência patrimonial	(450)	1,064	na
Outras receitas (despesas) operacionais	1,993	816	▲144.2%
<b>EBITDA</b>	<b>159,287</b>	<b>190,717</b>	<b>▼16.5%</b>
Receitas financeiras	9,665	20,058	▼51.8%
Despesas financeiras	(40,038)	(27,166)	▲47.4%
Depreciações e amortizações	(28,104)	(17,263)	▲62.8%
<b>Lucro Antes do Imposto de Renda</b>	<b>100,810</b>	<b>166,346</b>	<b>▼39.4%</b>
Imposto de renda e contribuição social	(26,938)	(22,079)	▲22.0%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(3,443)	(18,528)	▼81.4%
Participação dos acionistas minoritários	(7)	(1,248)	▼99.4%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>70,422</b>	<b>124,491</b>	<b>▼43.4%</b>

(R\$'000)	1T13	1T12	Var. %
<b>NOI</b>	<b>169,281</b>	<b>132,147</b>	<b>▲28.1%</b>
<i>Margem NOI</i>	87.2%	87.8%	▼62 b.p
<b>NOI + Cessão de Direitos</b>	<b>182,083</b>	<b>141,054</b>	<b>▲29.1%</b>
<i>Margem NOI + Cessão de Direitos</i>	88.0%	88.5%	▼51 b.p
<b>EBITDA de Shopping Centers</b>	<b>161,260</b>	<b>120,628</b>	<b>▲33.7%</b>
<i>Margem EBITDA de Shopping Centers</i>	76.5%	71.7%	▲480 b.p
<b>EBITDA (Shopping Center + Imobiliário)</b>	<b>159,287</b>	<b>190,717</b>	<b>▼16.5%</b>
<i>Margem de EBITDA</i>	71.3%	59.0%	▲1,227 b.p
<b>Lucro Líquido</b>	<b>70,422</b>	<b>124,491</b>	<b>▼43.4%</b>
<i>Margem de lucro líquido</i>	31.5%	38.5%	▼700 b.p
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>73,865</b>	<b>143,019</b>	<b>▼48.4%</b>
<i>Margem de lucro líquido ajustado</i>	33.0%	44.2%	▼1,119 b.p
<b>FFO</b>	<b>101,969</b>	<b>160,282</b>	<b>▼36.4%</b>
<i>Margem FFO</i>	45.6%	49.6%	▼396 b.p

#### 4. Desenvolvimento de Projetos

R\$214 milhões investidos durante o 1T13

A Multiplan investiu R\$213,9 milhões no primeiro trimestre de 2013. Este total é composto por (i) R\$107,7 milhões investidos no desenvolvimento de novos shopping centers, como o Parque Shopping Maceió, em Alagoas, cuja abertura está planejada para outubro de 2013, e investimentos complementares nos shopping centers inaugurados no 4T12, além de projetos futuros, (ii) R\$70,5 milhões na construção das expansões do Ribeirão Shopping, no estado de São Paulo, e do BarraShopping, no Rio de Janeiro, (iii) R\$28,7 milhões investidos na construção do Morumbi Corporate, um complexo de duas torres localizado em frente ao MorumbiShopping, em São Paulo, e com entrega estimada para setembro de 2013; e (iv) R\$6,9 milhões gastos com revitalizações, investimentos em tecnologia de informação, entre outros.

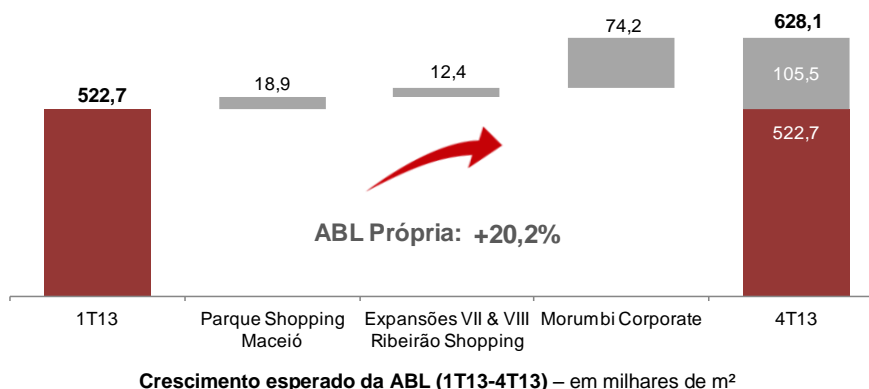
CAPEX (R\$)	1T13
Novos Shopping Centers	107,7 M
Novas Expansões	70,6 M
Novas Torres para Locação	28,7 M
Revitalizações, TI e Outros	6,9 M
<b>CAPEX Total</b>	<b>213,9 M</b>

##### Abertura do Investimento (CAPEX)\*

\* A variação das linhas Propriedades para Investimento, Imobilizado e Intangível, no Balanço Patrimonial da Companhia, foi de R\$106,0 milhões no período. A diferença entre a variação e o CAPEX resulta de um ajuste contábil realizado em virtude da adoção do pronunciamento técnico CPC 19 (R2). Como consequência, as participações societárias da Companhia em entidades de propósito específico (SPEs) controladas por outras entidades passaram a ser reconhecidas como investimento pelo método da equivalência patrimonial.

Projetos em construção devem aumentar ABL própria em 20% até o fim de 2013

A Companhia tem atualmente cinco projetos para locação em construção – um shopping center, três expansões e um projeto de torres comerciais, resultando em um acréscimo de ABL própria de 110,3 mil m<sup>2</sup>. Todos os projetos, à exceção do BarraShopping expansão VII, tem abertura planejada para 2013, elevando a ABL própria do portfólio existente em 20,2% no ano. A estimativa considera apenas projetos anunciados até a presente data.



#### 4.1 Shopping Center em Construção

##### Parque Shopping Maceió

Data de inauguração: outubro de 2013



Parque Shopping Maceió – construção (Fevereiro 2013)

O primeiro shopping center da Companhia no nordeste do Brasil continua mostrando importante evolução na sua construção. O Parque Shopping Maceió é uma *joint venture* da Multiplan e Aliansce Shopping Centers S.A., e terá 37,7 mil m<sup>2</sup> de ABL com 168 lojas, cinemas, ampla praça de alimentação e restaurantes, assim como 1.800 vagas de estacionamento.

O shopping center localiza-se no vetor de crescimento da cidade e deverá ser integrado ao Boulevard Parque, um projeto multiuso planejado com torres residenciais e comerciais, área verde, com 52 mil m<sup>2</sup> de área construída num terreno de 98 mil m<sup>2</sup>.

**Evento recente:** Em abril de 2013, foi realizada uma cerimônia para a entrega das chaves no Parque Shopping Maceió. O evento marca uma importante data para os lojistas, que já podem iniciar as obras de suas lojas. O shopping center deverá ser inaugurado em outubro de 2013. Em 31 de março de 2013, o projeto tinha 89,9% de sua ABL locada.

Shopping centers em construção			Na participação Multiplan (R\$)							
Projeto	Abertura	ABL (100%)	%Mult	CAPEX <sup>1</sup>	CAPEX Investido	Cessão de Direitos	NOI 1º ano	NOI 3º ano	NOI Yield 3º ano	TIR
Parque Shopping Maceió	Out-13	37.722 m <sup>2</sup>	50,0%	106,7 M	73,2%	8,1 M	13,0 M	15,3 M	15,5%	19,2%

<sup>1</sup> Considera apenas os custos da primeira fase destes projetos (sem considerar expansões futuras)



Parque Shopping Maceió – construção (Março 2013)



Parque Shopping Maceió – construção (Fevereiro 2013)

## 4.2 Expansões de Shopping Center

*RibeirãoShopping acrescenta em breve 87 novas lojas na expansão de 16 mil m<sup>2</sup> de ABL*

A primeira das duas expansões em desenvolvimento no RibeirãoShopping, a Expansão VII, deverá adicionar 6,3 mil m<sup>2</sup> de ABL com 23 lojas e uma academia de ginástica. As obras estão próximas da conclusão e a inauguração está prevista para o 3T13. O shopping center conta também com um *deck parking* para 1.200 veículos em operação desde novembro de 2012.

O segundo projeto, Expansão VIII, aumentará a ABL do shopping center em 10 mil m<sup>2</sup>, com 64 lojas, e entrega prevista para dezembro de 2013.



RibeirãoShopping Expansão VII - ilustração e construção (Abril 2013)



RibeirãoShopping Expansão VIII - ilustração e construção (Abril 2013)



As três expansões juntas irão contribuir com 20,3 mil m<sup>2</sup> de ABL total, elevando a ABL do RibeirãoShopping para 66,9 mil m<sup>2</sup>, um aumento de 43,6% sobre a área original. Ajustando o NOI estimado do terceiro ano de operação pela participação da Multiplan (76,2%), o projeto deverá gerar R\$16,9 milhões, com um *NOI yield* de 9,4%, e TIR de 11,6%, real e desalavancada.

### Desenvolvimento da Expansão VII no BarraShopping acelera

Com inauguração prevista para maio de 2014, a sétima expansão do BarraShopping irá adicionar 9,5 mil m<sup>2</sup> de ABL total, com 45 novas lojas e 4,2 mil m<sup>2</sup> de torres comerciais para locação, aumentando o tamanho do complexo BarraShopping, que inclui o New York City Center, para 101,2 mil m<sup>2</sup> de ABL.



**BarraShopping Expansão VII – ilustração**

O CAPEX do projeto, com base em uma participação de 51%, é de R\$102,8 milhões. A Companhia estima uma receita de cessão de direitos de R\$32,6 milhões e um Resultado Operacional Líquido (NOI) do terceiro ano de R\$14,2 milhões, resultando em um *NOI yield* do terceiro ano de 20,2%. A taxa interna de retorno (TIR) estimada para o projeto é 23,3% por ano, real e desalavancada..

Expansões de Shopping centers em construção			Na participação Multiplan (R\$)						
Projeto	Abertura	ABL (100%)	%Mult.	CAPEX	CAPEX Investido	Cessão de Direitos	NOI 3º ano	NOI Yield 3º ano	TIR
1 RibeirãoShopping Exp. VI, VII, VIII	Dez-13 <sup>1</sup>	20.303 m <sup>2</sup>	76,2%	190,7 M	58,3%	11,0 M	16,9 M	9,4%	11,6%
2 BarraShopping Exp. VII	Mai-14	9.479 m <sup>2</sup>	51,1%	102,8 M	36,0%	32,6 M	14,2 M	20,2%	23,3%
<b>Total</b>		<b>29.783 m<sup>2</sup></b>	<b>68,2%</b>	<b>293,6 M</b>	<b>50,5%</b>	<b>43,6 M</b>	<b>31,1 M</b>	<b>12,5%</b>	<b>15,8%</b>

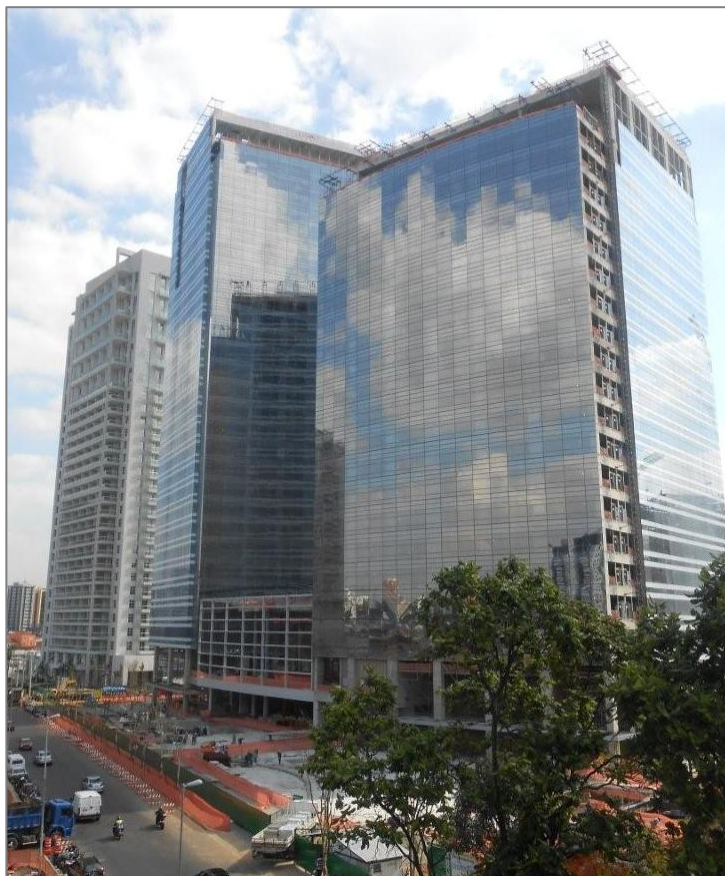
<sup>1</sup>A expansão VI abriu em novembro de 2012, a expansão VII está planejada para abrir no 3T13 e a expansão VIII em dezembro de 2013.

### 4.3 Multiuso: Torres Comerciais para Locação

#### *Morumbi Corporate se aproxima da data de conclusão*

O Morumbi Corporate, um complexo de duas torres para locação com um total de 74,2 mil m<sup>2</sup> e localizado em frente ao MorumbiShopping, encontra-se na fase final de construção. A Companhia deu início aos esforços de locação, e a data de conclusão está prevista para setembro de 2013. A Multiplan tem 100% de participação no desenvolvimento e será responsável por sua administração.

O NOI anual esperado para este projeto é de R\$91,5 milhões, com um *NOI yield* de 19,1%.



**Morumbi Corporate** – construção (Abril 2013)

Torres comerciais para locação								
Projeto	Abertura	ABL (100%)	%Mult.	CAPEX	CAPEX Investido	NOI estabilizado	NOI Yield estabilizado	TIR
Morumbi Corporate	Set-13	74.198 m <sup>2</sup>	100,0%	478,7 M	77%	91,5 M	19,1%	18,6%

#### 4.4 Multiuso: Torres Comerciais e Residenciais para Venda

##### *Obras e comercialização avançam em Porto Alegre*

Até o 1T13, os projetos Diamond Tower e Résidence du Lac registraram a venda de 68,5% e 92,0% de suas unidades, respectivamente. A construção evolui de acordo com o planejado e a data de entrega das unidades permanece inalterada, para o segundo semestre de 2014. As duas torres possuem Valor Geral de Vendas (VGV) projetado de R\$238,7 milhões e integrarão o Complexo BarraShoppingSul, que é atualmente composto pelo BarraShoppingSul e Cristal Tower.



**Diamond Tower e Résidence du Lac – ilustração**



**Diamond Tower e Résidence du Lac – construção (Abril 2013)**

Torres comerciais para venda							
Projeto	Localização	Tipo	Abertura	Área	%Mult.	VGV <sup>1</sup>	Preço médio/m <sup>2</sup>
Diamond Tower	BarraShoppingSul	Escritórios	2S14	13.800 m <sup>2</sup>	100,0%	128,7 M	9.327
Résidence du Lac	BarraShoppingSul	Residencial	2S14	9.960 m <sup>2</sup>	100,0%	110,0 M	11.045
<b>Total</b>				<b>23.760 m<sup>2</sup></b>	<b>100,0%</b>	<b>238,7 M</b>	<b>10.047</b>

<sup>1</sup> Valor Geral de Vendas

#### 4.5 Crescimento Futuro e Banco de Terrenos

A Multiplan possui atualmente 619 mil m<sup>2</sup> de área para crescimento futuro, sendo 72% localizada na região sudeste do País.

A Companhia identificou um potencial de desenvolvimento de mais de 150 mil m<sup>2</sup> de ABL através de expansões, considerando apenas os shopping centers em operação.

Cidade (Estado)	Área do terreno	Tipo	% Multiplan
Belo Horizonte (MG)	2.606 m <sup>2</sup>	Varejo	97%
Curitiba (PR)	843 m <sup>2</sup>	Apart-Hotel	84%
Curitiba (PR)	27.370 m <sup>2</sup>	Comercial	94%
Jundiaí (SP)	4.500 m <sup>2</sup>	Comercial	100%
Maceió (AL)	140.000 m <sup>2</sup>	Residencial, Comercial, Hotel	50%
Porto Alegre (RS)	4.396 m <sup>2</sup>	Hotel, Comercial	100%
Ribeirão Preto (SP)	207.092 m <sup>2</sup>	Residencial, Comercial	100%
Rio de Janeiro (RJ)	141.480 m <sup>2</sup>	Residencial, Comercial	90%
Rio de Janeiro (RJ)	36.000 m <sup>2</sup>	Comercial	100%
São Caetano do Sul (SP)	24.948 m <sup>2</sup>	Comercial	100%
São Paulo (SP)	29.800 m <sup>2</sup>	Residencial	36%
<b>Total</b>	<b>619.035 m<sup>2</sup></b>		<b>82%</b>

## 5. Indicadores Operacionais

### 5.1 Vendas dos Lojistas

*Portfólio forte e resiliente levam a um aumento nas vendas de 19,3% para R\$2,5 bilhões*

Os shopping centers da Multiplan apresentaram vendas totais de R\$2,4 bilhões no 1T13, 19,3% maior do que no 1T12. Excluindo os shopping centers inaugurados nos últimos doze meses, as vendas totais cresceram 10,0%. Os principais destaques no trimestre foram o Shopping Santa Úrsula (+25,3%), RibeirãoShopping (+21,2%), ParkShoppingSãoCaetano (+16,4%), ParkShoppingBarigüi (+12,5%), Shopping Anália Franco (+12,2%) e ParkShopping (+11,3%).

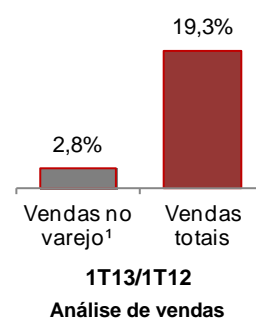
No 1T13, a venda média mensal por m<sup>2</sup> do portfólio da Multiplan atingiram R\$1.305, compostas por R\$1.505/m<sup>2</sup> dos shoppings em operação há mais de cinco anos e por R\$867 dos shoppings operando há menos de cinco anos. Conforme explicado em relatórios anteriores, esta diferença representa um potencial de crescimento na produtividade dos novos shoppings, conforme eles se consolidem. O principal destaque foi o VillageMall que, em menos de quatro meses em operação, apresentaram vendas por m<sup>2</sup>/mês que ultrapassaram a expectativa inicial da Companhia, atingindo R\$1.141, ou já 75,8% da média do desempenho apresentado pelos shopping centers consolidados.

Vendas Shopping Center (100%)	Inauguração	1T13	1T12	Var.%
BH Shopping	(1979)	234,1 M	218,3 M	▲ 7,2%
RibeirãoShopping	(1981)	144,0 M	118,8 M	▲ 21,2%
BarraShopping	(1981)	379,3 M	348,1 M	▲ 9,0%
MorumbiShopping	(1982)	296,5 M	280,6 M	▲ 5,7%
ParkShopping	(1983)	213,7 M	192,0 M	▲ 11,3%
DiamondMall	(1996)	120,6 M	109,2 M	▲ 10,5%
New York City Center	(1999)	57,9 M	52,9 M	▲ 9,5%
Shopping Anália Franco	(1999)	189,0 M	168,5 M	▲ 12,2%
ParkShoppingBarigüi	(2003)	181,6 M	161,4 M	▲ 12,5%
Pátio Savassi <sup>1</sup>	(2004)	78,0 M	73,0 M	▲ 6,8%
Shopping Santa Úrsula <sup>2</sup>	(1999)	41,1 M	32,8 M	▲ 25,3%
BarraShoppingSul	(2008)	149,6 M	139,6 M	▲ 7,2%
Shopping Vila Olímpia	(2009)	70,4 M	69,3 M	▲ 1,6%
ParkShoppingSãoCaetano	(2011)	100,0 M	86,0 M	▲ 16,4%
JundiaíShopping	(2012)	66,5 M	-	n.a.
ParkShoppingCampoGrande	(2012)	67,8 M	-	n.a.
VillageMall	(2012)	55,3 M	-	n.a.
<b>Total</b>		<b>2.445,6 M</b>	<b>2.050,6 M</b>	<b>▲ 19,3%</b>

<sup>1</sup> Pátio Savassi foi adquirido pela Multiplan em junho de 2007.

<sup>2</sup> Shopping Santa Úrsula foi adquirido pela Multiplan em abril de 2008.

De acordo com o IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – as vendas no varejo aumentaram 2,8% no período de janeiro e fevereiro de 2013, quando comparadas ao mesmo período em 2012 (o dado de março de 2013 ainda não havia sido divulgado, quando este relatório foi publicado).

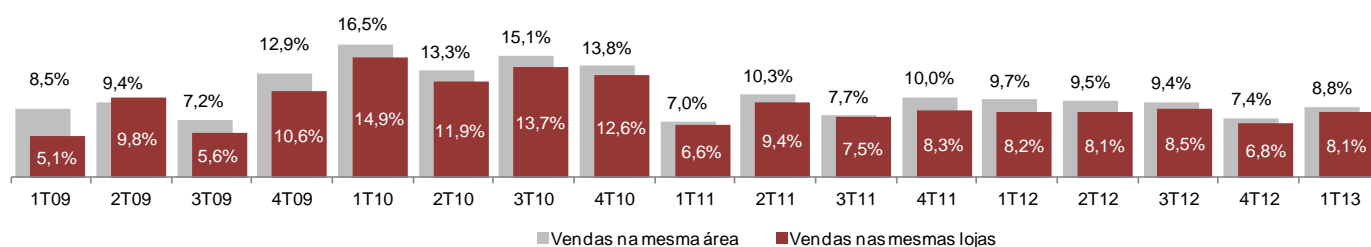
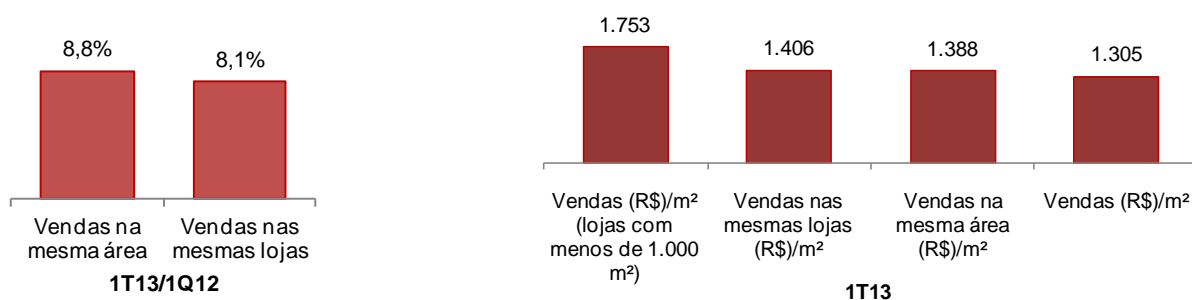


<sup>1</sup> janeiro e fevereiro de 2013, comparado ao mesmo período em 2012.

SAS acelera para 8,8% no 1T13 de 7,4% no 4T12

O crescimento da venda na mesma área (SAS) atingiu 8,8% no 1T13, apresentando uma aceleração no ritmo de crescimento, quando comparado ao 4Q12, que cresceu 7,4%. Vendas nas mesmas lojas (SSS) também apresentaram forte desempenho, uma alta de 8,1% no trimestre versus 6,8% no 4T12. Em valores absolutos, SSS atingiu R\$1.406/m<sup>2</sup> por mês, enquanto em lojas com menos de 1.000m<sup>2</sup> foi de R\$1.753/m<sup>2</sup> por mês.

O crescimento consistente em todas as métricas é consequência da alta qualidade do portfólio e da administração intensiva deles, observado pelo maior desempenho do SAS vis-à-vis SSS.

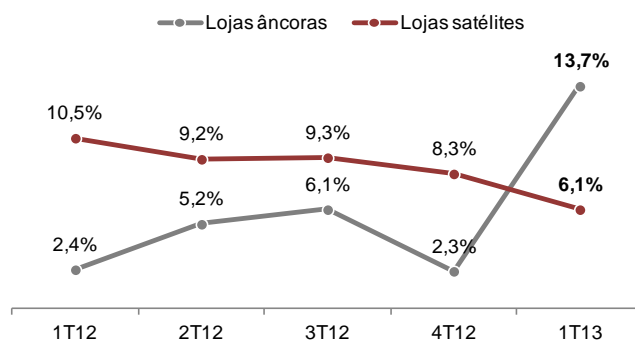


### Evolução da venda nas mesmas lojas e venda na mesma área (ano/ano)

Os segmentos com melhor desempenho no 1T13 foram Alimentação e área gourmet, com 13,7%, seguido por Serviços (+11,5%) e Artigos diversos (+7,5%). Diferentemente dos últimos doze trimestres anteriores, o desempenho das lojas âncoras foi superior ao das satélites, apresentando um aumento no SSS de 13,7% versus 6,1% das satélites. O setor que mais se destacou entre as lojas âncoras foi o de vestuário, que cresceu 25,1%. Lojas âncoras do segmento de Serviços e Artigos do lar também reportaram um crescimento robusto de 12,3% e 9,9%, respectivamente.

Vendas Mesmas Lojas	1Q13 x 1Q12		
	Âncoras	Satélites	Total
Vestuário	▲25,1%	▲2,3%	▲6,6%
Artigos do Lar	▲9,9%	▲0,5%	▲4,5%
Artigos diversos	▲6,2%	▲8,2%	▲7,5%
Alimentação e área gourmet	n.a.	▲13,7%	▲13,7%
Serviços	▲12,3%	▲10,6%	▲11,5%
<b>Total</b>	<b>▲13,7%</b>	<b>▲6,1%</b>	<b>▲8,1%</b>

Crescimento das vendas nas mesmas lojas



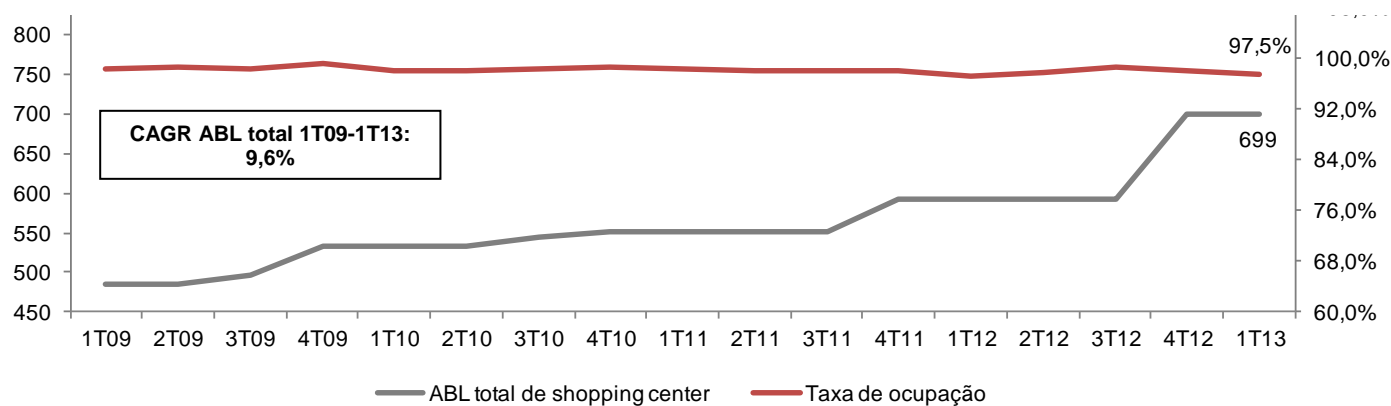
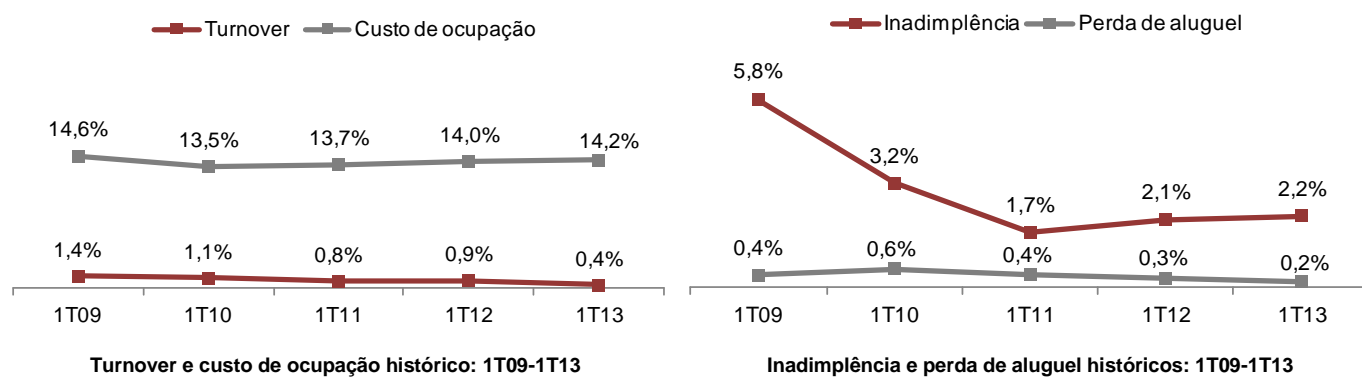
SSS de lojas âncoras versus satélites

## 5.2 Taxa de Ocupação, Inadimplência e Perda de Aluguel

A taxa média de ocupação foi de 97,5% no 1T13, 30 p.b. maior do que no 1T12, apesar do impacto da inauguração de três novos shopping centers e uma expansão no 4T12, que adicionaram 106,4 mil m<sup>2</sup> de ABL total ao portfólio. Este foi o resultado, principalmente, da maior taxa de ocupação no ParkShoppingSãoCaetano, no Shopping Santa Úrsula e no Shopping Vila Olímpia, onde as taxas de ocupação estão em 98%, 96% e 90%.

No 1T13, o custo de ocupação foi de 14,2% versus 14,0% no 1T12. No mesmo período, o turnover caiu de 0,9% para 0,4%. Esses dados mostram a forte demanda por espaço no shopping centers da Multiplan, indicando o potencial de crescimento da Companhia.

Apesar do aumento da ABL já mencionado de 106,4 mil m<sup>2</sup> na ABL total no 4T12, a taxa de inadimplência (atraso no pagamento do aluguel acima de 25 dias) dos lojistas nos shopping centers da Multiplan atingiu 2,2% no 1T13, em linha com o 1T12 de 2,1%. No mesmo período de comparação, a perda de aluguel (inadimplência superior a seis meses) caiu 10 p.b., atingindo 0,2%.



Evolução da ABL total de shopping center e taxa de ocupação: 1T09 – 1T13

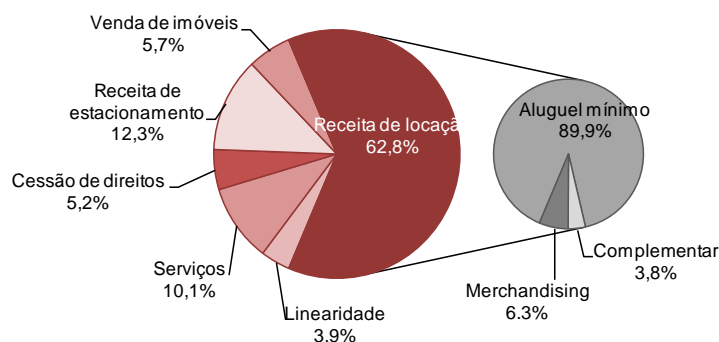
## 6. Receita Bruta

Receita bruta atinge R\$245,0 milhões no 1T13

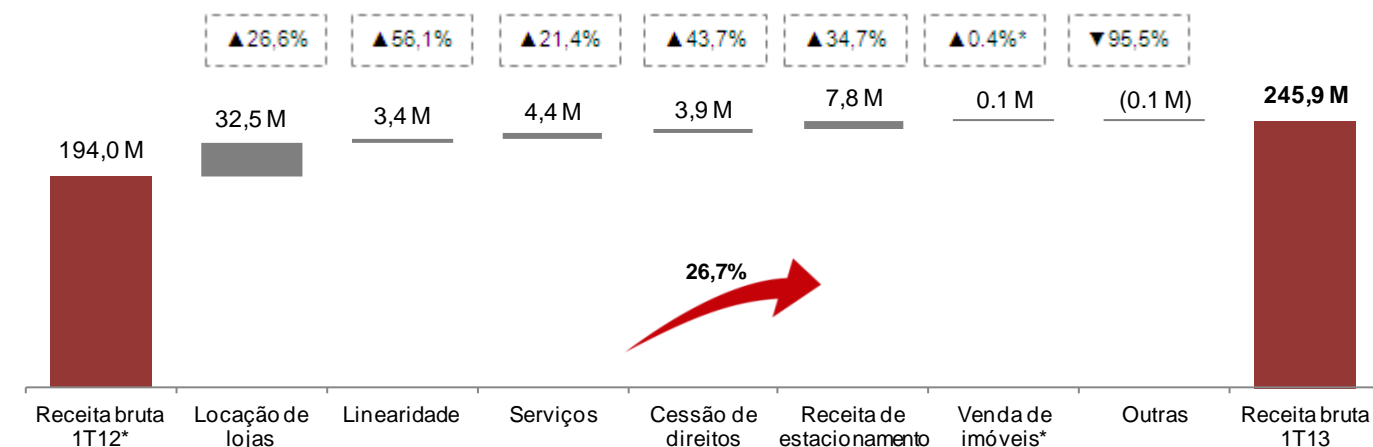
A receita bruta atingiu R\$245,0 milhões no 1T13, um aumento de 26,9% sobre o 1T12, excluindo o efeito da venda do Morumbi Business Center (queda de 29,0% incluindo a venda). As principais contribuições para este desempenho foram as receitas de cessão de direitos, estacionamento e de locação, que cresceram 43,7%, 34,7% e 26,6%, respectivamente, conforme demonstrado no gráfico abaixo.

No 1T12, a Multiplan vendeu a torre comercial, Morumbi Business Center, por R\$165,0 milhões. Baseada na apropriação físico-financeira, a Companhia reconheceu R\$152,0 milhões da venda da torre no trimestre. Devido a este evento, a receita de venda de Imóveis caiu 91,5% no 1T13 versus 1T12, levando a uma queda de 28,9% na receita bruta.

A receita de locação representou 62,8% da receita total, composta por 90,0% de aluguel mínimo, 6,3% por merchandising e 3,7% por complementar.



Abertura da receita bruta – 1T13



\*Excluindo a venda da torre corporativa, Morumbi Business Center, no 1T12.

Abertura do crescimento da receita bruta no 1T13 (A/A) (R\$)

## 7. Resultado da Participação em Shopping Centers

### 7.1 Receita de Locação

Aumento de 28,0% na receita de locação no para R\$164,0 milhões no 1T13

A receita de locação aumentou 28,0% no 1T13, quando comparado ao 1T12, atingindo R\$163,2 milhões. O aluguel mínimo apresentou o maior crescimento no trimestre, com alta de 28,5%, atingindo R\$138,9 milhões. O aluguel complementar aumentou 21,8% para R\$5,8 milhões e a receita de merchandising foi de R\$9,7 milhões, alta de 6,9%.

Receita de Locação (R\$)						
	Mínimo	Complementar	Merchandising	Subtotal	Linearidade	Total
<b>1T13</b>	<b>138,9 M</b>	<b>5,8 M</b>	<b>9,7 M</b>	<b>154,4 M</b>	<b>9,5 M</b>	<b>164,0 M</b>
% da receita de locação	89,9%	3,8%	6,3%	94,2%	5,8%	100,0%
<b>1T12</b>	<b>108,1 M</b>	<b>4,8 M</b>	<b>9,1 M</b>	<b>122,0 M</b>	<b>6,1 M</b>	<b>128,1 M</b>
% da receita de locação	88,6%	3,9%	7,5%	95,2%	4,8%	100,0%
<b>Variação total (%)</b>	<b>▲28,5%</b>	<b>▲21,8%</b>	<b>▲6,9%</b>	<b>▲26,6%</b>	<b>▲56,1%</b>	<b>▲28,0%</b>

O BH Shopping apresentou o maior aumento na receita de locação no 1T13 de 27,2%, atingindo R\$19,2 milhões. Outros destaques foram ParkShopping, BarraShoppingSul, RibeirãoShopping e DiamondMall, que reportaram aumento de 16,6%, 14,2%, 12,8% e 12,3% na receita de locação, respectivamente, demonstrando a força do portfólio da Multiplan.

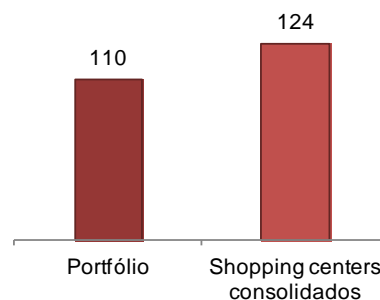
Receita de Locação (R\$)	1T13	1T12	Var.%
BH Shopping	19,2 M	15,1 M	▲27,2%
RibeirãoShopping	8,6 M	7,6 M	▲12,8%
BarraShopping	18,8 M	18,3 M	▲2,3%
MorumbiShopping	20,9 M	19,8 M	▲5,7%
ParkShopping	10,1 M	8,7 M	▲16,6%
DiamondMall	8,7 M	7,7 M	▲12,3%
New York City Center	1,8 M	1,6 M	▲10,9%
Shopping Anália Franco	5,3 M	4,8 M	▲9,6%
ParkShoppingBarigüi	10,3 M	9,3 M	▲10,2%
Pátio Savassi	5,5 M	5,1 M	▲7,7%
Shopping Santa Úrsula	1,4 M	1,2 M	▲15,1%
BarraShoppingSul	10,9 M	9,5 M	▲14,2%
Shopping Vila Olímpia <sup>1</sup>	4,6 M	4,9 M	▼7,1%
ParkShoppingSãoCaetano	8,6 M	8,1 M	▲6,1%
JundiaíShopping	6,3 M	-	n.a.
ParkShoppingcampoGrande	7,5 M	-	n.a.
VillageMall	6,0 M	-	n.a.
<b>Subtotal gerencial</b>	<b>154,5 M</b>	<b>122,0 M</b>	<b>▲26,6%</b>
Linearidade	<b>9,5 M</b>	<b>6,1 M</b>	<b>▲56,1%</b>
<b>Total gerencial</b>	<b>164,0 M</b>	<b>128,1 M</b>	<b>▲28,0%</b>

<sup>(1)</sup> Até o 4º trimestre de 2011, a Multiplan detinha 30% de participação no Shopping Vila Olímpia e reconhecia o seu resultado consolidando a sua subsidiária MPH, que detinha 71,5% de participação. A partir de fevereiro de 2012, com a aquisição de participação adicional de 30,0%, a Multiplan passou a reconhecer apenas 60,0% do resultado do shopping center. Considerando essas mudanças e analisando o resultado trimestral do Shopping Vila Olímpia (100%), a receita de locação deste shopping foi em linha com o trimestre anterior atingindo R\$7,6 milhões.

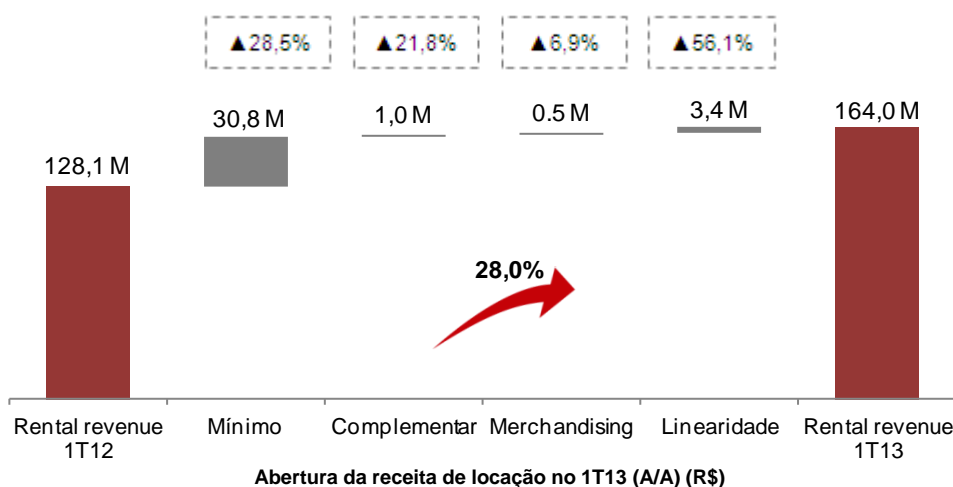
Shopping Vila Olímpia – 100%	
1T13	7,6 M
1T12	7,7 M
<b>Var.%</b>	<b>▼0,8%</b>

A receita de locação por m<sup>2</sup> mensal, que não inclui o efeito da linearidade, atingiu R\$110 no 1T13. Considerando apenas o portfólio consolidado, o desempenho foi de R\$124 por m<sup>2</sup> por mês, representando um aumento potencial no futuro.

Informações adicionais sobre o resultado dos shopping centers estão disponíveis na planilha de Fundamentos no site de relações com Investidores da Multiplan ([www.multiplan.com.br/ri](http://www.multiplan.com.br/ri)).

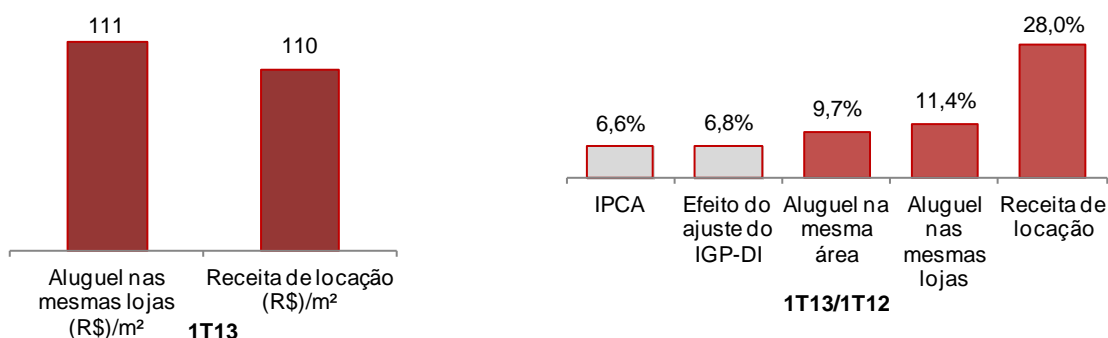


Receita de locação por m<sup>2</sup>/mês no 1T13

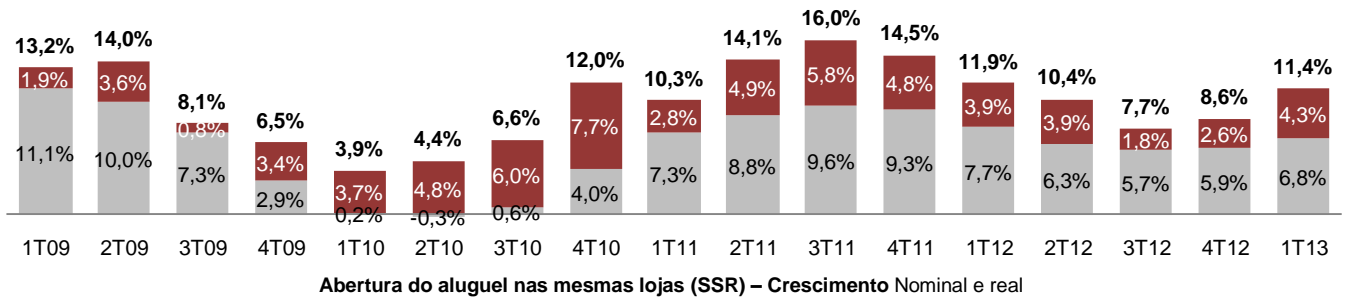


Aumento real de 4,3% no SSR, totalizando 11,4%

O aluguel nas mesmas lojas (SSR) aumentou 11,4% no 1T13 atingindo R\$111/m<sup>2</sup> e acelerando seu crescimento, quando comparado ao trimestre anterior de 8,6%. O crescimento real também aumentou num ritmo mais rápido, atingindo 4,3%, comparado a 2,6% no 4T12. Nos últimos cinco anos, o crescimento médio real no trimestre foi de 3,7%. No 1T13, o efeito do ajuste do IGP-DI foi de 6,8%.



■ Efeito do ajuste do IGP-DI ■ Aumento real aluguel nas mesmas lojas



## 7.2 Receita de Estacionamento

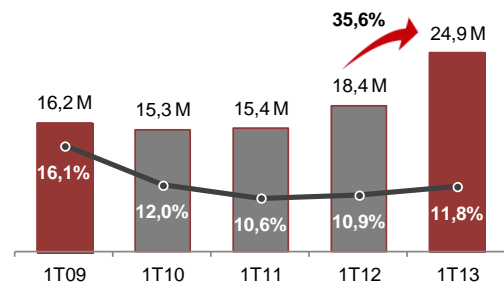
A receita de estacionamento aumentou 34,7% para R\$30,2 milhões no 1T13

A receita de estacionamento atingiu R\$30,2 milhões no 1T13, 34,7% maior do que no 1T12. Junto ao crescimento orgânico, os shopping centers recentemente inaugurados, JundiaíShopping, ParkShoppingCampoGrande e VillageMall, contribuíram com este desempenho, adicionando 6,7 mil novas vagas de estacionamento, levando a um total de 45,2 mil vagas no portfólio. Esses novos shopping centers representaram juntos 12,0% da receita de estacionamento no 1T13.

## 7.3 Despesas de Shopping Center

Forte aumento da ABL própria de 24,4%, resultando em despesas de shopping center de R\$24,9 milhões

As despesas de shopping center atingiram R\$24,9 milhões no 1T13 versus R\$18,4 milhões no 1T12, um aumento de 35,6%. No mesmo período, a ABL própria aumentou 24,4%, principalmente devido à inauguração de três shopping centers, JundiaíShopping, ParkShoppingCampoGrande e VillageMall e uma expansão, RibeirãoShopping VI. É válido mencionar que novos shopping centers demandam maiores recursos para promover o shopping e aumentar o fluxo de visitantes.



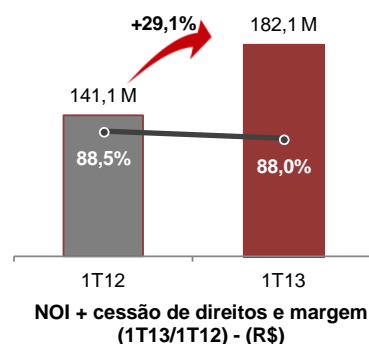
**Evolução das despesas de shopping center (R\$)  
E como percentual da receita líquida de shopping center  
(não inclui receita de imobiliário para venda e impostos)**

#### 7.4 Resultado Operacional Líquido – NOI

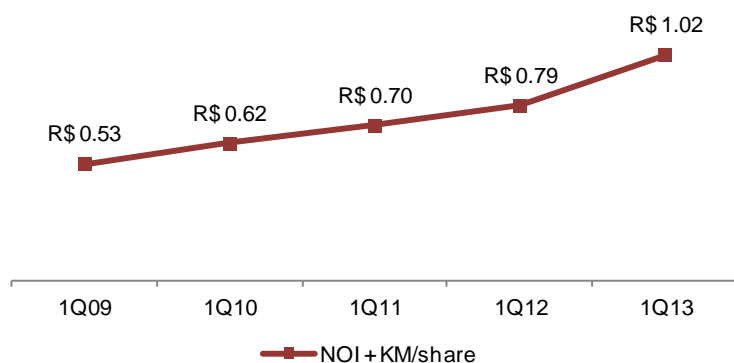
NOI + cessão de direitos atinge R\$182,1 milhões no 1T13, alta de 29,1%

A Multiplan reportou um resultado operacional líquido (NOI) + cessão de direitos (CD) de R\$182,1 milhões no 1T13, 29,1% maior do que no 1T12. No mesmo período, a margem NOI + CD ficou praticamente estável em 88,0%.

O NOI + CD por ação atingiu R\$1,02, resultando em um CAGR de cinco anos de 17,8%.



Cálculo do NOI (R\$)	1T13	1T12	Var. %
Locação de lojas	154,4 M	122,0 M	▲26,6%
Linearidade	9,5 M	6,1 M	▲56,1%
Receita de estacionamento	30,2 M	22,4 M	▲34,7%
<b>Receita operacional</b>	<b>194,2 M</b>	<b>150,5 M</b>	<b>▲29,0%</b>
Despesas de shopping centers	(24,9 M)	(18,4 M)	▲35,6%
<b>NOI</b>	<b>169,3 M</b>	<b>132,1 M</b>	<b>▲28,1%</b>
Margem NOI	87,2%	87,8%	▼62 b.p
Cessão de direitos	12,8 M	8,9 M	▲43,7%
Receita operacional + Cessão de direitos	207,0 M	159,4 M	▲29,8%
<b>NOI + Cessão de direitos</b>	<b>182,1 M</b>	<b>141,1 M</b>	<b>▲29,1%</b>
Margem NOI + Cessão de direitos	88,0%	88,5%	▼51 b.p



#### Evolução do NOI + cessão de direitos (R%) por ação\*

\*Ações em circulação no final de cada período, ajustadas pelas ações em tesouraria (no 1T13: 178.141.269 ações).

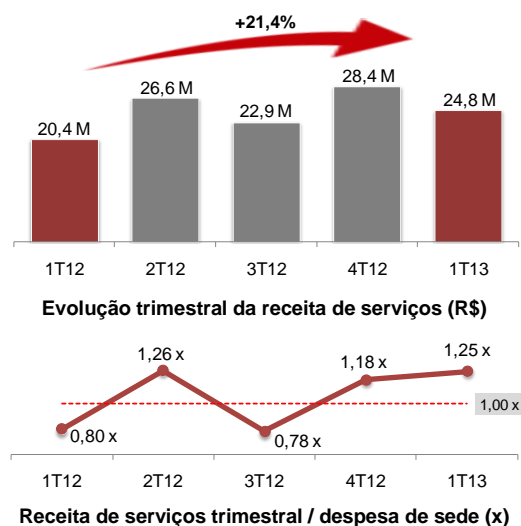
## 8. Resultado da Administração de Shopping Centers

### 8.1 Receita de Serviços

Aumento de 21,4% na receita de serviços para R\$24,8 milhões

A receita de serviços - composta principalmente por taxas de administração dos shopping centers, corretagem e transferência - apresentou aumento de 21,4% no 1T13 quando comparado ao 1T12. A receita de serviços foi equivalente a 125,0% das despesas gerais e administrativas do trimestre, mostrando que essa linha de receita cobre todas as despesas gerais e administrativas (sede), incluindo a equipe de desenvolvimento.

Os principais destaques da evolução da receita de serviços no 1T13 foram (i) as taxas cobradas pela Companhia para administração de shopping centers, que aumentaram 29,3%, seguindo um crescimento de 18,0% da ABL total, e (ii) a taxa de transferência, que aumentou 113,8%.

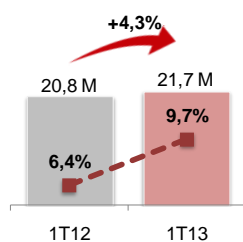
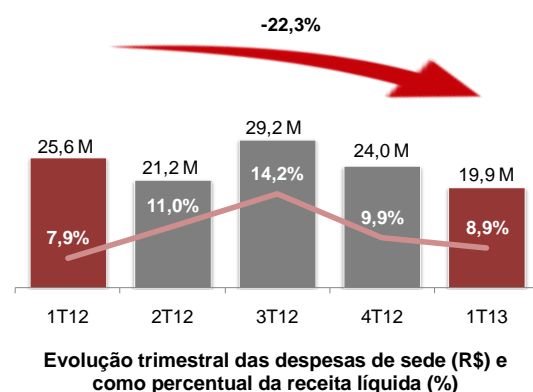


### 8.2 Despesas Gerais e Administrativas (Sede)

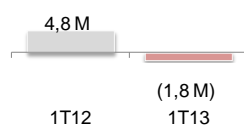
Despesas de sede reduziram 22,3% no 1T13

No 1T13, as despesas de sede diminuíram 22,3%, quando comparadas ao 1T12, devido principalmente à (i) redução em despesas com serviços de assessoria (principalmente honorários legais) e (ii) reversão não-recorrente de provisões. Como percentual da receita líquida, as despesas de sede aumentaram de 7,9% no 1T12 para 8,9% no 1T13, devido a base de receitas mais elevadas no 1T12. As despesas de sede como percentual da receita líquida teriam reduzido 555 p.b. no 1T13, de um percentual ajustado de 14,5% no 1T12 para 8,9% no 1T13, se fosse excluída a venda do Morumbi Business Center da receita líquida do 1T12.

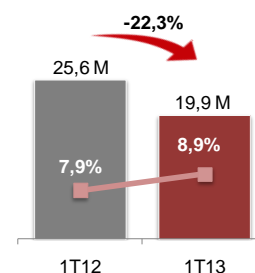
Itens não recorrentes apresentaram uma redução líquida de R\$1,8 milhão nas despesas de sede no 1T13, devido principalmente a reversão de provisões com impostos e recuperação de despesas. Excluindo o impacto destes itens não recorrentes e, somente para fins de análise, as despesas de sede teriam aumentado 4,3%, quando comparadas a 1T12, abaixo do IPCA de 6,6% nos últimos doze meses encerrados em 31 de maio de 2013.



(+)



=



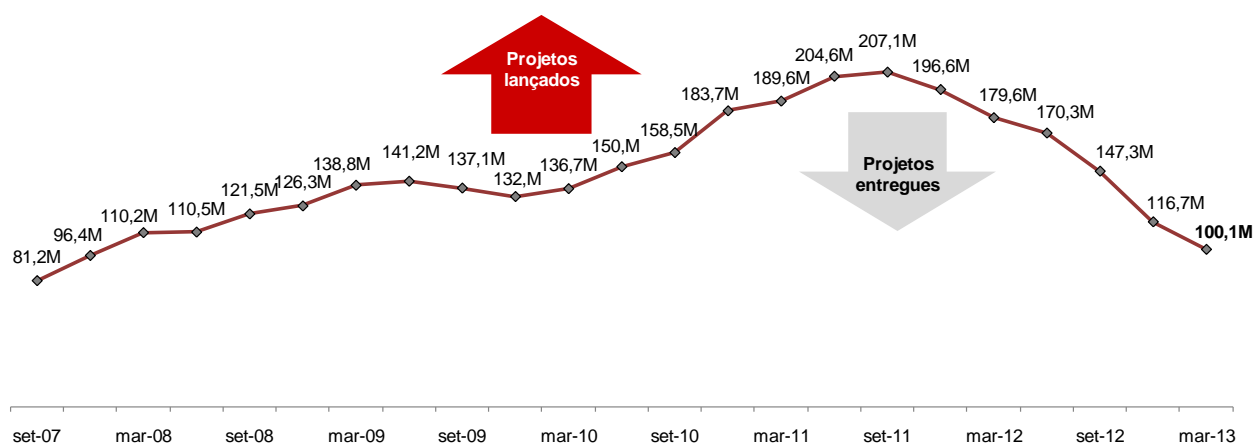
## 9. Resultados do Desenvolvimento de Shopping Centers

### 9.1 Receita Diferida e Contratos de Cessão de Direitos Assinados

*Inaugurações contribuíram para um aumento de 43,7% na receita de cessão de direitos*

No 1T13, o saldo da receita diferida reduziu de R\$116,7 milhões em dezembro de 2012 para R\$100,1 milhões em março de 2013. A linha de receita diferida foi impactada principalmente pelo (i) reconhecimento de receitas de cessão de direitos, após as inaugurações do JundiáShopping, ParkShoppingCampoGrande e VillageMall, (ii) menor volume de novos contratos de locação assinados no 1T13, devido ao volume elevado de contratos assinados na pré-locação dos projetos anunciados, (iii) impacto dos custos diferidos resultante de investimentos em áreas comerciais, e (iv) pela recompra de áreas locadas para serem utilizadas nas mudanças de mix dos shopping centers.

O saldo da receita diferida será reconhecido como receita de cessão de direitos linearmente ao longo da vigência do contrato de locação (geralmente de cinco anos), após o contrato de locação das lojas se tornarem ativos.



**Evolução da receita e custos diferidos (R\$)**



O saldo da receita diferida (cessão de direitos) aumenta quando novos contratos de locação são assinados.



O saldo da receita diferida (cessão de direitos) diminui conforme é reconhecida a receita de cessão de direitos de acordo com o prazo do contrato.

### 9.2 Receita de Cessão de Direitos

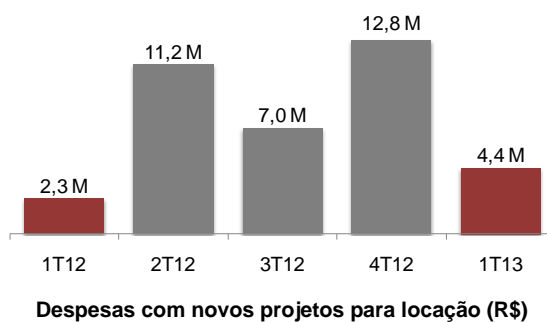
Receita de Cessão de Direitos (R\$)	1T13	1T12	Var. %
Operacional (Recorrente)	1.7 M	1.8 M	▼7.2%
Projetos abertos nos últimos 5 anos (Não-recorrente)	11.1 M	7.1 M	▲56.6%
<b>Receita de Cessão de Direitos</b>	<b>12.8 M</b>	<b>8.9 M</b>	<b>▲43.7%</b>

*Aumento de 56,6% na receita de cessão de direitos não-recorrente no 1T13*

A receita de cessão de direitos aumentou 43,7% no 1T13, de R\$8,9 milhões para R\$12,8 milhões. A receita de cessão de direitos é composta por (i) receita recorrente ou operacional, relacionada à cessão de direitos reconhecida nos shopping centers que estão em operação há mais de cinco anos quando a área é locada novamente, e reflete o esforço da Companhia para melhorar o mix de lojas em seus shopping centers; e (ii) receita não recorrente, relacionada à cessão de direitos de contratos de locação relativos a lojas novas em greenfields e expansões inauguradas nos últimos cinco anos. Devido à inauguração de três novos shopping centers e uma expansão no final de 2012, a receita não recorrente aumentou 56,6% no 1T13 quando comparado ao 1T12.

### 9.3 Despesas com Novos Projetos para Locação

As despesas com novos projetos para locação aumentaram para R\$4,4 milhões no 1T13. As despesas no 1T13 são compostas principalmente de despesas residuais com as entregas do ParkShoppingCampoGrande e do VillageMall, ambos entregues no 4T12. Conforme informado anteriormente, essas despesas ocorrem principalmente nas fases de lançamento e entrega de projetos, e são uma ferramenta importante para a implementação da estratégia da Companhia, que consiste em atrair os melhores lojistas para formar o mix mais apropriado para cada shopping center com o objetivo de atrair clientes em seus primeiros anos de maturação.



## 10. Resultados de Empreendimentos Imobiliários

---

### 10.1 Receita de Venda de Imóveis e Custo de Imóveis Vendidos

---

#### *Receita de Venda de Imóveis*

A Multiplan reportou receita de venda de imóveis de R\$14,1 milhões no 1T13, segundo o método de apropriação físico-financeiro (PoC), composta principalmente pela apropriação de receitas dos projetos do complexo BarraShoppingSul, que inclui o prédio comercial Diamond Tower (68,5% vendido) e o residencial Résidence du Lac (92,0% vendido), ambos com as obras evoluindo de acordo com o planejado.

Vale ressaltar que a comparação entre o 1T12 e o 1T13 é afetada pela venda do Morumbi Business Center no 1T12, por R\$165,0 milhões, a qual contribuiu para a receita de venda de imóveis de R\$166,1 milhões no 1T12.

#### *Custo de Imóveis Vendidos*

A Companhia reportou custo de imóveis vendidos de R\$11,8 milhões no 1T13, em linha com a evolução da construção, e composta principalmente por custos com os projetos imobiliários localizados no complexo BarraShoppingSul.

#### *Despesas com novos projetos para venda*

As despesas com novos projetos para venda reduziram 58,1% para R\$2,5 milhões no 1T13, comparado a R\$6,0 milhões no 1T12. No 1T13, as despesas com novos projetos para venda foram compostas principalmente por (i) esforços de marketing, (ii) despesas com corretagem, e (iii) impostos sobre propriedades ("IPTU") referentes a terrenos em estoque. As despesas com novos projetos para venda no 1T13 são compostas principalmente por despesas com os projetos do Complexo BarraShoppingSul.

## 11. Resultados Financeiros

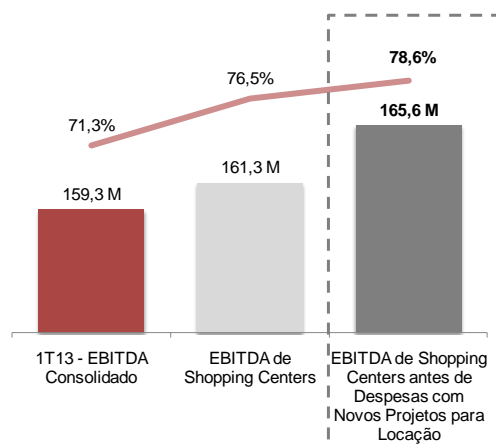
### 11.1 EBITDA

Aumento de 33,7% no EBITDA de Shopping Centers no 1T13, com margem recorde de 76,5% para o primeiro trimestre

A Multiplan apresentou um crescimento de 33,7% no EBITDA de Shopping Centers no 1T13, atingindo R\$161,3 milhões. A margem do EBITDA de Shopping Centers aumentou 480 bps, de 71,7% no 1T12 para 76,5% no 1T13.

Para fins de análise, se excluídas as despesas com novos projetos para locação do cálculo do EBITDA de Shopping Centers, a margem seria de 78,6% no 1T13.

EBITDA de Shopping Center (R\$)	1T13	1T12	Var. %
<b>Receita Bruta de Shopping Centers <sup>1</sup></b>	<b>231,8 M</b>	<b>180,0 M</b>	<b>▲28,8%</b>
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços	(21,1 M)	(11,8 M)	▲78,8%
<b>Receita Líquida</b>	<b>210,7 M</b>	<b>168,2 M</b>	<b>▲25,3%</b>
Despesas de sede	(19,9 M)	(25,6 M)	▼22,3%
Despesas baseadas em opções de ações	(2,3 M)	(2,1 M)	▲10,6%
Despesas de shopping centers	(24,9 M)	(18,4 M)	▲35,6%
Despesas com novos projetos para locação	(4,4 M)	(2,3 M)	▲86,6%
Outras receitas (despesas) operacionais	2,0 M	0,8 M	▲144,2%
<b>EBITDA de Shopping Centers <sup>2</sup></b>	<b>161,3 M</b>	<b>120,6 M</b>	<b>▲33,7%</b>
Margem EBITDA de Shopping Centers	76,5%	71,7%	▲480 b.p
(+) Despesas com novos projetos para locação	4,4 M	2,3 M	▲86,6%
<b>EBITDA SC antes de Desp. de Novos Projetos <sup>3</sup></b>	<b>165,6 M</b>	<b>123,0 M</b>	<b>▲34,7%</b>
% EBITDA SC antes de Desp. de Novos Projetos	78,6%	73,1%	▲548 b.p



1T13: EBITDA (R\$) e margens (%)

(1) Receita Bruta de Shopping Centers: não considera a receita com a venda de imóveis.

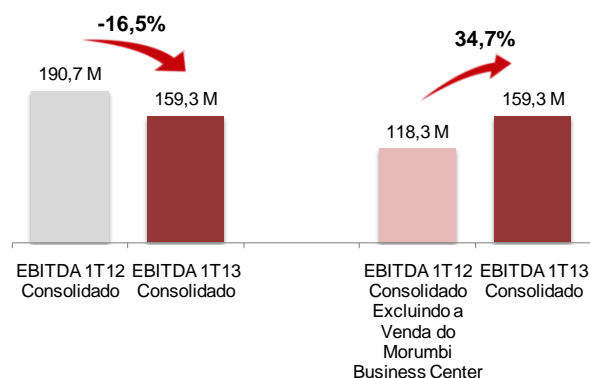
(2) EBITDA de Shopping Centers: não considera receitas, impostos sobre vendas, custos e despesas com novos projetos para venda referentes a atividade imobiliária.

(3) EBITDA de Shopping Centers antes de Despesas com Novos Projetos para Locação: mesma metodologia do EBITDA de Shopping Centers, desconsiderando despesas com novos projetos para locação, uma vez que essas despesas referem-se a projetos que ainda não estão em operação.

O elevado nível do EBITDA Consolidado no 1T12 reduziu a comparabilidade com o 1T13

O EBITDA Consolidado do 1T12 foi impulsionado pela venda da torre comercial Morumbi Business Center por R\$165,0 milhões. A receita de venda de imóveis foi equivalente 48,1% da receita bruta do 1T12, resultando em uma base de comparação muito elevada para a análise de 1T13/1T12. O EBITDA Consolidado no 1T13 foi de R\$159,3 milhões, 16,5% menor quando comparado com o pico do 1T12.

Para fins de comparação, se excluído o impacto da venda do Morumbi Business Center, o EBITDA Consolidado teria aumentado 34,7% no 1T13.



A margem de EBITDA Consolidado alcançou 71,3% no 1T13, 1.227 bps mais elevada que no 1T12

A margem de EBITDA Consolidado aumentou de 59,0% no 1T12 para 71,3% no 1T13, com menor atividade de venda de imóveis, redução nas despesas de sede e redução nas despesas com novos projetos para venda. Se excluído o impacto da venda do Morumbi Business Center, a margem de EBITDA Consolidado aumentaria de 66,9% no 1T12 para 71,3% no 1T13.

A margem de EBITDA Consolidado da Companhia é tradicionalmente menor que a margem EBITDA de Shopping Centers porque reflete as margens mais baixas da atividade imobiliária para venda, quando comparada com a margem dos projetos para locação. A aumento da margem de EBITDA Consolidado no 1T13, quando comparada ao 1T12, ocorreu devido principalmente à menor participação de projetos imobiliários para venda no resultado da Companhia.

EBITDA Consolidado (R\$)	1T13	1T12	Var. %	1T12 ex-MBC	Var. %
<b>Receita Líquida</b>	<b>223,5 M</b>	<b>323,3 M</b>	<b>▼ 30,9%</b>	<b>176,6 M</b>	<b>▲ 26,5%</b>
Despesas de sede	(19,9 M)	(25,6 M)	▼ 22,3%	(25,6 M)	▼ 22,3%
Despesas baseadas em opções de ações	(2,3 M)	(2,1 M)	▲ 10,6%	(2,1 M)	▲ 10,6%
Despesas de shopping centers	(24,9 M)	(18,4 M)	▲ 35,6%	(18,4 M)	▲ 35,6%
Despesas com novos projetos para locação	(4,4 M)	(2,3 M)	▲ 86,6%	(2,3 M)	▲ 86,6%
Despesas com novos projetos para venda	(2,5 M)	(6,0 M)	▼ 58,1%	(2,5 M)	▼ 0,7%
Custo de imóveis vendidos	(11,8 M)	(80,2 M)	▼ 85,2%	(9,4 M)	▲ 26,1%
Resultado de equivalência patrimonial	(0,5 M)	1,1 M	nd	1,1 M	nd
Outras receitas (despesas) operacionais	2,0 M	0,8 M	▲ 144,2%	0,8 M	▲ 143,6%
<b>EBITDA Consolidado</b>	<b>159,3 M</b>	<b>190,7 M</b>	<b>▼ 16,5%</b>	<b>118,3 M</b>	<b>▲ 34,7%</b>
Margem de EBITDA Consolidado	71,3%	59,0%	▲ 1227 b.p	66,9%	▲ 431 b.p

Conciliação do EBITDA Consolidado com as demonstrações financeiras

EBITDA (R\$'000)	1T13	1T12	Var. %
<b>Lucro Líquido</b>	<b>70,4 M</b>	<b>124,5 M</b>	<b>▼ 43,4%</b>
Participação dos acionistas minoritários	0,0 M	1,2 M	▼ 99,4%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	3,4 M	18,5 M	▼ 81,4%
Imposto de renda e contribuição social	26,9 M	22,1 M	▲ 22,0%
Depreciações e amortizações	28,1 M	17,3 M	▲ 62,8%
Despesas financeiras	40,0 M	27,2 M	▲ 47,4%
Receitas financeiras	(9,7 M)	(20,1 M)	▼ 51,8%
<b>EBITDA</b>	<b>159,3 M</b>	<b>190,7 M</b>	<b>▼ 16,5%</b>

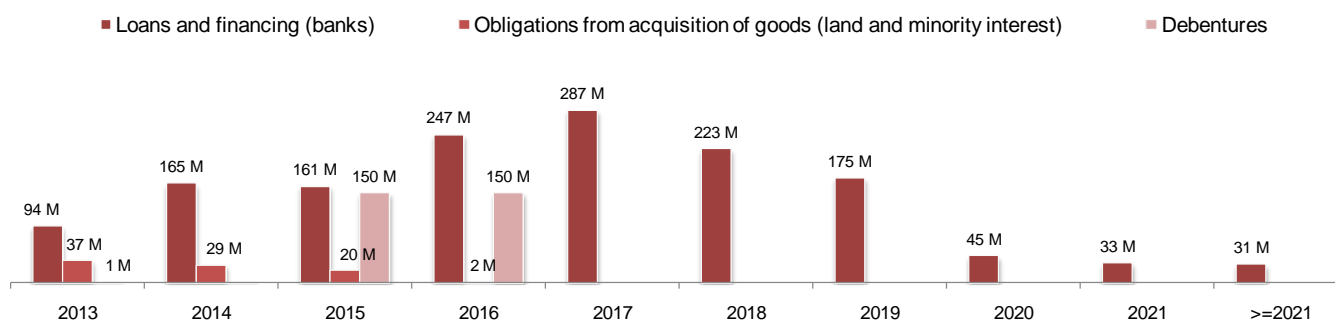
## 11.2 Resultados Financeiros, Dívida e Disponibilidades

A Multiplan fechou o 1T13 com uma dívida líquida de R\$1.643,6 milhões, comparada a R\$1.505,2 milhões no trimestre anterior. O número atual representa uma relação dívida líquida/EBITDA (últimos 12 meses) de 2,81x. No 1T13, o saldo entre o rendimento do caixa investido e as despesas financeiras gerou um resultado financeiro negativo de R\$30,3 milhões. Os recursos do *follow on* realizado em 2013 irão impactar positivamente a linha de caixa e equivalentes de caixa no 2T13.

	31 de março de 2013	31 de dezembro, 2012	Var. %
<b>Passivo Circulante</b>	<b>171,5 M</b>	<b>164,4 M</b>	<b>▲4,3%</b>
Empréstimos e financiamentos	125,6 M	106,9 M	▲17,5%
Debêntures	1,6 M	7,4 M	▼78,8%
Obrigações por aquisição de bens	44,4 M	50,1 M	▼11,5%
<b>Passivo não Circulante</b>	<b>1.701,3 M</b>	<b>1.735,8 M</b>	<b>▼2,0%</b>
Empréstimos e financiamentos	1.357,3 M	1.385,3 M	▼2,0%
Debêntures	300,0 M	300,0 M	▲0,0%
Obrigações por aquisição de bens	44,0 M	50,5 M	▼12,8%
<b>Dívida Bruta</b>	<b>1.872,9 M</b>	<b>1.900,2 M</b>	<b>▼1,4%</b>
<b>Caixa e Equivalentes de Caixa</b>	<b>229,2 M</b>	<b>395,0 M</b>	<b>▼42,0%</b>
<b>Dívida Líquida</b>	<b>1.643,6 M</b>	<b>1.505,2 M</b>	<b>▲9,2%</b>

A dívida líquida no 1T13 foi impactada principalmente pelas saídas de caixa referentes a (i) CAPEX de R\$213,9 milhões no período, (ii) amortização de R\$14,1 milhões referentes a obrigações por aquisição de bens, (iii) amortização de R\$16,1 milhões referentes a empréstimos e financiamentos, (iv) pagamento de R\$11,5 milhões em juros referentes as debêntures, e (v) R\$31,4 milhões em investimentos em terrenos e imobiliário para venda.

O aumento na dívida líquida resultou na variação da relação dívida líquida/EBITDA (últimos 12 meses) de 2,44x no 4T12 para 2,81x no 1T13. A relação dívida bruta/EBITDA (últimos 12 meses) aumentou de 3,09x no 4T12 para 3,21x no 1T13. Os recursos do *follow on* de 2013 não impactaram os indicadores financeiros do 1T13.



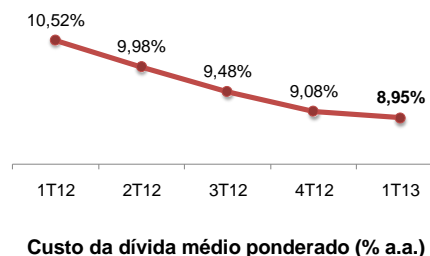
Perfil de amortização da dívida em 31 de março de 2013 (R\$)

Novo Follow On alcançou R\$626,4 Milhões

A Multiplan completou uma oferta 100% primária, aumentando seu capital em 10,8 milhões de ações, equivalente a R\$624,6 milhões. Os recursos líquidos do *follow on* foram transferidos para a Companhia em 3 de abril de 2013.

157 p.b. de redução no custo da dívida nos últimos 12 meses, 13 p.b. menor no trimestre

O custo médio ponderado da dívida caiu de 9,08% a.a. em 31 de dezembro de 2012 para 8,95% a.a. em 31 de março de 2013. Nos últimos 12 meses, o custo médio ponderado da dívida reduziu 157 p.b., saindo de 10,52% a.a. em 31 de março de 2012.

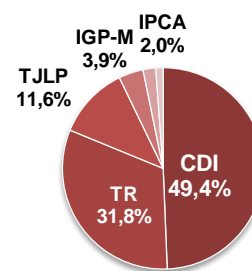


Dívida indexada a CDI atingiu 49,4% do endividamento total no 1T13

A Multiplan aumentou o peso da dívida indexada ao CDI para 49,4% do endividamento total no 1T13, saindo de 40,0% no 1T12. Durante este período, a taxa básica de juros caiu de 9,75% a.a. em 31 de março de 2012 para 7,25% a.a. em 31 de março de 2013.

A dívida indexada a TR, que era equivalente a 37,0% do endividamento total no 1T12, reduziu sua participação para 31,8% no 1T13.

A TJLP, que é o principal indexador utilizado pelo BNDES, apresentou um leve aumento do seu peso no endividamento total de 11,0% no 1T12 para 11,6% no 1T13. Este indexador, que ficou em 6,00% a.a. entre julho de 2009 e junho de 2012, reduziu para 5,50% a.a. em julho de 2012 e 5,00% a.a. em janeiro de 2013.



Indexadores da dívida da Multiplan em 31 de março de 2013

#### Indexadores de endividamento em 31 de março de 2013

	Desempenho dos indexadores	Taxa de juros média <sup>1</sup>	Custo da dívida	Saldo da dívida (R\$)
CDI	7,25%	0,91%	8,16%	924,4 M
TR <sup>2</sup>	0,08%	9,70%	9,78%	596,3 M
TJLP	5,00%	3,27%	8,27%	218,2 M
IGP-M <sup>2</sup>	8,05%	3,77%	11,82%	73,8 M
IPCA <sup>2</sup>	6,59%	7,38%	13,97%	38,1 M
Outros	0,00%	7,94%	7,94%	22,2 M
<b>Total</b>	<b>4,64%</b>	<b>4,31%</b>	<b>8,95%</b>	<b>1.872,9 M</b>

<sup>1</sup> Média ponderada da taxa de juros anual.

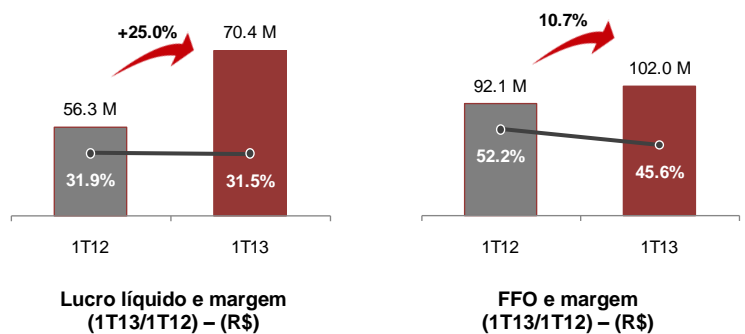
<sup>2</sup> Desempenho acumulado dos índices nos últimos 12 meses.

### 11.3 Lucro Líquido e Fluxo de Caixa Operacional (FFO)

Aumento robusto de 27,2% no lucro líquido para R\$70,4 milhões no 1T13

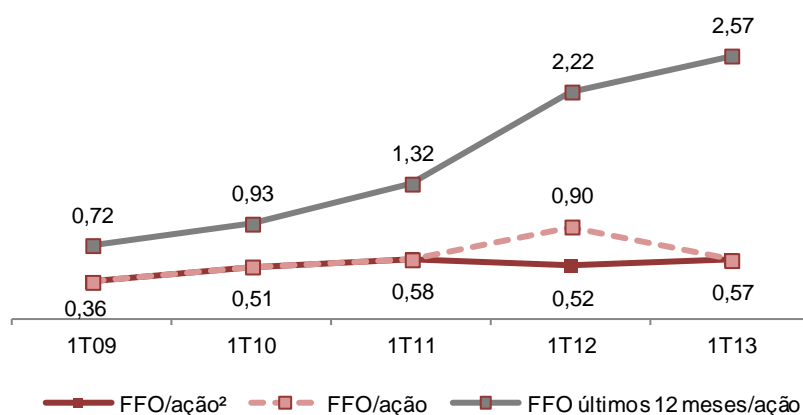
No 1T13, o lucro líquido foi de R\$70,4 milhões, 27,2% maior do que no 1T12 (excluindo o impacto da venda do Morumbi Business Center no 1T12), apesar do aumento na alavancagem de 1,04x para 2,81x dívida líquida EBITDA (últimos 12 meses).

O FFO atingiu R\$102,0 milhões no 1T13, 10,7% maior do que no 1T12, também excluindo o impacto da venda do Morumbi Business Center no 1T12.



Cálculo do Lucro Líquido e do FFO	1T13	1T12	Var. %	1T12 ex-MBC	Var. %
Receita líquida	223,5 M	323,3 M	▼30,9%	176,6 M	▲26,5%
Despesas operacionais	(64,3 M)	(132,6 M)	▼51,6%	(58,4 M)	▲10,0%
Resultado financeiro	(30,4 M)	(7,1 M)	▲327,3%	(7,4 M)	▲311,2%
Depreciação e amortização	(28,1 M)	(17,3 M)	▲62,8%	(17,3 M)	▲62,8%
Imposto de renda e contribuição social	(26,9 M)	(22,1 M)	▲22,0%	(17,5 M)	▲54,1%
Participações minoritárias	(0,0 M)	(1,2 M)	▼99,4%	(1,2 M)	▼99,4%
<b>Lucro líquido ajustado</b>	<b>73,9 M</b>	<b>143,0 M</b>	<b>▼48,4%</b>	<b>74,9 M</b>	<b>▼1,3%</b>
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(3,4 M)	(18,5 M)	▼81,4%	(18,5 M)	▼81,4%
<b>Lucro líquido</b>	<b>70,4 M</b>	<b>124,5 M</b>	<b>▼43,4%</b>	<b>56,3 M</b>	<b>▲25,0%</b>
Depreciação e amortização	28,1 M	17,3 M	▲62,8%	17,3 M	▲62,8%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	3,4 M	18,5 M	▼81,4%	18,5 M	▼81,4%
<b>FFO</b>	<b>102,0 M</b>	<b>160,3 M</b>	<b>▼36,4%</b>	<b>92,1 M</b>	<b>▲10,7%</b>
<b>FFO/ação<sup>1</sup></b>	<b>0,57</b>	<b>0,90</b>	<b>▼36,4%</b>	<b>0,52</b>	<b>▲10,7%</b>

<sup>1</sup> Ações em circulação no final de cada período, ajustadas pelas ações em tesouraria.



#### Evolução do FFO (R\$) por ação

<sup>2</sup>Exclui o impacto da venda do Morumbi Business Center





**12. Portfólio**

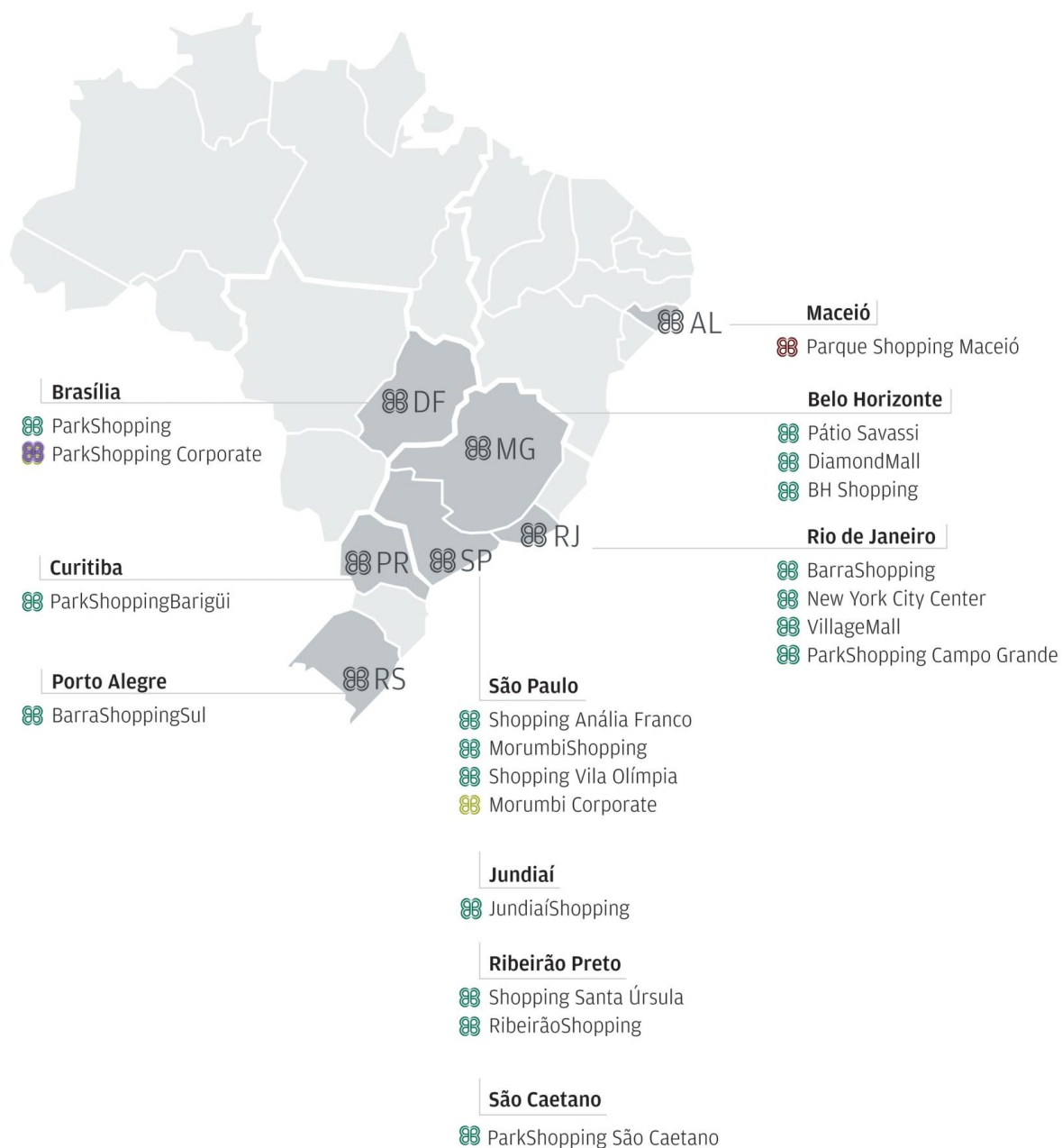
Portfólio – 1T13	Inauguração	Estado	Multiplan %	ABL Total	Locação (mês) <sup>1</sup>	Vendas (mês) <sup>2</sup>	Taxa ocupação média
<b>SCs em operação</b>							
BHShopping	1979	MG	80,0%	47.565 m <sup>2</sup>	168 R\$/m <sup>2</sup>	1.686 R\$/m <sup>2</sup>	98,7%
RibeirãoShopping	1981	SP	76,7%	50.552 m <sup>2</sup>	79 R\$/m <sup>2</sup>	1.045 R\$/m <sup>2</sup>	99,0%
BarraShopping	1981	RJ	51,1%	69.465 m <sup>2</sup>	169 R\$/m <sup>2</sup>	2.094 R\$/m <sup>2</sup>	98,9%
MorumbiShopping	1982	SP	65,8%	55.089 m <sup>2</sup>	185 R\$/m <sup>2</sup>	1.945 R\$/m <sup>2</sup>	96,1%
ParkShopping	1983	DF	61,7%	53.448 m <sup>2</sup>	116 R\$/m <sup>2</sup>	1.449 R\$/m <sup>2</sup>	97,5%
DiamondMall	1996	MG	90,0%	21.386 m <sup>2</sup>	145 R\$/m <sup>2</sup>	1.924 R\$/m <sup>2</sup>	99,2%
New York City Center	1999	RJ	50,0%	22.271 m <sup>2</sup>	49 R\$/m <sup>2</sup>	893 R\$/m <sup>2</sup>	100,0%
Shopping AnáliaFranco	1999	SP	30,0%	50.427 m <sup>2</sup>	110 R\$/m <sup>2</sup>	1.297 R\$/m <sup>2</sup>	99,8%
ParkShoppingBarigüi	2003	PR	84,0%	50.182 m <sup>2</sup>	84 R\$/m <sup>2</sup>	1.297 R\$/m <sup>2</sup>	99,1%
Pátio Savassi	2004	MG	96,5%	17.253 m <sup>2</sup>	102 R\$/m <sup>2</sup>	1.542 R\$/m <sup>2</sup>	99,2%
Shopping Santa Úrsula	1999	SP	62,5%	23.057 m <sup>2</sup>	34 R\$/m <sup>2</sup>	636 R\$/m <sup>2</sup>	96,1%
BarraShoppingSul	2008	RS	100,0%	68.261 m <sup>2</sup>	77 R\$/m <sup>2</sup>	1.020 R\$/m <sup>2</sup>	99,1%
Shopping Vila Olímpia	2009	SP	60,0%	28.363 m <sup>2</sup>	99 R\$/m <sup>2</sup>	955 R\$/m <sup>2</sup>	89,8%
ParkShoppingSãoCaetano	2011	SP	100,0%	39.274 m <sup>2</sup>	75 R\$/m <sup>2</sup>	877 R\$/m <sup>2</sup>	98,3%
JudiaiShopping	2012	SP	100,0%	34.501 m <sup>2</sup>	69 R\$/m <sup>2</sup>	686 R\$/m <sup>2</sup>	97,2%
ParkShoppingCampoGrande	2012	RJ	90,0%	42.355 m <sup>2</sup>	71 R\$/m <sup>2</sup>	630 R\$/m <sup>2</sup>	94,0%
VillageMall	2012	RJ	100,0%	25.235 m <sup>2</sup>	104 R\$/m <sup>2</sup>	1.141 R\$/m <sup>2</sup>	89,0%
<b>Subtotal SCs em operação</b>			<b>74,8%</b>	<b>698.685 m<sup>2</sup></b>	<b>110 R\$/m<sup>2</sup></b>	<b>1.305 R\$/m<sup>2</sup></b>	<b>97,5%</b>
<b>Torres comerciais em operação</b>							
ParkShopping Corporate	2012	DF	50,0%	13.360 m <sup>2</sup>	-	-	Leasing phase
<b>Subtotal torres em operação</b>			<b>50,0%</b>	<b>13.360 m<sup>2</sup></b>			
<b>Expansões em desenvolvimento</b>							
BarraShopping	2014	RJ	51,1%	5.275 m <sup>2</sup>	-	-	-
RibeirãoShopping	2013	SP	76,2%	15.168 m <sup>2</sup>			
<b>Subtotal expansões em desenvolvimento</b>			<b>69,7%</b>	<b>20.443 m<sup>2</sup></b>			
<b>SC em desenvolvimento</b>							
Parque Shopping Maceió	2013	AL	50,0%	37.222 m <sup>2</sup>	-	-	-
<b>Subtotal SC em desenvolvimento</b>			<b>50,0%</b>	<b>37.222 m<sup>2</sup></b>			
<b>Torres para locação em desenvolvimento</b>							
Morumbi Corporate	2013	SP	100,0%	74.198 m <sup>2</sup>	-	-	-
BarraShopping Office	2014	RJ	51,1%	4.204 m <sup>2</sup>			
<b>Subtotal torres em desenvolvimento</b>			<b>97,4%</b>	<b>78.402 m<sup>2</sup></b>			
<b>Total portfólio</b>			<b>75,3%</b>	<b>848.112 m<sup>2</sup></b>	<b>110 R\$/m<sup>2</sup></b>	<b>1.305 R\$/m<sup>2</sup></b>	<b>97,5%</b>

<sup>1</sup> Locação/m<sup>2</sup>/mês divide a receita de locação, excluindo merchandising e lojas que não reportam vendas por ABL próprio que reporta vendas.

<sup>2</sup> Vendas/m<sup>2</sup>/mês divide vendas totais pela área composta por lojas que reportam vendas mensais.

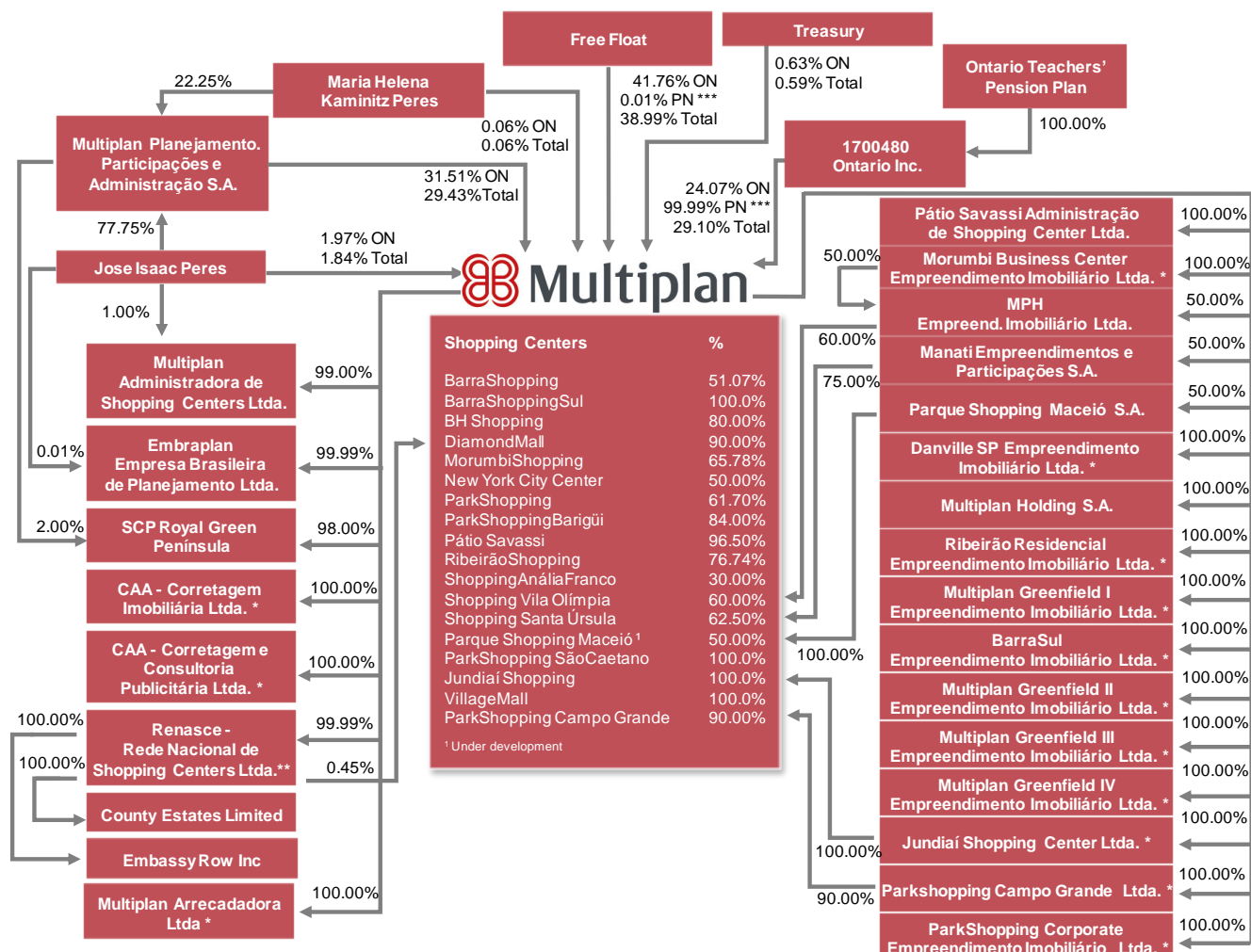
## Mapa de atuação

-  Torre para locação em operação
-  Torre para locação em desenvolvimento
-  Shopping center em desenvolvimento
-  Shopping center em operação



### 13. Estrutura Societária

A estrutura societária da Multiplanem 31 de março de 2013, está descrita no gráfico abaixo. De um total de 179.197.214 ações emitidas, 167.338.867 são ordinárias e 11.858.347 são preferenciais detidas exclusivamente pela Ontario Teachers' Pension Plan e não são listadas ou negociadas em nenhuma bolsa de valores.



\* A Multiplan Holding S.A. detém participação igual ou inferior a 1,00% nestas empresas.

\*\* José Isaac Peres detém participação de 0,01% nesta empresa.

\*\*\* Os valores percentuais refletem duas ações preferenciais cedidas fiduciariamente a dois ex-membros do Conselho de Administração indicados pelo acionista controlador 1700480 Ontario Inc.

A Multiplan detém participações nas Sociedades de Propósito Específico (SPE), conforme descrito abaixo:

**MPH Empreendimentos Imobiliário Ltda.:** possui 60,0% de participação no Shopping Vila Olímpia. A Multiplan detém direta e indiretamente 100% da MPH.

**Manati Empreendimentos e Participações S.A.:** detém uma participação de 75% no Shopping Santa Úrsula, em Ribeirão Preto, SP, onde a Multiplan tem uma sociedade 50/50.

**Parque Shopping Maceió S.A.:** é a Sociedade de Propósito Específico para o Shopping Maceió, onde a Multiplan detém uma participação de 50%.

**Danville SP Empreendimento Imobiliário Ltda.:** SPE criada para o desenvolvimento de projeto imobiliário na cidade de Ribeirão Preto.

**Multiplan Holding S.A.:** subsidiária integral da Multiplan, que tem por objeto a participação em outras sociedades do grupo Multiplan.

**Ribeirão Residencial Empreendimento Imobiliário Ltda.:** SPE criada para o desenvolvimento de projeto imobiliário na cidade de Ribeirão Preto.

**Multiplan Greenfield I Empreendimento Imobiliário Ltda.:** SPE criada para o desenvolvimento de projeto imobiliário na cidade de Porto Alegre.

**BarraSul Empreendimento Imobiliário Ltda.:** SPE criada para o desenvolvimento de projeto imobiliário na cidade de Porto Alegre.

**Morumbi Business Center Empreendimento Imobiliário Ltda.:** SPE criada para o desenvolvimento de projeto imobiliário na cidade de São Paulo.

**Multiplan Greenfield II Empreendimento Imobiliário Ltda.:** SPE criada para o desenvolvimento de projeto imobiliário na cidade de São Paulo.

**Multiplan Greenfield III Empreendimento Imobiliário Ltda.:** SPE criada para o desenvolvimento de projeto imobiliário na cidade do Rio de Janeiro.

**Multiplan Greenfield IV Empreendimento Imobiliário Ltda.:** SPE criada para o desenvolvimento de projeto imobiliário na cidade de São Paulo.

**Jundiaí Shopping Center Ltda.:** Detém 100,0% de participação no JundiaíShopping. Multiplan possui 100,0% de participação na Jundiaí Shopping Center Ltda..

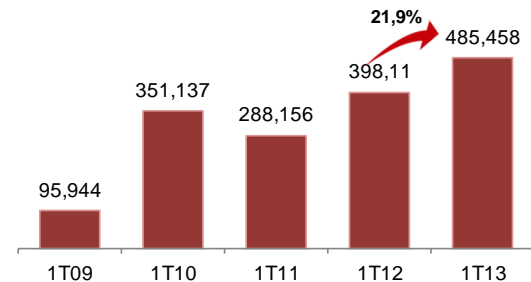
**Park Shopping Campo Grande Ltda.:** SPE criada para o desenvolvimento do ParkShoppingCampoGrande.

**ParkShopping Corporate Corporate Empreendimento Imobiliário Ltda.** SPE criada para o desenvolvimento de projeto imobiliário na cidade de Brasília

#### 14. MULT3 e Mercado de Ações

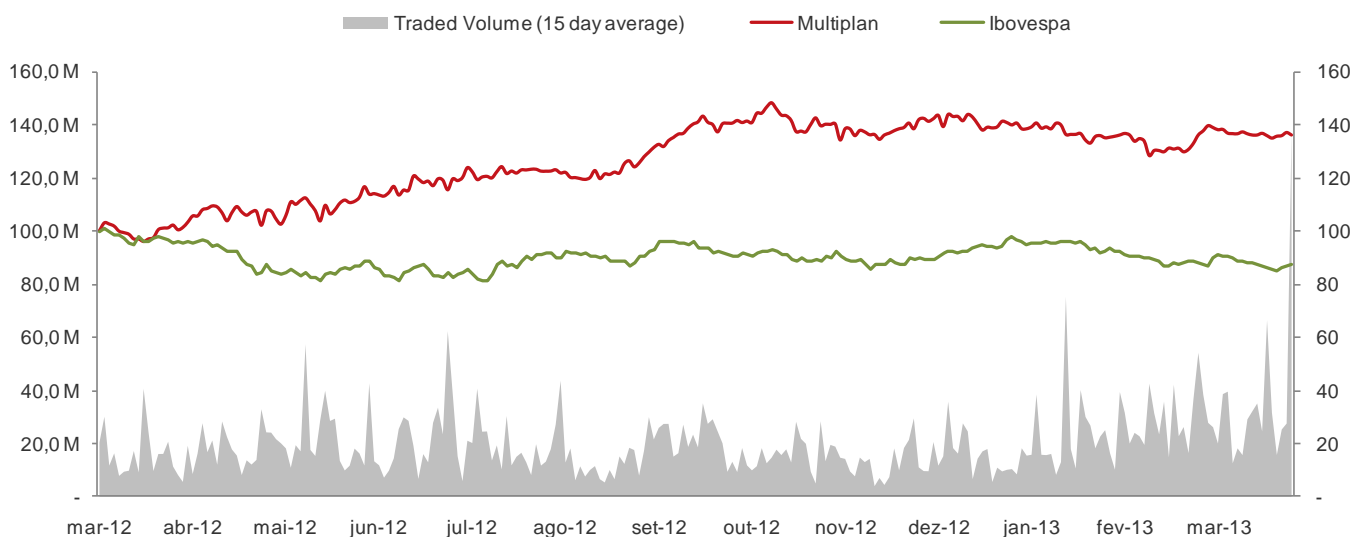
Liquidez diária da Multiplan atinge R\$28,1 milhões no 1T13, alta de 77,3%

A ação da Multiplan (MULT3 na BM&FBOVESPA; MULT3 BZ no Bloomberg) fechou o 1T13 cotada a R\$58,00/ação, um aumento de 36,0% quando comparado ao 1T12, apresentando desempenho superior ao índice Ibovespa em 4.864 p.b., que depreciou 12,6% no mesmo período. No 1T13, o volume financeiro médio diário negociado pelas ações da Multiplan aumentou 77,3%, atingindo R\$28,1 milhões/dia, comparado a R\$15,9 milhões no 1T12. Considerando o volume médio de ações negociadas no 1T13, o aumento foi de 21,9% sobre o 1T12.



**Evolução de volume diário médio de ações negociadas**

As ações da Multiplan fazem parte dos seguintes índices: índice Brasil (IBRX), Índice Tag Along (ITAG), Índice de Ações com Governança Corporativa (IGC), Índice Imobiliário (IMOB), Índice Mid-Large Cap (MLCX), Índice MSCI Brazil Fund, FTSE EPRA/NAREIT Global Index, FTSE All World Emerging Index, FTSE All World EX US Index Fund, MSCI Emerging Markets Index, MSCI BRIC Index Fund, SPL Total International Stock Index e S&P Global ex-US Property Index.

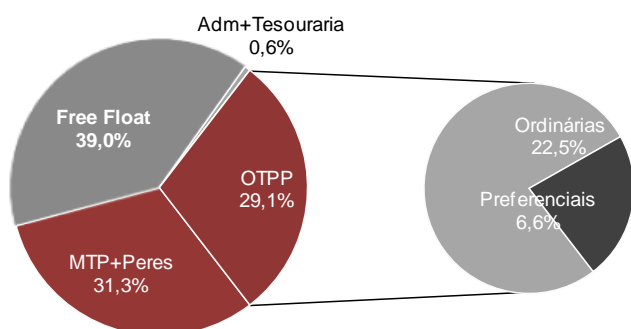


**Varição: MULT3, volume MULT3 e Ibovespa**  
 Base 100 = 31 de março de 2012

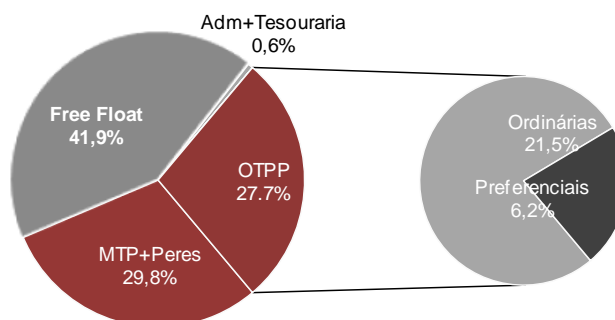
MULT3 na BM&FBOVESPA	1T13	1T12	Var.%
Preço médio de fechamento	57,91	39,83	▲45,4%
Preço de fechamento	58,00	42,65	▲36,0%
Volume médio diário negociado	R\$ 28,1 M	R\$ 15,9 M	▲77,3%
Valor de mercado	R\$ 10.393 M	R\$ 7.643 M	▲36,0%

Em 31 de março 2013, 31,3% das ações da Companhia pertenciam direta e indiretamente pelo Sr. E Sra. Peres. A Ontario Teachers' Pension Plan (OTPP) detinha 29,1% e o free-float era equivalente a 39,0%. Ações detidas pela administração e em tesouraria somaram 0,6% das ações em circulação. O número total de ações emitidas era de 179.197.214.

É válido notar que estas informações foram antes da oferta de ações, fechada em abril de 2013. A estrutura societária antes e depois da oferta de ações está descrita nos gráfico abaixo.



**Abertura da estrutura societária em 31 de março de 2013**  
(antes da oferta de ações)  
OTPP – Ontario Teachers Pension Plan



**Abertura da estrutura societária após oferta de ações**  
OTPP – Ontario Teachers Pension Plan

**15. Apêndices**
**Destques Operacionais e Financeiros**

<b>Desempenho</b>			
<b>Desempenho Financeiro (%MTE)</b>	<b>1T13</b>	<b>1T12</b>	<b>Var.%</b>
Receita bruta R\$'000	245.923	346.026	▼28,9%
Receita líquida R\$'000	223.546	323.349	▼30,9%
Receita líquida R\$/m <sup>2</sup>	439,6	789,0	▼44,3%
Receita líquida US\$/pé	20,2	40,1	▼49,7%
Receita de locação (com efeito da linearidade) R\$'000	164.002	128.089	▲28,0%
Receita de locação R\$/m <sup>2</sup>	322,5	312,5	▲3,2%
Receita de locação US\$/pé	14,8	15,9	▼6,8%
Receita de locação mensal R\$/m <sup>2</sup>	107,5	104,2	▲3,2%
Receita de locação mensal US\$/pé	4,9	5,3	▼6,8%
Resultado Operacional Líquido (NOI) R\$'000	169.281	132.147	▲28,1%
Resultado Operacional Líquido R\$/m <sup>2</sup>	332,9	322,4	▲3,2%
Resultado Operacional Líquido US\$/pé	15,3	16,4	▼6,7%
Margem NOI	87,2%	87,8%	▼62 b.p
NOI por ação R\$	0,95	0,74	▲28,1%
NOI + CD R\$'000	182.083	141.054	▲29,1%
NOI + CD R\$/m <sup>2</sup>	358,0	344,2	▲4,0%
NOI + CD US\$/pé	16,4	17,5	▼6,0%
Margem NOI + CD	88,0%	88,5%	▼51 b.p
NOI + CD por ação R\$	1,02	0,79	▲29,1%
Despesas de sede R\$'000	19.860	25.561	▼22,3%
Despesas de sede/Receita líquida	8,88%	7,91%	▲98 b.p
EBITDA R\$'000	159.287	190.717	▼16,5%
EBITDA R\$/m <sup>2</sup>	313,2	465,4	▼32,7%
EBITDA US\$/pé	14,4	23,7	▼39,2%
Margem EBITDA	71,3%	59,0%	▲1.227 b.p
EBITDA por ação R\$	0,89	1,07	▼16,5%
Lucro líquido ajustado R\$'000	73.865	143.019	▼48,4%
Lucro líquido ajustado R\$/m <sup>2</sup>	145,2	349,0	▼58,4%
Lucro líquido ajustado US\$/pé	6,7	17,7	▼62,4%
Margem líquida ajustada	33,04%	44,23%	▼1.119 b.p
Lucro líquido ajustado por ação R\$	0,41	0,80	▼48,4%
FFO R\$'000	101.969	160.282	▼36,4%
FFO R\$/m <sup>2</sup>	200,5	391,1	▼48,7%
FFO US\$'000	50.425	87.739	▼42,5%
FFO US\$/pé	9,2	19,9	▼53,7%
Margem FFO	45,6%	49,6%	▼8,0%
FFO por ação R\$	0,57	0,90	▼36,4%
Dólar (US\$) final do trimestre	2,0222	1,8268	▲10,7%

**Destques Operacionais e Financeiros**

<b>Desempenho</b>			
<b>Desempenho do Mercado</b>	<b>1T13</b>	<b>1T12</b>	<b>Chg.%</b>
Número de ações	179.197.214	179.197.214	▲0,0%
Ações ordinárias	167.338.867	167.338.867	▲0,0%
Ações preferenciais	11.858.347	11.858.347	▲0,0%
Preço médio da ação R\$	57,91	39,83	▲45,4%
Preço de fechamento da ação R\$	58,00	42,65	▲36,0%
Volume médio diário negociado (R\$ '000)	28.115	15.855	▲77,3%
Valor de mercado (R\$ '000)	10.393.438	7.642.761	▲36,0%
Dívida bruta (R\$ '000)	1.872.867	1.218.645	▲53,7%
Caixa (R\$ '000)	229.222	655.034	▼65,0%
Dívida líquida (R\$ '000)	1.643.645	563.611	▲191,6%
P/FFO (Últimos 12 meses)	22,7 x	19,4 x	▲17,4%
EV/EBITDA (Últimos 12 meses)	20,6 x	15,1 x	▲36,3%
Dívida Líquida/EBITDA (Últimos 12 meses)	2,8 x	1,0 x	▲171,1%

<b>Desempenho</b>			
<b>Operacional (100%)</b>	<b>1T13</b>	<b>1T12</b>	<b>Chg.%</b>
ABL total final	698.685	592.251	▲18,0%
ABL própria final	522.661	420.054	▲24,4%
ABL própria %	74,8%	70,9%	▲388 b.p
ABL total ajustada (med.) <sup>1</sup>	684.622	577.836	▲18,5%
ABL própria ajustada (med.) <sup>1</sup>	508.567	409.830	▲24,1%
Vendas totais R\$'000	2.445.613	2.050.575	▲19,3%
Vendas totais R\$'000 R\$/m <sup>2</sup>	3.572	3.549	▲0,7%
Vendas totais US\$/pé	164	180	▼9,1%
Vendas nas Mesmas Lojas	▲8,1%	▲8,2%	▼10 b.p
Vendas na Mesma Área	▲8,8%	▲9,7%	▼90 b.p
Aluguel nas Mesmas Lojas	▲11,4%	▲11,9%	▼50 b.p
Aluguel na Mesma Área	▲9,7%	▲11,5%	▼180 b.p
Custos de ocupação	14,2%	14,0%	▲19 b.p
Aluguel como % das vendas	8,1%	8,2%	▼5 b.p
Outros como % das vendas	6,0%	5,8%	▲25 b.p
Turnover	0,4%	0,9%	▼50 b.p
Taxa de ocupação	97,5%	97,2%	▲26 b.p
Inadimplência (25 dias de atraso)	2,2%	2,1%	▲11 b.p
Perda de aluguel	0,2%	0,3%	▼10 b.p

<sup>1</sup> ABL ajustado corresponde ao ABL médio do período, excluindo a área de 14.400 m<sup>2</sup> do supermercado BIG no BarraShoppingSul

**Demonstração de Resultados Consolidados (R\$'000)**

(R\$'000)	1T13	1T12	Var. %
Locação de lojas	154,436	121,975	▲26.6%
Serviços	24,827	20,447	▲21.4%
Cessão de direitos	12,802	8,907	▲43.7%
Receita de estacionamento	30,196	22,418	▲34.7%
Venda de imóveis	14,111	166,054	▼91.5%
Apropriação de receita de aluguel linear	9,546	6,114	▲56.1%
Outras	5	111	▼95.5%
<b>Receita Bruta</b>	<b>245,923</b>	<b>346,026</b>	<b>▼28.9%</b>
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços prestados	(22,377)	(22,677)	▼1.3%
<b>Receita Líquida</b>	<b>223,546</b>	<b>323,349</b>	<b>▼30.9%</b>
Despesas de sede	(19,860)	(25,561)	▼22.3%
Despesas remuneradas baseadas em opções de ações	(2,324)	(2,101)	▲10.6%
Despesas de shopping centers	(24,897)	(18,360)	▲35.6%
Despesas com novos projetos para locação	(4,371)	(2,343)	▲86.6%
Despesas com novos projetos para venda	(2,509)	(5,982)	▼58.1%
Custo de imóveis vendidos	(11,841)	(80,165)	▼85.2%
Resultado de equivalência patrimonial	(450)	1,064	na
Outras receitas (despesas) operacionais	1,993	816	▲144.2%
<b>EBITDA</b>	<b>159,287</b>	<b>190,717</b>	<b>▼16.5%</b>
Receitas financeiras	9,665	20,058	▼51.8%
Despesas financeiras	(40,038)	(27,166)	▲47.4%
Depreciações e amortizações	(28,104)	(17,263)	▲62.8%
<b>Lucro Antes do Imposto de Renda</b>	<b>100,810</b>	<b>166,346</b>	<b>▼39.4%</b>
Imposto de renda e contribuição social	(26,938)	(22,079)	▲22.0%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(3,443)	(18,528)	▼81.4%
Participação dos acionistas minoritários	(7)	(1,248)	▼99.4%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>70,422</b>	<b>124,491</b>	<b>▼43.4%</b>

(R\$'000)	1T13	1T12	Var. %
<b>NOI</b>	<b>169,281</b>	<b>132,147</b>	<b>▲28.1%</b>
<i>Margem NOI</i>	87.2%	87.8%	▼62 b.p
<b>NOI + Cessão de Direitos</b>	<b>182,083</b>	<b>141,054</b>	<b>▲29.1%</b>
<i>Margem NOI + Cessão de Direitos</i>	88.0%	88.5%	▼51 b.p
<b>EBITDA de Shopping Centers</b>	<b>161,260</b>	<b>120,628</b>	<b>▲33.7%</b>
<i>Margem EBITDA de Shopping Centers</i>	76.5%	71.7%	▲480 b.p
<b>EBITDA (Shopping Center + Imobiliário)</b>	<b>159,287</b>	<b>190,717</b>	<b>▼16.5%</b>
<i>Margem de EBITDA</i>	71.3%	59.0%	▲1,227 b.p
<b>Lucro Líquido</b>	<b>70,422</b>	<b>124,491</b>	<b>▼43.4%</b>
<i>Margem de lucro líquido</i>	31.5%	38.5%	▼700 b.p
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>73,865</b>	<b>143,019</b>	<b>▼48.4%</b>
<i>Margem de lucro líquido ajustado</i>	33.0%	44.2%	▼1,119 b.p
<b>FFO</b>	<b>101,969</b>	<b>160,282</b>	<b>▼36.4%</b>
<i>Margem FFO</i>	45.6%	49.6%	▼396 b.p

**Balanco Patrimonial (R\$'000)**

<b>ATIVO</b>	<b>31/03/2013</b>	<b>31/12/2012</b>	<b>% Variação</b>
<b>Ativo Circulante</b>			
Disponibilidades e valores equivalentes	229,222	395,001	▼42.0%
Aplicações financeiras	2,178	-	na
Contas a receber	174,262	219,592	▼20.6%
Terrenos e imóveis a comercializar	195,116	166,084	▲17.5%
Partes relacionadas	6,803	14,963	▼54.5%
Impostos e contribuições sociais a compensar	5,649	28,623	▼80.3%
Outros	66,491	27,075	▲145.6%
<b>Total do Ativo Circulante</b>	<b>679,721</b>	<b>851,338</b>	<b>▼20.2%</b>
<b>Ativo não Circulante</b>			
Contas a receber	58,226	61,473	▼5.3%
Terrenos e imóveis a comercializar	335,532	333,175	▲0.7%
Partes relacionadas	15,523	16,750	▼7.3%
Depósitos judiciais	25,816	24,792	▲4.1%
Outros	4,752	4,013	▲18.4%
Investimentos	4,330	4,493	▼3.6%
Propriedades para investimento	4,107,748	4,030,575	▲1.9%
Imobilizado	124,714	17,366	▲618.2%
Intangível	342,875	340,537	▲0.7%
<b>Total do Ativo não Circulante</b>	<b>5,019,516</b>	<b>4,833,174</b>	<b>▲3.9%</b>
<b>Total do Ativo</b>	<b>5,699,237</b>	<b>5,684,512</b>	<b>▲0.3%</b>
<b>PASSIVO</b>	<b>31/03/2013</b>	<b>31/12/2012</b>	<b>% Variação</b>
<b>Passivo Circulante</b>			
Empréstimos e financiamentos	125,621	106,928	▲17.5%
Debêntures	1,575	7,425	▼78.8%
Contas a pagar	184,322	185,325	▼0.5%
Obrigações por aquisição de bens	44,350	50,093	▼11.5%
Impostos e contribuições a recolher	23,013	19,126	▲20.3%
Dividendos a pagar	106,997	106,997	▲0.0%
Receitas e custos diferidos	55,485	49,929	▲11.1%
Adiantamentos de clientes	9,913	18,373	▼46.0%
Outros	5,062	5,232	▼3.2%
<b>Total Passivo Circulante</b>	<b>556,338</b>	<b>549,428</b>	<b>▲1.3%</b>
<b>Passivo não Circulante</b>			
Empréstimos e financiamentos	1,357,301	1,385,281	▼2.0%
Debêntures	300,000	300,000	▲0.0%
Imposto de renda e contribuições social diferidos	106,075	101,934	▲4.1%
Obrigações por aquisição de bens	44,020	50,497	▼12.8%
Parcelamento de impostos	510	579	▼11.9%
Provisão para riscos	22,880	24,663	▼7.2%
Receitas e custos diferidos	44,500	66,790	▼33.4%
<b>Total do Passivo não Circulante</b>	<b>1,875,286</b>	<b>1,929,744</b>	<b>▼2.8%</b>
<b>Patrimônio Líquido</b>			
Capital social	1,761,662	1,761,662	▲0.0%
Reserva de capital	967,597	965,271	▲0.2%
Reserva de lucros	568,725	626,696	▼9.3%
Gasto com emissão de ações	(21,016)	(21,016)	▲0.0%
Ações em tesouraria	(47,584)	(37,408)	▲27.2%
Efeitos em transação de capital	(89,996)	(89,996)	▲0.0%
Dividendos propostos	58,726	-	na
Lucros acumulados	69,361	-	na
Participação dos acionistas minoritários	138	131	▲5.3%
<b>Total do Patrimônio Líquido</b>	<b>3,267,613</b>	<b>3,205,340</b>	<b>▲1.9%</b>
<b>Total do Patrimônio Líquido e Passivos</b>	<b>5,699,237</b>	<b>5,684,512</b>	<b>▲0.3%</b>

## Glossário

**ABL:** Área Bruta Locável, que corresponde ao somatório de todas as áreas disponíveis para a locação nos shopping centers, exceto merchandising.

**ABL Própria:** ou ABL da companhia ou ABL Multiplan, refere-se à ABL total ponderada pela participação da Multiplan em cada shopping.

**ABL Própria Esperada:** ABL correspondente à participação da Companhia nos projetos em desenvolvimento.

**Aluguel Complementar:** É a diferença (quando positiva) entre o aluguel mínimo e o aluguel com base em porcentagem de vendas paga como aluguel, conforme definida em contrato.

**Aluguel Sazonal:** Aluguel adicional cobrado normalmente da maioria dos locatários em dezembro, devido às maiores vendas promovidas pelo natal, além de maiores despesas incorridas nesta época do ano.

**Aluguel na Mesma Área (na sigla em inglês SAR):** É a relação entre o aluguel faturado em uma mesma área no ano anterior com o ano atual excluindo a taxa de vacância.

**Aluguel nas Mesmas Lojas (na sigla em inglês SSR):** Variação do aluguel faturado de lojas em operação nos dois períodos comparados.

**Aluguel Mínimo (ou Aluguel-Base):** É o aluguel mínimo do contrato de locação de um lojista. Caso um lojista não tenha contratado um aluguel-base, o aluguel mínimo será uma porcentagem de suas vendas.

**Banco de Terrenos:** Terrenos adquiridos pela Multiplan para empreendimentos futuros.

**Brownfield:** projetos de expansões em shopping centers existentes.

**CAGR:** *Compounded Annual Growth Rate*. Taxa Composta de Crescimento Anual. Corresponde à taxa média de crescimento em bases anuais.

**CAPEX:** *Capital Expenditure*. É a estimativa do montante de recursos a ser desembolsado para o desenvolvimento, expansão ou melhoria de um ativo. O valor capitalizado representa a variação do ativo permanente, imobilizado, intangível, propriedades para investimento e depreciação.

**CDI:** Certificado de Depósito Interbancário. Certificados emitidos pelos bancos para geração de liquidez. Sua taxa média de 1 (um) dia, anualizada, é utilizada como referência para as taxas de juros da economia brasileira.

**Cessão de Direitos (CD):** Cessão de Direitos é o valor pago pelo lojista para ingressar no shopping center. O contrato de cessão de direitos, quando assinado, é reconhecido na conta de receita diferida e na conta de recebíveis, mas sua receita é reconhecida na conta de receita de cessão de direitos em parcelas lineares, somente no momento de uma abertura, pelo período do contrato de locação. Cessão de Direitos não recorrentes refere-se a contratos de lojas novas em novos empreendimentos ou expansões (inaugurados nos últimos 5 anos). Cessão de Direitos "Operacional" refere-se a lojas que estão mudando em um shopping center já em funcionamento.

**Custo de Ocupação:** É o custo de locação de uma loja como porcentagem das vendas. Inclui o aluguel e outras despesas (despesas de condomínio e fundo promocional).

**Crescimento Orgânico:** Crescimento da receita que não seja oriundo de aquisições, expansões e novos empreendimentos apurados no período em questão.

**Debênture:** instrumento de dívida emitido pelas companhias para captação de recursos. As debêntures da Multiplan são do tipo não conversíveis, significando que não podem ser convertidas em ações. Além disso, o titular da debênture não tem direito a voto.

**Despesas com Novos Projetos para Locação:** Despesas pré-operacionais, atreladas a projetos greenfield e expansões, contabilizada como despesa na demonstração de resultados, conforme estabelecido no pronunciamento CPC 04 em 2009.

**Despesas com Novos Projetos para Venda:** Despesas pré-operacionais, geradas nas operações de desenvolvimento imobiliário para venda, contabilizada como despesa na demonstração de resultados, conforme pronunciamento CPC 04 em 2009.

**EBITDA:** *Earnings Before Interest, Tax, Depreciation and Amortization*. Lucro (prejuízo) líquido adicionado das despesas com IRPJ e CSLL, resultado financeiro, depreciação e amortização. O EBITDA não possui uma definição única, e sua definição pode não ser comparável ao EBITDA utilizado por outras companhias.

**Efeito da Linearidade:** Método contábil que tem como objetivo retirar a volatilidade e sazonalidade das receitas de aluguel. O reconhecimento contábil da receita de locação, incluindo o aluguel sazonal e reajustes contratuais quando aplicáveis, é baseado na linearização da receita durante o prazo do contrato independente do prazo de recebimento.

**Efeito do reajuste no IGP-DI:** É a média do aumento mensal do IGP-DI com um mês de atraso, multiplicada pela porcentagem da ABL ajustada no respectivo mês.

**EPS:** *Earnings per Share*. Ganhos por Ação; constitui-se do Lucro Líquido dividido pelo número total de ações da companhia.

**Equivalência Patrimonial:** A contabilização do resultado da participação societária em coligadas é demonstrada na demonstração do resultado da controladora como equivalência patrimonial, representando o lucro líquido atribuível aos acionistas da coligada.

**FFO (Fluxo de Caixa Operacional):** É a soma do Lucro Líquido Ajustado, depreciação e amortização.

**Greenfield:** Desenvolvimento de novos projetos de shopping centers.

**IBGE:** Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

**IGP-DI (Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna):** Índice de inflação apurado pela Fundação Getúlio Vargas, com período de coleta do primeiro ao último dia do mês de referência e divulgação próxima ao dia 20 do mês posterior. Possui a mesma composição do IGP-M (Índice Geral de Preços do Mercado), diferenciando-se apenas o período de coleta.

**IPCA (Índice de Preços ao Consumidor Amplo):** Calculado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, é o indicador nacional de inflação controlado pelo Banco Central do Brasil.

**Lojas Âncora:** Grandes lojas conhecidas pelo público, com características estruturais e mercadológicas especiais, que funcionam como força de atração de consumidores, assegurando permanente afluência e trânsito uniforme destes em todas as áreas do shopping center. As lojas devem ter mais de 1.000 m<sup>2</sup> para serem consideradas âncoras.

**Lojas Satélite:** Pequenas lojas, sem características estruturais e mercadológicas especiais, localizadas no entorno das Lojas Âncora e destinadas ao comércio em geral.

**Lucro Líquido Ajustado:** Lucro Líquido Ajustado pelas despesas não recorrentes com o IPO, custos de reestruturação e amortizações de ágio provenientes de aquisições e fusões (incluindo impostos diferidos).

**Margem EBITDA:** EBITDA dividido pela Receita Líquida.

**Margem NOI:** NOI dividido pela receita de locação e receita líquida de estacionamento.

**Merchandising:** É todo tipo de locação em um shopping não vinculada à área da ABL do shopping. Merchandising inclui receitas de quiosques, stands, cartazes, locação de espaços em pilares, portas e escadas rolantes, entre outros pontos de exposição em um shopping.

**Mix de Lojistas:** Composição estratégica das lojas definida pelo administrador dos shoppings.

**Multiuso:** Estratégia baseada no desenvolvimento de empreendimentos residenciais e torres comerciais em áreas próximas aos shoppings.

**Participação Minoritária:** Resultado das empresas controladas que não correspondem à participação da companhia controladora e, conseqüentemente, são deduzidos do resultado da mesma.

**Receitas Diferidas:** Cessão de Direitos diferida e despesas com recompra de lojas.

**Receita de Estacionamento:** resultado líquido da receita de estacionamento menos os valores repassados aos sócios da Multiplan nos shopping centers e condomínios.

**Resultado Operacional Líquido (NOI):** *Net Operating Income*, ou *NOI*. Refere-se à soma do resultado operacional (receita de locação e despesas do shopping) e o resultado das operações de estacionamento (receitas e despesas). Impostos sobre receita não são considerados. O NOI+CD também inclui a receita de cessão de direitos.

**Taxa de Ocupação:** ABL locada dividida pela ABL total

**Taxa de Administração:** Tarifa cobrada aos locatários e aos demais sócios do shopping para custear a administração do shopping.

**TJLP:** Taxa de Juros de Longo Prazo – custo usual de financiamento apurado pelo BNDES

**TR:** Taxa Referencial – Taxa média de juros utilizada pelo mercado.

**Turnover (giro):** Consiste na ABL locada nos shopping centers em operação no período dividida pela ABL total disponível dos shopping centers em operação.

**Vacância:** Área bruta locável no shopping disponível para ser alugada.

**Vendas:** Vendas declaradas pelas lojas em cada um dos shoppings.

**Vendas na Mesma Área (na sigla em inglês SAS):** É a relação entre as vendas em uma mesma área no ano anterior e o ABL da área menos a taxa de vacância.

**Vendas nas Mesmas Lojas (na sigla em inglês SSS):** Vendas de lojas em operação há mais de um ano.

**VGv (Valor Geral de Vendas):** Refere-se ao total de unidades à venda em um empreendimento imobiliário multiplicado pelo valor de tabela de cada uma.

#### **Segmentos de Shopping Centers:**

- ☞ Praça de Alimentação & Área Gourmet – Inclui operações de *fast food* e restaurantes
- ☞ Diversos – Cosméticos, livrarias, cabeleireiros, lojas para animais, etc.
- ☞ Artigos para o lar e escritório – Lojas de aparelhos eletrônicos, decoração, arte, materiais para escritório, etc.
- ☞ Serviços – Centros esportivos, centros de lazer, teatros, salas de cinema, centros médicos, bancos, etc.
- ☞ Vestuário – Lojas de roupas, calçados e acessórios femininos e masculinos