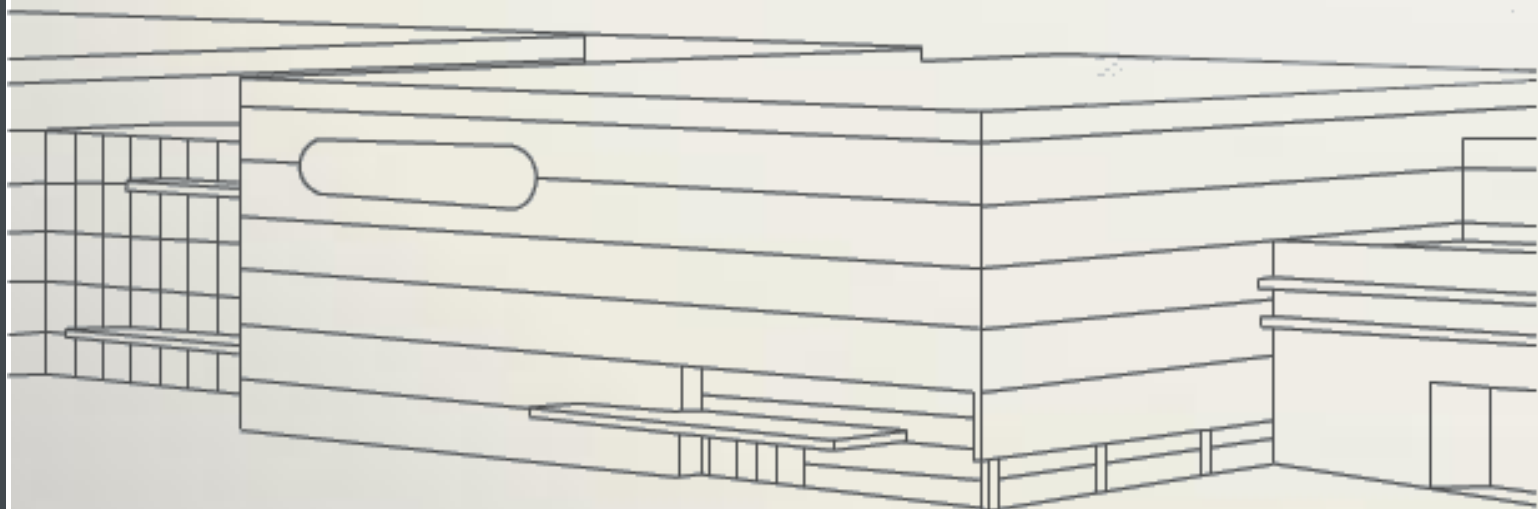


# Relatório de resultados do segundo trimestre de 2012 da **Multiplan**

Relações com Investidores | [ri@multiplan.com.br](mailto:ri@multiplan.com.br) | Tel: 21 3031-5224



## 2T12

**Teleconferência (Em português)**

**Data:** 9 de agosto de 2012 (quinta-feira)

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

10h00min (EST Nova York)

**Telefone de conexão:**

+55 (11) 4688-6361

**Código de acesso:** Multiplan

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



### **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 é encorajado a não se basear totalmente nas informações acima.

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.

### Índice

01. Demonstração de Resultados Consolidados .....	5
02. Cinco Anos de Bolsa.....	6
03. Desenvolvimento de Projetos .....	7
04. Indicadores Operacionais .....	18
05. Receita Bruta .....	23
06. Resultado da Participação em Shopping Centers .....	24
07. Resultados da Administração de Shopping Centers.....	28
08. Resultados do Desenvolvimento de Shopping Centers.....	29
09. Resultados de Empreendimentos Imobiliários.....	31
10. Resultados Financeiros .....	32
11. Portfolio.....	37
12. Estrutura Societária .....	38
13. Indicadores MULT3 e Mercado de Ações.....	40
14. Anexos.....	41

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).

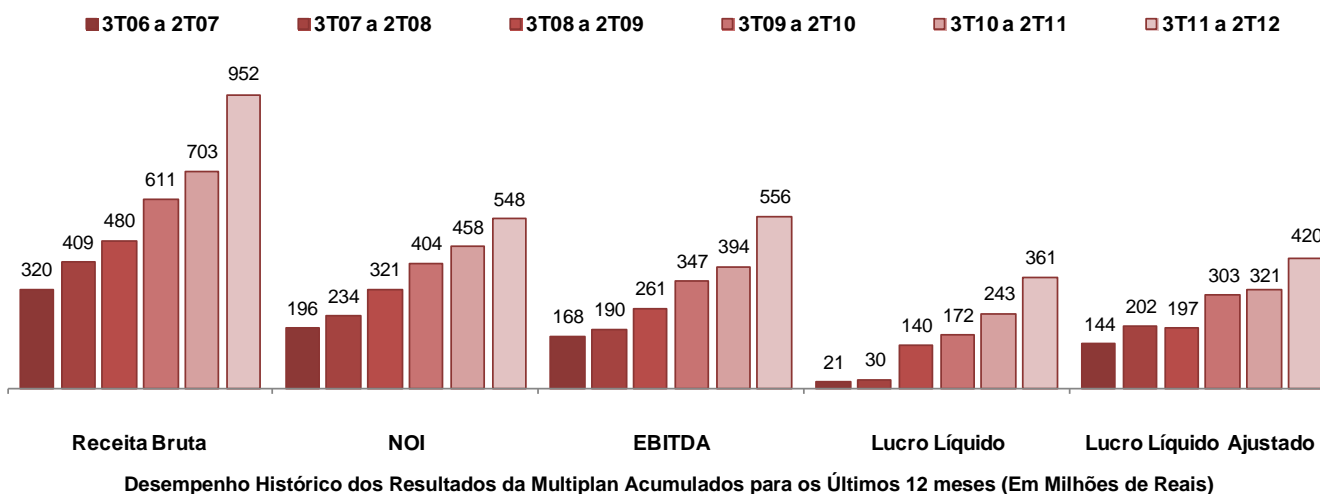
### Evolução dos Indicadores Financeiros da Multiplan

Milhões de R\$	2006	2007 (IPO) <sup>1</sup>	2008	2009	2010	2011	Variação % (2011/2006) <sup>2</sup>	CAGR % (2011/2006) <sup>2</sup>
Receita Bruta	276,5	368,8	452,9	534,4	662,6	742,2	▲ 168,4%	▲ 21,8%
NOI	169,6	212,1	283,1	359,4	424,8	510,8	▲ 201,2%	▲ 24,7%
EBITDA	143,8	212,2	247,2	304,0	350,2	455,3	▲ 216,6%	▲ 25,9%
Lucro Líquido	(32,2)	21,2	74,0	163,3	218,4	298,2	▲ 1.309,4%	▲ 93,8%
Lucro Líquido Ajustado <sup>3</sup>	101,9	176,5	199,4	236,8	323,5	355,0	▲ 248,5%	▲ 28,4%

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

<sup>2</sup> Para os cálculos de variação e CAGR do lucro líquido, a tabela compara o ano de 2011 com 2007.

<sup>3</sup> Ajustado pelo imposto de renda e contribuição social diferidos.



### 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 país. 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 2T12, a Multiplan detinha – com uma média de participação de 71,0% – e administrava 14 shopping centers com ABL total de 592.489 m<sup>2</sup>, mais de 3.800 lojas e tráfego anual de consumidores estimado em 159 milhões.



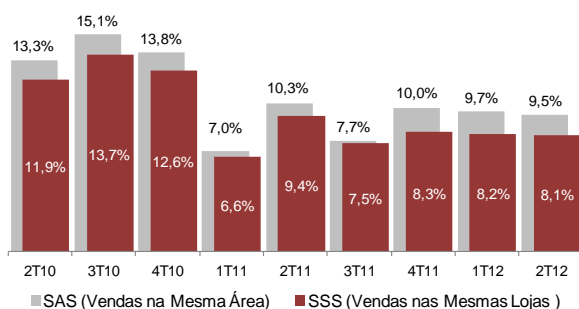
# NOI da Multiplan aumenta 18%, e EBITDA de Shopping Centers alcança R\$123 milhões

Rio de Janeiro, 8 de agosto de 2012 – A Multiplan Empreendimentos Imobiliários S.A. (BM&F Bovespa: MULT3), anuncia os resultados do segundo trimestre de 2012. As informações trimestrais consolidadas foram elaboradas e estão apresentadas de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil, que compreendem as normas e pronunciamentos emitidos pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM) e pelo Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC), em conformidade com as normas internacionais de contabilidade (IFRS) aplicáveis a entidades de incorporação imobiliária no Brasil e aprovadas pelo Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC), pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM) e pelo Conselho Federal de Contabilidade (CFC).

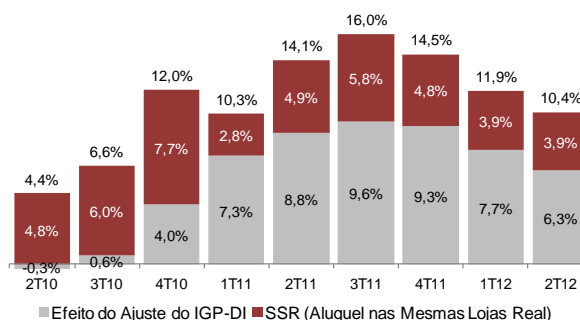
## Destaques (R\$)

### Um Portfólio de Qualidade Resulta em...

**Aumento consistente das vendas, com SAS de 9,5% e SSS de 8,1% no 2T12...**

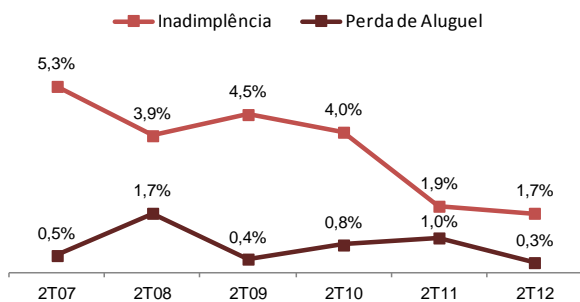


**... e outro trimestre com crescimento de dois dígitos do SSR, alcançando 10,4%**

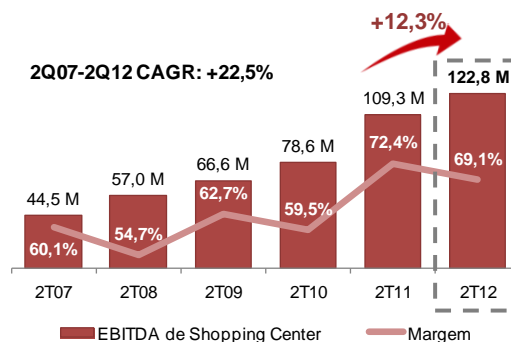


### Melhora no Desempenho e na Eficiência...

**Mínimas Históricas de Inadimplência e Perda de Aluguel no Segundo Trimestre**

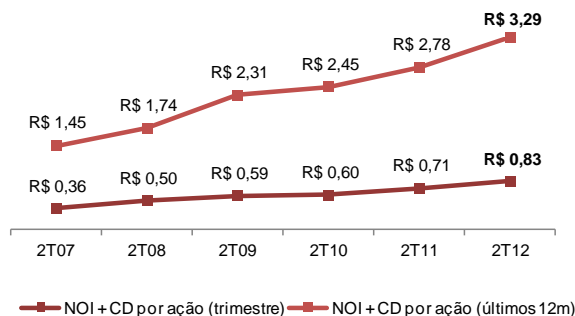


**Aumento de 12,3% do EBITDA de Shopping Center para R\$122,8 milhões**

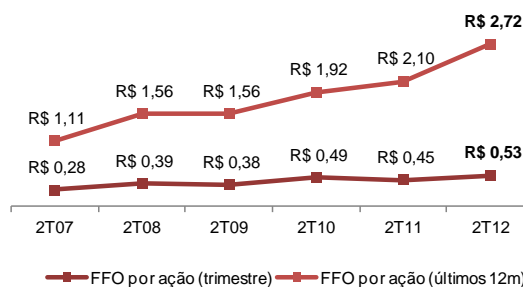


### Resultam em Retornos Sólidos

**NOI + KM por ação aumentou 16,9% no 2T12, com CAGR 5 anos (últimos 12 meses) de 17,9%**



**FFO por ação aumentou 17,8% no 2T12, com CAGR 5 anos (últimos 12 meses) de 19,7%**



**Destques de Desempenho**

	Vendas nos Shopping Centers	Receita de Locação	NOI + KM	EBITDA de Shopping Center	FFO
2T12 (R\$)	2.254,5 M	126,9 M	147,6 M	122,8 M	93,9 M
<b>2T2 vs. 2T11</b>	<b>14,6%</b>	<b>17,0%</b>	<b>16,2%</b>	<b>12,3%</b>	<b>16,2%</b>

**ENTREGAS E CRESCIMENTO FUTURO**

☞ **Projeto de Expansão:** No **BarraShopping**, incluindo uma torre comercial para locação, anunciado em maio de 2012. A área bruta locável (ABL) total irá somar 9,5 mil m<sup>2</sup>, em adição à renovação de uma área de 1,3 mil m<sup>2</sup>. Este projeto deverá gerar um **NOI yield** no terceiro ano de **21,0%**.

☞ **Entrega das chaves para os lojistas no JundiaíShopping.** A cerimônia, que ocorreu em maio de 2012, é um marco para os lojistas e permite que eles comecem as obras de suas lojas. O shopping deverá ser inaugurado em outubro de 2012, conforme programado, adicionando 34,5 mil m<sup>2</sup> de ABL própria ao portfólio da Multiplan. Em 31 de julho de 2012, o Jundiaí já estava com praticamente todas as lojas locadas, atingindo 97,9%.

**DESTAQUES OPERACIONAIS E FINANCEIROS**

☞ **Alto padrão do portfólio transforma-se em crescimento consistente das vendas...**

As vendas dos shopping centers da Multiplan atingiram R\$2,3 bilhões e apresentaram um **crescimento de 14,6%**, em sua maioria orgânico no 2T12 vs. 2T11. No 1S12, as vendas totais foram de R\$4,3 bilhões também 14,6% maiores do que no 1S11. As **Vendas na Mesma Área (SAS)** apresentaram um **crescimento robusto de 9,5% no 2T12**, e as **Vendas nas Mesmas Lojas (SSS)** de **8,1%**.

☞ **...forte receita de locação...**

**Mais um trimestre com crescimento de dois dígitos no Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR)**, atingindo **10,4%**, resultando em um **crescimento real de 3,9%** acima do efeito do ajuste do IGP -DI de 6,3%. O **Aluguel na Mesma Área (SAR)** aumentou **10,4%** no 2T12.

☞ **...e também alta lucratividade.**

O **FFO por ação** dos últimos doze meses **atingiu R\$2,72**, resultando num **CAGR de cinco anos de 19,7%**. No 2T12, o **FFO atingiu R\$93,9 milhões**, um **aumento de 16,2%** quando comparado ao 2T11. No 1S12, o FFO foi de R\$254,2 milhões, alta de 38,2% quando comparado ao 1S11.

☞ O **Resultado Operacional Líquido (NOI) + Cessão de Direitos (CD)** alcançou **R\$147,6 milhões no 2T12**, **16,2% maior do que** no 2T11. O **NOI + CD por ação dos últimos doze meses** atingiu **R\$3,29**, representando um **CAGR de cinco anos de 17,9%**. No 1S12, o NOI + CD somou R\$288,7 milhões, alta de 14,6% sobre o 1S11.

☞ O **EBITDA consolidado aumentou 12,4% no 2T12 para R\$120,4 milhões**. No 1S12, o EBITDA consolidado foi de R\$311,1 milhões, 48,2% maior do que no 1S11.

**EVENTOS RECENTES**

☞ **Mais um projeto de expansão.** Em julho de 2012, a Multiplan anunciou a expansão do **RibeirãoShopping**. A adição total de ABL será de 20,6 mil m<sup>2</sup>, **um aumento de 44,1% sobre a área atual**. O **NOI** esperado para o terceiro ano deverá atingir **R\$16,3 milhões**.

☞ Em julho de 2012, a Multiplan entregou as chaves para os lojistas em uma cerimônia no VillageMall e no ParkShoppingCampoGrande. Ambos os shopping centers deverão inaugurar em novembro de 2012, conforme originalmente previsto, adicionando 63,2 mil m<sup>2</sup> de ABL própria ao portfólio da Multiplan. Junto com o JundiaíShopping, o **ABL próprio a ser adicionado através de desenvolvimento de shopping centers no 4T12 somará 97,7 mil m<sup>2</sup>**, um aumento de 23,2% acima da ABL própria atual.

**1. Demonstração de Resultados Consolidados**

(R\$'000)	2T12	2T11	Var. %	1S12	1S11	Var. %
Locação de lojas	126.883	108.425	▲17,0%	248.857	213.901	▲16,3%
Serviços	26.592	21.344	▲24,6%	47.039	40.412	▲16,4%
Cessão de direitos	9.540	10.045	▼5,0%	18.447	19.207	▼4,0%
Receita de estacionamento	25.213	19.046	▲32,4%	47.631	37.599	▲26,7%
Venda de imóveis	15.583	8.468	▲84,0%	181.637	22.060	▲723,4%
Apropriação de receita de aluguel linear	6.699	6.783	▼1,2%	12.814	13.757	▼6,9%
Outras	1.069	394	▲170,8%	1.180	722	▲63,3%
<b>Receita Bruta</b>	<b>211.579</b>	<b>174.505</b>	<b>▲21,2%</b>	<b>557.605</b>	<b>347.658</b>	<b>▲60,4%</b>
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços prestados	(19.802)	(15.823)	▲25,1%	(42.479)	(31.163)	▲36,3%
<b>Receita Líquida</b>	<b>191.777</b>	<b>158.682</b>	<b>▲20,9%</b>	<b>515.126</b>	<b>316.495</b>	<b>▲62,8%</b>
Despesas de sede	(21.170)	(20.071)	▲5,5%	(46.731)	(41.697)	▲12,1%
Despesas remuneradas baseadas em opções de ações	(2.782)	(2.164)	▲28,6%	(4.883)	(3.509)	▲39,2%
Despesas de shopping centers	(20.718)	(17.243)	▲20,2%	(39.078)	(32.676)	▲19,6%
Despesas com novos projetos para locação	(11.207)	(3.296)	▲240,0%	(13.550)	(6.741)	▲101,0%
Despesas com novos projetos para venda	(3.375)	(1.273)	▲165,1%	(9.357)	(2.475)	▲278,1%
Custo de imóveis vendidos	(12.929)	(9.390)	▲37,7%	(93.094)	(23.382)	▲298,1%
Resultado de equivalência patrimonial	(214)	778	na	850	1.382	▼38,5%
Outras receitas (despesas) operacionais	1.041	1.125	▼7,5%	1.857	2.593	▼28,4%
<b>EBITDA</b>	<b>120.423</b>	<b>107.148</b>	<b>▲12,4%</b>	<b>311.140</b>	<b>209.990</b>	<b>▲48,2%</b>
Receitas financeiras	17.822	21.808	▼18,3%	37.908	46.705	▼18,8%
Despesas financeiras	(23.926)	(14.194)	▲68,6%	(51.120)	(27.534)	▲85,7%
Depreciações e amortizações	(17.656)	(14.941)	▲18,2%	(34.919)	(29.258)	▲19,3%
<b>Lucro Antes do Imposto de Renda</b>	<b>96.663</b>	<b>99.821</b>	<b>▼3,2%</b>	<b>263.009</b>	<b>199.903</b>	<b>▲31,6%</b>
Imposto de renda e contribuição social	(20.423)	(31.949)	▼36,1%	(42.502)	(40.554)	▲4,8%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(13.118)	(4.798)	▲173,4%	(31.646)	(29.815)	▲6,1%
Participação dos acionistas minoritários	(19)	(2.002)	▼99,1%	(1.267)	(4.740)	▼73,3%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>63.103</b>	<b>61.072</b>	<b>▲3,3%</b>	<b>187.594</b>	<b>124.794</b>	<b>▲50,3%</b>

(R\$'000)	2T12	2T11	Var. %	1S12	1S11	Var. %
<b>NOI</b>	<b>138.079</b>	<b>117.011</b>	<b>▲18,0%</b>	<b>270.224</b>	<b>232.581</b>	<b>▲16,2%</b>
<i>Margem NOI</i>	87,0%	87,2%	▼20 p.b	87,4%	87,7%	▼32 p.b
<b>NOI + Cessão de Direitos</b>	<b>147.619</b>	<b>127.056</b>	<b>▲16,2%</b>	<b>288.671</b>	<b>251.788</b>	<b>▲14,6%</b>
<i>Margem NOI + Cessão de Direitos</i>	87,7%	88,1%	▼36 p.b	88,1%	88,5%	▼44 p.b
<b>EBITDA de Shopping Centers</b>	<b>122.816</b>	<b>109.333</b>	<b>▲12,3%</b>	<b>244.941</b>	<b>214.382</b>	<b>▲14,3%</b>
<i>Margem EBITDA de Shopping Centers</i>	69,1%	72,4%	▼328 p.b	70,5%	72,3%	▼180 p.b
<b>EBITDA (Shopping Center + Imobiliário)</b>	<b>120.423</b>	<b>107.148</b>	<b>▲12,4%</b>	<b>311.140</b>	<b>209.990</b>	<b>▲48,2%</b>
<i>Margem de EBITDA</i>	62,8%	67,5%	▼473 p.b	60,4%	66,3%	▼595 p.b
<b>Lucro Líquido</b>	<b>63.103</b>	<b>61.072</b>	<b>▲3,3%</b>	<b>187.594</b>	<b>124.794</b>	<b>▲50,3%</b>
<i>Margem de lucro líquido</i>	32,9%	38,5%	▼558 p.b	36,4%	39,4%	▼301 p.b
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>76.221</b>	<b>65.870</b>	<b>▲15,7%</b>	<b>219.240</b>	<b>154.609</b>	<b>▲41,8%</b>
<i>Margem de lucro líquido ajustado</i>	39,7%	41,5%	▼177 p.b	42,6%	48,9%	▼629 p.b
<b>FFO</b>	<b>93.877</b>	<b>80.811</b>	<b>▲16,2%</b>	<b>254.159</b>	<b>183.867</b>	<b>▲38,2%</b>
<i>Margem FFO</i>	49,0%	50,9%	▼198 p.b	49,3%	58,1%	▼876 p.b

## 2. Cinco Anos de Bolsa

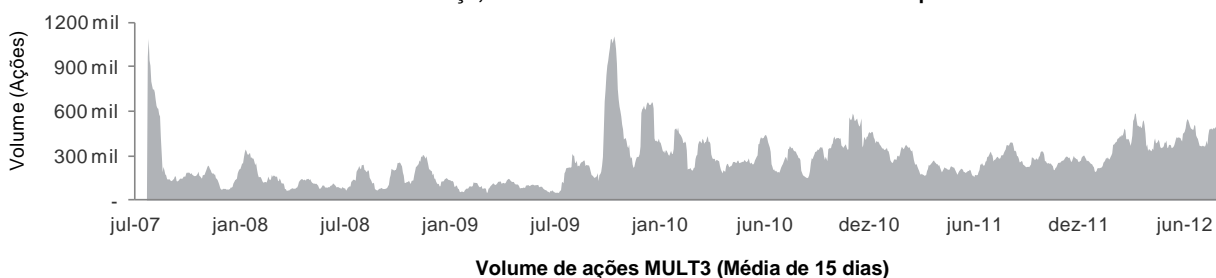
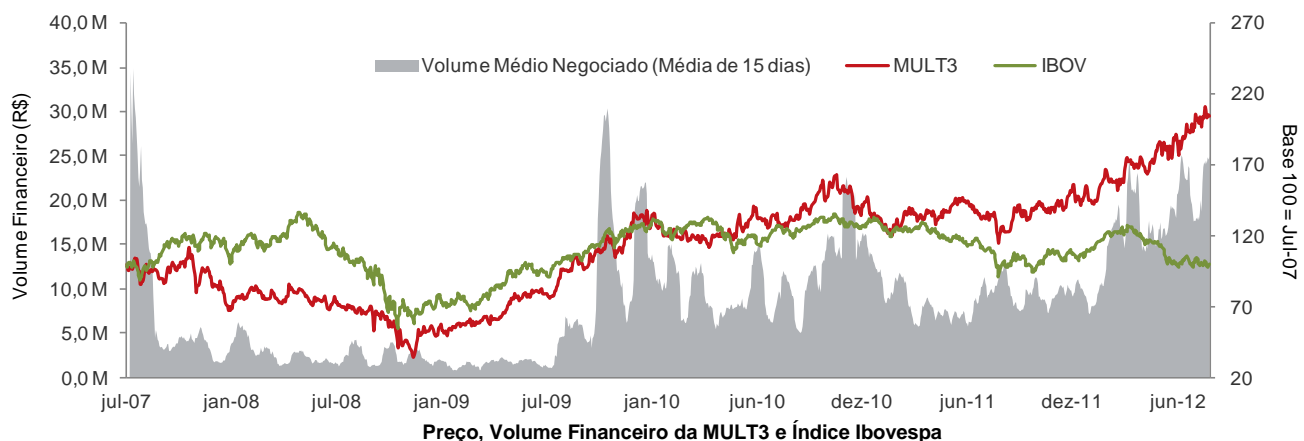
*Ações da Multiplan valorizam 104%*

Fundada em 1975 pelo Sr. José Isaac Peres, a Multiplan, uma empresa focada no desenvolvimento e na administração de shopping centers e criação de complexos multiuso, completou cinco anos sendo negociada na Bolsa de Valores de São Paulo. A oferta pública inicial, realizada em 2007, foi motivada pelo desafio de acelerar a expansão da Empresa. O acesso ao mercado de capitais levou ao crescimento esperado e resultou na forte evolução financeira e operacional como mostrado abaixo:

	2T07 (12M)	2T12 (12M)	Variação %
ABL Total (Final)	393,6 mil m <sup>2</sup>	592,5 mil m <sup>2</sup>	<b>+50,5%</b>
ABL Própria (Final)	255,9 mil m <sup>2</sup>	420,4 mil m <sup>2</sup>	<b>+64,3%</b>
Receita de Locação	222,3 M	521,2 M	<b>+134,4%</b>
Receita Bruta	320,2 M	952,2 M	<b>+197,4%</b>
EBITDA	168,2 M	556,4 M	<b>+230,8%</b>
Resultado Operacional Líquido (NOI)	196,3 M	548,5 M	<b>+179,4%</b>
Lucro Líquido Contábil	20,5 M	361,0 M	<b>+1.659,4%</b>
Lucro Líquido Ajustado	144,3 M	419,7 M	<b>+190,8%</b>

As ações da Multiplan foram emitidas em 26 de julho de 2007 a R\$ 25,00; Em 26 de julho de 2012, a cotação no encerramento do pregão foi de R\$ 51,11 – uma valorização de 104% nesses cinco anos. Nesse mesmo período, o Ibovespa apresentou praticamente nenhuma variação, e o valor de mercado da Multiplan saltou de R\$ 3,7 bilhões, para R\$ 9,1 bilhões – uma valorização de 147%.

A liquidez das ações Multiplan (MULT3) também apresentou importantes melhorias: o volume financeiro diário aumentou de R\$6,8 milhões, em 2007, para R\$18,8 milhões, em 2012 – uma valorização de 176%, considerando-se a média de seis meses. Parte desse resultado foi atingido graças à única oferta subsequente realizada pela Multiplan, em 2009, com o propósito de acelerar o anúncio e o desenvolvimento de novos projetos, além de melhorar a liquidez das ações.

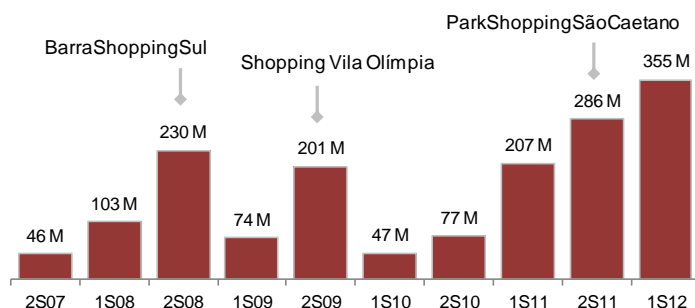


### 3. Desenvolvimento de Projetos

R\$643,1 milhões em investimentos no primeiro semestre de 2012

A Multiplan investiu R\$287,2 milhões durante o 2T12, dos quais 72,8%, ou R\$209,2 milhões, foram alocados para os quatro novos shopping centers em construção: JundiaíShopping, ParkShoppingCampoGrande, VillageMall e Parque Shopping Maceió. Projetos de expansão demandaram investimentos de R\$43,6 milhões, equivalente a 15,2% do CAPEX total desembolsado no trimestre. Adicionalmente, dois projetos de torres para locação, o ParkShopping Corporate e o Morumbi Corporate, receberam investimentos de R\$21,4 milhões, e R\$13,0 milhões foram direcionados a projetos de TI, revitalizações de shopping centers e outros projetos.

No primeiro semestre de 2012 o investimento totalizou R\$643,1 milhões, que correspondem a 62,9% do CAPEX estimado para 2012, de R\$ 1.022,2 milhões (conforme publicado no relatório de resultados do 4T11). O CAPEX desembolsado durante o 1S12 é o mais alto investimento feito pela Multiplan em um único semestre e reflete o compromisso da Companhia com sua estratégia de crescimento. O gráfico abaixo, à esquerda, mostra a série histórica de CAPEX investido apenas em novos shopping centers.



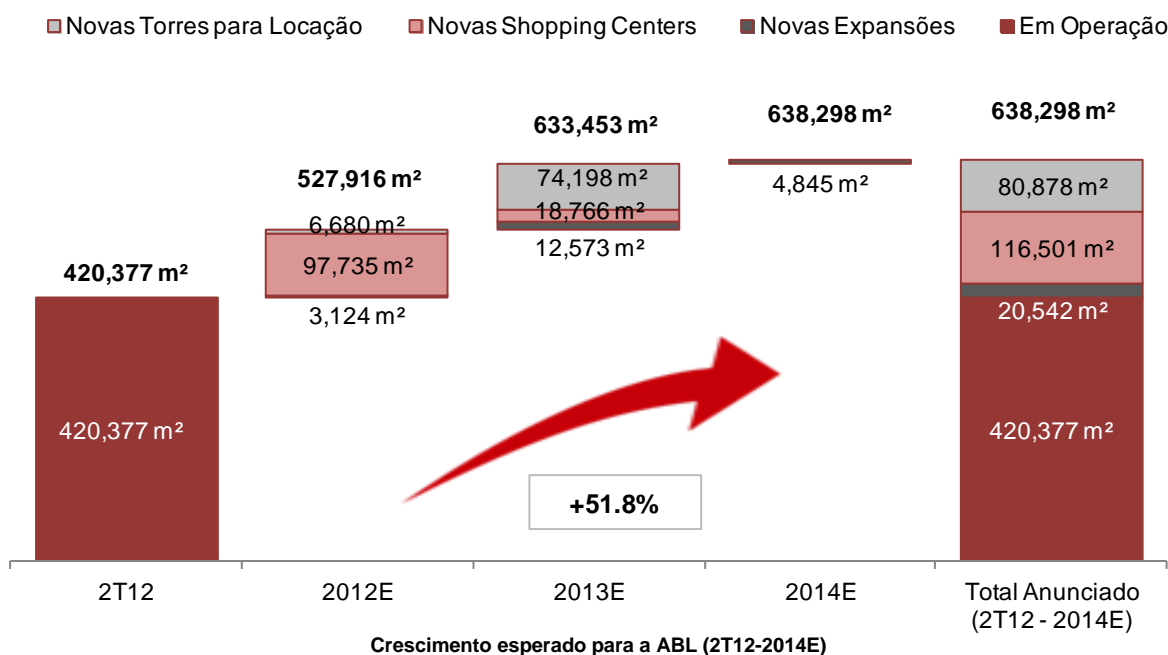
Evolução do CAPEX de novos shopping centers

CAPEX (R\$)	2T12	1S12
Novos Shopping Centers	209,2 M	355,0 M
Novas Expansões	43,6 M	53,8 M
Novas Torres para Locação	21,4 M	36,1 M
Revitalizações, TI e outros	13,0 M	23,1 M
Aquisição de participação minoritária	-	175,0 M
<b>CAPEX Total</b>	<b>287,2 M</b>	<b>643,1 M</b>

Abertura do investimento no período

217,9 mil m<sup>2</sup> de ABL própria para ser entregue

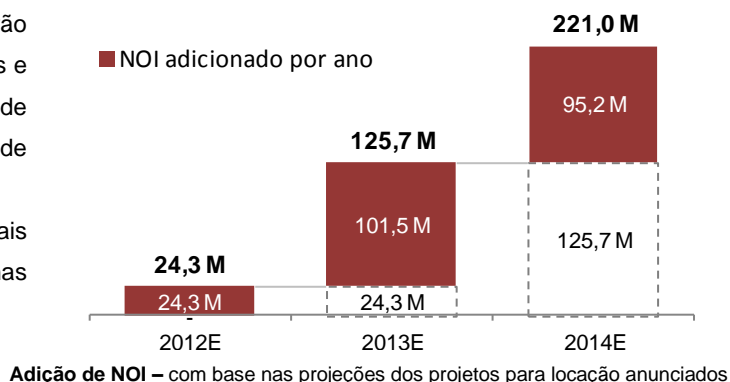
Atualmente a Multiplan conta com oito projetos para locação em construção: quatro shopping centers, duas expansões de shopping centers e dois projetos de torres comerciais. Combinados, os projetos deverão adicionar 217,9 mil m<sup>2</sup> de ABL própria para o portfólio da Companhia, resultando em um crescimento de 51,8% em 2014. Apenas projetos anunciados ao mercado foram considerados neste cálculo.



Projetos para locação anunciados devem adicionar R\$126 milhões de NOI no próximo ano

Todos projetos para locação em construção deverão aumentar o NOI da Multiplan em 2013 em R\$125,7 milhões e em 2014, R\$221,0 milhões, dos quais 52% provenientes de novos shopping centers, 37% de torres comerciais e 11% de expansões.

O NOI yield no 3º ano destes projetos é de 14,8%. Mais detalhes acerca dos projetos podem ser encontrados nas páginas seguintes.



### 3.1 Shopping Centers em Construção

Entregando forte crescimento

A Companhia adicionará 117,4 mil m<sup>2</sup> de ABL própria com os novos shopping centers em construção, previstos para inaugurar nas datas indicadas na tabela abaixo. De um total de R\$1,2 bilhão de CAPEX para estes projetos, incluindo o valor dos terrenos, restam aproximadamente 29,5% a serem desembolsados. Apenas no 2S12, três novos shopping centers serão inaugurados e acrescentarão 97,7 mil m<sup>2</sup> de ABL própria, e R\$108,6 milhões de cessão de direitos. O NOI yield combinado no 3º ano dos cinco projetos é de 13,5%.

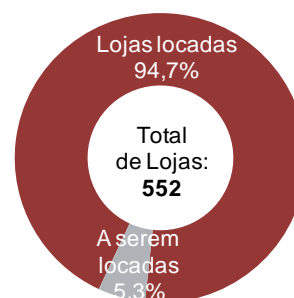
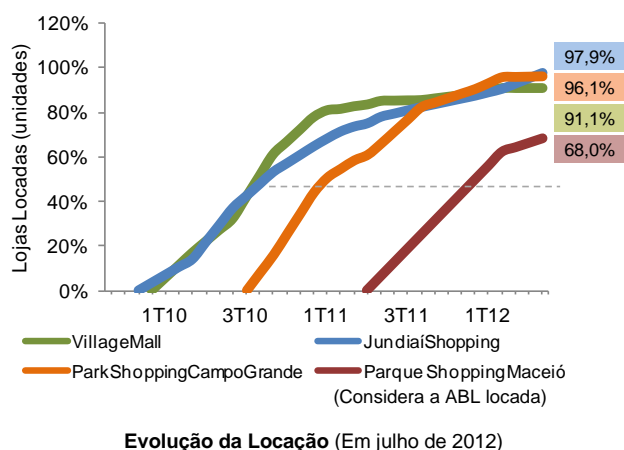
Shopping centers em construção			Participação Multiplan (R\$)						
Projeto	Abertura	ABL (100%)	%Mult.	CAPEX <sup>1</sup>	CAPEX Investido	Cessão de Direitos	NOI 1º ano	NOI 3º ano	NOI Yield 3º ano (%)
1 JundiaíShopping	Out-12	34.534 m <sup>2</sup>	100,0%	310,7 M	73,8%	25,0 M	32,5 M	36,6 M	12,8%
2 VillageMall	Nov-12	25.175 m <sup>2</sup>	100,0%	464,8 M	77,8%	41,4 M	40,9 M	47,8 M	11,3%
3 ParkShoppingCampoGrande <sup>2</sup>	Nov-12	42.251 m <sup>2</sup>	90,0%	278,7 M	58,9%	42,3 M	36,8 M	41,3 M	17,5%
4 Parque Shopping Maceió	3T13	37.532 m <sup>2</sup>	50,0%	104,7 M	58,8%	9,8 M	11,0 M	14,4 M	15,1%
<b>Total</b>		<b>139.492 m<sup>2</sup></b>	<b>83,5%</b>	<b>1.158,9 M</b>	<b>70,5%</b>	<b>118,5 M</b>	<b>121,2 M</b>	<b>140,0 M</b>	<b>13,5%</b>

<sup>1</sup> Considera apenas a primeira fase destes projetos (sem considerar expansões futuras).

<sup>2</sup> A Multiplan irá investir 100% do CAPEX.

Entrega das chaves aos lojistas de três shopping centers no 2T12

JundiaíShopping, ParkShoppingCampoGrande e VillageMall, previstos para abrir no 4T12, estão com 94,7% de suas 552 lojas locadas. Os três shopping centers promoveram no 2T12 cerimônias de entrega das chaves aos lojistas, permitindo que eles iniciem a construção de suas lojas. O Parque Shopping Maceió, a um ano da abertura, registrou 68,0% da área locada.



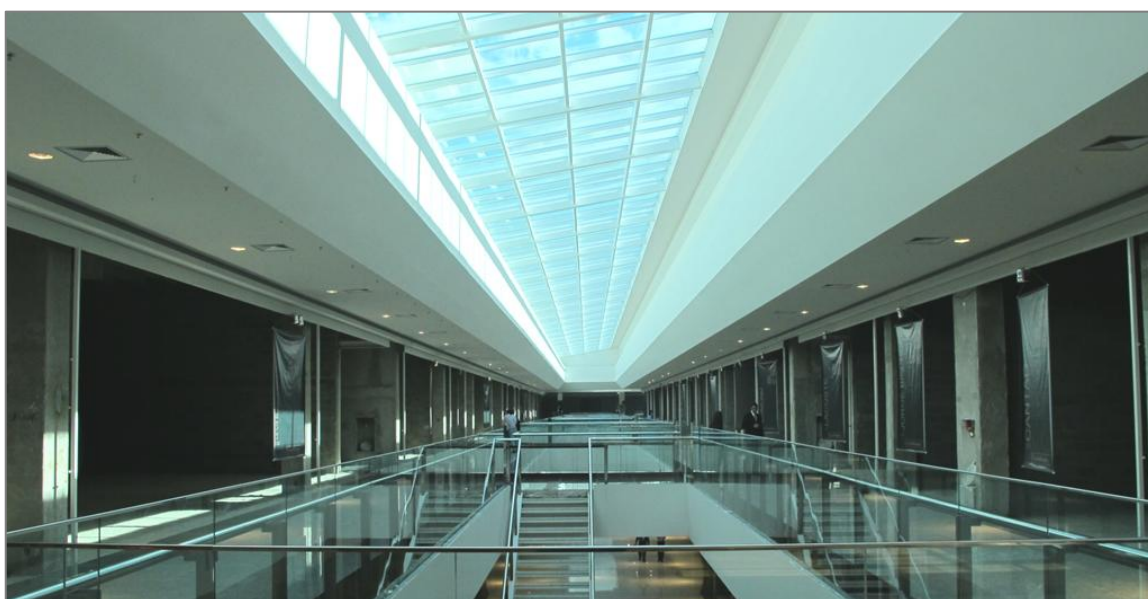
Status de locação nos três shopping centers a inaugurar no 4T12 (Em julho de 2012)

## JundiaíShopping

Com foco nas classes A e B, o greenfield tem localização privilegiada na cidade de Jundiaí, a Avenida 9 de Julho. O shopping center terá 189 lojas em 34,5 mil m<sup>2</sup> de ABL, e 2.000 vagas de estacionamento. 1.300 postos de trabalho foram criados durante a construção e, com a abertura do shopping center prevista para outubro de 2012, outras 2.000 vagas diretas e indiretas serão criadas. Adicionalmente, o projeto do JundiaíShopping já está sendo preparado para uma futura expansão de aproximadamente 12,5 mil m<sup>2</sup> de ABL, assim como duas torres de escritório integradas com cerca de 11,6 mil m<sup>2</sup> de área.

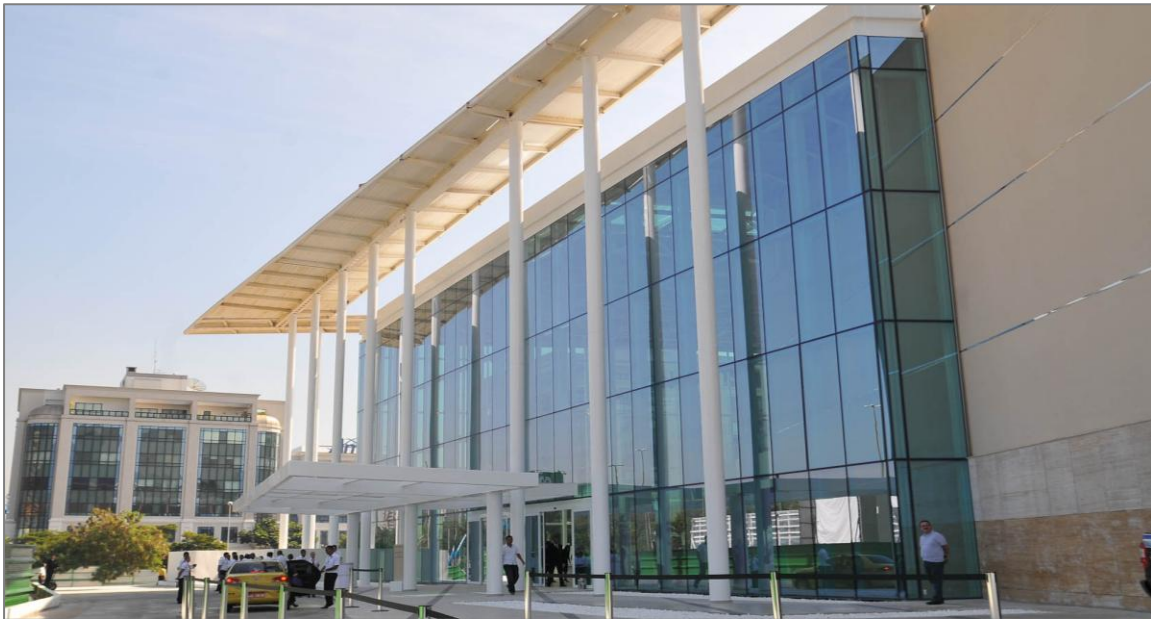


Fotos tiradas em maio de 2012



## VillageMall

Um projeto com conceito exclusivo e foco nos consumidores da classe A, o VillageMall é projetado para tornar-se uma referência em moda, gastronomia e cultura no Rio de Janeiro. O shopping center terá ABL de 25,2 mil m<sup>2</sup> e a inauguração está prevista para novembro de 2012. Com 106 lojas, salas exclusivas de cinema, centro de convenções e um teatro com 1.060 lugares, o VillageMall nascerá preparado para receber grandes eventos do circuito nacional e internacional. A obra do shopping center gerou 1.000 empregos e, após inaugurado, 2.500 vagas deverão ser criadas.



Fotos tiradas em julho de 2012



## ParkShoppingCampoGrande

Primeiro greenfield da Multiplan destinado predominantemente às classes C e B, o ParkShoppingCampoGrande está sendo construído em uma das regiões que mais crescem no Rio de Janeiro. O shopping center tem inauguração prevista para novembro de 2012 e terá 257 lojas em uma ABL de 42,2 mil m<sup>2</sup>. Aproximadamente 1.000 empregos foram criados durante a construção do shopping center e mais de 5.000 deverão criados após a inauguração.



Fotos tiradas em julho de 2012



## Parque Shopping Maceió

O projeto é uma *joint venture* entre a Multiplan e a Aliansce Shopping Centers S.A., e será o primeiro shopping da companhia na região nordeste do País. A construção permitiu gerar aproximadamente 2.400 empregos, e outros 3.600 deverão ser criados com a abertura do mall. Localizado em um importante vetor de crescimento da cidade, o Parque Shopping Maceió terá 37,5 mil m<sup>2</sup> de ABL com 168 lojas, salas de cinema, diversos restaurantes e operações de fast-food assim como 1.800 vagas de estacionamento.



O shopping center integrará o Boulevard Parque, projeto multiuso que prevê a construção de torres comerciais e residenciais, parque com área verde, com 52 mil m<sup>2</sup> de área construída na primeira fase, em um terreno de 98 mil m<sup>2</sup>.



Fotos tiradas em julho de 2012



### 3.2 Expansões de Shopping Centers

*O início de um novo ciclo: quatro projetos anunciados em dois shopping centers*

A Multiplan anunciou recentemente projetos de expansão para o BarraShopping e o RibeirãoShopping, shopping centers consolidados e com mais de 30 anos de operação.

Expansões em construção			Participação da 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	Nov-13 <sup>1</sup>	20.564 m <sup>2</sup>	76,2%	171,3 M	21,7%	13,2 M	16,3 M	10,3%	14,7%
2 BarraShopping Exp. VII	Mai-14	9.479 m <sup>2</sup>	51,0%	100,0 M	19,3%	32,2 M	14,2 M	21,0%	23,6%
<b>Total</b>		<b>30.043 m<sup>2</sup></b>	<b>68,2%</b>	<b>271,3 M</b>	<b>20,8%</b>	<b>45,4 M</b>	<b>30,5 M</b>	<b>13,5%</b>	<b>n.d.</b>

<sup>1</sup> Expansão VI está planejada para abrir em novembro de 2012, expansão VII em maio de 2013 e expansão VIII em novembro de 2013.

*BarraShopping: 45 novas lojas e 4,2 mil m<sup>2</sup> de laje corporativa em um gigante consolidado*

O BarraShopping receberá sua sétima expansão, com 9,5 mil m<sup>2</sup> de Área Bruta Locável (ABL) total. A ABL total do shopping center passará a ser de 78,9 mil m<sup>2</sup>, e a do Complexo BarraShopping, que inclui o New York City Center, atingirá 101,2 mil m<sup>2</sup>.

A área da expansão inclui 1,3 mil m<sup>2</sup> de ABL que será modernizada, resultando em um crescimento bruto de 10,8 mil m<sup>2</sup> na ABL do BarraShopping. Serão adicionadas 45 lojas e 4,2 mil m<sup>2</sup> de escritórios para locação divididos em dois pavimentos de laje corporativa. A inauguração da nova área está prevista para maio de 2014.

O investimento previsto para o projeto, na participação da Multiplan, é de R\$100,0 milhões. A companhia estima uma receita de cessão de direitos de R\$32,2 milhões e um resultado operacional líquido (NOI), no terceiro ano de operação, de R\$14,2 milhões, resultando em um *NOI yield* de 21,0% no terceiro ano. A taxa interna de retorno (TIR) estimada para o projeto é de 23,6% a.a., real e desalavancada.



**BarraShopping Expansão VII – Ilustração**

*RibeirãoShopping: Três expansões e mais de 20 mil m<sup>2</sup> de ABL*

O RibeirãoShopping irá receber três novas expansões em complemento à revitalização que vem executando no shopping center, incluindo um deck parking de 1.200 vagas.

A expansão VI adicionará 4,1 mil m<sup>2</sup> de ABL ao shopping center e utilizará a área de uma loja âncora realocada para abrigar 41 novas lojas satélites. A conclusão da expansão está prevista para novembro de 2012. A expansão VII somará 6,3 mil m<sup>2</sup> de ABL e trará 23 lojas ao shopping center além de uma academia. Esta nova área deverá ser inaugurada em maio de 2013. A expansão VIII aumentará a ABL em 10,2 mil m<sup>2</sup>, contará com 65 lojas e tem entrega prevista para novembro de 2013.

As três expansões somam 20,6 mil m<sup>2</sup> de ABL total e aumentarão a área locável do RibeirãoShopping para 67,2 mil m<sup>2</sup>, um crescimento de 44,1% sobre a área atual. Se considerada a participação da Multiplan de 76,2% no empreendimento, as expansões deverão gerar um NOI no 3º ano de R\$16,3 milhões, com um yield de 10,3%, e uma taxa interna de retorno de 14,7%, real e desalavancada.



RibeirãoShopping Expansões VI, VII e VIII – Ilustração



### 3.3 Torres Comerciais para Locação

#### *ParkShopping Corporate se aproxima da conclusão*

A Multiplan iniciará em breve a locação das unidades do ParkShopping Corporate, um projeto de duas torres comerciais integradas ao ParkShopping, em Brasília. A data prevista para entrega dos escritórios é novembro de 2012, e espera-se que o projeto gere NOI estabilizado anual de R\$7,1 milhões, com *NOI yield* de 16,5%.



**ParkShopping Corporate** – Ilustração e obras (Em Julho de 2012)

O Morumbi Corporate, projeto de duas torres com mais de 74,2 mil m<sup>2</sup> de área, está em fase de construção avançada e deverá ser concluído em setembro de 2013. A Multiplan tem 100% de participação no projeto e as torres se localizam ao lado do MorumbiShopping, em São Paulo. O NOI estabilizado anual esperado para o projeto é de R\$83,7 milhões, com *NOI yield* de 18,2%.



**Morumbi Corporate** – Ilustração e obras (Em Julho de 2012)

Torres para Locação			Participação Multiplan (R\$)				
Projeto	Abertura	ABL (100%)	%Mult.	CAPEX	CAPEX Investido	NOI Estabilizado	NOI Yield Estabilizado
ParkShopping Corporate	Nov-12	13.360 m <sup>2</sup>	50,0%	43,0 M	54,6%	7,1 M	16,5%
Morumbi Corporate	Set-13	74.198 m <sup>2</sup>	100,0%	461,0 M	43,2%	83,7 M	18,2%
<b>Total</b>		<b>87.558 m<sup>2</sup></b>	<b>92,4%</b>	<b>504,0 M</b>	<b>44,2%</b>	<b>90,8 M</b>	<b>18,0%</b>

### 3.4 Torres Comerciais e Residenciais para Venda

#### Construções iniciadas em Porto Alegre

O Diamond Tower e Résidence du Lac, torres comercial e residencial integradas ao BarraShoppingSul, tiveram suas obras iniciadas em Porto Alegre. Os dois projetos superaram a marca de 60% de unidades vendidas e deverão ser entregues no segundo semestre de 2014. O valor geral de vendas (VGV) para os dois prédios é de R\$229,7 milhões.



**Diamond Tower e Résidence du Lac** – Ilustração e obras (Em julho de 2012)

O Centro Profissional RibeirãoShopping, torre comercial integrada ao RibeirãoShopping, no interior de São Paulo, está com 97% das unidades vendidas. A construção está na fase final e o prédio deverá ser entregue em dezembro de 2012. O VGV do projeto é de R\$83,3 milhões.



**Centro Profissional RibeirãoShopping** - Ilustração e obras (Em julho de 2012)

Torres para Venda							
Projeto	Localização	Tipo	Abertura	Área	%Multiplan	VGV <sup>1</sup> (R\$)	Preço médio (R\$/m <sup>2</sup> )
Centro Profissional RBS	RibeirãoShopping	Escritórios	Dez-12	12.563 m <sup>2</sup>	100,0%	83,3 M	6,633
Diamond Tower	BarraShoppingSul	Escritórios	2S14	13.800 m <sup>2</sup>	100,0%	125,0 M	9,055
Résidence du Lac	BarraShoppingSul	Residencial	2S14	9.960 m <sup>2</sup>	100,0%	104,7 M	10,515
<b>Total</b>				<b>36.323 m<sup>2</sup></b>	<b>100,0%</b>	<b>313,0 M</b>	<b>8,618</b>

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

### 3.5 Banco de Terrenos

A Multiplan tem 619,0 mil m<sup>2</sup> em terrenos para o desenvolvimento de projetos futuros. A maior parte das áreas é anexa aos shopping centers da Companhia e deverá promover o anúncio de novos projetos no tempo certo.

Cidade (Estado)	Área do terreno	Tipo	% Multiplan
Belo Horizonte (MG)	2.606 m <sup>2</sup>	Comercial	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>

#### 4. Indicadores Operacionais

##### 4.1 Vendas dos Lojistas

*Crescimento consistente do portfólio da Multiplan: Alta de 14,6% no 2T12 versus 2T11*

Os shopping centers da Multiplan reportaram vendas totais de R\$2,3 bilhões no 2T12, um crescimento robusto, em sua maioria orgânico, de 14,6% quando comparado ao 2T11. O ParkShoppingSãoCaetano, que inaugurou em novembro de 2011, continua apresentando vendas acima do esperado, atingindo R\$99,6 milhões no 2T12. O Shopping Vila Olímpia e o Shopping Santa Úrsula reportaram crescimento das vendas de 11,8% e 15,9%, respectivamente, refletindo o aperfeiçoamento de seus mix de lojistas e aumento no tráfego de clientes.

O BH Shopping (+12,5%), o ParkShoppingBarigüi (+15,9%) e o BarraShoppingSul (+14,0%) também foram destaques no trimestre, reportando desempenho forte de vendas, mesmo considerando a já alta base de comparação.

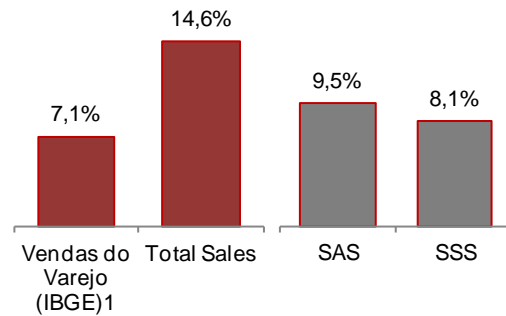
No 1S12, as vendas totais atingiram R\$4,3 bilhões, 14,6% maiores do que no 1S11.

<b>Vendas 100%</b>						
<b>Shopping Centers</b>	<b>2T12</b>	<b>2T11</b>	<b>Var.%</b>	<b>1S12</b>	<b>1S11</b>	<b>Var.%</b>
BH Shopping	234,7 M	208,6 M	▲12,5%	453,1 M	404,2 M	▲12,1%
RibeirãoShopping	127,9 M	119,5 M	▲7,1%	246,8 M	231,2 M	▲6,7%
BarraShopping	376,8 M	349,3 M	▲7,9%	724,9 M	667,1 M	▲8,7%
MorumbiShopping	319,7 M	300,5 M	▲6,4%	600,3 M	560,8 M	▲7,0%
ParkShopping	199,9 M	187,7 M	▲6,5%	392,0 M	363,2 M	▲7,9%
DiamondMall	121,7 M	106,6 M	▲14,1%	230,9 M	202,8 M	▲13,8%
New York City Center	47,3 M	44,7 M	▲5,7%	100,2 M	92,6 M	▲8,3%
Shopping Anália Franco	201,5 M	186,6 M	▲8,0%	369,9 M	348,1 M	▲6,3%
ParkShoppingBarigüi	184,4 M	159,1 M	▲15,9%	345,7 M	302,8 M	▲14,2%
Pátio Savassi	78,9 M	73,5 M	▲7,3%	151,9 M	142,6 M	▲6,5%
Shopping Santa Úrsula	36,6 M	31,6 M	▲15,9%	69,5 M	60,7 M	▲14,5%
BarraShoppingSul	150,5 M	132,0 M	▲14,0%	290,1 M	252,2 M	▲15,0%
Shopping Vila Olímpia	74,9 M	67,0 M	▲11,8%	144,3 M	128,4 M	▲12,4%
ParkShoppingSãoCaetano	99,6 M	-	N.A.	185,6 M	-	N.A.
<b>Total</b>	<b>2.254.5 M</b>	<b>1.966.8 M</b>	<b>▲14,6%</b>	<b>4.305.1 M</b>	<b>3.756,8 M</b>	<b>▲14,6%</b>

De acordo com o IBGE – Instituto Brasileiro de geografia e Estatística – as vendas no varejo nacional aumentaram 7,1% em abril e maio de 2012 (os dados de junho de 2012 ainda não haviam sido divulgados no momento que este relatório foi divulgado), quando comparadas ao mesmo período em 2011. As vendas no varejo nacional foram 750 p.b. abaixo do que as vendas dos shoppings da Multiplan. Analisando lojas com menos de 1.000 m<sup>2</sup> apenas, as vendas por metro quadrado foram de R\$1.934 por mês, aumentando 8,9% no mesmo período em 2011.

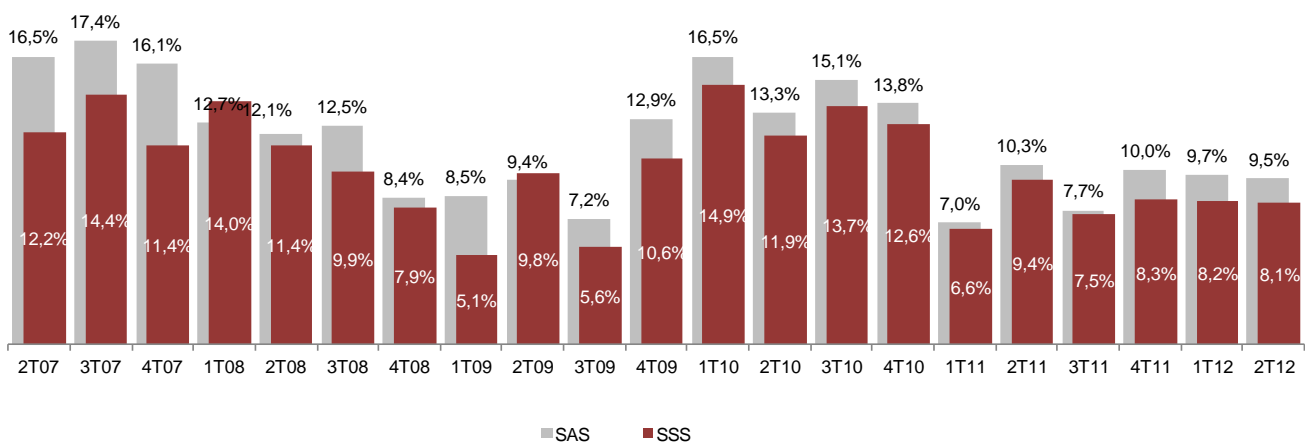
Mais uma vez, Vendas na Mesma Área apresenta crescimento consistente, alta de 9,5%

Os crescimentos das Vendas na Mesma Área (SAS) e Vendas nas Mesmas Lojas (SSS) atingiram 9,5% e 8,1%, respectivamente, no 2T12 quando comparados ao 2T11. O crescimento, consistente em todas as métricas, é consequência da alta qualidade do portfólio e da administração diária dos shopping centers, como pode ser observado pelo maior desempenho do SAS vis-à-vis ao SSS.



#### Análise de vendas (2T12/2T11)

<sup>1</sup> Abril e maio de 2012 comparado ao mesmo período em 2011



■ SAS ■ SSS  
**Evolução das Vendas em Mesmas Lojas e Vendas na Mesma Área (ano/ano)**

Analisando a abertura das Vendas nas Mesmas Lojas (SSS), o segmento de artigos do lar e escritório, junto com alimentação e área gourmet foram os destaques do trimestre, apresentando SSS total de 12,1% e 9,5%, respectivamente. O segmento de serviços também apresentou crescimento robusto do SSS de 9,1%. Abrindo os dados entre lojas âncoras e satélites, a última apresentou melhor desempenho, atingindo 9,2% versus 5,2% das lojas âncoras.

	2T12 x 2T11			
	Vendas nas Mesmas Lojas	Âncoras	Satélites	Total
Vestuário	▲2,2%	▲7,1%	▲5,9%	
Artigos do lar e escritório	▲11,6%	▲12,4%	▲12,1%	
Artigos diversos	▲1,0%	▲11,1%	▲7,9%	
Alimentação e área gourmet	n.a.	▲9,5%	▲9,5%	
Serviços	▲9,7%	▲8,2%	▲9,1%	
<b>Total</b>	<b>▲5,2%</b>	<b>▲9,2%</b>	<b>▲8,1%</b>	

**Crescimento das Vendas em Mesmas Lojas**

#### 4.2 Estudo de Caso: Crescimento via Expansões – A História de Sucesso do BH Shopping

Inaugurado em setembro de 1979, com 20.838 m<sup>2</sup> de ABL, o BH Shopping foi o primeiro mall do portfólio da Multiplan. O shopping reflete o conceito adotado pela Multiplan em seus projetos, que é desenvolver shoppings de destino e fortalezas. Após sua quinta expansão, entregue em outubro de 2010, que adicionou mais de 10.000 m<sup>2</sup> de ABL, o BH Shopping atingiu uma ABL de 47.565 m<sup>2</sup>, 128,3% maior do que quando inaugurado. Atualmente, o shopping center representa, sozinho, 16,6% da área bruta comerciável da cidade de Belo Horizonte, de acordo com as estatísticas da Abrasce (Associação Brasileira de Shopping Centers).



BH Shopping em 1979

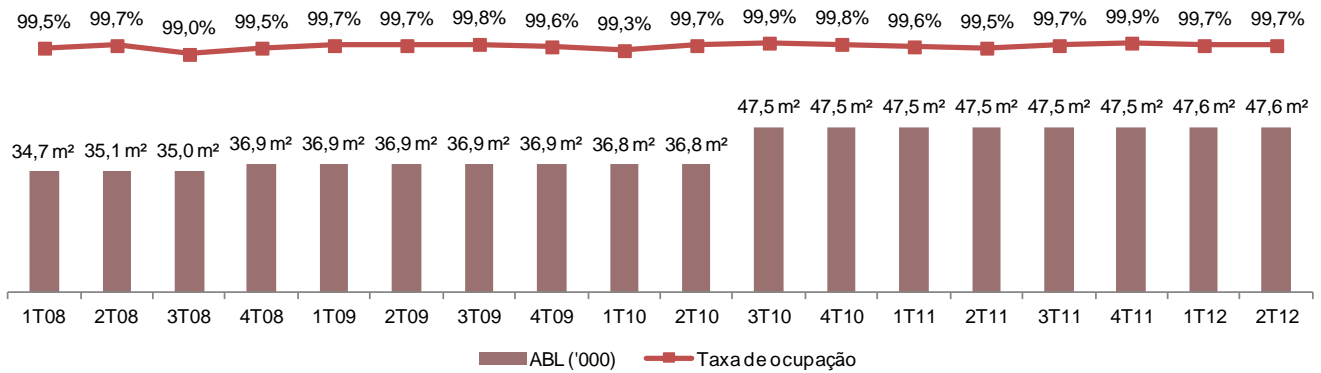


BH Shopping em 2010



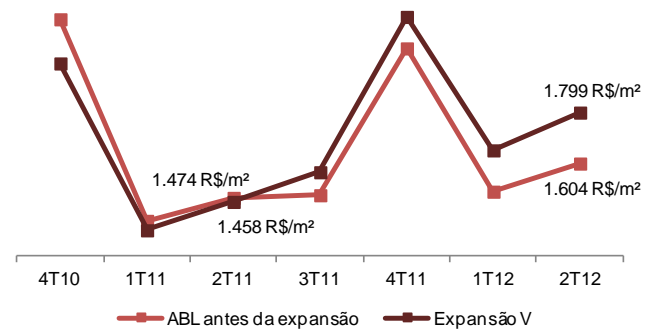
BH Shopping Expansão V – Visão Interna

Tratando-se de demanda por espaço, o BH Shopping tem operado bem próximo à sua capacidade, com taxa de ocupação histórica próxima a 100,0%. Adicionalmente, as vendas por metro quadrado, que também indicam o sucesso do shopping center, atingiram no 2T12 uma média de R\$1.650/m<sup>2</sup> por mês, um aumento de 12,2%, quando comparado ao 2T11. Esta análise é ainda mais interessante quando comparada à abertura entre vendas por metro quadrado entre “ABL excluindo a Expansão V” e a “Expansão V” apenas. A primeira atingiu uma média de R\$1.604/m<sup>2</sup> por mês, 8,9% maior do que no 2T11, enquanto a Expansão V, de R\$1.799/m<sup>2</sup>, foi 12,1% acima da ABL excluindo a expansão V e 23,4% maior do que no 2T11.



Taxa de ocupação histórica no BH Shopping

O BH Shopping é um caso claro da estratégia da Multiplan de adicionar valor aos seus ativos através do desenvolvimento de expansões. Após mais de 32 anos em operação, o BH Shopping continua apresentando forte desempenho, baseado na combinação de variáveis, tais como: localização, administração intensiva do shopping, manutenção do ativo no estado da arte e alto padrão de qualidade no atendimento ao cliente.

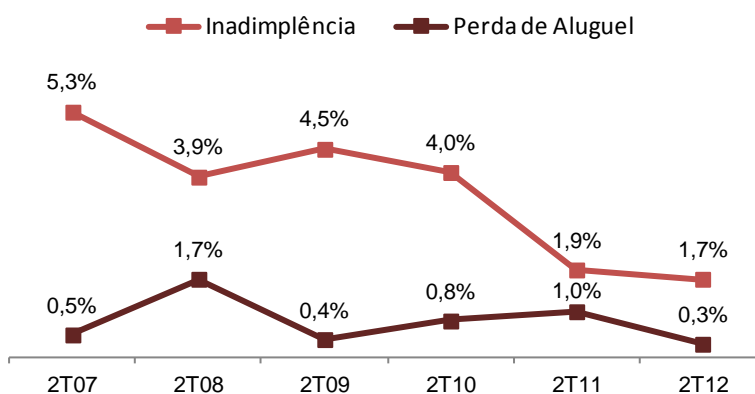


Abertura das vendas por m<sup>2</sup> – ABL antes da expansão V versus Expansão V

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

A taxa de ocupação média foi de 97,8% no 2T12, 60 p.b. maior do que no 1T12, devido principalmente aos aumentos na taxa de ocupação de 410 p.b. no Shopping Vila Olímpia, de 390 p.b. no Shopping Santa Úrsula e de 170 p.b. no ParkShoppingSãoCaetano. Considerando os dados finais de junho de 2012, a taxa de ocupação seria de 98,1%.

A inadimplência nos shoppings da Multiplan (atraso no pagamento do aluguel acima de 25 dias) atingiu 1,7% no 2T12, 20 p.b. menor do que no 2T11, de 1,9%. Como pode ser observado no gráfico à direita, a inadimplência tem diminuído e pode ser explicada pela qualidade e grande demanda do portfólio. A perda de aluguel (inadimplência superior a seis meses) também diminuiu, atingindo 0,3%, 70 p.b. abaixo do dado do 2T11 de 1,0%.

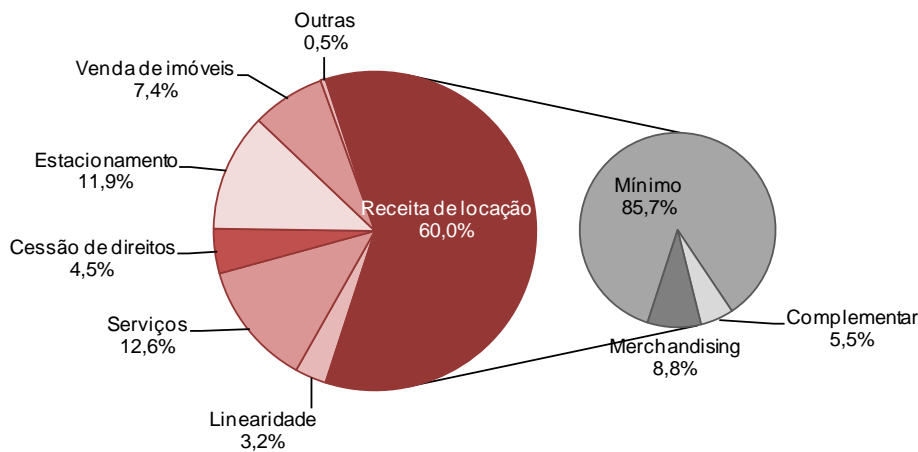
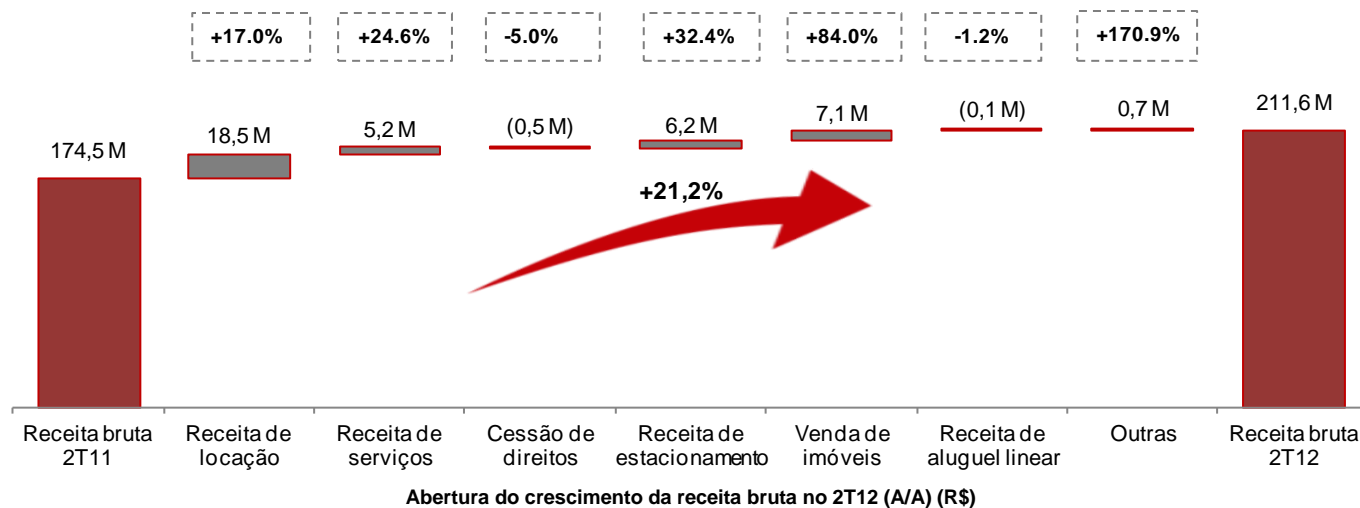


Histórico de inadimplência e perda de aluguel: 2T07-2T12

## 5. Receita Bruta

Receita bruta atinge R\$211,6 milhões, alta de 21,2%

A receita bruta atingiu R\$211,6 milhões no 2T12, um aumento de 21,2% quando comparado ao 2T11. A receita de vendas de Imóveis aumentou 84,0% e foi um dos principais destaques do trimestre devido ao reconhecimento da venda do Morumbi Business Center, do Centro Profissional Ribeirão Shopping e das torres no complexo BarraShoppingSul. As receitas de estacionamento, serviços e locação também apresentaram forte desempenho, aumentando 32,4%, 24,6% e 17,0%, respectivamente. No 1S12, a receita bruta foi de R\$557,6 milhões, alta de 60,4% quando comparado ao 1S11.



**Abertura da receita bruta – 2T12**

## 6. Resultado da Participação em Shopping Centers

### 6.1 Receita de Locação

Receita de locação atinge R\$126,9 milhões. Aluguel complementar aumenta 44,5%, provando a força do portfólio da Multiplan

A receita de aluguel da Multiplan totalizou R\$126,9 milhões no 2T12, aumentando 17,0% quando comparada ao 2T11. Este crescimento foi predominantemente orgânico. O ParkShoppingSãoCaetano (em operação desde novembro de 2011) apresentou receita de locação de R\$8,0 milhões, contribuindo com 6,3% do total da receita de locação no trimestre.

O aluguel complementar apresentou o maior crescimento no 2T12, alta de 44,5%, atingindo R\$7,0 milhões no trimestre, ou 5,5% da receita de locação. Esta performance indica que as vendas nos shopping centers da Multiplan cresceram fortemente. O aluguel mínimo foi de R\$108,7 milhões e contribuiu com 85,7% da receita de locação da Multiplan versus 86,3% no 2T11. A receita reportada de merchandising foi de R\$11,2 milhões, 11,9% maior do que no 2T11.

Receita de Locação				
(R\$)	Mínimo	Complementar	Merchand.	Total
<b>2T12</b>	<b>108,7 M</b>	<b>7,0 M</b>	<b>11,2 M</b>	<b>126,9 M</b>
% da receita de locação total	85,7%	5,5%	8,8%	100,0%
<b>2T11</b>	<b>93,6 M</b>	<b>4,8 M</b>	<b>10,0 M</b>	<b>108,4 M</b>
% da receita de locação total	86,3%	4,5%	9,2%	100,0%
<b>Varição total %</b>	<b>▲16,2%</b>	<b>▲44,5%</b>	<b>▲11,9%</b>	<b>▲17,0%</b>

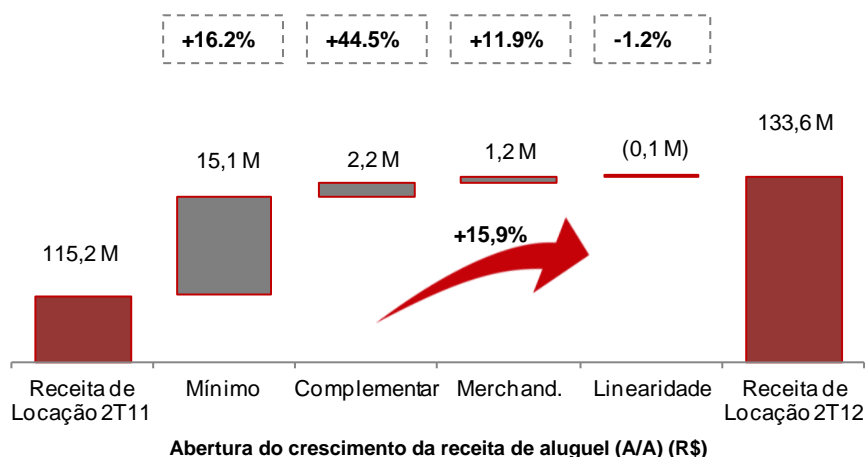
O BH Shopping e o MorumbiShopping, dois dos shoppings mais consolidados do portfólio, apresentaram aumentos na receita de locação de 12,5% e 12,3%, respectivamente. O ParkShoppingBarigüi (+17,6%) e o BarraShoppingSul (+13,4%), ambos localizados na região sul do País, foram também destaques do trimestre, reportando forte desempenho. Adicionalmente, o Shopping Santo Úrsula e o Shopping Vila Olímpia<sup>1</sup>, que estão melhorando seus resultados, trimestre após trimestre, reportaram crescimentos da receita de aluguel de 10,3% e 22,7%, respectivamente (ajustando os dados do Shopping Vila Olímpia do 2T11 para a participação adquirida no 1T12). <sup>1</sup> Ver nota na próxima página.

Receita de Locação (R\$)	2T12	2T11	Var.%	1S12	1S11	Var.%
BH Shopping	16,6 M	14,8 M	▲12,5%	31,7 M	28,5 M	▲11,2%
RibeirãoShopping	7,7 M	7,2 M	▲6,7%	15,3 M	14,3 M	▲7,4%
BarraShopping	18,2 M	17,4 M	▲4,3%	36,5 M	33,9 M	▲7,6%
MorumbiShopping	21,0 M	18,7 M	▲12,3%	40,8 M	37,0 M	▲10,4%
ParkShopping	9,1 M	8,4 M	▲9,1%	17,8 M	17,1 M	▲4,2%
DiamondMall	7,9 M	7,4 M	▲6,0%	15,6 M	14,5 M	▲7,6%
New York City Center	1,5 M	1,4 M	▲7,4%	3,2 M	3,0 M	▲6,7%
Shopping AnáliaFranco	5,1 M	4,8 M	▲5,7%	9,9 M	9,3 M	▲7,0%
ParkShoppingBarigüi	10,3 M	8,7 M	▲17,6%	19,6 M	17,6 M	▲11,5%
Pátio Savassi	5,2 M	4,8 M	▲9,5%	10,3 M	9,6 M	▲7,5%
Shopping Santa Úrsula	1,3 M	1,1 M	▲10,3%	2,4 M	2,2 M	▲10,0%
BarraShoppingSul	10,5 M	9,2 M	▲13,4%	20,0 M	18,2 M	▲10,0%
Shopping Vila Olímpia <sup>1</sup>	4,5 M	4,4 M	▲2,9%	9,5 M	8,8 M	▲7,9%
ParkShoppingSãoCaetano	8,0 M	-	N.A.	16,1 M	-	N.A.
<b>Subtotal</b>	<b>126,9 M</b>	<b>108,4 M</b>	<b>▲17,0%</b>	<b>248,9 M</b>	<b>213,9 M</b>	<b>▲16,3%</b>
Efeito da linearidade	6,7 M	6,8 M	▼1,2%	12,8 M	13,8 M	▼6,9%
<b>Total</b>	<b>133,6 M</b>	<b>115,2 M</b>	<b>▲15,9%</b>	<b>261,7 M</b>	<b>227,7 M</b>	<b>▲14,9%</b>

<sup>1</sup> Até o 4T11, a Multiplan detinha indiretamente 30% do Shopping Vila Olímpia e reconhecia o seu resultado através da consolidação da MPH, que possuía 71,5% do shopping. A partir de fevereiro de 2012, com a aquisição de uma participação adicional de 30,0%, a Multiplan passou a reconhecer apenas sua participação total de 60,0% do shopping. Essa mudança fez com que a comparação entre os dados de 2012 e 2011 ficasse distorcida. Observada a alteração realizada e analisando o resultado de 100% do shopping no trimestre em ambos os anos, a receita de locação do Shopping Vila Olímpia aumentou 22,7% no 2T12 sobre o 2T11.

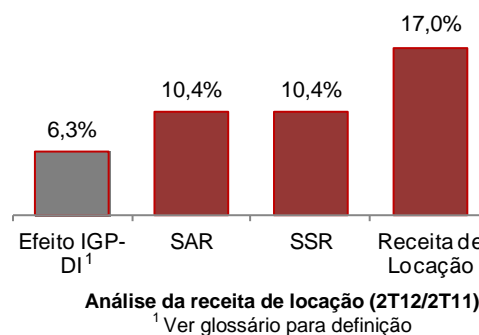
A receita de locação, incluindo o efeito da linearidade no cálculo, cresceu para R\$133,6 milhões de R\$115,2 milhões, 15,9% maior do que no 2T11. No 1S12, a receita de locação total somou R\$261,7 milhões, alta de 14,9% sobre o 1S11.

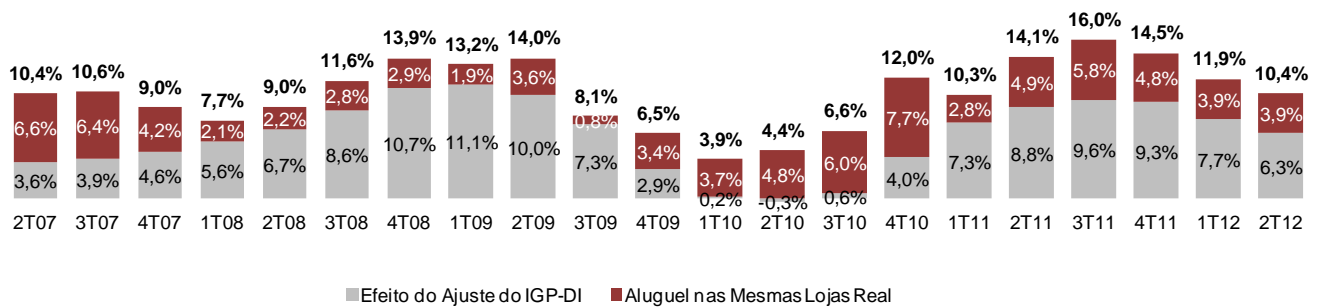
Informações adicionais sobre o resultado dos shopping centers estão disponíveis na Planilha de Fundamentos no site de relações com investidores da Multiplan ([www.multiplan.com.br/ri](http://www.multiplan.com.br/ri)).



Mais um trimestre de crescimento de dois dígitos do SSR, alta de 10,4% ou +3,9% acima da inflação

Mais uma vez o Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR) apresentou forte crescimento real de 3,9%. Ambos o SSR e o Aluguel na Mesma Área (SAR) aumentaram 10,4% no trimestre, quando comparados ao mesmo período em 2011. O efeito do ajuste do IGP-DI foi de 6,3%.





**Abertura do Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR)**  
Crescimento real e nominal

## 6.2 Receita de Estacionamento

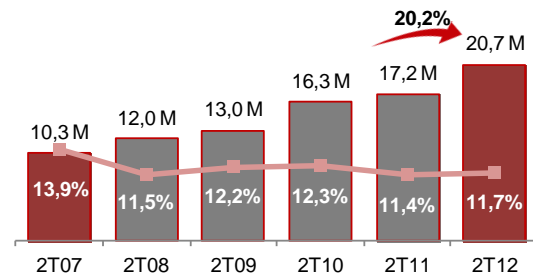
*Forte receita de estacionamento de R\$25,2 milhões, alta de 32,4%*

A receita de estacionamento atingiu R\$25,2 milhões no 2T12, 32,4% maior do que no 2T11. O ParkShoppingBarigüi, o Shopping Santa Úrsula e o Shopping Vila Olímpia foram os principais destaques, apresentando aumentos no tráfego de veículos de 14,4%, 19,9% e 11,0%, respectivamente. Outro vetor de crescimento deste crescimento foi o ParkShoppingSãoCaetano, inaugurado em novembro de 2011, adicionando mais de duas mil vagas de estacionamento. No 1S12 a receita de estacionamento atingiu R\$47,6 milhões, um aumento de 26,7% sobre o 1S11.

## 6.3 Despesas de Shopping Center

*Margem estável com processo de consolidação de shopping novo*

Conforme esperado, as despesas de shopping center aumentaram 20,2% no 2T12 sobre o 2T11, atingindo R\$20,7 milhões. Como percentual da receita de shopping center, no entanto, essas despesas permanecerem praticamente estáveis comparadas ao 2T11, em 11,7%. A maior parte do crescimento nestas despesas refere-se a investimentos em campanhas de marketing, visando a promover as novas áreas e aumentar o tráfego de pessoas ainda mais. No 1S12, as despesas de shopping center foram de R\$39,1 milhões versus R\$32,7 milhões no 1S11.



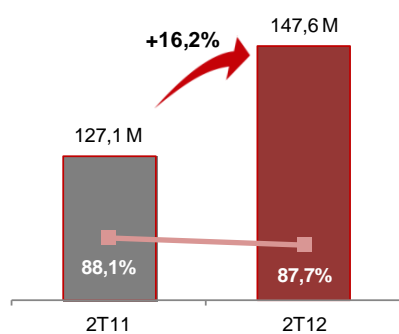
**Evolução das despesas de shopping center (R\$) e como percentual da receita líquida de shopping center no 2T12**  
(Excluindo receitas e impostos de venda de imóveis)

#### 6.4 Resultado Operacional Líquido – NOI

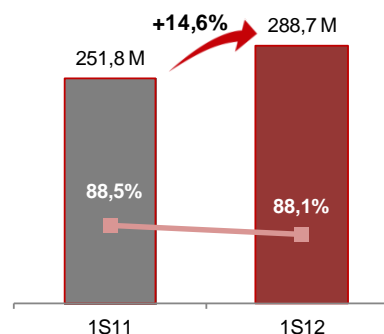
NOI + Cessão de Direitos atinge R\$147,6 milhões, alta de 16,2%

A Multiplan registrou Resultado Operacional Líquido (NOI) + Cessão de Direitos (CD) de R\$147,6 milhões no 2T12, 16,2% maior do que no 2T11. A margem NOI + CD permaneceu estável em 87,7% no 2T12, quando comparada ao mesmo período de 2011. No 1S12, NOI + CD alcançou R\$288,7 milhões, 14,6% maior do que no 1S11.

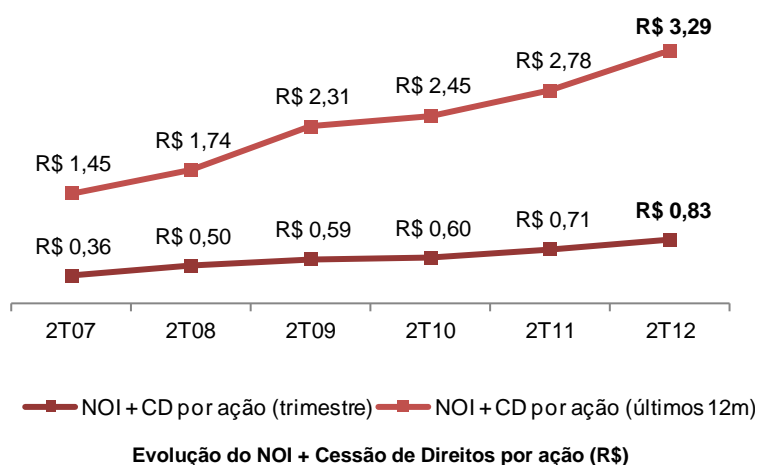
Cálculo do NOI (R\$)	2T12	2T11	Var.%	1S12	1S11	Var.%
Receita de locação	126,9 M	108,4 M	▲ 17,0%	248,9 M	213,9 M	▲ 16,3%
Linearidade	6,7 M	6,8 M	▼ 1,2%	12,8 M	13,8 M	▼ 6,9%
Resultado de estacionamento	25,2 M	19,0 M	▲ 32,4%	47,6 M	37,6 M	▲ 26,7%
<b>Resultado operacional</b>	<b>158,8 M</b>	<b>134,3 M</b>	<b>▲ 18,3%</b>	<b>309,3 M</b>	<b>265,3 M</b>	<b>▲ 16,6%</b>
Despesa de shopping center	(20,7 M)	(17,2 M)	▲ 20,2%	(39,1 M)	(32,7 M)	▲ 19,6%
<b>NOI</b>	<b>138,1 M</b>	<b>117,0 M</b>	<b>▲ 18,0%</b>	<b>270,2 M</b>	<b>232,6 M</b>	<b>▲ 16,2%</b>
Margem NOI	87,0%	87,2%	▼ 20 p.b	87,4%	87,7%	▼ 32 p.b
Cessão de direitos	9.540	10.045	▼ 5,0%	18.447	19.207	▼ 4,0%
<b>NOI + CD</b>	<b>147,6 M</b>	<b>127,1 M</b>	<b>▲ 16,2%</b>	<b>288,7 M</b>	<b>251,8 M</b>	<b>▲ 14,6%</b>
Margem NOI + CD	87,7%	88,1%	▼ 36 p.b	88,1%	88,5%	▼ 44 p.b



NOI + Cessão de Direitos e margem  
(2T12/2T11) - (R\$)



NOI + Cessão de Direitos e margem  
(1S12/1S11) - (R\$)



Evolução do NOI + Cessão de Direitos por ação (R\$)

## 7. Resultados da Administração de Shopping Centers

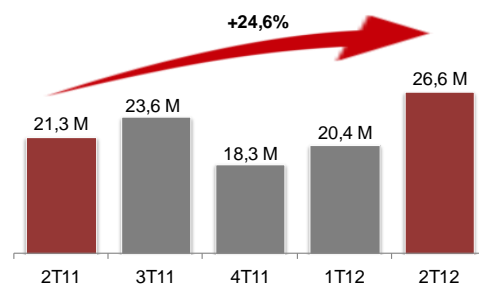
### 7.1 Receita de Serviços

Receita de serviços aumentou 24,6% no 2T12, para R\$26,6 milhões

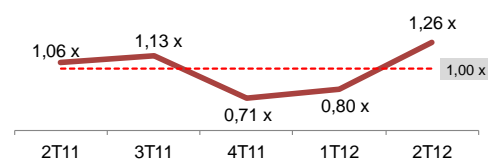
A receita de serviços – composta principalmente por taxas de administração dos shopping centers, corretagem e transferência – apresentou aumento de 24,6% no 2T12, alcançando sua máxima histórica. A receita de serviços foi equivalente a 125,6% das despesas gerais e administrativas no mesmo período.

No 2T12, a receita de serviços foi impulsionada por um aumento de 28,6% na taxa de administração dos shopping centers, juntamente com um aumento de 31,8% nas receitas com taxas de transferência.

No comparativo semestral, a receita de serviços aumentou 16,4% quando comparado com o primeiro semestre de 2011.



Evolução trimestral da receita de serviços (R\$)



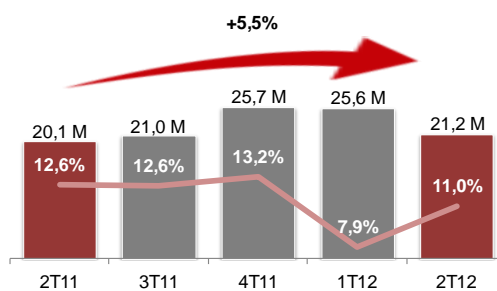
Relação entre receita de serviços e despesas de sede (x)

### 7.2 Despesas Gerais e Administrativas (Sede)

Redução de 160 pontos-base na relação despesas de sede/receita líquida, de 12,6% no 2T11 para 11,0% no 2T12

No 2T12, enquanto a receita líquida apresentou aumento 20,9%, um aumento em menor escala das Despesas Gerais e Administrativas (Sede), de 5,5%, resultou em redução da relação de despesas de sede/receita líquida de 12,6% no 2T11 para 11,0% no 2T12.

Excluindo o impacto de despesas não recorrentes, e somente para fins de análise, as despesas de sede teriam subido 3,0% no 2T12 em comparação com o 2T11, um aumento abaixo da variação da inflação de 4,9%, medido pelo IPCA, para o período.

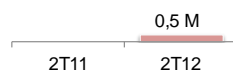


Despesas de Sede (R\$) e evolução das Despesas de Sede/Receita líquida (%)

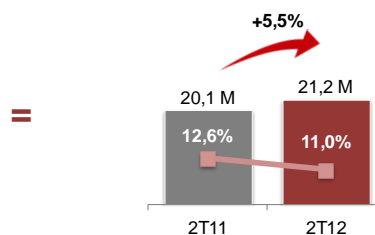


Evolução das despesas de sede recorrentes 2T11/2T12 (R\$) e despesas de sede recorrentes/receita líquida (%)

(+)



Itens não recorrentes 2T11/2T12 (R\$)



Evolução das despesas de sede 2T11/2T12 (R\$) e despesas de sede/receita líquida (%)

## 8. Resultados do Desenvolvimento de Shopping Centers

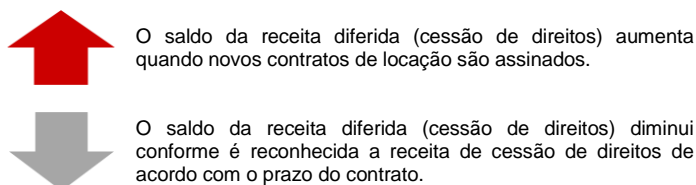
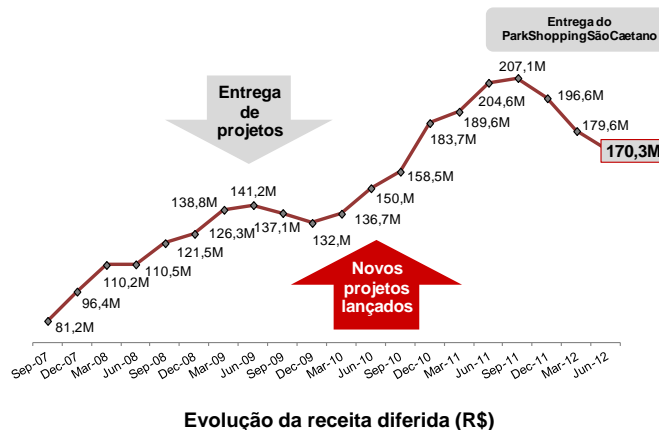
### 8.1 Receita Diferida e Contratos de Cessão de Direitos Assinados

*Queda no saldo da receita diferida devido ao reconhecimento de receitas*

No 2T12, o saldo da receita diferida caiu de R\$179,6 milhões em março de 2012 para R\$170,3 milhões em junho de 2012, como resultado do reconhecimento de receita de cessão de direitos no período.

No 2T12, o saldo da receita diferida foi impactado principalmente pelo (i) reconhecimento de receitas do ParkShoppingSãoCaetano, as quais contribuíram para redução do saldo, e (ii) menor volume de assinaturas de novos contratos de locação no 2T12, como resultado da maior parte dos espaços disponíveis para locação nos projetos em desenvolvimento já terem sido locados.

O saldo da receita diferida será reconhecido como receita de cessão de direitos linearmente ao longo da vigência de 5 anos do contrato de locação, após a entrega das áreas.



### 8.2 Receita de Cessão de Direitos

Receita de Cessão de Direitos (R\$)	2T12	2T11	Var. %	1S12	1S11	Var. %
Operacional (Recorrente)	1,5 M	2,3 M	▼36,9%	3,2 M	4,2 M	▼22,3%
Projetos abertos nos últimos cinco anos	8,1 M	7,7 M	▲4,6%	15,2 M	15,0 M	▲1,1%
<b>Receita de Cessão de Direitos</b>	<b>9,5 M</b>	<b>10,0 M</b>	<b>▼5,0%</b>	<b>18,4 M</b>	<b>19,2 M</b>	<b>▼4,0%</b>

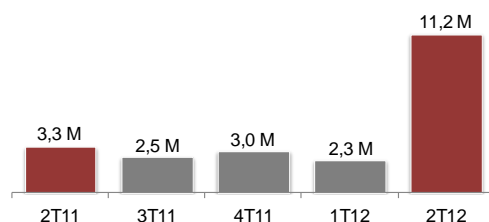
A receita da cessão de direitos diminuiu 5,0% no 2T12 para R\$9,5 milhões. A receita de cessão de direitos é composta por (i) receita recorrente (ou operacional), relacionada à cessão de direitos reconhecida nos shopping centers que estão em operação há mais de cinco anos, e reflete o esforço da Companhia 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.

### 8.3 Despesas com Novos Projetos para Locação

No 2T12, as despesas com novos projetos para Locação subiram para R\$11,2 milhões

No 2T12, as despesas com novos projetos para locação foram de R\$11,2 milhões, comparado a R\$3,3 milhões no 2T11, como resultado de (i) despesas referentes ao processo de entrega de chaves aos lojistas do JundiaíShopping, VillageMall e ParkShoppingCampoGrande, ocorridas nos meses de junho e julho, (ii) despesas com o lançamento de novas expansões no BarraShopping e RibeirãoShopping, (iii) impostos sobre propriedades (“IPTU”) de projetos em desenvolvimento, e (iv) despesas com estudos de novos projetos.

Conforme informado anteriormente, essas despesas ocorrem principalmente nas fases de lançamento dos projetos, e são uma ferramenta para a implementação da estratégia da Companhia, que consiste em atrair os melhores lojistas para formar o mix mais apropriado para cada shopping center. A Multiplan planeja abrir três novos shopping centers no segundo semestre de 2012, e deve apresentar uma ligeira elevação das despesas de novos projetos nesse período.



Despesas com novos projetos para locação (R\$)

## 9. Resultados de Empreendimentos Imobiliários

---

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

---

#### *Receita de Venda de Imóveis*

No 2T12, a Multiplan registrou receita de R\$15,6 milhões com empreendimentos imobiliários para venda, segundo o método de apropriação físico-financeiro (PoC), composta principalmente da apropriação de receitas do Centro Profissional RibeirãoShopping e do Morumbi Business Center.

#### *Custo de Imóveis Vendidos*

A Companhia registrou custo de imóveis vendidos de R\$12,9 milhões no 2T12, em linha com o andamento das obras, composta principalmente por apropriação de custos do Centro Profissional RibeirãoShopping.

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

As despesas com novos projetos para venda alcançaram R\$3,4 milhões no 2T12, comparado a R\$1,3 milhões no 2T11, como resultado de (i) despesas relacionadas com a venda do Morumbi Business Center e (ii) esforços de marketing dos projetos para venda localizados no Complexo BarraShoppingSul.

## 10. Resultados Financeiros

### 10.1 EBITDA

EBITDA de Shopping Centers 12,3% superior no 2T12

A Multiplan registrou um aumento de 12,3% no EBITDA de Shopping Centers (SC) do 2T12 (excluindo atividade imobiliária para venda), enquanto a receita líquida de shopping centers cresceu 17,7% no mesmo período. No 2T12, o aumento em despesas pré-operacionais, conforme esperado, contribuiu para a redução da margem EBITDA de Shopping Centers. Como resultado, a margem EBITDA de Shopping Centers saiu de 72,4% no 2T11 para 69,1% no 2T12.

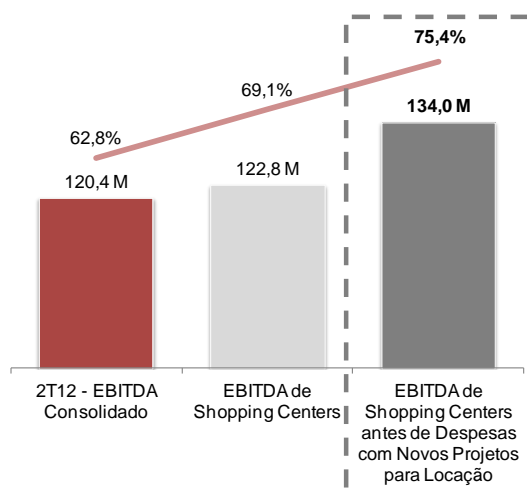
Somente para fins de análise, se excluísas as despesas com novos projetos para locação do cálculo do EBITDA de shopping centers, a margem aumentaria de 74,6% no 2T11 para 75,4% no 2T12.

EBITDA de Shopping Centers (R\$)	2T12	2T11	Var. %	1S12	1S11	Var. %
<b>Receita Bruta de Shopping Centers <sup>1</sup></b>	<b>196,0 M</b>	<b>166,0 M</b>	<b>▲18,0%</b>	<b>376,0 M</b>	<b>325,6 M</b>	<b>▲15,5%</b>
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços	(18,3 M)	(15,1 M)	▲21,8%	(28,6 M)	(29,2 M)	▼1,9%
<b>Receita Líquida</b>	<b>177,7 M</b>	<b>151,0 M</b>	<b>▲17,7%</b>	<b>347,3 M</b>	<b>296,4 M</b>	<b>▲17,2%</b>
Despesas de sede	(21,2 M)	(20,1 M)	▲5,5%	(46,7 M)	(41,7 M)	▲12,1%
Despesas baseadas em opções de ações	(2,8 M)	(2,2 M)	▲28,6%	(4,9 M)	(3,5 M)	▲39,2%
Despesas de shopping centers	(20,7 M)	(17,2 M)	▲20,2%	(39,1 M)	(32,7 M)	▲19,6%
Despesas com novos projetos para locação	(11,2 M)	(3,3 M)	▲240,0%	(13,6 M)	(6,7 M)	▲101,0%
Outras receitas (despesas) operacionais	1,0 M	1,1 M	▼7,5%	1,9 M	2,6 M	▼28,4%
<b>EBITDA de Shopping Centers <sup>2</sup></b>	<b>122,8 M</b>	<b>109,3 M</b>	<b>▲12,3%</b>	<b>244,9 M</b>	<b>214,4 M</b>	<b>▲14,3%</b>
Margem EBITDA de Shopping Centers	69,1%	72,4%	▼328 p.b	70,5%	72,3%	▼180 p.b
(+) Despesas com novos projetos para locação	11,2 M	3,3 M	▲240,0%	13,6 M	6,7 M	▲101,0%
<b>EBITDA SC antes de Desp. de Novos Projetos <sup>3</sup></b>	<b>134,0 M</b>	<b>112,6 M</b>	<b>▲19,0%</b>	<b>258,5 M</b>	<b>221,1 M</b>	<b>▲16,9%</b>
% EBITDA SC antes de Desp. de Novos Projetos	75,4%	74,6%	▲84 p.b	74,4%	74,6%	▼18 p.b

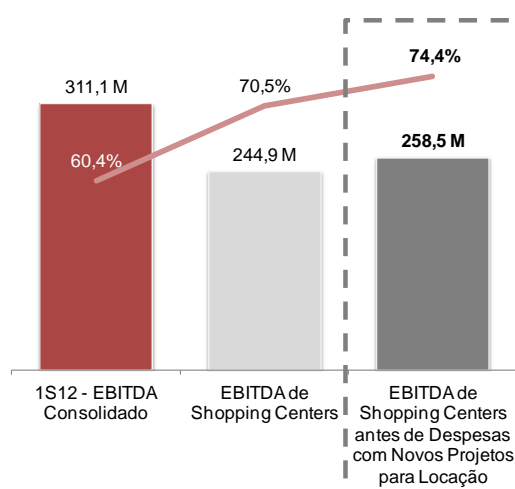
(1) Receita Bruta de Shopping Centers: não considera a receita com a venda de imóveis.

(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, adicionando despesas com novos projetos para locação, uma vez que essas despesas referem-se a shopping centers que ainda não estão em operação.



2T12: EBITDA Consolidado, EBITDA de Shopping Centers e EBITDA de Shopping Centers antes de Despesas com Novos Projetos para Locação (R\$) e margens (%)



1S12: EBITDA Consolidado, EBITDA de Shopping Centers e EBITDA de Shopping Centers antes de Despesas com Novos Projetos para Locação (R\$) e margens (%)

O EBITDA Consolidado foi 12,4% maior no 2T12, alcançando R\$120,4 milhões, apresentando margem de 62,8%. A margem EBITDA Consolidada 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.

<b>EBITDA Consolidado (R\$)</b>	<b>2T12</b>	<b>2T11</b>	<b>Var. %</b>	<b>1S12</b>	<b>1S11</b>	<b>Var. %</b>
<b>Receita Líquida</b>	<b>191,8 M</b>	<b>158,7 M</b>	<b>▲20,9%</b>	<b>515,1 M</b>	<b>316,5 M</b>	<b>▲62,8%</b>
Despesas de sede	(21,2 M)	(20,1 M)	▲5,5%	(46,7 M)	(41,7 M)	▲12,1%
Despesas baseadas em opções de ações	(2,8 M)	(2,2 M)	▲28,6%	(4,9 M)	(3,5 M)	▲39,2%
Despesas de shopping centers	(20,7 M)	(17,2 M)	▲20,2%	(39,1 M)	(32,7 M)	▲19,6%
Despesas com novos projetos para locação	(11,2 M)	(3,3 M)	▲240,0%	(13,6 M)	(6,7 M)	▲101,0%
Despesas com novos projetos para venda	(3,4 M)	(1,3 M)	▲165,1%	(9,4 M)	(2,5 M)	▲278,1%
Custo de imóveis vendidos	(12,9 M)	(9,4 M)	▲37,7%	(93,1 M)	(23,4 M)	▲298,1%
Resultado de equivalência patrimonial	(0,2 M)	0,8 M	na	0,9 M	1,4 M	▼38,5%
Outras receitas (despesas) operacionais	1,0 M	1,1 M	▼7,5%	1,9 M	2,6 M	▼28,4%
<b>EBITDA Consolidado</b>	<b>120,4 M</b>	<b>107,1 M</b>	<b>▲12,4%</b>	<b>311,1 M</b>	<b>210,0 M</b>	<b>▲48,2%</b>
Margem EBITDA Consolidada	62,8%	67,5%	▼473 p.b	60,4%	66,3%	▼595 p.b

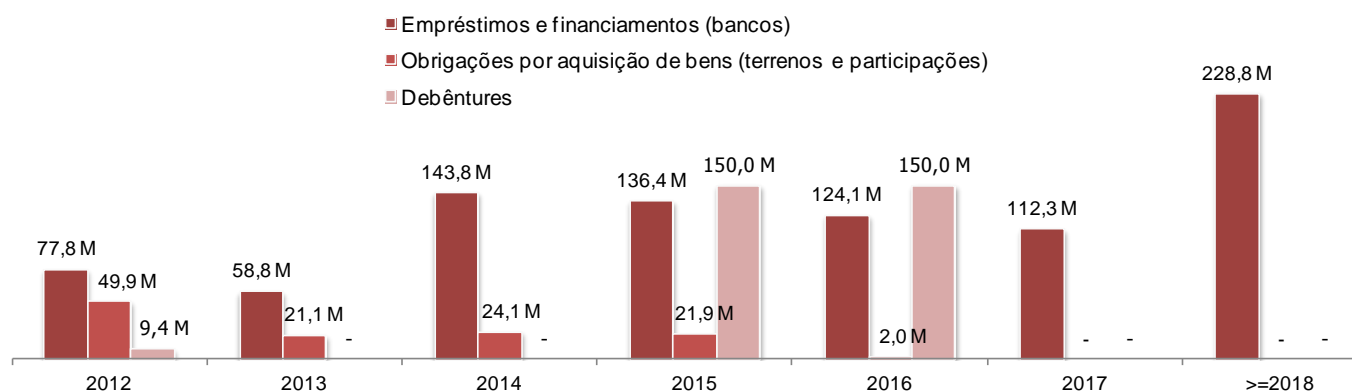
## 10.2 Resultados Financeiros, Dívida e Disponibilidades

A Multiplan encerrou o 2T12 com uma dívida líquida de R\$864,5 milhões, comparado com R\$563,6 milhões no trimestre anterior. Isto representa uma relação de dívida líquida/EBITDA (últimos 12 meses) de 1,55x. No 2T12, o saldo entre o rendimento do caixa investido e as despesas financeiras gerou um resultado financeiro negativo de R\$6,1 milhões.

Abertura do Endividamento (R\$)	30/06/2012	31/03/2012	Var. %
<b>Dívidas de Curto Prazo</b>	<b>137,1 M</b>	<b>113,9 M</b>	<b>▲ 20,4%</b>
Empréstimos e financiamentos	77,8 M	66,0 M	▲ 17,9%
Debêntures	9,4 M	2,3 M	▲ 306,5%
Obrigações por aquisição de bens	49,9 M	45,5 M	▲ 9,6%
<b>Dívidas de Longo Prazo</b>	<b>1.173,3 M</b>	<b>1.104,8 M</b>	<b>▲ 6,2%</b>
Empréstimos e financiamentos	804,2 M	724,6 M	▲ 11,0%
Debêntures	300,0 M	300,0 M	▲ 0,0%
Obrigações por aquisição de bens	69,1 M	80,2 M	▼ 13,8%
<b>Dívida Bruta</b>	<b>1.310,4 M</b>	<b>1.218,6 M</b>	<b>▲ 7,5%</b>
<b>Caixa e Equivalentes de Caixa</b>	<b>445,9 M</b>	<b>655,0 M</b>	<b>▼ 31,9%</b>
<b>Dívida Líquida</b>	<b>864,5 M</b>	<b>563,6 M</b>	<b>▲ 53,4%</b>

A posição de caixa do 2T12 foi impactada principalmente pelas saídas de caixa referentes a (i) CAPEX de R\$287,2 milhões no período, (ii) pagamento total de R\$149,1 milhões em dividendos e juros sobre o capital próprio referente ao ano fiscal de 2011, e (iii) pagamento de R\$18,1 milhões referente a dívidas de curto prazo, parcialmente compensados pela (iv) entrada de R\$20,0 milhões da última parcela da venda do Morumbi Business Center, e (v) entrada de novos recursos de financiamento no valor de R\$89,8 milhões (divididos em R\$22,9 milhões para o desenvolvimento do Jundiaí Shopping, R\$8,8 milhões para o ParkShoppingCampoGrande e R\$58,1 milhões para o VillageMall).

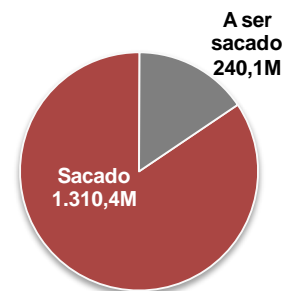
O aumento da dívida líquida contribuiu para a variação no indicador de dívida líquida/EBITDA (últimos 12 meses) de 1.04x no 1T12 para 1.55x no 2T12. A relação dívida bruta/EBITDA (últimos 12 meses) aumentou de 2,24 vezes no 1T12 para 2,36x no 2T12. À medida que a Companhia efetue os saques de seus empréstimos e financiamentos para a realização dos seus investimentos planejados, espera-se uma elevação da sua dívida bruta.



Perfil de amortização da dívida em 30 de junho de 2012 (R\$)

### Estratégia de financiamento

Em complemento à geração futura de caixa e empréstimos e financiamentos já contratados, a Companhia continua a analisar alternativas de financiamento para suas expansões anunciadas recentemente. Em 30 de junho de 2012, a Companhia apresentava dívida bruta de R\$1,3 bilhão, e saldo de R\$240,1 milhões em financiamentos já assinados e ainda não sacados.



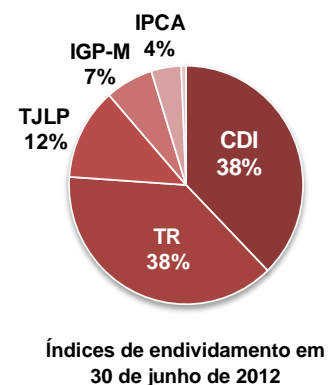
### Custo da dívida impactado positivamente pelas reduções nas taxas de juros

Comparado ao 2T11, a Multiplan aumentou a participação das linhas indexadas ao CDI de 2% no 2T11 para 38% do endividamento total no 2T12, buscando beneficiar-se da redução da taxa de juros no Brasil. Durante esse período, a taxa básica de juros nominal caiu de 12,25% ao ano em 30 de Junho de 2011 para 8,0% ao ano em 12 de Julho de 2012.

O custo ponderado de captação da Companhia caiu de 10,52% a.a. em 31 de março de 2012 para 9,98% a.a. em 30 de junho de 2012, comparado com a uma taxa básica de juros (Selic) vigente em 30 de junho de 2012, de 8,50% ao ano. No 2T12, a Companhia manteve a mesma diversificação de taxas de juros do trimestre anterior.

A participação da dívida indexada à TR no endividamento total da Companhia, que representava 64% do endividamento total no 2T11, foi reduzida para 38% no 2T12.

O endividamento atrelado à TJLP, principal índice utilizado pelo BNDES, aumentou sua participação no endividamento total da Companhia de 5% no 2T11 para 12% do endividamento total no 2T12. Este indexador, que estava fixado em 6,0% ao ano entre Julho de 2009 e Junho de 2012, foi reduzido para 5,5% ao ano em Julho de 2012.



### Indicadores de endividamento em 30 de junho de 2012

	Desempenho dos índices	Taxa de juros média <sup>1</sup>	Custo da dívida	Saldo da dívida (R\$)
CDI	8,50%	0,96%	9,46%	495,2 M
TR <sup>2</sup>	0,91%	9,78%	10,69%	502,0 M
TJLP	6,00%	3,32%	9,32%	164,3 M
IGP-M <sup>2</sup>	5,14%	3,78%	8,92%	86,4 M
IPCA <sup>2</sup>	4,99%	7,24%	12,23%	53,9 M
Outros	0,00%	7,68%	7,68%	8,6 M
<b>Total</b>	<b>4,86%</b>	<b>5,12%</b>	<b>9,98%</b>	<b>1.310,4 M</b>

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

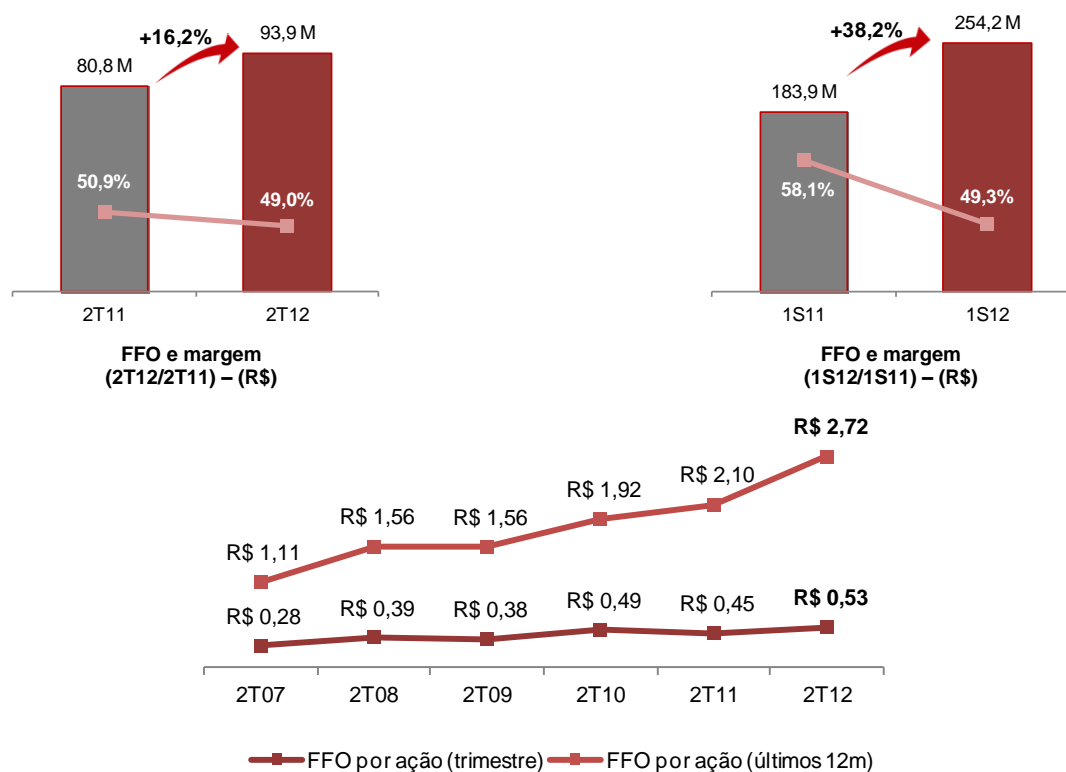
<sup>2</sup> Desempenho acumulado dos índices nos últimos 12 meses.

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

FFO atingiu R\$93,9 milhões no 2T12, alta de 16,2%

O FFO apresentou novamente crescimento robusto no 2T12, aumentando 16,2% para R\$93,9 milhões, apesar do aumento na alavancagem de -0,20x Dívida Líquida/EBITDA (últimos doze meses) no 2T11 para 1,55x no 2T12. O FFO por ação dos últimos doze meses atingiu R\$2,72 no 2T12, representando um significativo CAGR 07-12 de 19,7%. No 1S12, o FFO aumentou 38,2%, alcançando 254,2 milhões.

O lucro líquido ajustado atingiu R\$76,2 milhões no 2T12, um crescimento de 15,7% quando comparado ao 2T11, enquanto o lucro líquido no 2T12 foi de R\$63,1 milhões. No 1S12, o lucro líquido ajustado e o lucro líquido atingiram R\$219,2 milhões (+41.8%) e R\$187,6 milhões (+50,3%).



Evolução do FFO por ação (R\$)

Lucro Líquido e Cálculo do FFO (R\$)	2T12	2T11	Var.%	1S12	1S11	Var.%
Receita líquida	191,8 M	158,7 M	▲20,9%	515,1 M	316,5 M	▲62,8%
Despesas operacionais	(71,4 M)	(51,5 M)	▲38,5%	(204,0 M)	(106,5 M)	▲91,5%
Resultados financeiros	(6,1 M)	7,6 M	▼180,2%	(13,2 M)	19,2 M	▼168,9%
Depreciação e Amortização	(17,7 M)	(14,9 M)	▲18,2%	(34,9 M)	(29,3 M)	▲19,3%
Imposto de renda e contribuição social	(20,4 M)	(31,9 M)	▼36,1%	(42,5 M)	(40,6 M)	▲4,8%
Participação minoritária	(0,0 M)	(2,0 M)	▼99,1%	(1,3 M)	(4,7 M)	▼73,3%
<b>Lucro líquido ajustado</b>	<b>76,2 M</b>	<b>65,9 M</b>	<b>▲15,7%</b>	<b>219,2 M</b>	<b>154,6 M</b>	<b>▲41,8%</b>
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(13,1 M)	(4,8 M)	▲173,4%	(31,6 M)	(29,8 M)	▲6,1%
<b>Lucro líquido</b>	<b>63,1 M</b>	<b>61,1 M</b>	<b>▲3,3%</b>	<b>187,6 M</b>	<b>124,8 M</b>	<b>▲50,3%</b>
Depreciação e Amortização	17,7 M	14,9 M	▲18,2%	34,9 M	29,3 M	▲19,3%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	13,1 M	4,8 M	▲173,4%	31,6 M	29,8 M	▲6,1%
<b>FFO</b>	<b>93,9 M</b>	<b>80,8 M</b>	<b>▲16,2%</b>	<b>254,2 M</b>	<b>183,9 M</b>	<b>▲38,2%</b>
FFO por ação (R\$) <sup>1</sup>	0,53	0,45	▲16,9%	1,43	1,03	▲38,1%

<sup>1</sup> Ajustado por ações em tesouraria.

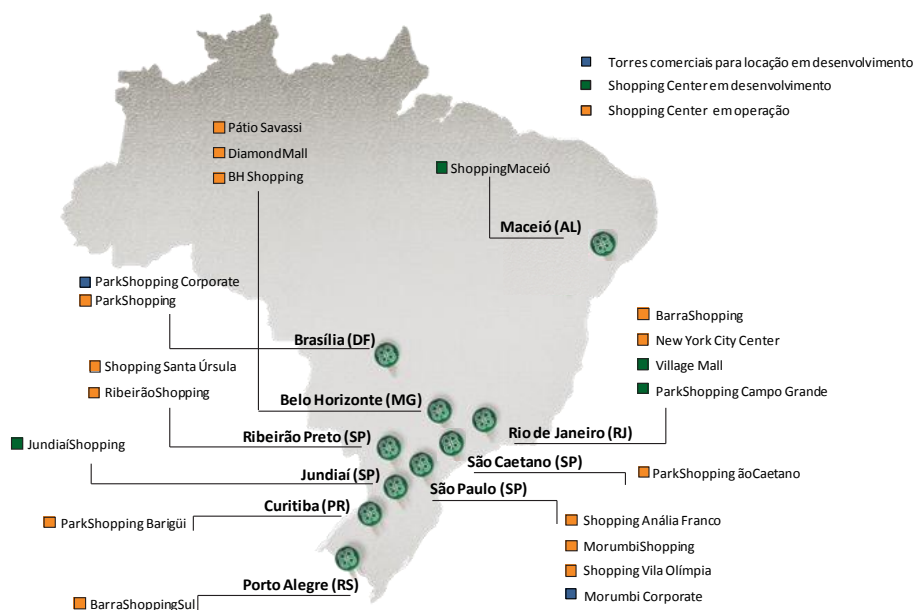
**11. Portfólio**

Portfólio	Estado	Multiplan %	ABL Total	Aluguel 2T12 (mês) <sup>2</sup>	Vendas 2T12 (mês) <sup>3</sup>	2T12 Tx. de ocupação média
<b>SCs em operação</b>						
BHShopping	MG	80,0%	47,565 m <sup>2</sup>	139 R\$/m <sup>2</sup>	1.695 R\$/m <sup>2</sup>	99,7%
RibeirãoShopping	SP	76,7%	46,592 m <sup>2</sup>	73 R\$/m <sup>2</sup>	918 R\$/m <sup>2</sup>	99,8%
BarraShopping	RJ	51,1%	69,422 m <sup>2</sup>	159 R\$/m <sup>2</sup>	2.078 R\$/m <sup>2</sup>	99,6%
MorumbiShopping	SP	65,8%	55,088 m <sup>2</sup>	179 R\$/m <sup>2</sup>	2.064 R\$/m <sup>2</sup>	99,4%
ParkShopping	DF	59,3%	53,332 m <sup>2</sup>	110 R\$/m <sup>2</sup>	1.464 R\$/m <sup>2</sup>	96,0%
DiamondMall	MG	90,0%	21,386 m <sup>2</sup>	130 R\$/m <sup>2</sup>	1.931 R\$/m <sup>2</sup>	99,3%
New York City Center	RJ	50,0%	22,271 m <sup>2</sup>	42 R\$/m <sup>2</sup>	726 R\$/m <sup>2</sup>	99,8%
Shopping AnáliaFranco	SP	30,0%	50,427 m <sup>2</sup>	105 R\$/m <sup>2</sup>	1.392 R\$/m <sup>2</sup>	99,9%
ParkShoppingBarigüi	PR	84,0%	50,056 m <sup>2</sup>	84 R\$/m <sup>2</sup>	1.343 R\$/m <sup>2</sup>	98,9%
Pátio Savassi	MG	96,5%	17,253 m <sup>2</sup>	97 R\$/m <sup>2</sup>	1.524 R\$/m <sup>2</sup>	99,5%
Shopping SantaÚrsula	SP	62,5%	23,339 m <sup>2</sup>	43 R\$/m <sup>2</sup>	644 R\$/m <sup>2</sup>	86,7%
BarraShoppingSul	RS	100,0%	68,212 m <sup>2</sup>	72 R\$/m <sup>2</sup>	1.030 R\$/m <sup>2</sup>	99,1%
Shopping VilaOlímpia	SP	60,0%	28,201 m <sup>2</sup>	104 R\$/m <sup>2</sup>	1.091 R\$/m <sup>2</sup>	87,8%
ParkShoppingSãoCaetano	SP	100,0%	39,345 m <sup>2</sup>	70 R\$/m <sup>2</sup>	911 R\$/m <sup>2</sup>	95,5%
<b>Sub-total SCs em operação</b>		<b>71,0%</b>	<b>592,489 m<sup>2</sup></b>	<b>109 R\$/m<sup>2</sup></b>	<b>1.415 R\$/m<sup>2</sup></b>	<b>97,8%</b>
<b>Expansões em desenvolvimento</b>						
BarraShopping	RJ	51,1%	5.296 m <sup>2</sup>	-	-	-
RibeirãoShopping	SP	76,2%	20.600 m <sup>2</sup>	-	-	-
<b>Sub-total expansões</b>		<b>71,1%</b>	<b>25.896 m<sup>2</sup></b>			
<b>SCs em desenvolvimento</b>						
JundiaíShopping	SP	100,0%	34.535 m <sup>2</sup>	-	-	-
Village Mall	RJ	100,0%	25.679 m <sup>2</sup>	-	-	-
ParkShoppingCampoGrande <sup>1</sup>	RJ	90,0%	42.226 m <sup>2</sup>	-	-	-
Parque Shopping Maceió	AL	50,0%	37.532 m <sup>2</sup>	-	-	-
<b>Sub-total SCs em desenvolvimento</b>		<b>83,6%</b>	<b>139,972 m<sup>2</sup></b>			
<b>Torres comerciais para locação em desenvolvimento</b>						
ParkShopping Corporate	DF	50,0%	13.360 m <sup>2</sup>	-	-	-
Morumbi Corporate	SP	100,0%	74.198 m <sup>2</sup>	-	-	-
BarraShopping Office	RJ	51,06%	4.204 m <sup>2</sup>	-	-	-
<b>Subtotal torres comerciais para locação em desenvol.</b>		<b>90,5%</b>	<b>91,762 m<sup>2</sup></b>			
<b>Portfólio Total</b>		<b>75,1%</b>	<b>850.119 m<sup>2</sup></b>	<b>109 R\$/m<sup>2</sup></b>	<b>1.415 R\$/m<sup>2</sup></b>	<b>97,8%</b>

<sup>1</sup> Multiplan é responsável por 100% do CAPEX.

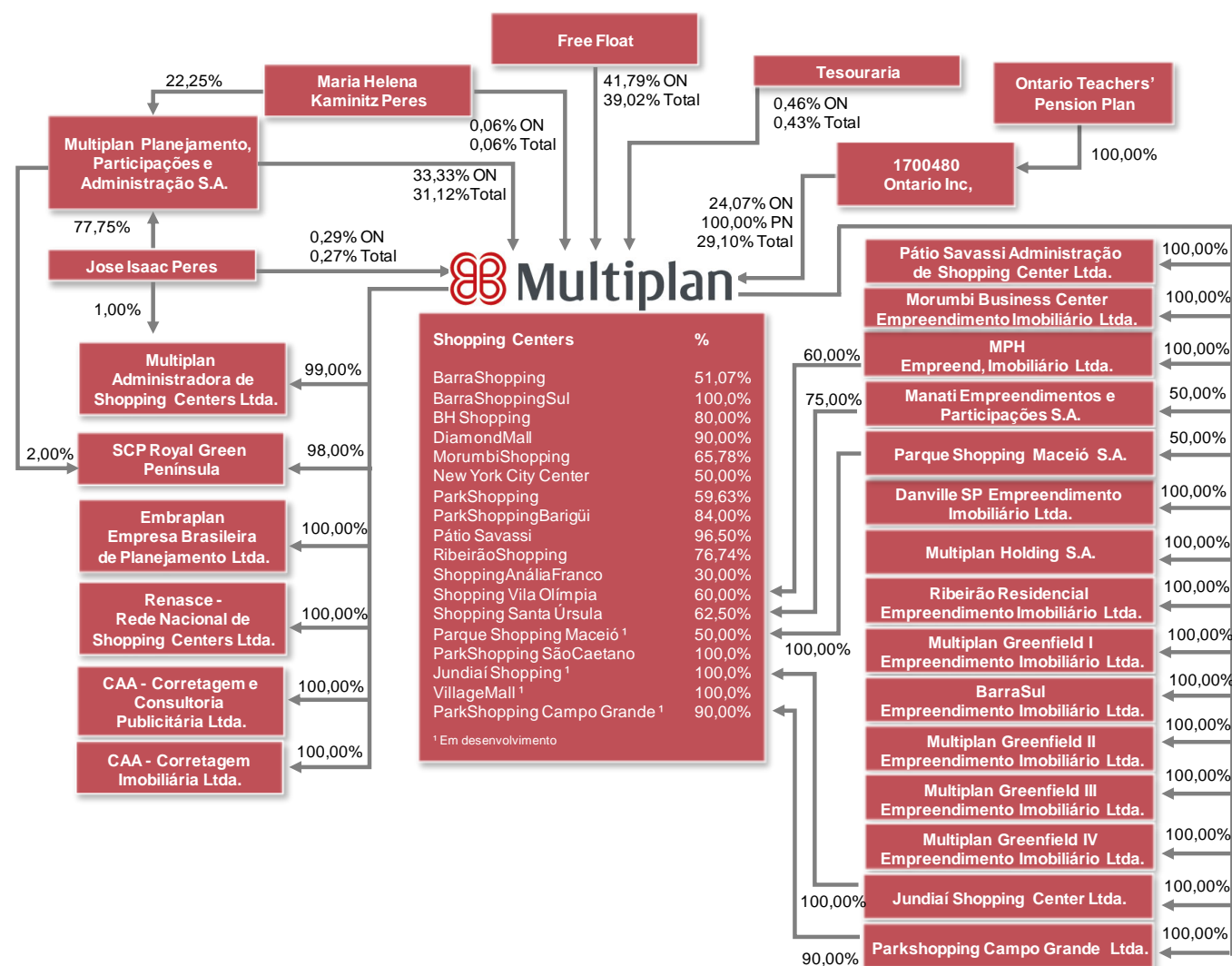
<sup>2</sup> Locação/m<sup>2</sup>/mês divide a receita de locação, excluindo merchandising e lojas que não reportam vendas por ABL próprio ocupado.

<sup>3</sup> Vendas/m<sup>2</sup>/mês divide vendas totais pela área composta por Lojas que reportam vendas mensais.



## 12. Estrutura Societária

A estrutura societária da Multiplan, em 30 de junho de 2012, está detalhada abaixo. De um total de 179.197.214 ações emitidas, 167.338.867 são ordinárias e 11.858.347 são ações preferenciais mantidas exclusivamente pela Ontario Teachers' Pension Plan e não são listadas ou negociadas em nenhuma bolsa de valores.



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.

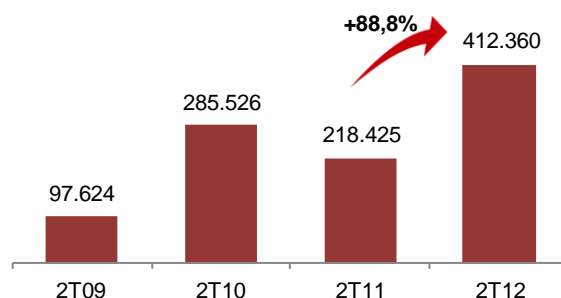
**Jundiaí Shopping Center Ltda.:** Detém 100,0% de participação no JundiaíShopping. Multiplan possui 100,0% de participação na Jundiaí Shopping Center Ltda..

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

### 13. Indicadores MULT3 e Mercado de Ações

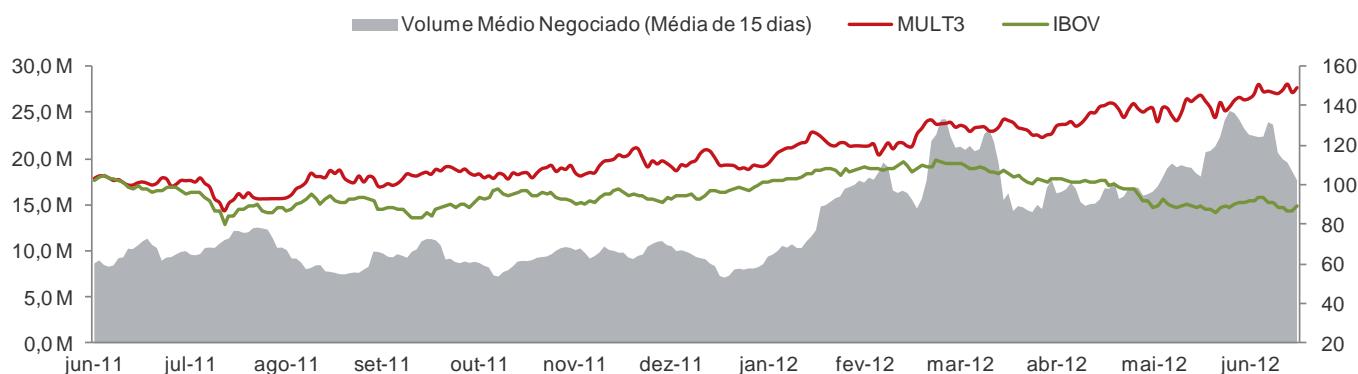
150,0% de aumento no volume médio diário negociado no 2T12 versus 2T11

A ação da Multiplan (MULT3 na BM&FBOVESPA; MULT3 BZ no Bloomberg) fechou o 2T12 cotada a R\$49,16/ação, um aumento de 44,2% quando comparado ao segundo trimestre de 2011, com desempenho superior ao índice do Ibovespa em 5.710 p.b., que caiu 12,9% no mesmo período. No 2T12, o volume médio diário negociado das ações da Multiplan apresentou um aumento significativo de 149,3%, atingindo uma média de R\$18,8 milhões/dia, comparado a R\$7,5 milhões no 2T11. Considerando o número de ações médio diário negociado no trimestre, o volume aumentou 88,8% em relação ao 2T11.



**Evolução do número de ações médio diário negociado**

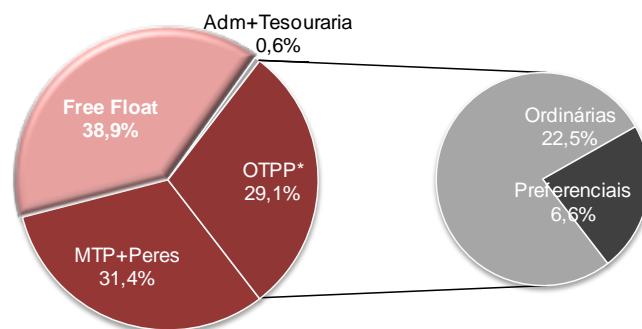
As ações da Multiplan fazem parte dos seguintes índices: Índice Brasil (IBRX), Índice Tag Along (ITAG), Índice de Ações com Governança Corporativa Diferenciada (IGC), Índice Imobiliário (IMOB), Índice Mid-Large Cap (MLCX) e Índice MSCI Brazil Fund.



**Varição: MULT3, Ibovespa e volume MULT3**  
 Base 100 = 30 de junho de 2011

MULT3 na BM&FBOVESPA (R\$)	2T12	2T11	Var.	1S12	1S11	Var.
Preço médio de fechamento	R\$ 45,41	R\$ 34,66	▲31,0%	R\$ 42,62	R\$ 33,78	▲26,1%
Preço de fechamento	R\$ 49,16	R\$ 34,10	▲44,2%	R\$ 49,16	R\$ 34,10	▲44,2%
Volume médio diário negociado	R\$ 18,8 M	R\$ 7,5 M	▲149,3%	R\$ 17,3 M	R\$ 8,5 M	▲102,8%
Valor de mercado	R\$ 8.809 M	R\$ 6.111 M	▲44,2%	R\$ 8.809 M	R\$ 6.111 M	▲44,2%

No final do Segundo trimestre de 2012, 31,4% das ações da Companhia pertenciam detida e indiretamente ao Sr. e Sra. Peres. A Ontario Teachers' Pension Plan (OTPP) detinha 29,1% e o free-float era equivalente a 38,9%. O total de ações emitidas são 179.197.214. As ações em tesouraria totalizaram 0,6% do total de ações emitidas.



**Abertura da estrutura societária em 30 de junho de 2012**

(\*) OTPP – Ontario Teachers Pension Plan

**14. Anexos**
**Destques Operacionais e Financeiros**

<b>Desempenho</b>						
<b>Desempenho Financeiro (%MTE)</b>	<b>2T12</b>	<b>2T11</b>	<b>Var.%</b>	<b>1S12</b>	<b>1S11</b>	<b>Var.%</b>
Receita bruta R\$'000	211.579	174.505	▲21,2%	557.605	347.658	▲60,4%
Receita líquida R\$'000	191.777	158.682	▲20,9%	515.126	316.495	▲62,8%
Receita líquida R\$/m <sup>2</sup>	472,5	444,3	▲6,3%	1.273,7	890,2	▲43,1%
Receita líquida US\$/pé	21,8	26,4	▼17,3%	58,8	52,9	▲11,2%
Receita de locação (com efeito da linearidade) R\$'000	133.582	115.208	▲15,9%	261.671	227.658	▲14,9%
Receita de locação R\$/m <sup>2</sup>	329,1	322,6	▲2,0%	647,0	640,3	▲1,0%
Receita de locação US\$/pé	15,2	19,2	▼20,7%	29,9	38,0	▼21,5%
Receita de locação mensal R\$/m <sup>2</sup>	109,7	107,5	▲2,0%	107,8	106,7	▲1,0%
Receita de locação mensal US\$/pé	5,1	6,4	▼20,7%	5,0	6,3	▼21,5%
Resultado Operacional Líquido (NOI) R\$'000	138.078	117.011	▲18,0%	270.224	232.581	▲16,2%
Resultado Operacional Líquido R\$/m <sup>2</sup>	340,2	327,6	▲3,8%	668,2	654,2	▲2,1%
Resultado Operacional Líquido US\$/pé	15,7	19,5	▼19,3%	30,9	38,9	▼20,6%
Margem NOI	87,0%	87,2%	▼20 b.p	87,4%	87,7%	▼32 b.p
NOI por ação R\$	0,77	0,66	▲17,8%	1,52	1,31	▲16,0%
NOI + Cessão de Direitos (CD) R\$'000	147.618	127.056	▲16,2%	288.671	251.788	▲14,6%
NOI + CD R\$/m <sup>2</sup>	363,7	355,7	▲2,2%	713,8	708,2	▲0,8%
NOI + CD US\$/pé	16,8	21,1	▼20,5%	33,0	42,1	▼21,7%
Margem NOI + CD	87,7%	88,1%	▼36 b.p	88,1%	88,5%	▼44 b.p
NOI + CD por ação R\$	0,83	0,71	▲16,0%	1,62	1,41	▲14,5%
Despesas de sede R\$'000	21.170	20.071	▲5,5%	46.731	41.697	▲12,1%
Despesas de sede/Receita líquida	11,0%	12,6%	▼161 b.p	9,1%	13,2%	▼410 b.p
EBITDA R\$'000	120.423	107.148	▲12,4%	311.140	209.990	▲48,2%
EBITDA R\$/m <sup>2</sup>	296,7	300,0	▼1,1%	769,3	590,6	▲30,3%
EBITDA US\$/pé	13,7	17,8	▼23,1%	35,5	35,1	▲1,2%
Margem EBITDA	62,8%	67,5%	▼473 b.p	60,4%	66,3%	▼595 b.p
EBITDA por ação R\$	0,68	0,60	▲12,2%	1,74	1,18	▲48,0%
Lucro líquido ajustado R\$'000	76.222	65.870	▲15,7%	415.428	154.609	▲168,7%
Lucro líquido ajustado R\$/m <sup>2</sup>	187,8	184,4	▲1,8%	1.027,2	434,9	▲136,2%
Lucro líquido ajustado US\$/pé	8,7	11,0	▼20,9%	47,4	25,8	▲83,6%
Margem líquida ajustada	39,7%	41,5%	▼177 b.p	80,6%	48,9%	▲3180 b.p
Lucro líquido ajustado por ação R\$	0,43	0,37	▲15,6%	2,33	0,87	▲168,3%
FFO R\$'000	93.878	80.811	▲16,2%	254.160	183.867	▲38,2%
FFO R\$/m <sup>2</sup>	231,3	226,3	▲2,2%	628,4	517,1	▲21,5%
FFO US\$'000	46.671	51.689	▼9,7%	126.353	117.607	▲7,4%
FFO US\$/pé	10,7	13,4	▼20,5%	29,0	30,7	▼5,5%
Margem FFO	49,0%	50,9%	▼197 b.p	49,3%	58,1%	▼876 b.p
FFO por ação R\$	0,53	0,45	▲16,0%	1,43	1,03	▲38,0%
Dólar (US\$) final do trimestre	2,01	1,56	▲28,7%	2,01	1,56	▲28,7%

**Destaques Operacionais e Financeiros**

Desempenho						
Desempenho do Mercado	2T12	2T11	Var.%	1S12	1S11	Var.%
Número de ações	179.197.214	179.197.214	▲0,0%	179.197.214	179.197.214	▲0,0%
Ações ordinárias	167.338.867	167.338.867	▲0,0%	167.338.867	167.338.867	▲0,0%
Ações preferenciais	11.858.347	11.858.347	▲0,0%	11.858.347	11.858.347	▲0,0%
Preço médio da ação R\$	45,41	34,66	▲31,0%	42,62	33,78	▲26,1%
Preço de fechamento da ação R\$	49,16	34,10	▲44,2%	49,16	34,10	▲44,2%
Volume médio diário negociado (R\$ '000)	18.785	7.533	▲149,4%	17.298	8.529	▲102,8%
Valor de mercado (R\$ '000)	8.809.335	6.110.625	▲44,2%	8.809.335	6.110.625	▲44,2%
Dívida bruta (R\$ '000)	1.310.414	518.371	▲152,8%	1.310.414	518.371	▲152,8%
Caixa (R\$ '000)	445.938	559.467	▼20,3%	445.938	559.467	▼20,3%
Dívida líquida (R\$ '000)	864.476	(41.096)	N.A.	864.476	(41.096)	N.A.
P/FFO (Últimos 12 meses)	20,7 x	15,2 x	▲36,0%	20,7 x	15,2 x	▲36,0%
EV/EBITDA (Últimos 12 meses)	17,4 x	15,4 x	▲12,8%	17,4 x	15,4 x	▲12,8%
Dívida Líquida/EBITDA (Últimos 12 meses)	1,55 x	(0,10) x	N.A.	1,55 x	(0,10) x	N.A.

Desempenho						
Operacional (100%)	2T12	2T11	Var.%	1S12	1S11	Var.%
ABL total final	592.489 m <sup>2</sup>	551.592 m <sup>2</sup>	▲7,4%	592.489 m <sup>2</sup>	551.592 m <sup>2</sup>	▲7,4%
ABL própria final	420.223 m <sup>2</sup>	371.773 m <sup>2</sup>	▲13,0%	420.223 m <sup>2</sup>	371.773 m <sup>2</sup>	▲13,0%
ABL própria %	70,9%	67,4%	▲353 b.p	70,9%	67,4%	▲353 b.p
ABL total ajustada (med.) <sup>1</sup>	578.066 m <sup>2</sup>	537.082 m <sup>2</sup>	▲7,6%	577.951 m <sup>2</sup>	535.560 m <sup>2</sup>	▲7,9%
ABL própria ajustada (med.) <sup>1</sup>	405.907 m <sup>2</sup>	357.175 m <sup>2</sup>	▲13,6%	404.425 m <sup>2</sup>	355.541 m <sup>2</sup>	▲13,7%
Vendas totais R\$'000	2.254.494	1.966.778	▲14,6%	4.305.069	3.756.782	▲14,6%
Vendas totais R\$'000 R\$/m <sup>2</sup>	3.900,1	3.662,0	▲6,5%	7.448,8	7.014,7	▲6,2%
Vendas totais US\$/pé	180,1	217,6	▼17,2%	344,0	416,8	▼17,5%
Vendas nas Mesmas Lojas	▲8,1%	▲9,4%	▼130 b.p	▲8,1%	▲8,1%	00 b.p
Vendas na Mesma Área	▲9,5%	▲10,3%	▼80 b.p	▲9,6%	▲8,7%	▲90 b.p
Aluguel nas Mesmas Lojas	▲10,4%	▲14,1%	▼370 b.p	▲11,1%	▲12,6%	▼150 b.p
Aluguel na Mesma Área	▲10,4%	▲12,9%	▼250 b.p	▲11,0%	▲11,4%	▼40 b.p
Custos de ocupação	13,1%	12,8%	▲30 b.p	13,5%	13,2%	▲30 b.p
Aluguel como % das vendas	7,6%	7,5%	▲10 b.p	7,9%	7,8%	▲10 b.p
Outros como % das vendas	5,5%	5,3%	▲20 b.p	5,6%	5,4%	▲20 b.p
Turnover	1,3%	1,7%	▼40 b.p	2,2%	2,5%	▼30 b.p
Taxa de ocupação	97,8%	98,1%	▼28 b.p	97,6%	98,1%	▼54 b.p
Inadimplência (25 dias de atraso)	1,7%	1,9%	▼20 b.p	1,9%	1,8%	▲10 b.p
Perda de aluguel	0,3%	1,0%	▼70 b.p	0,3%	0,7%	▼40 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)	2T12	2T11	Var. %	1S12	1S11	Var. %
Locação de lojas	126.883	108.425	▲17,0%	248.857	213.901	▲16,3%
Serviços	26.592	21.344	▲24,6%	47.039	40.412	▲16,4%
Cessão de direitos	9.540	10.045	▼5,0%	18.447	19.207	▼4,0%
Receita de estacionamento	25.213	19.046	▲32,4%	47.631	37.599	▲26,7%
Venda de imóveis	15.583	8.468	▲84,0%	181.637	22.060	▲723,4%
Apropriação de receita de aluguel linear	6.699	6.783	▼1,2%	12.814	13.757	▼6,9%
Outras	1.069	394	▲170,8%	1.180	722	▲63,3%
<b>Receita Bruta</b>	<b>211.579</b>	<b>174.505</b>	<b>▲21,2%</b>	<b>557.605</b>	<b>347.658</b>	<b>▲60,4%</b>
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços prestados	(19.802)	(15.823)	▲25,1%	(42.479)	(31.163)	▲36,3%
<b>Receita Líquida</b>	<b>191.777</b>	<b>158.682</b>	<b>▲20,9%</b>	<b>515.126</b>	<b>316.495</b>	<b>▲62,8%</b>
Despesas de sede	(21.170)	(20.071)	▲5,5%	(46.731)	(41.697)	▲12,1%
Despesas remuneradas baseadas em opções de ações	(2.782)	(2.164)	▲28,6%	(4.883)	(3.509)	▲39,2%
Despesas de shopping centers	(20.718)	(17.243)	▲20,2%	(39.078)	(32.676)	▲19,6%
Despesas com novos projetos para locação	(11.207)	(3.296)	▲240,0%	(13.550)	(6.741)	▲101,0%
Despesas com novos projetos para venda	(3.375)	(1.273)	▲165,1%	(9.357)	(2.475)	▲278,1%
Custo de imóveis vendidos	(12.929)	(9.390)	▲37,7%	(93.094)	(23.382)	▲298,1%
Resultado de equivalência patrimonial	(214)	778	na	850	1.382	▼38,5%
Outras receitas (despesas) operacionais	1.041	1.125	▼7,5%	1.857	2.593	▼28,4%
<b>EBITDA</b>	<b>120.423</b>	<b>107.148</b>	<b>▲12,4%</b>	<b>311.140</b>	<b>209.990</b>	<b>▲48,2%</b>
Receitas financeiras	17.822	21.808	▼18,3%	37.908	46.705	▼18,8%
Despesas financeiras	(23.926)	(14.194)	▲68,6%	(51.120)	(27.534)	▲85,7%
Depreciações e amortizações	(17.656)	(14.941)	▲18,2%	(34.919)	(29.258)	▲19,3%
<b>Lucro Antes do Imposto de Renda</b>	<b>96.663</b>	<b>99.821</b>	<b>▼3,2%</b>	<b>263.009</b>	<b>199.903</b>	<b>▲31,6%</b>
Imposto de renda e contribuição social	(20.423)	(31.949)	▼36,1%	(42.502)	(40.554)	▲4,8%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(13.118)	(4.798)	▲173,4%	(31.646)	(29.815)	▲6,1%
Participação dos acionistas minoritários	(19)	(2.002)	▼99,1%	(1.267)	(4.740)	▼73,3%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>63.103</b>	<b>61.072</b>	<b>▲3,3%</b>	<b>187.594</b>	<b>124.794</b>	<b>▲50,3%</b>

(R\$'000)	2T12	2T11	Var. %	1S12	1S11	Var. %
<b>NOI</b>	<b>138.079</b>	<b>117.011</b>	<b>▲18,0%</b>	<b>270.224</b>	<b>232.581</b>	<b>▲16,2%</b>
<i>Margem NOI</i>	87,0%	87,2%	▼20 p.b	87,4%	87,7%	▼32 p.b
<b>NOI + Cessão de Direitos</b>	<b>147.619</b>	<b>127.056</b>	<b>▲16,2%</b>	<b>288.671</b>	<b>251.788</b>	<b>▲14,6%</b>
<i>Margem NOI + Cessão de Direitos</i>	87,7%	88,1%	▼36 p.b	88,1%	88,5%	▼44 p.b
<b>EBITDA de Shopping Centers</b>	<b>122.816</b>	<b>109.333</b>	<b>▲12,3%</b>	<b>244.941</b>	<b>214.382</b>	<b>▲14,3%</b>
<i>Margem EBITDA de Shopping Centers</i>	69,1%	72,4%	▼328 p.b	70,5%	72,3%	▼180 p.b
<b>EBITDA (Shopping Center + Imobiliário)</b>	<b>120.423</b>	<b>107.148</b>	<b>▲12,4%</b>	<b>311.140</b>	<b>209.990</b>	<b>▲48,2%</b>
<i>Margem de EBITDA</i>	62,8%	67,5%	▼473 p.b	60,4%	66,3%	▼595 p.b
<b>Lucro Líquido</b>	<b>63.103</b>	<b>61.072</b>	<b>▲3,3%</b>	<b>187.594</b>	<b>124.794</b>	<b>▲50,3%</b>
<i>Margem de lucro líquido</i>	32,9%	38,5%	▼558 p.b	36,4%	39,4%	▼301 p.b
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>76.221</b>	<b>65.870</b>	<b>▲15,7%</b>	<b>219.240</b>	<b>154.609</b>	<b>▲41,8%</b>
<i>Margem de lucro líquido ajustado</i>	39,7%	41,5%	▼177 p.b	42,6%	48,9%	▼629 p.b
<b>FFO</b>	<b>93.877</b>	<b>80.811</b>	<b>▲16,2%</b>	<b>254.159</b>	<b>183.867</b>	<b>▲38,2%</b>
<i>Margem FFO</i>	49,0%	50,9%	▼198 p.b	49,3%	58,1%	▼876 p.b

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

<b>ATIVO</b>	<b>30/06/2012</b>	<b>31/03/2012</b>	<b>% Var.</b>
<b>Ativo Circulante</b>			
Disponibilidades e valores equivalentes	445.938	655.034	▼31,9%
Contas a receber	207.495	194.177	▲6,9%
Terrenos e imóveis a comercializar	107.318	91.236	▲17,6%
Empréstimos e adiantamentos diversos	18.247	21.801	▼16,3%
Impostos e contribuições sociais a compensar	48.631	90.769	▼46,4%
Outros	13.278	17.783	▼25,3%
<b>Total do Ativo Circulante</b>	<b>840.907</b>	<b>1.070.800</b>	<b>▼21,5%</b>
<b>Ativo não Circulante</b>			
Contas a receber	19.142	21.540	▼11,1%
Terrenos e imóveis a comercializar	314.235	312.602	▲0,5%
Empréstimos e adiantamentos diversos	9.630	8.459	▲13,8%
Títulos e valores mobiliários	865	-	na
Depósitos judiciais	25.301	25.274	▲0,1%
Outros	75	75	▲0,0%
Investimentos	12.279	12.493	▼1,7%
Propriedades para investimento	3.380.000	3.115.590	▲8,5%
Imobilizado	19.312	19.497	▼0,9%
Intangível	326.901	321.582	▲1,7%
<b>Total do Ativo não Circulante</b>	<b>4.107.740</b>	<b>3.837.112</b>	<b>▲7,1%</b>
<b>Total do Ativo</b>	<b>4.948.647</b>	<b>4.907.912</b>	<b>▲0,8%</b>
<b>PASSIVO</b>	<b>30/06/2012</b>	<b>31/03/2012</b>	<b>% Var.</b>
<b>Passivo Circulante</b>			
Empréstimos e financiamentos	77.832	66.025	▲17,9%
Debêntures	9.391	2.310	▲306,5%
Contas a pagar	146.918	118.571	▲23,9%
Obrigações por aquisição de bens	49.893	45.542	▲9,6%
Impostos e contribuições a recolher	51.869	78.697	▼34,1%
Juros sobre capital próprio a pagar	-	85.072	na
Receitas diferidas	46.464	41.886	▲10,9%
Adiantamento de clientes	30.967	17.245	▲79,6%
Outros	2.897	3.457	▼16,2%
<b>Total do Passivo Circulante</b>	<b>416.231</b>	<b>458.805</b>	<b>▼9,3%</b>
<b>Passivo não Circulante</b>			
Empréstimos e financiamentos	804.180	724.587	▲11,0%
Debêntures	300.000	300.000	▲0,0%
Impostos diferidos	79.628	66.320	▲20,1%
Obrigações por aquisição de bens	69.118	80.181	▼13,8%
Parcelamento de impostos	723	818	▼11,6%
Provisão para processos judiciais e administrativos	21.343	21.427	▼0,4%
Receitas diferidas	123.854	137.712	▼10,1%
<b>Total do Passivo não Circulante</b>	<b>1.398.846</b>	<b>1.331.045</b>	<b>▲5,1%</b>
<b>Patrimônio Líquido</b>			
Capital social	1.761.662	1.761.662	▲0,0%
Reserva de capital	960.997	969.120	▼0,8%
Reserva de lucros	365.381	414.228	▼11,8%
Gasto com emissão de ações	(21.016)	(21.016)	▲0,0%
Ações em tesouraria	(30.605)	(39.691)	▼22,9%
Efeitos de transações de capital	(89.996)	(89.996)	▲0,0%
Lucros acumulados	186.951	123.579	▲51,3%
Participação dos acionistas minoritários	196	176	▲11,4%
<b>Total do Patrimônio Líquido</b>	<b>3.133.570</b>	<b>3.118.062</b>	<b>▲0,5%</b>
<b>Total do Passivo e Patrimônio Líquido</b>	<b>4.948.647</b>	<b>4.907.912</b>	<b>▲0,8%</b>

**Demonstração de Fluxo de Caixa (R\$'000)**

<b>Fluxo de Caixa</b>	<b>1S12</b>	<b>1S11</b>
<b>Fluxo de caixa operacional</b>		
Lucro antes dos impostos	263.009	199.903
Depreciações e amortizações	34.919	29.258
Atualização de debêntures, empréstimos e obrigações por aquisição de bens	42.530	14.292
Outros ajustes ao lucro líquido	(14.360)	(18.269)
(Aumento) redução de ativo circulante	55.417	30.710
(Aumento) e redução em terrenos e imóveis a comercializar	35.630	(37.821)
Aumento (redução) de passivo circulante	(65.373)	(44.115)
<b>Fluxo de caixa gerado pelas operações</b>	<b>351.772</b>	<b>173.958</b>
<b>Fluxo de caixa de investimentos</b>		
Aumento nos empréstimos e adiantamentos diversos	4.512	(4.454)
(Aumento) redução em propriedades para investimentos	(442.579)	(269.121)
Adições em imobilizado	(570)	(595)
Adições em intangível	(11.584)	(305)
Outros	(865)	2.878
<b>Fluxo de caixa usado nas atividades de investimento</b>	<b>(451.086)</b>	<b>(271.597)</b>
<b>Fluxo de caixa de financiamentos</b>		
Aumento (redução) de empréstimos e financiamentos	313.289	70.054
Pagamento de debêntures	-	(100.000)
Recuperação de ações p/ manutenção em tesouraria	(34.281)	1.608
Aumento (redução) do valor a pagar a partes relacionadas	-	(93.949)
Dividendos pagos	(134.072)	(102.938)
Participação de não controladores	(128.539)	93.947
Outros	(29.488)	(6.455)
<b>Fluxo de caixa gerado pelas atividades de financiamento</b>	<b>(13.091)</b>	<b>(137.733)</b>
<b>Fluxo de caixa</b>	<b>(112.405)</b>	<b>(235.372)</b>
Disponibilidades e valores equivalentes no início do período	558.343	794.839
Disponibilidades e valores equivalentes no final do período	445.938	559.467
<b>Varição no caixa</b>	<b>(112.405)</b>	<b>(235.372)</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 Dobrado:** Aluguel extra cobrado normalmente em dezembro da maioria dos locatários, 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 menos a taxa de vacância.

**Aluguel nas Mesmas Lojas (na sigla em inglês SSR):** Aluguel faturado de lojas em operação há mais de um ano.

**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, referem-se à parte do CAPEX 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, referem-se à parte do CAPEX 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 dobrado 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 ponderada do aumento mensal do IGP-DI com um mês de atraso, dividida 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 a uma 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:** *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 no período dividida pela ABL total

**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