

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

Relações com Investidores | [ri@multiplan.com.br](mailto:ri@multiplan.com.br) | Tel: 55 21 3031-5224



## 4T12

**Teleconferência (Em português)**

**Data:** 18 de fevereiro de 2012 (segunda-feira)

**Horário:** 15h00min (horário de Brasília)

13h00min (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 não deve se basear exclusivamente nas informações contidas neste relatório para tomar decisões com relação à negociação de valores mobiliários de emissão da Multiplan.

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

**Índice**

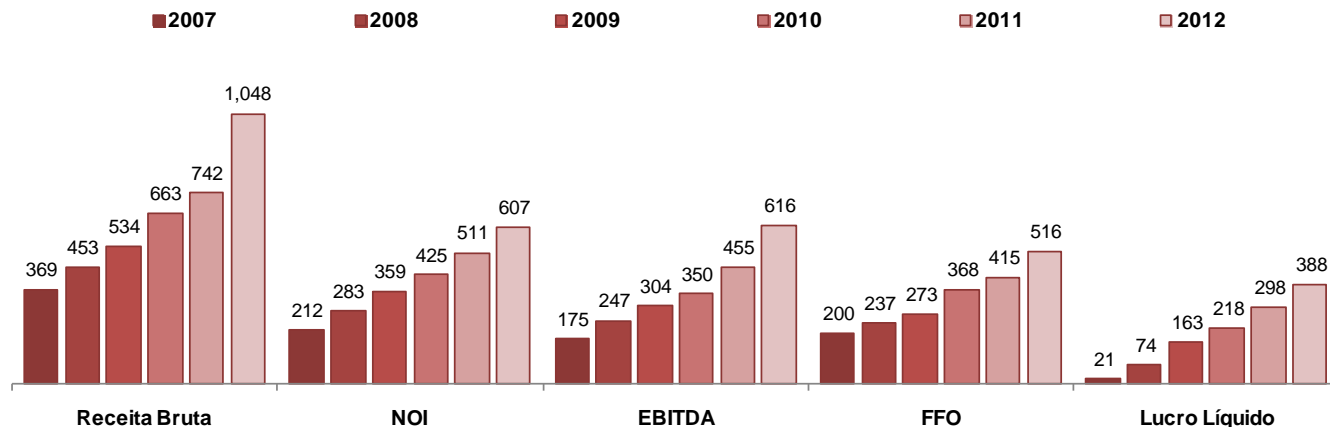
01. Demonstração de Resultados Consolidados .....	5
02. Desenvolvimento de Projetos .....	6
03. Indicadores Operacionais .....	23
04. Receita Bruta .....	27
05. Resultado da Participação em Shopping Centers .....	28
06. Resultado da Administração de Shopping Centers .....	33
07. Resultados do Desenvolvimento de Shopping Centers .....	35
08. Resultados de Empreendimentos Imobiliários .....	37
09. Resultados Financeiros .....	38
10. Portfólio.....	43
11. Estrutura Societária .....	45
12. Indicadores MULT3 e Mercado de Ações.....	47
13. Anexos.....	48

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

**Evolução dos Indicadores Financeiros da Multiplan**

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

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



Desempenho histórico dos resultados anuais da Multiplan (R\$ Milhões)

**Visão Geral**

A Multiplan Empreendimentos Imobiliários S.A é uma das maiores empresas de shopping centers de Brasil. Fundada como uma empresa full service, responsável pelo Planejamento, desenvolvimento, propriedade e administração de um dos maiores e melhores portfolios de shopping centers do Brasil. A Companhia também participa estrategicamente do setor de desenvolvimento de Imóveis comerciais e residenciais, gerando sinergias para operações relacionadas a shopping centers ao criar projetos multiuso em áreas adjacentes. No final do 4T12, a Multiplan detinha – com uma participação média de 74,6% - e administrava 17 shopping centers com ABL total de 698.634 m<sup>2</sup>, mais de 4.600 lojas e tráfego anual de consumidores estimado em 164 milhões. Adicionalmente, a Multiplan detém 50,0% de participação na torre comercial, ParkShopping Corporate, que tem ABL de 13.360 m<sup>2</sup>.



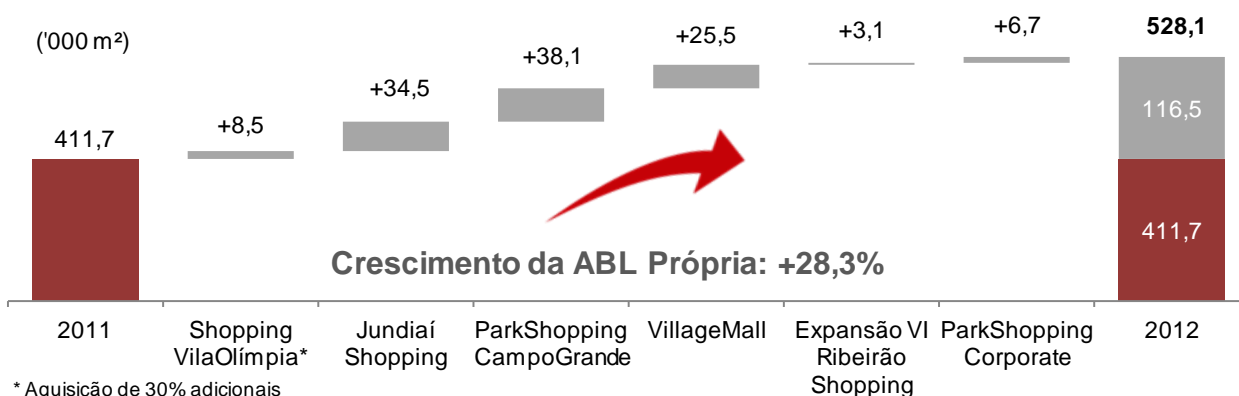
# Alta de 35,2% no EBITDA Consolidado de 2012, atingindo R\$616 milhões

Rio de Janeiro, 15 de fevereiro, 2013 – A Multiplan Empreendimentos Imobiliários S.A. (BM&F Bovespa: MULT3), anuncia os resultados do quarto 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 forte aumento da ABL própria entregue em 2012 ...

Em 2012, a ABL própria da Multiplan aumentou 28,3%, atingindo 528,1 mil m<sup>2</sup>, dos quais 108,0 mil m<sup>2</sup> foram entregues no 4T12.

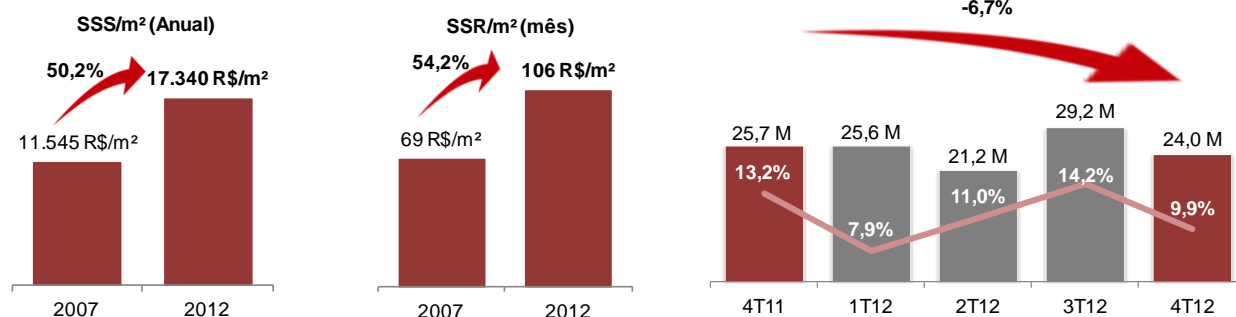


\* Aquisição de 30% adicionais

### ... aliado a um desempenho operacional robusto e a ganhos de eficiência ...

Partindo de uma base elevada por m<sup>2</sup>, SSS e SSR cresceram mais de 50% sobre 2007

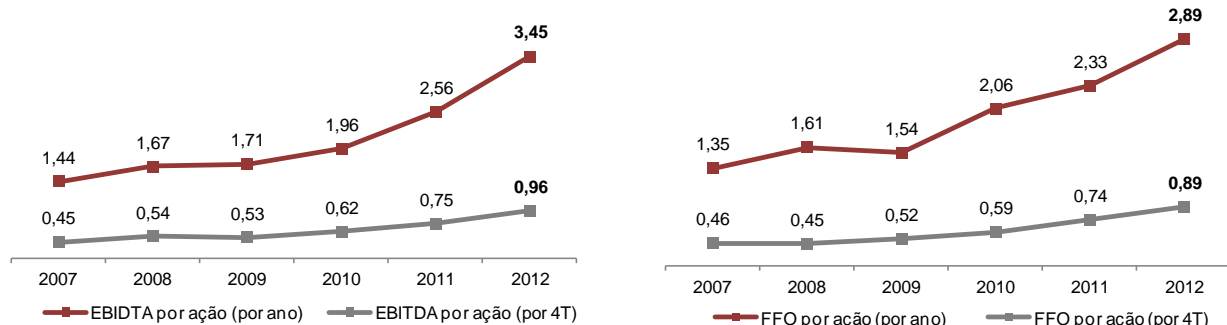
Queda de 6,7% nas despesas de sede no 4T12/4T11: -330 p.b como % da receita líquida



### ... resultam em uma sistemática forte geração de caixa.

EBITDA 2012 por ação\* 35,1% maior e CAGR de 5 anos de 19,2%

FFO 2012 por ação\* 24,0% maior e CAGR de 5 anos de 16,4%



\*Ações em circulação = (Ações emitidas – Ações em tesouraria), ao fim de cada ano.

**Destques de Desempenho**

	Vendas nos Shopping Center	Receita de Locação	NOI + CD	EBITDA	Lucro Líquido
4T12 (R\$)	3.176,2 M	188,8 M	203,7 M	171,4 M	128,4 M
<b>4T12 vs. 4T11</b>	<b>+15,2%</b>	<b>+17,3%</b>	<b>+22,3%</b>	<b>+28,2%</b>	<b>+18,8%</b>
2012 (R\$)	9.722,7 M	561,9 M	644,7 M	615,8 M	388,1 M
<b>2012 vs. 2011</b>	<b>+14,9%</b>	<b>+15,6%</b>	<b>+17,2%</b>	<b>+35,2%</b>	<b>+30,1%</b>

**ENTREGAS E CRESCIMENTO FUTURO**

☞ **Projetos entregues, conforme planejado: Três novos shopping centers** (JundiaíShopping, ParkShoppingCampoGrande e VillageMall), **um complexo corporativo**, com duas torres para locação (ParkShopping Corporate) e **uma expansão** (RibeirãoShopping VI) que adicionaram 108,0 mil m<sup>2</sup> de ABL própria no 4T12. Incluindo a aquisição de mais **30,0% de participação no Shopping Vila Olímpia**, a ABL própria da Companhia  **aumentou 28,3% sobre 2011**. A Multiplan também entregou **duas torres comerciais para venda** (Centro Profissional RibeirãoShopping e Morumbi Business Center).

**DESTAQUES OPERACIONAIS E FINANCEIROS**

☞ **Mais crescimento por vir:** Os shopping centers da Multiplan apresentaram **vendas totais de R\$3,2 bilhões** no 4T12, **15,2% maior** do que no 4T11. Em **2012** as vendas totais  **aumentaram 14,9% para R\$9,7 bilhões**. Aliado ao contínuo aumento nos shoppings consolidados, os **malls inaugurados recentemente** podem **alavancar** o crescimento das vendas da Companhia nos próximos anos.

☞ **Crescimento robusto acima de uma base já forte: Vendas nas Mesmas Lojas (SSS)** atingiu **R\$17.340/m<sup>2</sup>** em 2012, resultando em um **CAGR de 8,5%** nos últimos cinco anos. O crescimento do **SSS foi de 8,4% em 2012**, 80 p.b. maior do que em 2011, enquanto as Vendas na Mesma Área (**SAS**) atingiu **8,9%**, destacando a administração intensiva dos shoppings. No 4T12, SSS atingiu 6,8% e o SAS 7,4%.

☞ **Aumento de 54,2% no Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR)** para **R\$106/m<sup>2</sup> por mês**, em 2012, versus R\$69/m<sup>2</sup> por mês em 2007, resultando em um **CAGR de 9,0%** nos últimos cinco anos. O **SSR aumentou 8,6% no 4T12**, acelerando a velocidade de crescimento, comparado ao trimestre anterior, quando havia sido 7,7%. O **crescimento real** também aumentou em um ritmo acelerado, atingindo **2,6%**, comparado a 1,8% no 3T12. O Aluguel na mesma área (SAR) aumentou 5,3% no trimestre. Em **2012**, o **SSR registrou um crescimento de dois dígitos de 10,4%**, quando comparado a 2011, representando um **crescimento real de 3,7%**, enquanto o SAR aumentou 8,2%, enquanto o efeito do ajuste do IGP-DI e o IPCA atingiram 6,4% e 5,8%, respectivamente.

☞ **Aumento de 22,3%** no Resultado Operacional Líquido (**NOI**) + Cessão de Direitos (**CD**) para **R\$203,7 milhões** no 4T12. Em 2012, NOI + CD aumentou 17,2% para R\$644,7 milhões. **NOI + CD por ação** atingiu **R\$3,62 em 2012**, representando um **CAGR de cinco anos de 18,3%**.

☞ **Ganhos de escala e eficiência** levaram a uma **redução** de 6,7% nas **despesas de sede** no 4T12 sobre o 4T11. Como percentual da receita líquida, essas despesas reduziram 331 p.b., atingindo 9,9%. O **EBITDA Consolidado aumentou 28,2%** no 4T12, para R\$171,4 milhões, apresentando uma **melhora na margem de 211 p.b.** ou 71,0%. Em **2012**, o **EBITDA consolidado** foi de R\$615,8 milhões, **35,2%** maior do que em 2011.

☞ A **Dívida Líquida/EBITDA** da Multiplan **aumentou de 2,00x no 3T12 para 2,44x no 4T12**.

☞ **Forte crescimento do Lucro Líquido de 30,1%** em 2012, **totalizando R\$388,1 milhões**, apesar do aumento na alavancagem. No 4T12, o lucro líquido atingiu R\$128,4 milhões, um aumento de 18,8%. Em **2012**, o **FFO por ação** atingiu **R\$2,89**, indicando um CAGR de cinco anos de 16,4%. No **4T12 o FFO** atingiu **R\$158,9 milhões, 20,5%, maior do que** no 4T11.

☞ Em dezembro de 2012, a Multiplan anunciou o **pagamento de juros sobre o capital próprio de R\$125,0 milhões** antes de impostos, representando 33,9% do lucro líquido reportado em 2012 após a dedução de reservas legais.

**1. Demonstração de Resultados Consolidados**

(R\$'000)	4T12	4T11	Var. %	2012	2011	Var. %
Locação de lojas	188.846	161.052	▲17,3%	561.944	486.255	▲15,6%
Serviços	28.417	18.268	▲55,6%	98.376	82.324	▲19,5%
Cessão de direitos	10.624	10.122	▲5,0%	37.844	39.132	▼3,3%
Receita de estacionamento	32.137	24.687	▲30,2%	105.348	82.061	▲28,4%
Venda de imóveis	10.311	16.819	▼38,7%	227.469	49.394	▲360,5%
Apropriação de receita de aluguel linear	(4.247)	(19.003)	▼77,7%	14.685	803	▲1.728,8%
Outras	588	803	▼26,8%	2.306	2.255	▲2,3%
<b>Receita Bruta</b>	<b>266.676</b>	<b>212.748</b>	<b>▲25,3%</b>	<b>1.047.972</b>	<b>742.224</b>	<b>▲41,2%</b>
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços prestados	(25.291)	(18.649)	▲35,6%	(86.099)	(65.972)	▲30,5%
<b>Receita Líquida</b>	<b>241.385</b>	<b>194.099</b>	<b>▲24,4%</b>	<b>961.873</b>	<b>676.252</b>	<b>▲42,2%</b>
Despesas de sede	(23.990)	(25.716)	▼6,7%	(99.894)	(88.369)	▲13,0%
Despesas remuneradas baseadas em opções de ações	(2.324)	(2.112)	▲10,0%	(9.530)	(7.662)	▲24,4%
Despesas de shopping centers	(23.624)	(10.220)	▲131,2%	(75.125)	(58.273)	▲28,9%
Despesas com novos projetos para locação	(12.795)	(2.950)	▲333,7%	(33.358)	(12.229)	▲172,8%
Despesas com novos projetos para venda	(2.069)	(8.917)	▼76,8%	(15.642)	(15.888)	▼1,5%
Custo de imóveis vendidos	(8.516)	(11.516)	▼26,1%	(120.031)	(44.750)	▲168,2%
Resultado de equivalência patrimonial	1.951	620	▲214,7%	2.873	2.143	▲34,1%
Outras receitas (despesas) operacionais	1.390	442	▲214,5%	4.595	4.056	▲13,3%
<b>EBITDA</b>	<b>171.408</b>	<b>133.730</b>	<b>▲28,2%</b>	<b>615.761</b>	<b>455.280</b>	<b>▲35,2%</b>
Receitas financeiras	10.104	22.085	▼54,2%	58.906	87.197	▼32,4%
Despesas financeiras	(30.208)	(18.510)	▲63,2%	(100.452)	(55.638)	▲80,5%
Depreciações e amortizações	(22.100)	(15.989)	▲38,2%	(74.740)	(60.381)	▲23,8%
<b>Lucro Antes do Imposto de Renda</b>	<b>129.204</b>	<b>121.316</b>	<b>▲6,5%</b>	<b>499.475</b>	<b>426.458</b>	<b>▲17,1%</b>
Imposto de renda e contribuição social	7.608	(2.802)	n.a.	(57.265)	(60.668)	▼5,6%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(8.340)	(7.726)	▲7,9%	(52.848)	(56.871)	▼7,1%
Participação dos acionistas minoritários	(23)	(2.674)	▼99,1%	(1.307)	(10.743)	▼87,8%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>128.449</b>	<b>108.114</b>	<b>▲18,8%</b>	<b>388.055</b>	<b>298.176</b>	<b>▲30,1%</b>

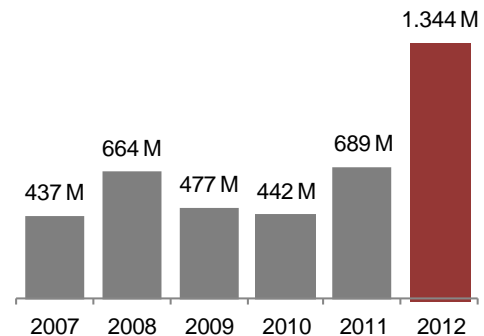
(R\$'000)	4T12	4T11	Var. %	2012	2011	Var. %
<b>NOI</b>	<b>193.112</b>	<b>156.516</b>	<b>▲23,4%</b>	<b>606.852</b>	<b>510.846</b>	<b>▲18,8%</b>
<i>Margem NOI</i>	89,1%	93,9%	▼477 p.b.	89,0%	89,8%	▼78 p.b.
<b>NOI + Cessão de Direitos</b>	<b>203.736</b>	<b>166.638</b>	<b>▲22,3%</b>	<b>644.696</b>	<b>549.978</b>	<b>▲17,2%</b>
<i>Margem NOI + Cessão de Direitos</i>	89,6%	94,2%	▼461 p.b.	89,6%	90,4%	▼86 p.b.
<b>EBITDA de Shopping Centers</b>	<b>170.709</b>	<b>138.198</b>	<b>▲23,5%</b>	<b>539.780</b>	<b>468.771</b>	<b>▲15,1%</b>
<i>Margem EBITDA de Shopping Centers</i>	73,6%	77,3%	▼375 p.b.	71,7%	74,3%	▼259 p.b.
<b>EBITDA (Shopping Center + Imobiliário)</b>	<b>171.408</b>	<b>133.730</b>	<b>▲28,2%</b>	<b>615.761</b>	<b>455.280</b>	<b>▲35,2%</b>
<i>Margem de EBITDA</i>	71,0%	68,9%	▲211 p.b.	64,0%	67,3%	▼331 p.b.
<b>Lucro Líquido</b>	<b>128.449</b>	<b>108.114</b>	<b>▲18,8%</b>	<b>388.055</b>	<b>298.176</b>	<b>▲30,1%</b>
<i>Margem de lucro líquido</i>	53,2%	55,7%	▼249 p.b.	40,3%	44,1%	▼375 p.b.
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>136.789</b>	<b>115.840</b>	<b>▲18,1%</b>	<b>440.903</b>	<b>355.047</b>	<b>▲24,2%</b>
<i>Margem de lucro líquido ajustado</i>	56,7%	59,7%	▼301 p.b.	45,8%	52,5%	▼666 p.b.
<b>FFO</b>	<b>158.889</b>	<b>131.829</b>	<b>▲20,5%</b>	<b>515.643</b>	<b>415.428</b>	<b>▲24,1%</b>
<i>Margem FFO</i>	65,8%	67,9%	▼209 p.b.	53,6%	61,4%	▼782 p.b.

## 2. Desenvolvimento de Projetos

*Três novos shopping centers entregues no 4T12!*

A Multiplan desembolsou um CAPEX total de R\$317,1 milhões durante o quarto trimestre de 2012. Este total é composto por (i) R\$217,1 milhões (68,1% do CAPEX do 4º trimestre) investidos na construção de shopping centers novos e projetos futuros, (ii) R\$46,6 milhões (14,6% do CAPEX do 4º trimestre) destinados para projetos de expansões, (iii) R\$34,5 milhões (10,8% do CAPEX do 4º trimestre) investidos na construção de torres comerciais para locação, e (iv) R\$20,6 milhões (6,5% do CAPEX do 4º trimestre) principalmente para renovação de shoppings e investimentos em tecnologia da informação.

Em 2012, a Multiplan investiu R\$1,3 bilhão no desenvolvimento dos seus projetos, o maior investimento feito em um único ano na história da Companhia. Os novos shopping centers receberam investimentos de R\$839,8 milhões, equivalente a 62,5% do CAPEX do ano. Os gráficos ao lado mostram o histórico do CAPEX (acima), e sua abertura (abaixo).



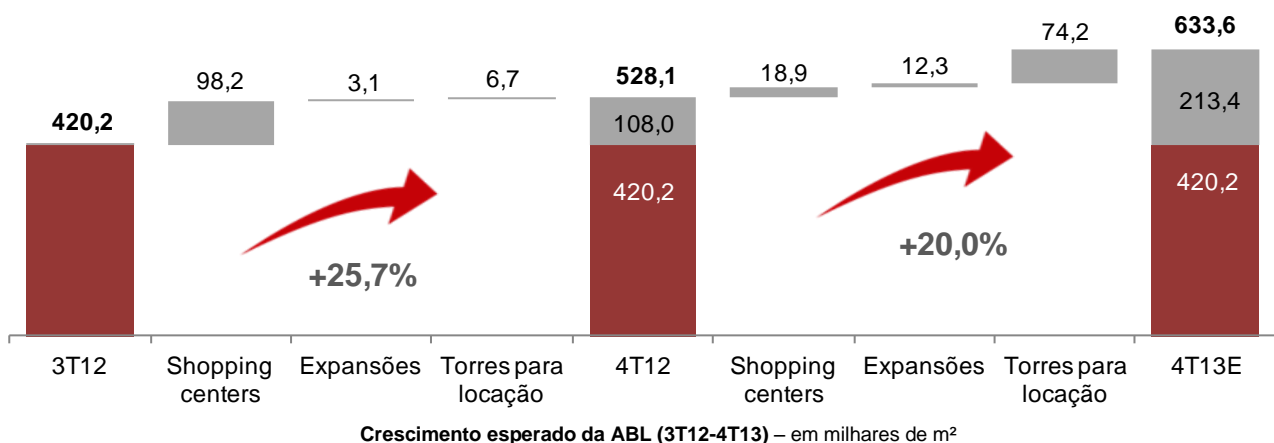
**Evolução do CAPEX (R\$)**

CAPEX (R\$)	4T12	2012
Novos Shopping Centers	217,1 M	839,8 M
Novas Expansões	46,6 M	161,9 M
Novas Torres para Locação	34,5 M	108,3 M
Revitalizações, TI e Outros	20,6 M	59,4 M
Aquisição de Participação Minoritária	-	175,0 M
<b>CAPEX Total</b>	<b>318,9 M</b>	<b>1.344,4 M</b>

**Abertura do investimento**

*4T12: Aumento Significativo da ABL – e mais por vir*

A combinação de um time dedicado e experiente e um plano de projetos grandioso permitiu que a Multiplan entregasse um crescimento significativo no 4T12: três novos shopping centers, uma expansão, um complexo composto por duas torres comerciais para locação e um condomínio residencial vendido e entregue. Um total de seis projetos e 132,4 mil m<sup>2</sup>, dos quais 119,9 mil de área bruta locável (ABL), todos entregues em um único trimestre – um marco que poucas empresas alcançaram. Integrar diferentes tipos de desenvolvimentos imobiliários com o shopping center tem sido o modelo de negócios da Multiplan há décadas – e tem se traduzido em um longo e bem sucedido histórico.



A ABL própria da Multiplan cresceu 25,7% no 4T12, comparada ao 3T12, como resultado da entrega de três shopping centers (JundiaíShopping, ParkShoppingCampoGrande e VillageMall), uma expansão de shopping (no RibeirãoShopping) e um complexo de duas torres (ParkShopping Office). O shopping em desenvolvimento, Parque Shopping Maceió, as expansões VII e VIII no RibeirãoShopping e o complexo de escritórios Morumbi Corporate deverão ser entregues ao longo de 2013, conforme planejado, adicionando outros 105,4 mil m<sup>2</sup>, equivalente a um crescimento de 20,0% sobre o portfólio atual.

## 2.1 Projetos Entregues

### JundiaíShopping

Conforme detalhado no relatório de resultado do 3T12 (na seção de eventos recentes), a Multiplan inaugurou o JundiaíShopping no dia 17 de outubro de 2012, na cidade de Jundiaí, São Paulo.



JundiaíShopping (janeiro 2013)



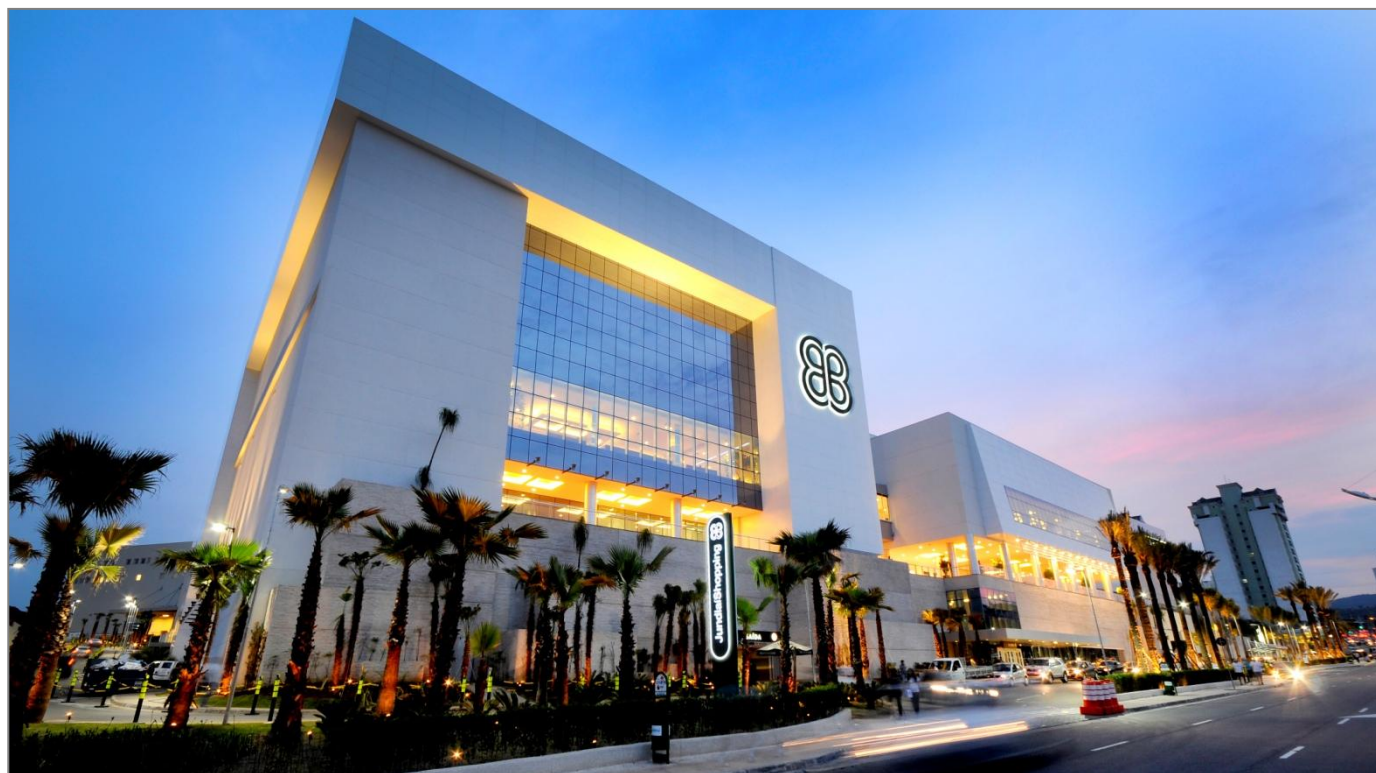
JundiaíShopping (janeiro 2013)

Com uma área bruta locável (ABL) de 34,5 mil m<sup>2</sup>, o JundiaíShopping possui 189 lojas, das quais 82 são novas na cidade, assim como 14 lojas âncoras e megalojas, e 2.000 vagas de estacionamento. O shopping center, concebido com as últimas inovações do setor, foi entregue já preparado para receber uma expansão futura de aproximadamente 12,5 mil m<sup>2</sup> de ABL, e duas torres comerciais integradas ao mall, com uma área total de 11,6 mil m<sup>2</sup>. Com um ampla oferta de entretenimento,

serviços, lojas e restaurante, o JundiaíShopping representa um conjunto de conveniências e serviços com o padrão de qualidade e sofisticação da Multiplan. A Multiplan detém 100% de participação no projeto e o investimento líquido foi de R\$293,1 milhões.



JundiaíShopping (janeiro 2013)



JundiaíShopping (janeiro 2013)

## ParkShoppingCampoGrande

O shopping center foi inaugurado em 28 de novembro de 2012, no bairro de Campo Grande, localizado na zona oeste do estado do Rio de Janeiro. Construído com um estilo arquitetônico moderno, possui uma área bruta locável (ABL) de 42,3 mil m<sup>2</sup>, e um mix de lojistas composto por 259 operações, incluindo 14 lojas âncoras e megalojas, seis restaurantes, sete salas de cinema, estacionamento para 3.000 veículos (dos quais 890 são subterrâneos), assim como uma área gourmet externa, que possui vista para uma extensa área verde e um lago.



ParkShoppingCampoGrande (janeiro 2013)

O ParkShoppingCampoGrande foi concebido com uma área para expansão parcialmente construída, de aproximadamente 12,2 mil m<sup>2</sup> de ABL, para desenvolvimento futuro. A Multiplan detém 90% de participação no projeto, e o investimento líquido foi R\$259,4 milhões.



ParkShoppingCampoGrande (janeiro 2013)

O shopping center possui 650 mil consumidores potenciais em sua área de influência (até 20 minutos de distância em automóvel), e irá atender ao consumidor da região, composto predominantemente por famílias de classe C e B. De acordo com o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas), Campo Grande tem aproximadamente 300 mil habitantes. O desenvolvimento da região está sendo fortemente impulsionado pelos investimentos em infraestrutura para a Copa do Mundo de 2014 e Jogos Olímpicos de 2016.



ParkShoppingCampoGrande (dezembro 2012)



ParkShoppingCampoGrande (janeiro 2013)

## VillageMall

Com ABL de 25,5 mil m<sup>2</sup>, um mix de 105 lojas que une marcas internacionais inéditas no Rio de Janeiro e varejistas brasileiros reconhecidos, o VillageMall inaugurou em 3 de dezembro de 2012. Com um projeto arquitetônico inovador, que privilegia a vista para a Lagoa da Tijuca e a paisagem ao redor, o shopping center possui quatro salas VIP de cinema de última tecnologia e terá um teatro com capacidade para 1.060 pessoas, concebido para receber espetáculos com padrão internacional, e com data esperada de inauguração no primeiro semestre de 2013.



VillageMall (dezembro 2012)

Dentre os destaques também estão o novo centro de convenções, com uma área total de 1.560 m<sup>2</sup>, que poderá receber exposições de arte, eventos culturais e de moda, assim como reuniões corporativas e o “Terraço Village” – uma área externa com restaurantes e vista para a Lagoa da Tijuca, cercada por montanhas. A área de estacionamento foi concebida para facilitar o tráfego e oferece um total de 1.700 vagas cobertas distribuídas em três níveis. A Multiplan possui 100% de participação no projeto, com um CAPEX líquido estimado de R\$478,6 milhões.



VillageMall (dezembro 2012)



VillageMall (janeiro 2013)

A região da Barra da Tijuca possui 300 mil habitantes e tem a segunda maior renda per capita dentre os diferentes bairros da cidade (dado do Censo 2010). Com um alto padrão de vida, a região possui um forte e rápido ritmo de desenvolvimento e está expandindo sua infraestrutura atual, graças a investimentos públicos e privados recentes.



VillageMall (dezembro 2012)

## RibeirãoShopping Expansão VI

A expansão VI adiciona 4,1 mil m<sup>2</sup> de Área Bruta Locável (ABL), com 41 novas Lojas, das quais oito são marcas internacionais, e 32 são novas na região. A Companhia também inaugurou um deck parking com 1.200 vagas, aumentando o conforto e preparando o shopping para o aumento esperado no fluxo de pessoas e carros. O RibeirãoShopping possui atualmente 50,6 mil m<sup>2</sup> de ABL total e 296 lojas.



RibeirãoShopping Expansão VI (dezembro 2012)

A entrega marca a conclusão da primeira fase do plano master de desenvolvimento projetado para o RibeirãoShopping, que inclui mais duas expansões (VII e VIII), quarto prédios residenciais de luxo, uma nova torre comercial, um prédio residencial com serviços de última linha, e um hotel de alto padrão, assim como o Centro Profissional RibeirãoShopping, prédio comercial vendido e entregue em dezembro de 2012.



RibeirãoShopping Expansão VI (dezembro 2012)

As três expansões irão adicionar um total de 20,3 mil m<sup>2</sup> de ABL, incluindo 129 novas lojas, das quais 81,9% já estão locadas, assim como uma nova academia de ginástica, e a renovação do shopping original. O investimento em todos os projetos de expansão é de R\$178,2 milhões, já ajustado pela participação da Multiplan de 76,2%.

### **Centro Profissional RibeirãoShopping (torre de escritórios para venda)**

A torre comercial, integrada ao RibeirãoShopping foi entregue em dezembro de 2012, de acordo com o planejado. O prédio possui 12,6 mil m<sup>2</sup> de área privativa e o Valor Geral de Vendas de aproximadamente R\$83,3 milhões. Este projeto reforça a estratégia da Multiplan de desenvolver complexos multiuso, que combina projetos imobiliários comerciais e residenciais com a operação de shopping center. O objetivo é aumentar o fluxo de consumidores para os shoppings, assim como valorizar os imóveis nas áreas ao redor, criando sinergia entre varejo e serviços.



**Centro Profissional RibeirãoShopping** (janeiro 2013)



**Centro Profissional RibeirãoShopping** (janeiro 2013)

## **ParkShopping Corporate (torre de escritórios para locação)**

Após a conclusão da construção, a Multiplan começou a fase de locação do ParkShopping Corporate, um projeto de torre comercial, composto por duas torres, integrado ao ParkShopping, em Brasília.



**ParkShopping Corporate** (janeiro 2013)



**Complexo ParkShopping** (janeiro 2013)

## 2.2 Shopping Center em Construção

*Três shopping centers entregues com sucesso, e mais por vir*

Com a inauguração de três shopping centers no 4T12, resta o Parque Shopping Maceió a ser entregue, com inauguração prevista para outubro de 2013. O shopping center, no estado de Alagoas, no nordeste do Brasil, já possui 81,6% da sua ABL locada.

Todos os quatro projetos juntos somam 140,1 mil m<sup>2</sup> de ABL total (117,1 mil de ABL própria) e investimento total de R\$1,2 bilhão.

Shopping centers em construção			Na participação Multiplan (R\$)		
Projeto	Abertura	ABL (100%)	%Mult	CAPEX <sup>1</sup>	CAPEX Investido
Parque Shopping Maceió	out-13	37.769 m <sup>2</sup>	50,0%	104,8 M	68,5%

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

### Parque Shopping Maceió

*Data de inauguração:* outubro de 2013



**Parque Shopping Maceió – Construção (janeiro 2013)**

O projeto é uma joint venture entre a Multiplan e a Aliansce Shopping Centers S.A. O shopping será o primeiro shopping center da Companhia na região nordeste do Brasil, e terá a Aliansce como administradora. Sua construção gerou aproximadamente 2.400 empregos e, após a inauguração, outras 3.600 vagas deverão ser adicionadas. Localizado num importante vetor de crescimento em Maceió, o Parque Shopping Maceió terá 37,8 mil m<sup>2</sup> de ABL com 168 lojas, cinemas, ampla praça de alimentação e restaurantes, assim como 1.800 vagas de estacionamento.

O shopping center será integrado ao Boulevard Parque, um projeto multiuso planejado com torres residenciais e comerciais, área verde, com 52 mil m<sup>2</sup> de área construída, num terreno de 98 mil m<sup>2</sup>.



Parque Shopping Maceió – Construção (janeiro 2013)



Parque Shopping Maceió – Construção (janeiro 2013)

### 2.3 Expansões de Shopping Center

#### *Expansões VI e VII do RibeirãoShopping a serem entregues em 2013*

Além da Expansão VI e do deck parking com 1.200 vagas entregues no 4T12, o RibeirãoShopping receberá duas novas expansões. A Expansão VII irá adicionar 6,3 mil m<sup>2</sup> de ABL, com 23 lojas e uma academia de ginástica. Esta nova área deverá ser entregue em junho de 2013. A Expansão VIII aumentará o ABL em 10,0 mil m<sup>2</sup>, com 65 lojas e sua entrega está planejada para dezembro de 2013.



**RibeirãoShopping Expansão VII** – ilustração e construção (janeiro 2013)



**RibeirãoShopping Expansão VIII** – ilustração e construção (janeiro 2013)

As três expansões juntas irão contribuir com 20,3 mil m<sup>2</sup> de ABL total e aumentando a ABL do RibeirãoShopping para 66,8 mil m<sup>2</sup>, um aumento de 43,7% sobre a área atual.

*Construção da expansão no BarraShopping segue a todo vapor*

A sétima expansão do BarraShopping, programada para inaugurar em maio de 2014, está em construção e irá adicionar 9,5 mil m<sup>2</sup> de ABL total, com 45 novas lojas e 4,2 mil m<sup>2</sup> de torre comercial para locação, aumentando o tamanho do complexo BarraShopping, que inclui o New York City Center, para 101,2 mil m<sup>2</sup> de ABL. O CAPEX do projeto, com base em uma participação de 51% que deverá caber a Multiplan, é de R\$101,8 milhões.



**BarraShopping Expansão VII – ilustração**

Expansões de Shopping centers em construção			Na participação Multiplan (R\$)			
Projeto	Abertura	ABL (100%)	%Mult.	CAPEX	CAPEX Investido	
1	RibeirãoShopping Exp. VI, VII, VIII	dez-13	20,303 m <sup>2</sup>	76.2%	178,1 M	67,2%
2	BarraShopping Exp. VII	mai-14	9,479 m <sup>2</sup>	51.1%	101,8 M	31,0%
<b>Total</b>			<b>29,783 m<sup>2</sup></b>	<b>68.2%</b>	<b>279,9 M</b>	<b>54,0%</b>

<sup>1</sup>A expansão VI abriu em novembro de 2012, a expansão VII está planejada para abrir em junho de 2013 e a expansão VIII em dezembro de 2013.

## 2.4 Multiuso: Torres Comerciais para Locação

*Morumbi Corporate entra no ano de conclusão*

O Morumbi Corporate, um projeto para locação, composto por duas torres e 74,2 mil m<sup>2</sup>, está em estágio avançado de construção e sua inauguração está planejada para setembro de 2013. A Multiplan possui 100% de participação no projeto e as torres estão localizadas em frente ao MorumbiShopping, em São Paulo.



**Morumbi Corporate** – Construção (janeiro 2013)

Torres comerciais para locação					
Projeto	Abertura	ABL (100%)	%Mult.	CAPEX	CAPEX Investido
Morumbi Corporate	set-13	74.198 m <sup>2</sup>	100,0%	471,5 M	66,4%

## 2.5 Multiuso: Torres Comerciais e Residenciais para Venda

*Um verdadeiro complexo ganhando forma em Porto Alegre*

A construção das torres, Diamond Tower and Résidence du Lac, teve significativo progresso, assim como a sua comercialização, no 4T12. Localizadas no BarraShoppingSul, a torre comercial e a residencial tiveram 67,4% e 84,0% das suas unidades vendidas, respectivamente. Ambos os projetos estão programados para serem entregues no segundo semestre de 2014. A Multiplan desenvolveu, com sucesso, uma outra torre comercial no Complexo BarraShoppingSul, Cristal Tower, entregue no 3T11.



**Diamond Tower e Résidence du Lac - Ilustração**



**Diamond Tower e Résidence du Lac – Construção (janeiro 2013) com o Cristal Tower atrás**

Torres comerciais para venda					
Projeto	Localização	Tipo	Abertura	Área	%Mult.
Diamond Tower	BarraShoppingSul	Escritórios	2S14	13.800 m <sup>2</sup>	100,0%
Résidence du Lac	BarraShoppingSul	Residencial	2S14	9.960 m <sup>2</sup>	100,0%
<b>Total</b>				<b>23.760 m<sup>2</sup></b>	<b>100,0%</b>

## 2.6 Crescimento Futuro e Banco de Terrenos

A Multiplan possui 619,0 mil m<sup>2</sup> em terrenos a serem destinados a projetos futuros. A maioria deles está integrada aos shopping centers da Multiplan e deverão alimentar novos projetos no momento devido.

A Companhia também vê potencial de crescimento da ABL em mais de 150.000 m<sup>2</sup> através de expansão dos shopping centers, considerando apenas aqueles que já se encontram em operação.

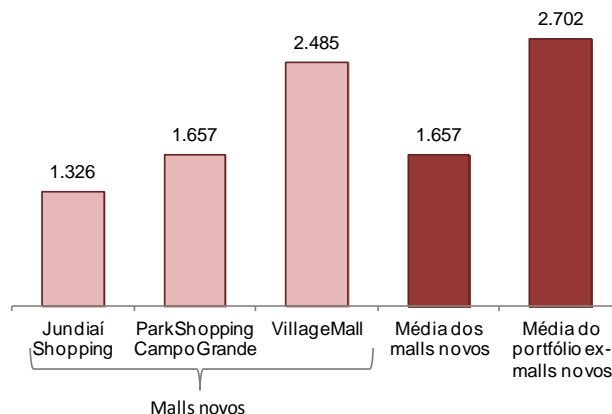
Cidade (Estado)	Área do terreno	Tipo	% Multiplan
Belo Horizonte (MG)	2.606 m <sup>2</sup>	Varejo	97%
Curitiba (PR)	843 m <sup>2</sup>	Apart-Hotel	84%
Curitiba (PR)	27.370 m <sup>2</sup>	Comercial	94%
Jundiaí (SP)	4.500 m <sup>2</sup>	Comercial	100%
Maceió (AL)	140.000 m <sup>2</sup>	Residencial, Comercial,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

### 3. Indicadores Operacionais

#### 3.1 Vendas dos Lojistas

Três shopping centers novos em operação, alta nas vendas de 15,2% no 4T12 e mais crescimento a vir

Os shopping centers da Multiplan apresentaram vendas totais de R\$3,2 bilhões no 4T12, 15,2% maiores do que no 4T11. Aliado a um contínuo crescimento dos shoppings consolidados, os novos shoppings, que representam 14,7% da ABL total, devem alavancar o crescimento das vendas da Companhia nos próximos anos. Em dezembro de 2012, as vendas totais mensais por m<sup>2</sup> ocupado do portfólio da Multiplan, excluindo os três novos shoppings inaugurados no 4T12, atingiram R\$2.702/m<sup>2</sup>, enquanto os três novos shoppings juntos resultaram em R\$1.657/m<sup>2</sup>, composto por R\$2.485/m<sup>2</sup> no VillageMall, R\$1.657/m<sup>2</sup> no ParkShoppingCampoGrande e R\$1.326/m<sup>2</sup> no JundiaíShopping. Esta diferença mostra o potencial de crescimento do portfólio no futuro.



Vendas (R\$) por m<sup>2</sup>, média em dezembro, 2012 – Portfólio vs. Novos Malls

As vendas totais aumentaram 14,9% em 2012 sobre 2011, atingindo R\$9,7 bilhões. Dado o seu portfólio homogêneo, todos os shopping centers da Multiplan apresentaram um forte desempenho ao longo do ano, sendo o Shopping Santa Úrsula (+19,7%), o BarraShoppingSul (+13,7%), o RibeirãoShopping (+12,3%), o DiamondMall (+12,1%), o ParkShoppingBarigüi (+11,8%) e o BH Shopping (+10,5%) os destaques do período.

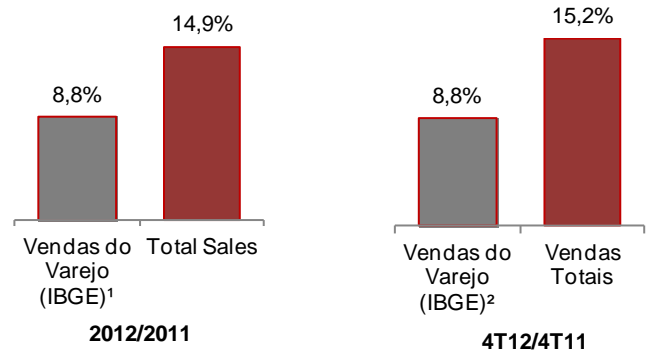
Vendas Shopping Center (100%)	Inauguração	4T12	4T11	Var.%	2012	2011	Var.%
BH Shopping	(1979)	315,0 M	295,1 M	▲6,7%	1.008,8 M	913,2 M	▲10,5%
RibeirãoShopping	(1981)	194,0 M	161,1 M	▲20,5%	569,7 M	507,4 M	▲12,3%
BarraShopping <sup>1</sup>	(1981)	514,2 M	492,8 M	▲4,3%	1.627,4 M	1.509,7 M	▲7,8%
MorumbiShopping	(1982)	407,1 M	388,8 M	▲4,7%	1.303,6 M	1.235,2 M	▲5,5%
ParkShopping	(1983)	284,3 M	264,5 M	▲7,5%	882,2 M	815,0 M	▲8,2%
DiamondMall	(1996)	155,9 M	143,5 M	▲8,7%	509,5 M	454,5 M	▲12,1%
New York City Center	(1999)	58,6 M	56,1 M	▲4,4%	209,0 M	196,4 M	▲6,4%
Shopping Anália Franco	(1999)	268,1 M	246,7 M	▲8,7%	829,0 M	774,6 M	▲7,0%
ParkShoppingBarigüi	(2003)	237,3 M	218,7 M	▲8,5%	758,5 M	678,6 M	▲11,8%
Pátio Savassi <sup>2</sup>	(2004)	101,7 M	93,0 M	▲9,3%	331,5 M	308,8 M	▲7,4%
Shopping Santa Úrsula <sup>3</sup>	(1999)	54,0 M	44,1 M	▲22,4%	164,0 M	137,0 M	▲19,7%
BarraShoppingSul	(2008)	204,4 M	183,9 M	▲11,2%	650,8 M	572,3 M	▲13,7%
Shopping Vila Olímpia	(2009)	89,7 M	88,9 M	▲0,9%	302,7 M	282,1 M	▲7,3%
ParkShoppingSãoCaetano	(09-nov-2011)	134,2 M	80,0 M	▲67,7%	418,5 M	80,0 M	▲422,8%
JundiaíShopping	(17-out-2012)	80,4 M	-	n.a.	80,4 M	-	n.a.
ParkShoppingcampoGrande	(28-nov-2012)	50,6 M	-	n.a.	50,6 M	-	n.a.
VillageMall	(03-dez-2012)	26,7 M	-	n.a.	26,7 M	-	n.a.
<b>Total</b>		<b>3.176,2 M</b>	<b>2.757,2 M</b>	<b>▲15,2%</b>	<b>9.722,7 M</b>	<b>8.464,7 M</b>	<b>▲14,9%</b>

<sup>1</sup> Vendas não consideram o faturamento do Centro Médico BarraShopping.

<sup>2</sup> A aquisição do Pátio Savassi foi em junho de 2007.

<sup>3</sup> A aquisição do Shopping Santa Úrsula foi em abril de 2008.

De acordo com o IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – as vendas do varejo aumentaram 8,8%, no período de outubro e novembro de 2012, e também de janeiro a novembro de 2012, quando comparadas ao mesmo período em 2011 (o dado de dezembro de 2012 não havia sido divulgado até a data de publicação deste relatório).

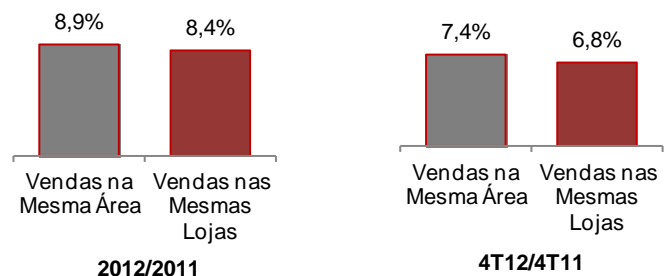


#### Análise de Vendas

<sup>1</sup> De janeiro a novembro de 2012, comparado ao mesmo período de 2011.  
<sup>2</sup> De outubro a novembro de 2012, comparado ao mesmo período de 2011.

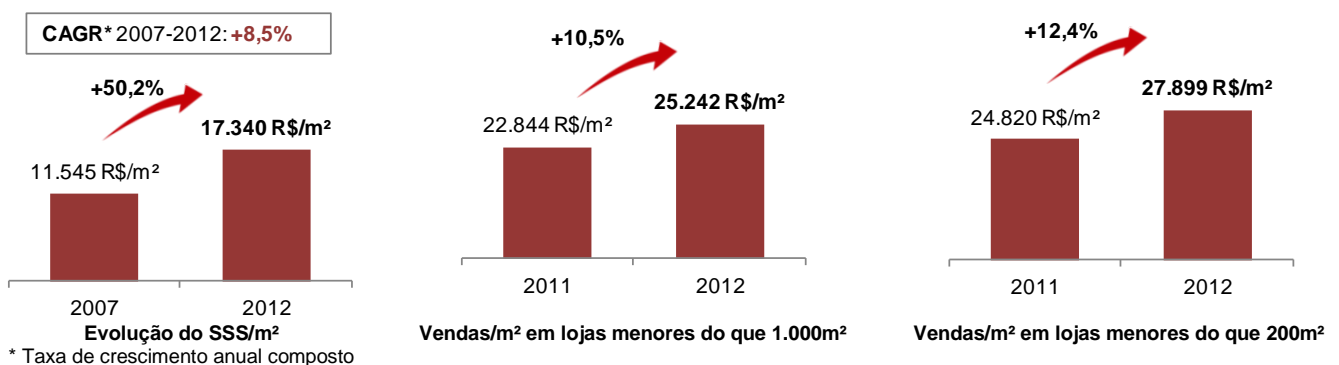
*Crescimento das Vendas nas mesmas Lojas aceleraram em 2012, atingindo 8,4% versus 7,6% em 2011*

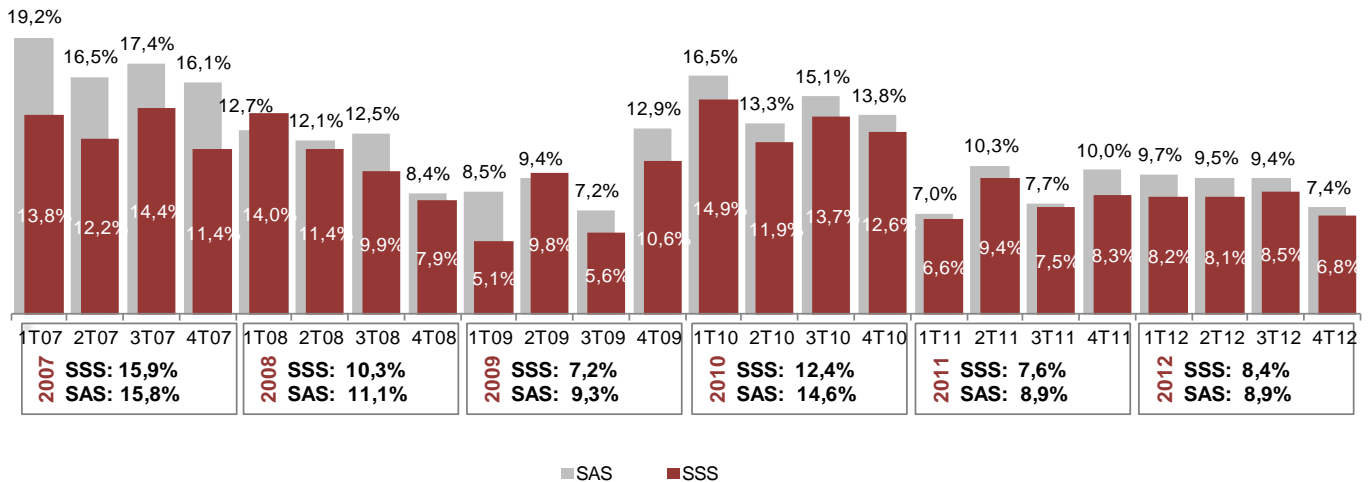
O crescimento das vendas nas mesmas lojas (SSS) atingiu 8,4% em 2012, apresentando uma aceleração no ritmo de crescimento, quando comparado a 2011 com 7,6%. O crescimento da venda na mesma área (SAS) foi de 8,9% em 2012, acima de um forte crescimento na mesma magnitude em 2011. O crescimento consistente em todas as métricas de vendas é consequência da alta qualidade do portfólio e da gestão intensiva dos shopping centers, dado o maior desempenho do SAS vis-à-vis o SSS.



Como pode ser observado no gráfico abaixo à esquerda, o SSS vem crescendo sistematicamente sobre uma base já elevada. Em 2012, o SSS da Multiplan atingiu R\$17.340/m<sup>2</sup>, correspondendo a um aumento de 50,2%, quando comparado ao dado de 2007. De 2007 a 2012, o SSS por m<sup>2</sup> cresceu a uma taxa média anual (CAGR) de 8,5%.

Considerando lojas com até 1.000 m<sup>2</sup> nos shopping centers que estavam em operação por todo ano de 2011 e 2012, as vendas atingiram R\$25.242/m<sup>2</sup>, 10,5% maior do que em 2011, de R\$22.844/m<sup>2</sup>. As lojas com até 200 m<sup>2</sup> apresentaram um crescimento de vendas/m<sup>2</sup> de 12,4% em 2012 em comparação a 2011, atingindo R\$27.899/m<sup>2</sup>.





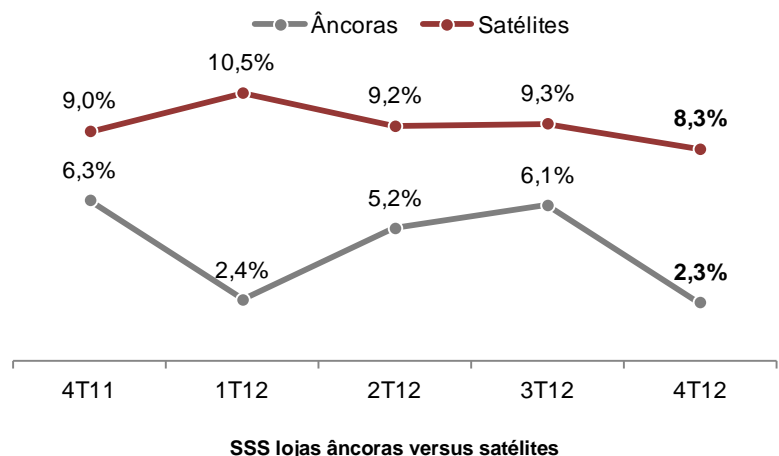
### Evolução da Venda nas Mesmas Lojas e da Venda na Mesma Área (ano/ano)

Todos os segmentos do varejo apresentaram forte desempenho em 2012. Os principais destaques foram Serviços e Alimentação e área gourmet, que reportaram crescimento de dois dígitos de 13,4% e 10,5%, respectivamente.

Venda nas Mesmas Lojas	4T12 x 4T11			2012 x 2011		
	Âncoras	Satélites	Total	Âncoras	Satélites	Total
Vestuário	▲5,2%	▲7,1%	▲6,7%	▲3,9%	▲9,4%	▲8,1%
Artigos do lar e escritório	▼3,6%	▲4,4%	▲0,5%	▲5,1%	▲5,3%	▲5,2%
Artigos diversos	▼0,3%	▲8,4%	▲5,7%	▲1,4%	▲11,5%	▲8,2%
Alimentação e área gourmet	n.a.	▲10,8%	▲10,8%	n.a.	▲10,5%	▲10,5%
Serviços	▲18,1%	▲15,7%	▲15,7%	▲9,2%	▲13,4%	▲13,3%
<b>Total</b>	<b>▲2,3%</b>	<b>▲8,3%</b>	<b>▲6,8%</b>	<b>▲4,0%</b>	<b>▲10,0%</b>	<b>▲8,4%</b>

### Crescimento da Venda nas Mesmas Lojas

Mais uma vez, o crescimento da venda nas mesmas lojas das lojas satélites foi mais forte do que das lojas âncoras. As lojas satélites reportaram um aumento de 8,3% no 4T12, enquanto nas âncoras o aumento foi de 2,3%. Em 2012, o desempenho da vendas nas mesmas lojas das satélites apresentou um crescimento de dois dígitos de 10,0% e das âncoras de 4,0%.

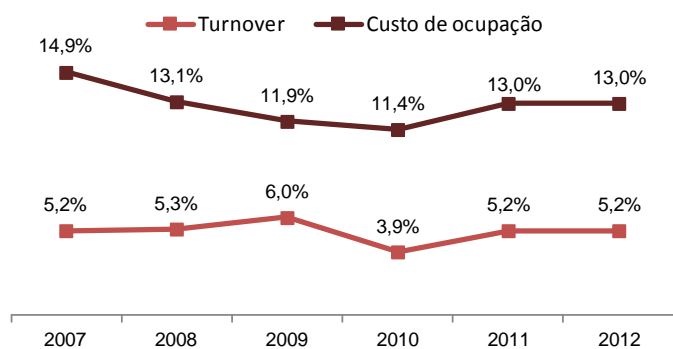


### 3.2 Taxa de Ocupação, Inadimplência e Perda de Aluguel

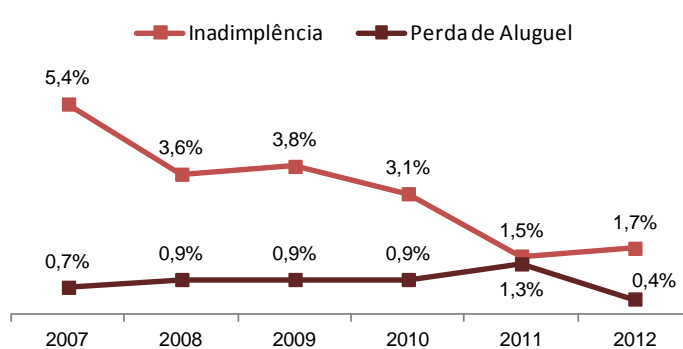
A taxa de ocupação média foi de 98,1% no 4T12, 10 p.b. maior do que no 4T11, apesar do impacto da inauguração de três novos shopping centers e uma expansão no trimestre, que normalmente têm uma menor taxa de ocupação quando comparada a shoppings consolidados. Este resultado foi decorrente principalmente da melhora na taxa de ocupação de 930 p.b. no ParkShoppingSãoCaetano, que atingiu 99,6% e um aumento no Shopping Vila Olímpia de 340 p.b., totalizando 90,4%.

O custo de ocupação foi de 13,0% em 2012, assim como em 2011, e o turnover também permaneceu no mesmo patamar que em 2011, a 5,2%. Combinados à alta taxa de ocupação, estes dados mostram a forte demanda por espaços nos shopping centers da Multiplan e indicam o potencial de crescimento da Companhia.

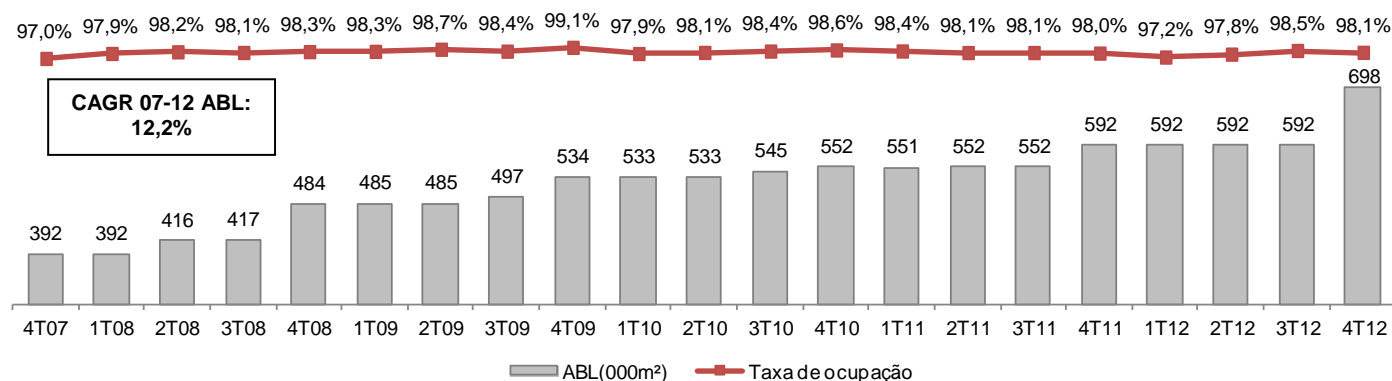
A taxa de inadimplência dos lojistas nos shopping centers da Multiplan (atraso no pagamento do aluguel acima de 25 dias) atingiu 1,7% em 2012 versus 1,5% em 2011. No mesmo período de comparação, a perda de aluguel (inadimplência superior a seis meses) caiu 90 p.b., atingindo 0,4%.



Turnover e custo de ocupação histórico: 2007-2012



Inadimplência e perda de aluguel histórico: 2007- 2012



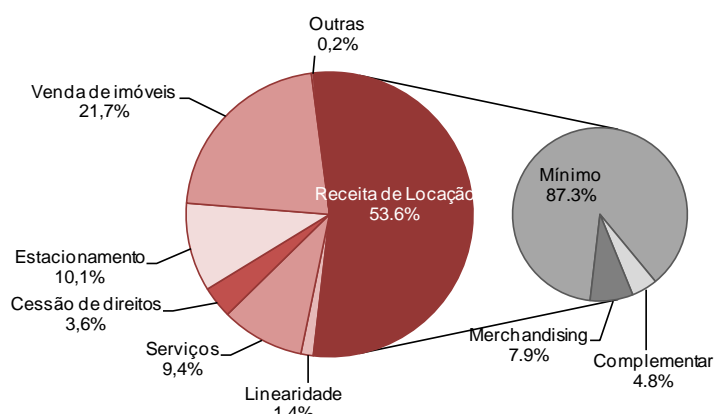
Evolução da ABL e taxa de ocupação: 4T07 – 4T12

#### 4. Receita Bruta

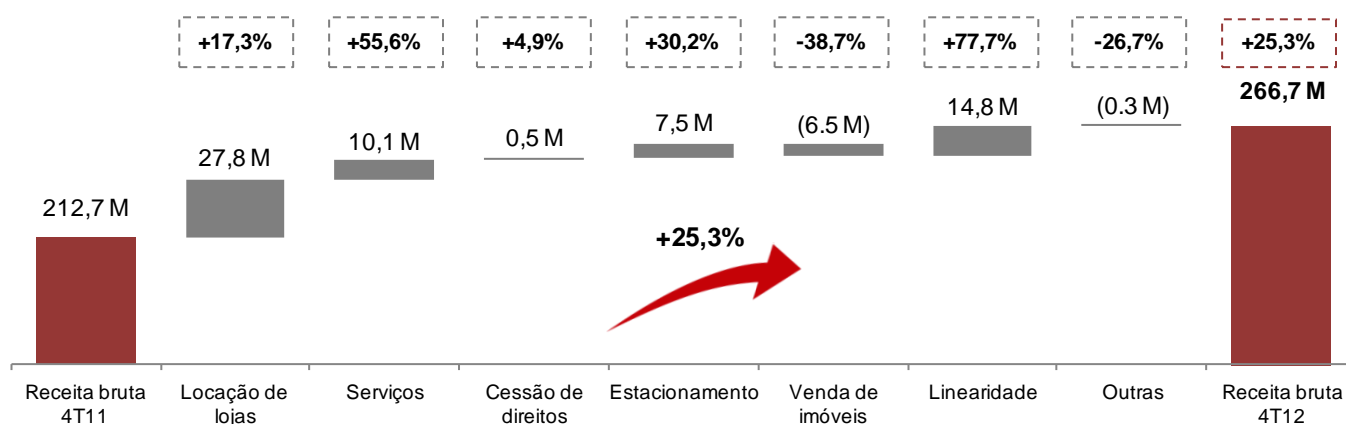
Receita bruta ultrapassou R\$1,0 bilhão em 2012, alta de 41,2%

A receita bruta aumentou 25,3% no 4T12, atingindo R\$266,7 milhões. Conforme demonstrado no gráfico abaixo, as receitas de serviços, estacionamento e locação apresentaram as maiores contribuições, apresentando crescimentos de 55,6%, 30,2% e 17,3%, respectivamente.

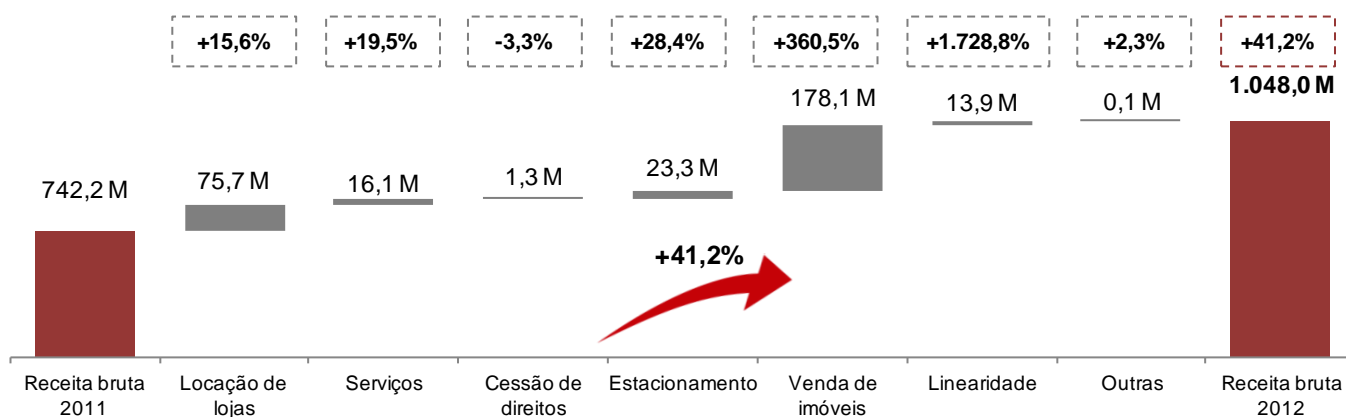
Em 2012, a receita bruta totalizou R\$1.048,0 milhões, representando um forte crescimento de 41,2%, quando comparado a 2011. Como pode ser observado no gráfico à direita, as principais contribuições para este resultado foi a receita de locação com 53,6%, seguida pelo resultado de vendas de imóveis com 21,7% e estacionamento com 10,1%.



Abertura da receita bruta – 2012



Abertura do crescimento da receita bruta 4T12 (A/A) (R\$)



Abertura do crescimento da receita bruta 2012 (A/A) (R\$)

## 5. Resultado da Participação em Shopping Centers

### 5.1 Receita de Locação

Receita de locação aumenta 17,3% e atinge R\$188,8 milhões no 4T12

A receita de locação da Multiplan somou R\$188,8 milhões no 4T12, um aumento de 17,3%, comparada ao 4T11. O aluguel complementar apresentou o maior crescimento no 4T12, com uma alta de 17,9%, atingindo R\$9,3 milhões. O aluguel mínimo cresceu 17,4% para R\$164,4 milhões e a receita de merchandising também teve um forte crescimento de 15,0%, totalizando R\$15,1 milhões. Em 2012, a receita de locação cresceu 15,6% para R\$561,9 milhões. Os destaques do ano foram aluguel complementar, que subiu 18,4%, seguido pelo aluguel mínimo, com alta de 16,9% para R\$490,3 milhões.

Receita de Locação (R\$)				
	Mínimo	Compl.	Merchan.	Total
<b>4T12</b>	<b>164,4 M</b>	<b>9,3 M</b>	<b>15,1 M</b>	<b>188,8 M</b>
% receita de locação total	87,0%	4,9%	8,0%	100,0%
<b>4T11</b>	<b>140,0 M</b>	<b>7,9 M</b>	<b>13,2 M</b>	<b>161,1 M</b>
% receita de locação total	86,9%	4,9%	8,2%	100,0%
<b>Varição total%</b>	<b>▲ 17,4%</b>	<b>▲ 17,9%</b>	<b>▲ 15,0%</b>	<b>▲ 17,3%</b>
<b>2012</b>	<b>490,3 M</b>	<b>27,1 M</b>	<b>44,6 M</b>	<b>561,9 M</b>
% receita de locação total	87,3%	4,8%	7,9%	100,0%
<b>2011</b>	<b>419,3 M</b>	<b>22,9 M</b>	<b>44,1 M</b>	<b>486,3 M</b>
% receita de locação total	86,2%	4,7%	9,1%	100,0%
<b>Varição total %</b>	<b>▲ 16,9%</b>	<b>▲ 18,4%</b>	<b>▲ 1,1%</b>	<b>▲ 15,6%</b>

Receita de Locação	4T12	4T11	Var.%	2012	2011	Var.%
BH Shopping	21,1 M	19,8 M	▲ 6,5%	68,2 M	63,0 M	▲ 8,3%
RibeirãoShopping	10,8 M	9,7 M	▲ 11,2%	33,7 M	31,1 M	▲ 8,3%
BarraShopping	23,7 M	23,6 M	▲ 0,8%	77,9 M	75,0 M	▲ 3,9%
MorumbiShopping	27,8 M	25,8 M	▲ 7,6%	88,6 M	82,3 M	▲ 7,6%
ParkShopping	13,1 M	14,6 M	▼ 10,1%	40,6 M	40,8 M	▼ 0,3%
DiamondMall	10,8 M	9,9 M	▲ 9,6%	34,5 M	31,8 M	▲ 8,4%
New York City Center	2,0 M	2,0 M	▲ 4,9%	6,8 M	6,4 M	▲ 6,5%
Shopping AnáliaFranco	7,1 M	6,3 M	▲ 12,3%	22,0 M	20,3 M	▲ 8,5%
ParkShoppingBarigüi	14,1 M	13,1 M	▲ 7,7%	43,4 M	40,0 M	▲ 8,5%
Pátio Savassi	7,4 M	6,6 M	▲ 11,7%	22,9 M	21,2 M	▲ 8,2%
Shopping Santa Úrsula	1,9 M	1,6 M	▲ 16,3%	5,7 M	5,0 M	▲ 13,5%
BarraShoppingSul	16,3 M	14,3 M	▲ 13,8%	46,6 M	42,3 M	▲ 10,3%
Shopping Vila Olímpia <sup>(1)</sup>	5,7 M	6,8 M	▼ 16,6%	19,7 M	20,1 M	▼ 2,4%
ParkShoppingSãoCaetano	11,2 M	7,0 M	▲ 60,6%	35,6 M	7,0 M	▲ 409,9%
JundiáShopping	7,5 M	-	n.a.	7,5 M	-	n.a.
ParkShoppingCampoGrande	5,2 M	-	n.a.	5,2 M	-	n.a.
VillageMall	3,1 M	-	n.a.	3,1 M	-	n.a.
<b>Subtotal</b>	<b>188,8 M</b>	<b>161,1 M</b>	<b>▲ 17,3%</b>	<b>561,9 M</b>	<b>486,3 M</b>	<b>▲ 15,6%</b>
Efeito da linearidade	(4,2 M)	(19,0 M)	▼ 77,7%	14,7 M	0,8 M	▲ 1.728,8%
<b>Total</b>	<b>184,6 M</b>	<b>142,0 M</b>	<b>▲ 30,0%</b>	<b>576,6 M</b>	<b>487,1 M</b>	<b>▲ 18,4%</b>

<sup>(1)</sup> Até o 4º trimestre de 2011, a Multiplan detinha 30% de participação no Shopping Vila Olímpia e reconhecia o seu resultado consolidando a sua subsidiária MPH, que detinha 71,5% de participação. A partir de fevereiro de 2012, com a aquisição de participação adicional de 30%, a Multiplan passou a reconhecer apenas 60% do resultado do shopping center. Considerando essas mudanças e analisando o resultado trimestral do Shopping Vila Olímpia (100%) a receita de locação deste shopping aumentou 0,1% no 4T12 sobre o 4T11 e 14,6% em 2012 sobre 2011.

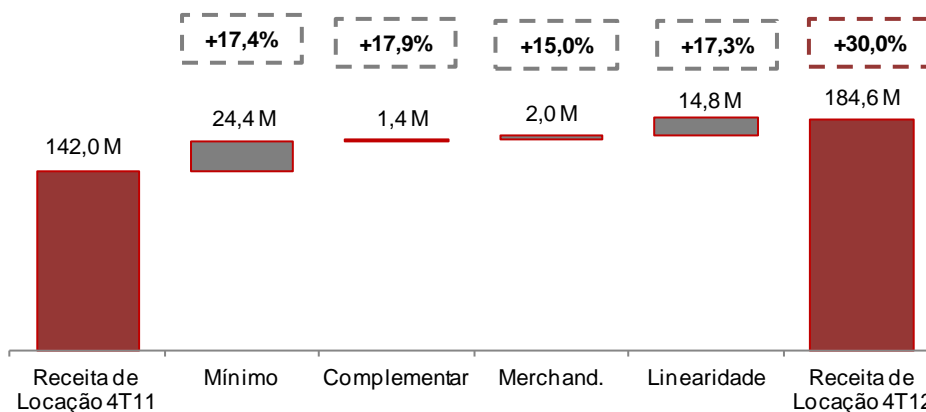
Shopping Vila Olímpia – 100%	
4T12	9,4 M
4T11	9,4 M
<b>Var.%</b>	<b>▲ 0,1%</b>
2012	32,1 M
2011	28,0 M
<b>Var.%</b>	<b>▲ 14,6%</b>

Um dos destaques no 4T12 foi o Shopping Santa Úrsula, que continuou apresentando um forte desempenho na receita de locação, reportando um aumento de 16,3%, quando comparado ao 4T11. Este forte desempenho foi impulsionado principalmente pelo aluguel complementar, que aumentou 187,9% no mesmo período de comparação, indicando um aumento potencial no aluguel mínimo nos próximos anos. O BarraShoppingSul, que completou quatro anos em operação, apresentou um aumento na receita de locação de 13,8%, contribuindo com 8,6% do total da receita de locação. O ParkShoppingSãoCaetano, inaugurado em novembro de 2011, também contribuiu com um percentual significativo da receita total de locação, atingindo 5,9% ou R\$11,2 milhões.

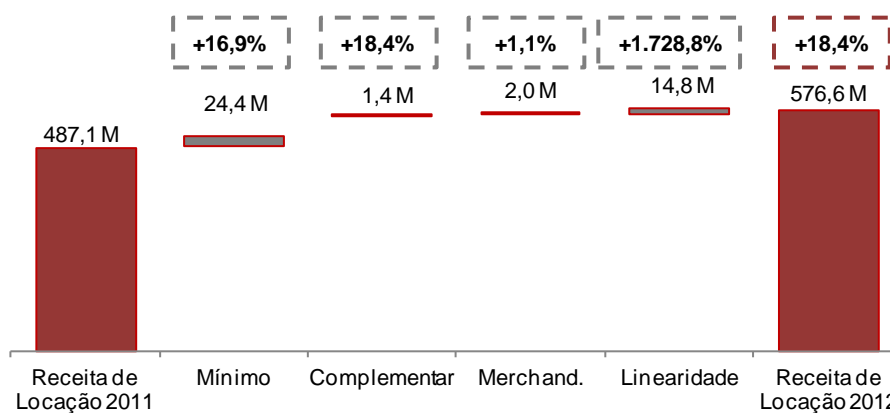
Quanto aos shoppings consolidados, a receita de locação do ParkShopping foi de R\$13,1 milhões no 4T12, contra R\$14,6 milhões no 4T11. Esta redução foi consequência de uma receita não recorrente recebida num processo de conversão de uma loja âncora em lojas satélites no 4T11. O sólido desempenho do shopping pode ser analisado através da sua receita complementar, que aumentou 27,5% no mesmo período de comparação.

A receita de locação, incluindo o efeito da linearidade no cálculo, aumentou 30,0% para R\$184,6 milhões no 4T12. Em 2012, e considerando o efeito da linearidade, a receita de locação total atingiu R\$576,6 milhões, alta de 18,4% em relação a 2011.

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)).



Abertura do crescimento da receita de locação 4T12 (A/A) (R\$)



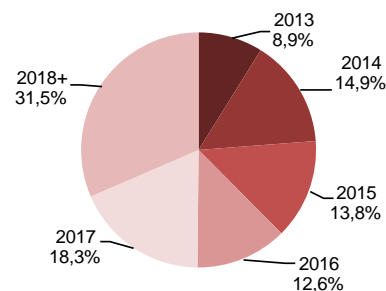
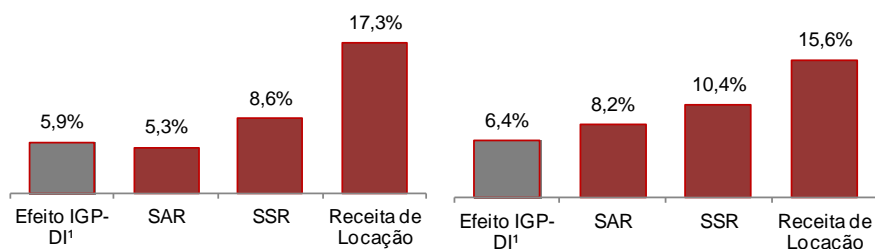
Abertura do crescimento da receita de locação 2012 (A/A) (R\$)

**Crescimento do SSR acelera no 4T12, atingindo 8,6%**

O aluguel nas mesmas lojas (SSR) cresceu 8,6% no 4T12, aumentando a velocidade do crescimento, comparado ao trimestre anterior, quando havia crescido 7,7%. O crescimento real também apresentou um ritmo mais rápido, atingindo 2,6%, comparado a 1,8% no 3T12. O efeito do ajuste do IGP-DI foi de 5,9% no período. O aluguel na mesma área (SAR) aumentou 5,3%.

Em 2012, o SSR reportou crescimento de dois dígitos de 10,4% quando comparado a 2011 e SAR aumentou 8,2%. O efeito do ajuste do IGP-DI foi de 6,4%.

Dada as inaugurações no 4T12 de três novos shopping centers e uma expansão com a adição de 106,5 mil m<sup>2</sup> na ABL de shopping center, 18,3% da ABL locada deverá expirar em 2017. No momento da renovação dos contratos, estas novas áreas deverão estar avançadas no processo de consolidação e deverão continuar convergindo às métricas do portfólio.



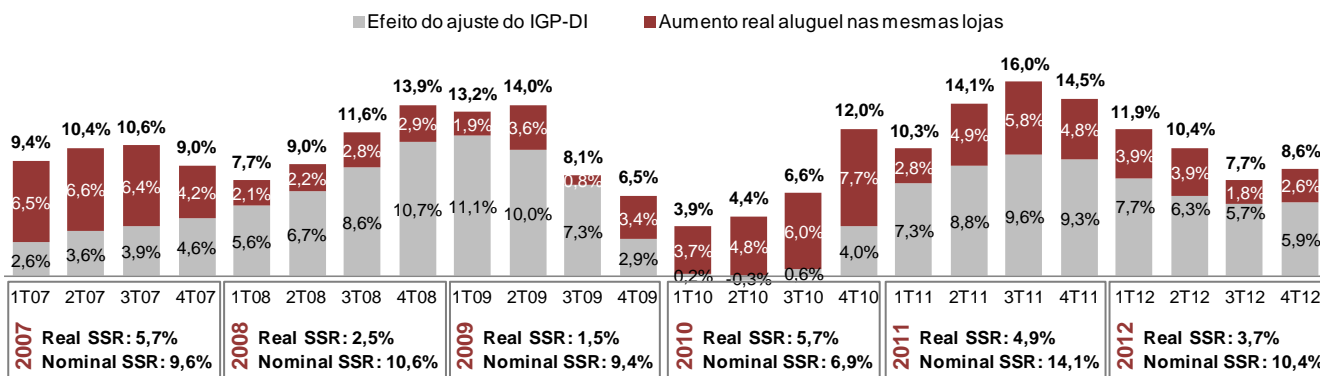
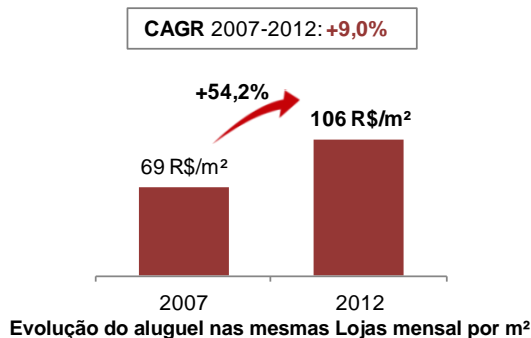
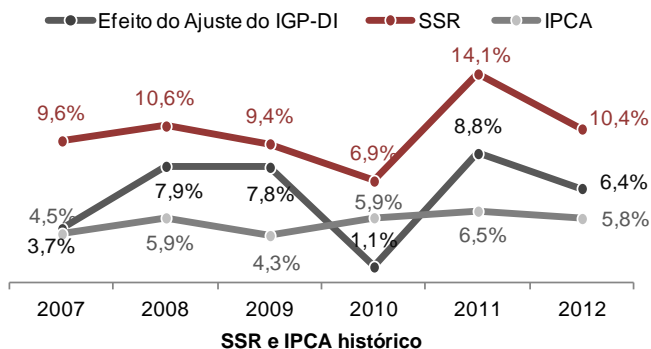
**Análise da receita de locação (4T12/4T11)**  
<sup>1</sup> Ver glossário para definição

**Análise da receita de locação (2012/2011)**  
<sup>1</sup> Ver glossário para definição

**Cronograma de vencimento da ABL**

Como pode ser observado no gráfico abaixo "SSR e IPCA histórico", a Multiplan vem reportando historicamente sólidos resultados positivos. O crescimento médio real do SSR sobre o efeito do ajuste do IGP-DI desde 2007 foi de 4,0% e 4,4% sobre o IPCA, destacando o alto padrão de qualidade do portfólio da Companhia.

Adicionalmente, o SSR aumentou 54,2% para R\$106/m<sup>2</sup>/mês em 2012, de R\$69/m<sup>2</sup>/mês em 2007. Apesar da base já alta do aluguel por m<sup>2</sup>, a Multiplan reportou um CAGR de 9,0% no mesmo período de comparação.



**Abertura do aluguel nas mesmas Lojas (SSR) - Crescimento nominal e real**

## 5.2 Receita de Estacionamento

*Alta de 30,2% na receita de estacionamento para R\$32,1 milhões no 4T12*

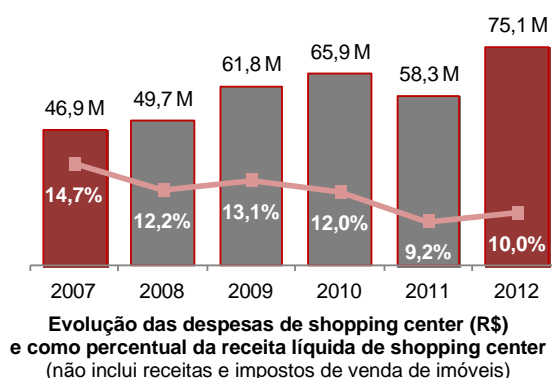
A receita de estacionamento atingiu R\$32,1 milhões no 4T12, 30,2% maior do que no 4T11. Junto com o crescimento orgânico, os shoppings inaugurados recentemente, JundiáShopping, ParkShoppingCampoGrande e VillageMall, contribuíram com este desempenho, adicionando 6,7 mil novas vagas e aumentando o total de vagas do portfólio para 45,2 mil. Estes novos shoppings representaram, juntos, 8,0% da receita de estacionamento no 4T12, com menos de 45 dias, na média, em operação. Em 2012, a receita de estacionamento atingiu R\$105,3 milhões, um aumento de 28,4% sobre 2011.

## 5.3 Despesas de Shopping Center

*As despesas de shopping continuam em baixos níveis em 2012 como percentual da receita de shopping center*

As despesas de shopping center atingiram R\$23,6 milhões no 4T12 versus R\$10,2 milhões no 4T11. Este aumento pode ser explicado principalmente por ganhos não recorrentes reconhecidos no 4T11 e pelo aumento da ABL própria de 28,3%. Excluindo o efeito do evento não recorrente, as despesas de shopping center teriam aumentado 31,4% no período.

Em 2012, as despesas de shopping center somaram R\$75,1 milhões, um aumento de 28,9% sobre 2011. Novamente, excluindo o evento não recorrente, essas despesas teriam aumentado 13,8%. Como percentual da receita líquida, as despesas de shopping center atingiram 10,0% em 2012, nível significativamente inferior à média histórica.

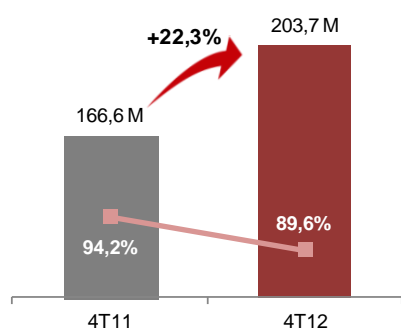


#### 5.4 Resultado Operacional Líquido – NOI

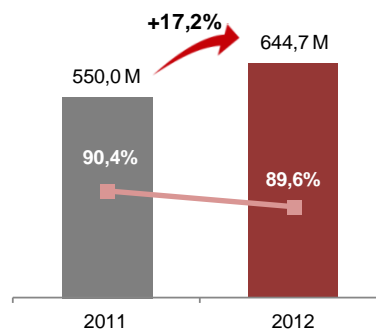
NOI + Cessão de Direitos atinge R\$644,7 milhões em 2012, alta de 17,2%

A Multiplan reportou Resultado Operacional Líquido (NOI) + Cessão de Direitos (CD) de R\$203,7 milhões no 4T12, 22,3% acima do 4T11. Para o ano completo, o NOI + CD aumentou 17,2%, atingindo R\$644,7 milhões. Adicionalmente, o NOI + CD por ação atingiu R\$3,62, resultando em um CAGR de cinco anos de 18,3%.

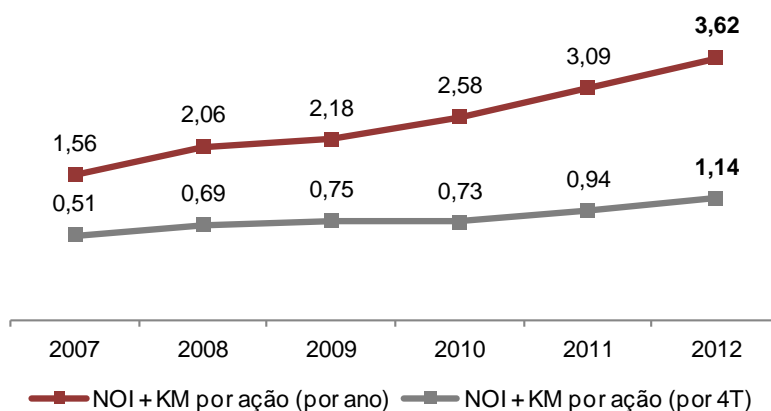
Cálculo do NOI (R\$)	4T12	4T11	Var. %	2012	2011	Var. %
Receita de locação	188,8 M	161,1 M	▲ 17,3%	561,9 M	486,3 M	▲ 15,6%
Linearidade	(4,2 M)	(19,0 M)	▼ 77,7%	14,7 M	0,8 M	▲ 1.728,8%
Resultado de estacionamento	32,1 M	24,7 M	▲ 30,2%	105,3 M	82,1 M	▲ 28,4%
<b>Resultado operacional</b>	<b>216,7 M</b>	<b>166,7 M</b>	<b>▲ 30,0%</b>	<b>682,0 M</b>	<b>569,1 M</b>	<b>▲ 19,8%</b>
Despesa de shopping center	(23,6 M)	(10,2 M)	▲ 131,2%	(75,1 M)	(58,3 M)	▲ 28,9%
<b>NOI</b>	<b>193,1 M</b>	<b>156,5 M</b>	<b>▲ 23,4%</b>	<b>606,9 M</b>	<b>510,8 M</b>	<b>▲ 18,8%</b>
Margem NOI	89,1%	93,9%	▼ 477 p.b.	89,0%	89,8%	▼ 78 p.b.
Cessão de direitos	10,6 M	10,1 M	▲ 5,0%	37,8 M	39,1 M	▼ 3,3%
<b>NOI + CD</b>	<b>203,7 M</b>	<b>166,6 M</b>	<b>▲ 22,3%</b>	<b>644,7 M</b>	<b>550,0 M</b>	<b>▲ 17,2%</b>
Margem NOI + CD	89,6%	94,2%	▼ 461 p.b.	89,6%	90,4%	▼ 86 p.b.



NOI + Cessão de Direitos e margem  
(4T12/4T11) - (R\$)



NOI + Cessão de Direitos e margem  
(2012/2011) - (R\$)



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

\*Ações em circulação no final de cada ano, ajustadas pelas ações em tesouraria.

## 6. Resultado da Administração de Shopping Centers

### 6.1 Receita de Serviços

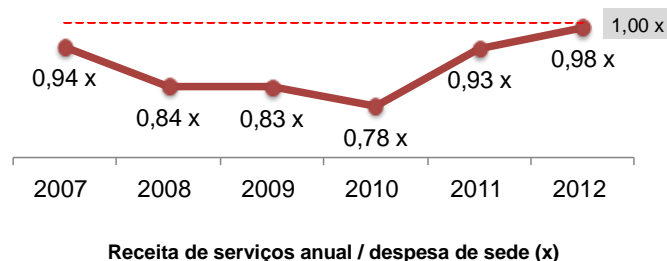
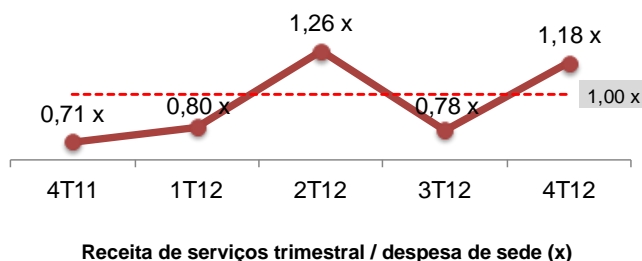
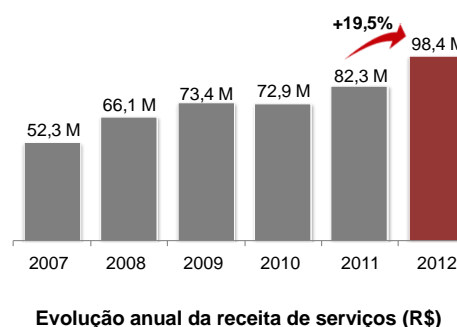
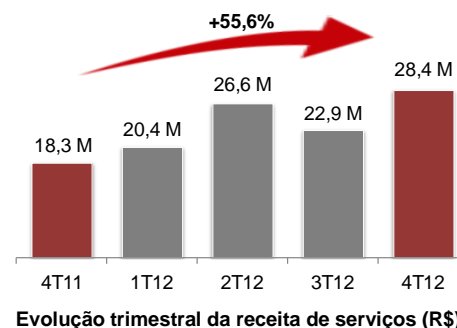
*Aumento de 55,6% na receita de serviços para R\$28,4 milhões no 4T12*

A receita de serviços, - composta principalmente por taxas de administração dos shopping centers, corretagem e transferência – apresentou aumento de 55,6% no 4T12 quando comparado ao 4T11, atingindo um novo recorde histórico. A receita de serviços foi equivalente a 118,0% das despesas gerais e administrativas do trimestre.

No 4T12, todos os componentes da receita de serviços foram maiores do que no 4T11. Os principais destaques foram a taxa de administração de shopping centers, que aumentou 35,4%, seguindo um crescimento de 28,3% da ABL própria e a taxa de transferência, que aumentou 103,1%.

Para o ano findo em 31 de dezembro de 2012, a receita de serviços cresceu 19,5%, quando comparada a 2011, como resultado do aumento de 24,0% na taxa de administração de shopping centers e de 31,4% na taxa de transferência.

Em 2012, a Companhia apresentou receita de serviços equivalente a 98,5% das despesas de sede, representando um aumento significativo comparado aos anos anteriores e 532 p.b. maior do que em 2011, conforme demonstrado no gráfico abaixo.



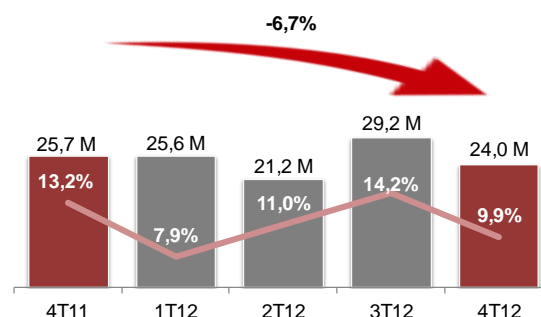
## 6.2 Despesas Gerais e Administrativas (Sede)

Despesas de sede reduziram 6,7% no 4T12, representando 9,9% da receita líquida, caindo de 13,2% no 4T11

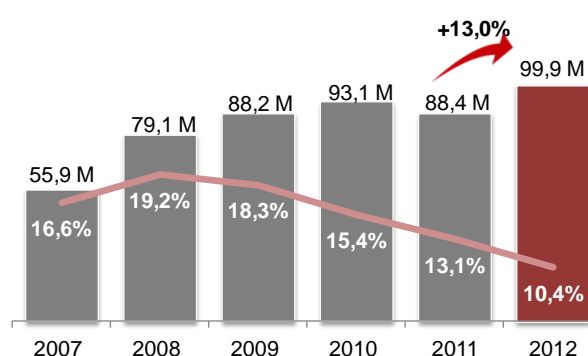
No 4T12, as despesas gerais e administrativas (Sede) diminuíram 6,7%, quando comparadas ao 4T11, principalmente devido à redução de despesas com viagens e marketing, que diminuíram 24,1% e 22,1%, respectivamente. Como percentual da receita líquida, as despesas de sede caíram de 13,2% para 9,9% no mesmo período.

Em 2012, as despesas de sede em relação à receita líquida caíram 268 p.b. saindo de 13,1% para 10,4% e atingindo R\$99,9 milhões, 13,0% maior do que em 2011.

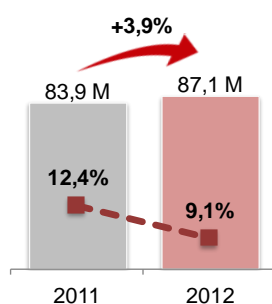
Despesas de sede não recorrentes aumentaram para R\$12,8 milhões em 2012, de R\$4,5 milhões em 2011, principalmente devido a despesas com provisões e legais. Excluindo o impacto destes itens não recorrentes e, somente para fins de análise, as despesas de sede teriam aumentado 3,9%, quando comparadas a 2011, abaixo do IPCA de 5,8% em 2012.



Evolução das despesas de sede trimestral (R\$) e como percentual da receita líquida (%)

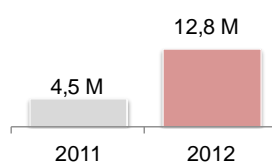


Evolução das despesas de sede anual (R\$) e como percentual da receita líquida (%)



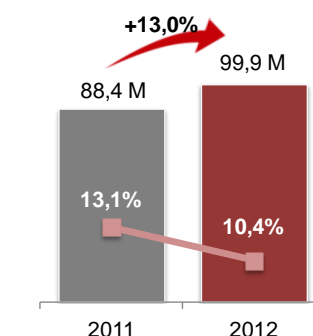
Evolução da despesa de sede recorrente (R\$) e como % da receita líquida (%)

(+)



Itens não recorrentes (R\$)

=



Evolução da despesa de sede (R\$) e como % da receita líquida (%)

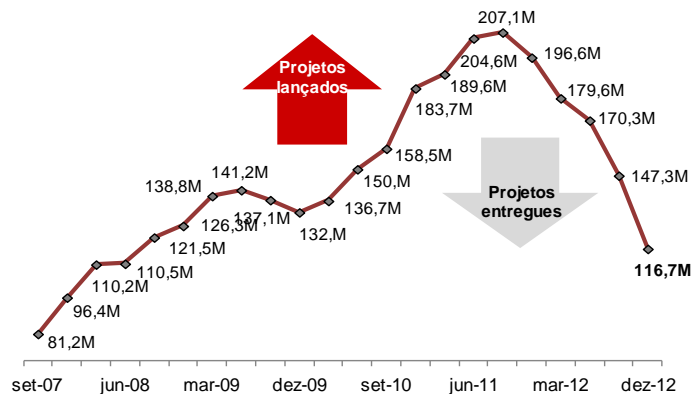
## 7. Resultados do Desenvolvimento de Shopping Centers

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

*Inaugurações dentro do prazo reduzem receita diferida*

No 4T12, a receita diferida reduziu de R\$147,3 milhões em setembro de 2012 para R\$116,7 milhões em dezembro de 2012. A linha de receita diferida foi impactada principalmente pelo (i) reconhecimento de receitas de cessão de direitos, após a inauguração, do JundiaíShopping, ParkShoppingCampoGrande e VillageMall (ii) menor volume de novos contratos de locação assinados no 4T12, dado que a maioria da área disponível nos novos shoppings já foi locada, (iii) impacto dos custos diferidos resultante de investimentos em áreas comerciais, e (iv) pela recompra de áreas locadas para serem utilizadas nas mudanças de mix dos shoppings.

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



**Evolução da receita diferida (R\$)**



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

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

### 7.2 Receita de Cessão de Direitos

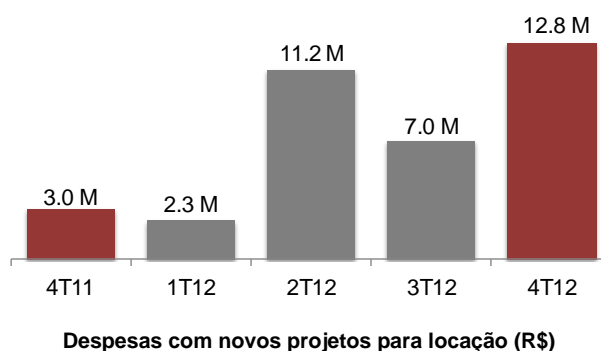
Receita de Cessão de Direitos (R\$)	4T12	4T11	Var. %	2012	2011	Var. %
Operacional (Recorrente)	1,4 M	1,7 M	▼15,0%	6,1 M	7,8 M	▼21,4%
Projetos abertos nos últimos cinco anos	9,2 M	8,5 M	▲8,6%	31,7 M	31,4 M	▲1,2%
<b>Receita de Cessão de Direitos</b>	<b>10,6 M</b>	<b>10,1 M</b>	<b>▲5,0%</b>	<b>37,8 M</b>	<b>39,1 M</b>	<b>▼3,3%</b>

A receita de cessão de direitos aumentou 5,0% no 4T12, de R\$10,1 milhões para R\$10,6 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. Devido à inauguração de três novos shoppings e uma expansão no trimestre, a receita não recorrente aumentou 8,6%.

### 7.3 Despesas com Novos Projetos para Locação

*119,9 mil m<sup>2</sup> de ABL nova no 4T12: como esperado, despesas com novos projetos para locação aumentaram*

As despesas com novos projetos para locação atingiu R\$12,8 milhões no 4T12, aumentando de R\$3,0 milhões no 4T11, principalmente como resultado (i) da entrega do JundiaíShopping, ParkShoppingCampoGrande, VillageMall e expansão VI do RibeirãoShopping, e (ii) dos investimentos em três expansões em desenvolvimento, no RibeirãoShopping (VII e VIII) e BarraShopping. Conforme informado anteriormente, essas despesas ocorrem principalmente nas fases de lançamento e entrega de 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 e atrair clientes em seus primeiros anos de maturação.



## 8. Resultados de Empreendimentos Imobiliários

---

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

---

*360,5% de aumento na receita de venda de Imóveis em 2012 para R\$227,5 milhões*

A Multiplan reportou receita de venda de Imóveis de R\$10,3 milhões no 4T12, segundo o método de apropriação físico-financeiro (PoC), composta principalmente pela apropriação de receitas do (i) Centro Profissional RibeirãoShopping, entregue em dezembro, 2012 (98% vendida), e (ii) projeto no complexo BarraShoppingSul, composto pelos prédios comercial Diamond Tower (67,4% vendido) e residencial Résidence du Lac (84,0% vendido), ambos com as obras evoluindo de acordo com o planejado.

Para o ano completo, a receita de imóveis para venda foi de R\$227,5 milhões, 360,5% maior do que em 2011, como resultado do reconhecimento da venda dos projetos mencionados acima e da venda do Morumbi Business Center por R\$165,0 milhões em fevereiro de 2012.

#### *Custo de Imóveis Vendidos*

A Companhia reportou custo de Imóveis vendidos de R\$8,5 milhões no 4T12, em linha com a evolução da construção, e composta principalmente por custos com o Centro Profissional RibeirãoShopping e pelo projeto imobiliário no complexo BarraShoppingSul. Em 2012, o custo de Imóveis vendidos atingiu R\$120 milhões, 168,2% maior do que em 2011.

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

As despesas com novos projetos para venda reduziram 76,8% para R\$2,1 milhões no 4T12, de R\$8,9 milhões no 4T11. No 4T12, as despesas com novos projetos para venda foram compostas principalmente pelo (i) esforço de marketing e (ii) despesas com corretagem.

O maior volume de despesas com novos projetos para venda no 4T11 foi resultado do lançamento do projeto imobiliário no complexo BarraShoppingSul, em outubro de 2011.

Em 2012, as despesas com novos projetos para venda atingiram R\$15,6 milhões, 1,5% menor do que em 2011.

## 9. Resultados Financeiros

### 9.1 EBITDA

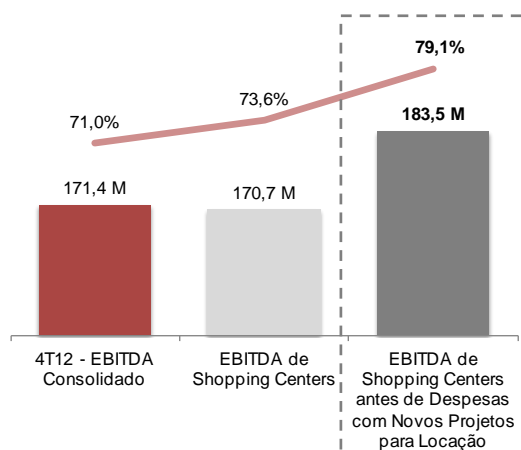
Alta de 35,2% no EBITDA consolidado em 2012, atingindo R\$615,8 milhões

O EBITDA Consolidado foi 28,2% maior do 4T12 do que no 4T11, atingindo R\$171,4 milhões. A margem EBITDA aumentou de 68,9% no 4T11 para 71,0% no 4T12, se beneficiando da redução nas despesas de sede e com novos projetos para venda. Em 2012, o EBITDA Consolidado foi de R\$615,8 milhões, 35,2% maior do que em 2011.

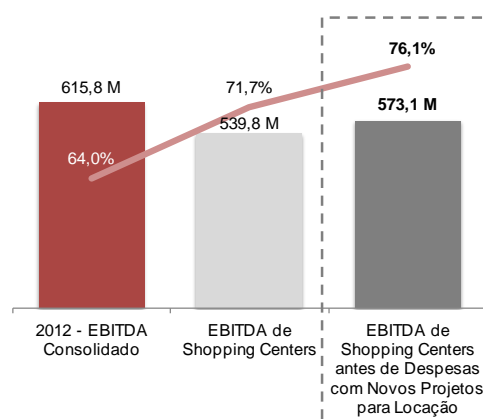
A margem EBITDA consolidada da Companhia é tradicionalmente menor que a margem EBITDA de Shopping Centers porque reflete as margens mais baixas da atividade imobiliária para venda, quando comparada com a margem dos projetos para locação. A redução da margem EBITDA consolidada em 2012, quando comparada a 2011, ocorreu devido à maior participação de projetos imobiliários para venda no resultado da companhia. Em 2012, a receita de venda de imóveis representou 21,7% da receita bruta.

EBITDA Consolidado (R\$)	4T12	4T11	Var. %	2012	2011	Var. %
<b>Receita Líquida</b>	<b>241,4 M</b>	<b>194,1 M</b>	<b>▲24,4%</b>	<b>961,9 M</b>	<b>676,3 M</b>	<b>▲42,2%</b>
Despesas de sede	(24,0 M)	(25,7 M)	▼6,7%	(99,9 M)	(88,4 M)	▲13,0%
Despesas baseadas em opções de ações	(2,3 M)	(2,1 M)	▲10,0%	(9,5 M)	(7,7 M)	▲24,4%
Despesas de shopping centers	(23,6 M)	(10,2 M)	▲131,2%	(75,1 M)	(58,3 M)	▲28,9%
Despesas com novos projetos para locação	(12,8 M)	(3,0 M)	▲333,7%	(33,4 M)	(12,2 M)	▲172,8%
Despesas com novos projetos para venda	(2,1 M)	(8,9 M)	▼76,8%	(15,6 M)	(15,9 M)	▼1,5%
Custo de imóveis vendidos	(8,5 M)	(11,5 M)	▼26,1%	(120,0 M)	(44,8 M)	▲168,2%
Resultado de equivalência patrimonial	2,0 M	0,6 M	▲214,7%	2,9 M	2,1 M	▲34,1%
Outras receitas (despesas) operacionais	1,4 M	0,4 M	▲214,5%	4,6 M	4,1 M	▲13,3%
<b>EBITDA Consolidado</b>	<b>171,4 M</b>	<b>133,7 M</b>	<b>▲28,2%</b>	<b>615,8 M</b>	<b>455,3 M</b>	<b>▲35,2%</b>
Margem EBITDA Consolidada	71,0%	68,9%	▲211 p.b.	64,0%	67,3%	▼331 p.b.

A Multiplan reportou um crescimento de 23,5% no EBITDA de Shopping Center no 4T12, atingindo R\$170,7 milhões. Como esperado, as despesas com novos projetos para locação aumentaram principalmente devido à inauguração do JundiaíShopping, ParkShoppingCampoGrande, VillageMall e Expansão VI do RibeirãoShopping, resultando em uma redução na margem EBITDA de Shopping Center. Desta forma, o EBITDA de Shopping Center passou de 77,3% no 4T11 para 73,6% no 4T12. Em 2012, o EBITDA de Shopping Center totalizou R\$539,8 milhões, 15,1% maior do que em 2011. Para fins de análise, se excluídas as despesas com novos projetos para locação do cálculo do EBITDA de Shopping Centers, a margem seria de 79,1% no 4T12 e de 76,1% em 2012.



4T12: EBITDA (R\$) e margens (%)



4T12: EBITDA (R\$) e margens (%)

EBITDA de Shopping Center (R\$)	4T12	4T11	Var. %	2012	2011	Var. %
<b>Receita Bruta de Shopping Centers <sup>1</sup></b>	<b>256,4 M</b>	<b>195,9 M</b>	<b>▲30,8%</b>	<b>820,5 M</b>	<b>692,8 M</b>	<b>▲18,4%</b>
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços	(24,3 M)	(17,2 M)	▲41,6%	(67,4 M)	(61,6 M)	▲9,5%
<b>Receita Líquida</b>	<b>232,1 M</b>	<b>178,8 M</b>	<b>▲29,8%</b>	<b>753,1 M</b>	<b>631,2 M</b>	<b>▲19,3%</b>
Despesas de sede	(24,0 M)	(25,7 M)	▼6,7%	(99,9 M)	(88,4 M)	▲13,0%
Despesas baseadas em opções de ações	(2,3 M)	(2,1 M)	▲10,0%	(9,5 M)	(7,7 M)	▲24,4%
Despesas de shopping centers	(23,6 M)	(10,2 M)	▲131,2%	(75,1 M)	(58,3 M)	▲28,9%
Despesas com novos projetos para locação	(12,8 M)	(3,0 M)	▲333,7%	(33,4 M)	(12,2 M)	▲172,8%
Outras receitas (despesas) operacionais	1,4 M	0,4 M	▲214,5%	4,6 M	4,1 M	▲13,3%
<b>EBITDA de Shopping Centers <sup>2</sup></b>	<b>170,7 M</b>	<b>138,2 M</b>	<b>▲23,5%</b>	<b>539,8 M</b>	<b>468,8 M</b>	<b>▲15,1%</b>
Margem EBITDA de Shopping Centers	73,6%	77,3%	▼375 p.b.	71,7%	74,3%	▼259 p.b.
(+) Despesas com novos projetos para locação	12,8 M	3,0 M	▲333,7%	33,4 M	12,2 M	▲172,8%
<b>EBITDA SC antes de Desp. de Novos Projetos <sup>3</sup></b>	<b>183,5 M</b>	<b>141,1 M</b>	<b>▲30,0%</b>	<b>573,1 M</b>	<b>481,0 M</b>	<b>▲19,2%</b>
% EBITDA SC antes de Desp. de Novos Projetos	79,1%	79,0%	▲12 p.b.	76,1%	76,2%	▼9 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, desconsiderando despesas com novos projetos para locação, uma vez que essas despesas referem-se a projetos que ainda não estão em operação.

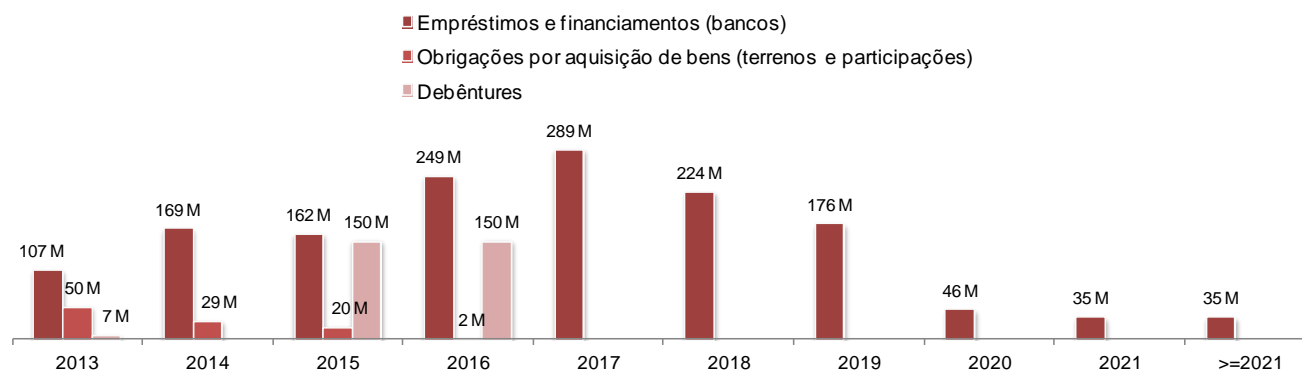
## 9.2 Resultados Financeiros, Dívida e Disponibilidades

A Multiplan fechou o 4T12 com uma dívida líquida de R\$1.505,2 milhões, comparada a R\$1.151,8 milhões no trimestre anterior. O número atual representa uma relação dívida líquida/EBITDA (últimos 12 meses) de 2,44x. No 4T12, o saldo entre o rendimento do caixa investido e as despesas financeiras gerou um resultado financeiro negativo de R\$20,1 milhões.

	31 de dezembro, 2012	30 de setembro de 2012	Var. %
<b>Passivo Circulante</b>	<b>164,4 M</b>	<b>134,9 M</b>	<b>▲ 21,9%</b>
Empréstimos e financiamentos	106,9 M	80,4 M	▲ 33,0%
Debêntures	7,4 M	1,5 M	▲ 379,7%
Obrigações por aquisição de bens	50,1 M	53,0 M	▼ 5,4%
<b>Passivo não Circulante</b>	<b>1.735,8 M</b>	<b>1.341,2 M</b>	<b>▲ 29,4%</b>
Empréstimos e financiamentos	1.385,3 M	981,2 M	▲ 41,2%
Debêntures	300,0 M	300,0 M	▲ 0,0%
Obrigações por aquisição de bens	50,5 M	60,0 M	▼ 15,9%
<b>Dívida Bruta</b>	<b>1.900,2 M</b>	<b>1.476,1 M</b>	<b>▲ 28,7%</b>
<b>Caixa e Equivalentes de Caixa</b>	<b>395,0 M</b>	<b>324,2 M</b>	<b>▲ 21,8%</b>
<b>Dívida Líquida</b>	<b>1.505,2 M</b>	<b>1.151,8 M</b>	<b>▲ 30,7%</b>

A dívida líquida no 4T12 foi impactada principalmente pelas saídas de caixa referente a (i) CAPEX de R\$317,1 milhões no período, (ii) pagamento de R\$27,3 milhões referentes à dívida de curto prazo, e (iii) R\$28,6 milhões em Investimentos em imobiliário para venda; que foram compensados pela (iii) entrada de R\$300,0 milhões em novos recursos de empréstimos assinados em dezembro de 2012, e (iv) desembolso de contratos de financiamento somando R\$94,1 milhões (divididos em R\$52,0 milhões para o VillageMall, R\$22,3 milhões para o ParkShoppingCampoGrande e R\$19,8 milhões para o JundiaíShopping).

O aumento na dívida líquida resultou na variação da relação dívida líquida/EBITDA (últimos 12 meses) de 2,00x no 3T12 para 2,44x no 4T12. A relação dívida bruta/EBITDA (últimos 12 meses) aumentou de 2,55x no 3T12 para 3,09x no 4T12.



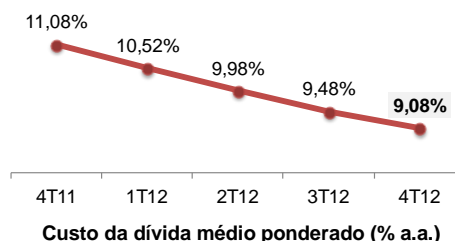
Perfil de amortização da dívida em 31 de dezembro de 2012 (R\$)

*Novo empréstimo de sete anos, somando R\$300 milhões*

Em linha com sua política de busca contínua por fontes alternativas de financiamento, a Multiplan assinou um empréstimo de sete anos com o Banco Bradesco de R\$300,0 milhões, em dezembro de 2012, a uma taxa de juros de CDI mais 1,00% a.a. Os juros serão pagos a cada seis meses e o principal em três parcelas anuais, começando em dezembro de 2017.

*40 p.b. de redução no custo da dívida no trimestre, 200 p.b. em 2012*

O custo médio ponderado da dívida caiu de 9,48% a.a. em 30 de setembro de 2012 para 9,08% a.a. em 31 de dezembro de 2012. Em base anual, o custo médio ponderado da dívida reduziu 200 p.b., de 11,08% a.a. em 31 de dezembro de 2011.

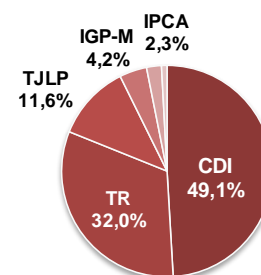


*Dívida indexada a CDI atingiu 49,1% do total do endividamento no 4T12*

A Multiplan aumentou o peso da dívida indexada ao CDI para 49,1% do endividamento total no 4T12, de 32,0% no 4T11, visando beneficiar-se da redução da taxa de juros no Brasil. Durante este período, a taxa básica de juros caiu de 11,00% a.a. em 31 de dezembro de 2011 para 7,25% a.a. em 31 de dezembro de 2012.

A dívida indexada a TR, que foi equivalente a 40,0% do endividamento total no 4T11, reduziu sua participação para 32,0% no 4T12.

A TJLP, que é o principal indexador utilizado pelo BNDES, apresentou uma leve redução do seu peso no endividamento total de 13,0% no 4T11 para 11,6% no 4T12. Este indexador, que ficou em 6,00% a.a. entre julho de 2009 e junho de 2012, reduziu para 5,50% a.a. em julho de 2012 e 5,00% a.a. em janeiro de 2013.



**Indexadores da dívida da Multiplan em 31 de dezembro de 2012**

#### Indexadores de endividamento em 31 de dezembro de 2012

	Desempenho dos indexadores	Taxa de juros média <sup>1</sup>	Custo da dívida	Saldo da dívida (R\$)
CDI	7,25%	0,91%	8,16%	932,5 M
TR <sup>2</sup>	0,29%	9,70%	9,99%	608,1 M
TJLP	5,50%	3,31%	8,81%	220,4 M
IGP-M <sup>2</sup>	7,82%	3,76%	11,58%	79,8 M
IPCA <sup>2</sup>	5,84%	7,32%	13,16%	43,4 M
Outros	0,00%	7,88%	7,88%	16,1 M
<b>Total</b>	<b>4,75%</b>	<b>4,33%</b>	<b>9,08%</b>	<b>1.900,2 M</b>

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

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

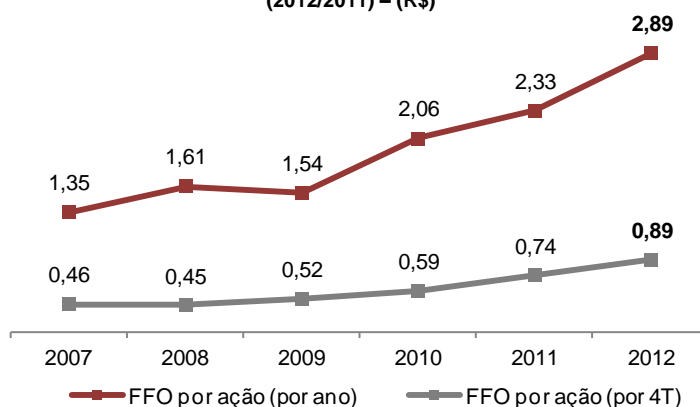
### 9.3 Lucro Líquido e Fluxo de Caixa Operacional (FFO)

30,1% de aumento no lucro líquido, totalizando R\$388,1 milhões

No 4T12, o lucro líquido foi de R\$128,4 milhões, 18,8% maior do que no 4T11, apesar do aumento na alavancagem, que passou de 0,98x dívida líquida/EBITDA (últimos doze meses) no 4T11 para 2,44x no 4T12. Em 2012, o lucro líquido aumentou 30,1%, atingindo R\$388,1 milhões. É válido notar que, em dezembro de 2012, a Multiplan anunciou o pagamento de juros sobre capital próprio de R\$125,0 milhões, antes dos impostos, representando 33,9% do lucro líquido divulgado em 2012, após a dedução de reservas legais.



O FFO somou R\$158,9 milhões no 4T12, 20,5% maior do que no 4T11. Para o ano completo, o FFO atingiu R\$515,6 milhões, 24,1% acima de 2011. Adicionalmente, o FFO por ação foi de R\$2,89, representando um CAGR de cinco anos de 16,4%.



#### Evolução do FFO por ação\* (R\$)

\*Ações em circulação no final de cada ano, ajustadas pelas ações em tesouraria.

Cálculo do Lucro Líquido e FFO (R\$)	4T12	4T11	Var. %	2012	2011	Var. %
Receita líquida	241,4 M	194,1 M	▲24,4%	961,9 M	676,3 M	▲42,2%
Despesas operacionais	(70,0 M)	(60,4 M)	▲15,9%	(346,1 M)	(221,0 M)	▲56,6%
Resultados financeiros	(20,1 M)	3,6 M	▼662,3%	(41,5 M)	31,6 M	▼231,6%
Depreciação e Amortização	(22,1 M)	(16,0 M)	▲38,2%	(74,7 M)	(60,4 M)	▲23,8%
Imposto de renda e contribuição social	7,6 M	(2,8 M)	▼371,6%	(57,3 M)	(60,7 M)	▼5,6%
Participação minoritária	(0,0 M)	(2,7 M)	▼99,1%	(1,3 M)	(10,7 M)	▼87,8%
<b>Lucro líquido ajustado</b>	<b>136,8 M</b>	<b>115,8 M</b>	<b>▲18,1%</b>	<b>440,9 M</b>	<b>355,0 M</b>	<b>▲24,2%</b>
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(8,3 M)	(7,7 M)	▲7,9%	(52,8 M)	(56,9 M)	▼7,1%
<b>Lucro líquido</b>	<b>128,4 M</b>	<b>108,1 M</b>	<b>▲18,8%</b>	<b>388,1 M</b>	<b>298,2 M</b>	<b>▲30,1%</b>
Depreciação e Amortização	22,1 M	16,0 M	▲38,2%	74,7 M	60,4 M	▲23,8%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	8,3 M	7,7 M	▲7,9%	52,8 M	56,9 M	▼7,1%
<b>FFO</b>	<b>158,9 M</b>	<b>131,8 M</b>	<b>▲20,5%</b>	<b>515,6 M</b>	<b>415,4 M</b>	<b>▲24,1%</b>
<b>FFO por ação (R\$)*</b>	<b>0,89</b>	<b>0,74</b>	<b>▲20,4%</b>	<b>2,89</b>	<b>2,33</b>	<b>▲24,0%</b>

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

**10. Portfólio**





Portfólio	Inauguração	Estado	Multiplan %	ABL Total	Locação 4T12 (mês) <sup>2</sup>	Vendas 4T12 (mês) <sup>3</sup>	4T12 méd. tx. de ocupação
<b>SCs em operação</b>							
BHShopping	1979	MG	80,0%	47.565 m <sup>2</sup>	182 R\$/m <sup>2</sup>	2.267 R\$/m <sup>2</sup>	99,3%
RibeirãoShopping	1981	SP	76,7%	50.552 m <sup>2</sup>	96 R\$/m <sup>2</sup>	1.387 R\$/m <sup>2</sup>	99,1%
BarraShopping	1981	RJ	51,1%	69.224 m <sup>2</sup>	210 R\$/m <sup>2</sup>	2.821 R\$/m <sup>2</sup>	99,5%
MorumbiShopping	1982	SP	65,8%	55.086 m <sup>2</sup>	235 R\$/m <sup>2</sup>	2.665 R\$/m <sup>2</sup>	96,6%
ParkShopping	1983	DF	59,6%	53.448 m <sup>2</sup>	149 R\$/m <sup>2</sup>	1.925 R\$/m <sup>2</sup>	98,3%
DiamondMall	1996	MG	90,0%	21.386 m <sup>2</sup>	177 R\$/m <sup>2</sup>	2.472 R\$/m <sup>2</sup>	99,3%
New York City Center	1999	RJ	50,0%	22.271 m <sup>2</sup>	53 R\$/m <sup>2</sup>	904 R\$/m <sup>2</sup>	100,0%
Shopping AnáliaFranco	1999	SP	30,0%	50.427 m <sup>2</sup>	142 R\$/m <sup>2</sup>	1.850 R\$/m <sup>2</sup>	99,9%
ParkShoppingBarigüi	2003	PR	84,0%	50.175 m <sup>2</sup>	116 R\$/m <sup>2</sup>	1.707 R\$/m <sup>2</sup>	99,6%
Pátio Savassi	2004	MG	96,5%	17.253 m <sup>2</sup>	134 R\$/m <sup>2</sup>	1.974 R\$/m <sup>2</sup>	99,2%
Shopping Santa Úrsula	1999	SP	62,5%	22.992 m <sup>2</sup>	49 R\$/m <sup>2</sup>	825 R\$/m <sup>2</sup>	96,7%
BarraShoppingSul	2008	RS	100,0%	68.212 m <sup>2</sup>	106 R\$/m <sup>2</sup>	1.386 R\$/m <sup>2</sup>	99,3%
Shopping Vila Olímpia	2009	SP	60,0%	28.363 m <sup>2</sup>	123 R\$/m <sup>2</sup>	1.232 R\$/m <sup>2</sup>	90,3%
ParkShoppingSãoCaetano	2011	SP	100,0%	39.274 m <sup>2</sup>	92 R\$/m <sup>2</sup>	1.198 R\$/m <sup>2</sup>	99,6%
JúdiáShopping <sup>1</sup>	17-out-2012	SP	100,0%	34.535 m <sup>2</sup>	n.a.	n.a.	95,0%
ParkShoppingCampoGrande <sup>1</sup>	28-nov-2012	RJ	90,0%	42.342 m <sup>2</sup>	n.a.	n.a.	96,2%
VillageMall <sup>1</sup>	03-dez-2012	RJ	100,0%	25.529 m <sup>2</sup>	n.a.	n.a.	88,7%
<b>Subtotal SCs em operação</b>			<b>74,6%</b>	<b>698.634 m<sup>2</sup></b>	<b>144 R\$/m<sup>2</sup></b>	<b>1.860 R\$/m<sup>2</sup></b>	<b>98,1%</b>
<b>Torres comerciais em operação</b>							
ParkShopping Corporate	dez/2012	DF	50,0%	13.360 m <sup>2</sup>	-	-	Em locação
<b>Subtotal torres em operação</b>			<b>50,0%</b>	<b>13.360 m<sup>2</sup></b>			
<b>Expansões em desenvolvimento</b>							
BarraShopping	2014	RJ	51,1%	5.275 m <sup>2</sup>	-	-	-
RibeirãoShopping	2013	SP	76,2%	16.203 m <sup>2</sup>			
<b>Subtotal expansões em desenvolvimento</b>			<b>70,0%</b>	<b>21.478 m<sup>2</sup></b>			
<b>SC em desenvolvimento</b>							
Parque Shopping Maceió	2013	AL	50,0%	37.769 m <sup>2</sup>	-	-	-
<b>Subtotal SC em desenvolvimento</b>			<b>50,0%</b>	<b>37.769 m<sup>2</sup></b>			
<b>Torres para locação em desenvolvimento</b>							
Morumbi Corporate	2013	SP	100,0%	74.198 m <sup>2</sup>	-	-	-
BarraShopping Office	2014	RJ	51,1%	4.204 m <sup>2</sup>			
<b>Subtotal torres em desenvolvimento</b>			<b>97,4%</b>	<b>78.402 m<sup>2</sup></b>			
<b>Total portfólio</b>			<b>75,1%</b>	<b>849.643 m<sup>2</sup></b>	<b>144 R\$/m<sup>2</sup></b>	<b>1.860 R\$/m<sup>2</sup></b>	<b>98,1%</b>

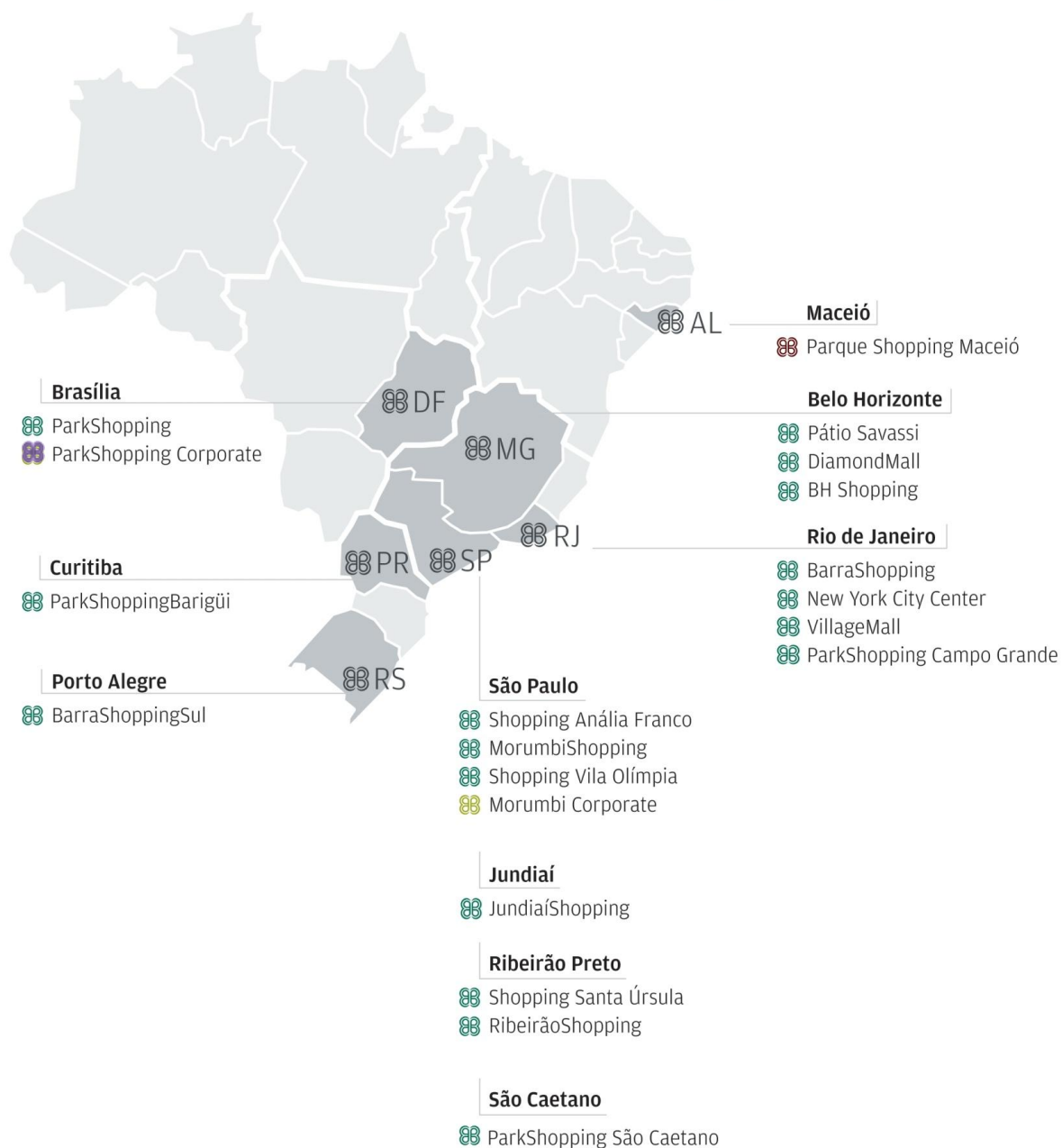
<sup>1</sup> JundiaíShopping, ParkShoppingCampoGrande e VillageMall: inauguraram ao longo do 4T12.

<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 que reporta vendas.

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

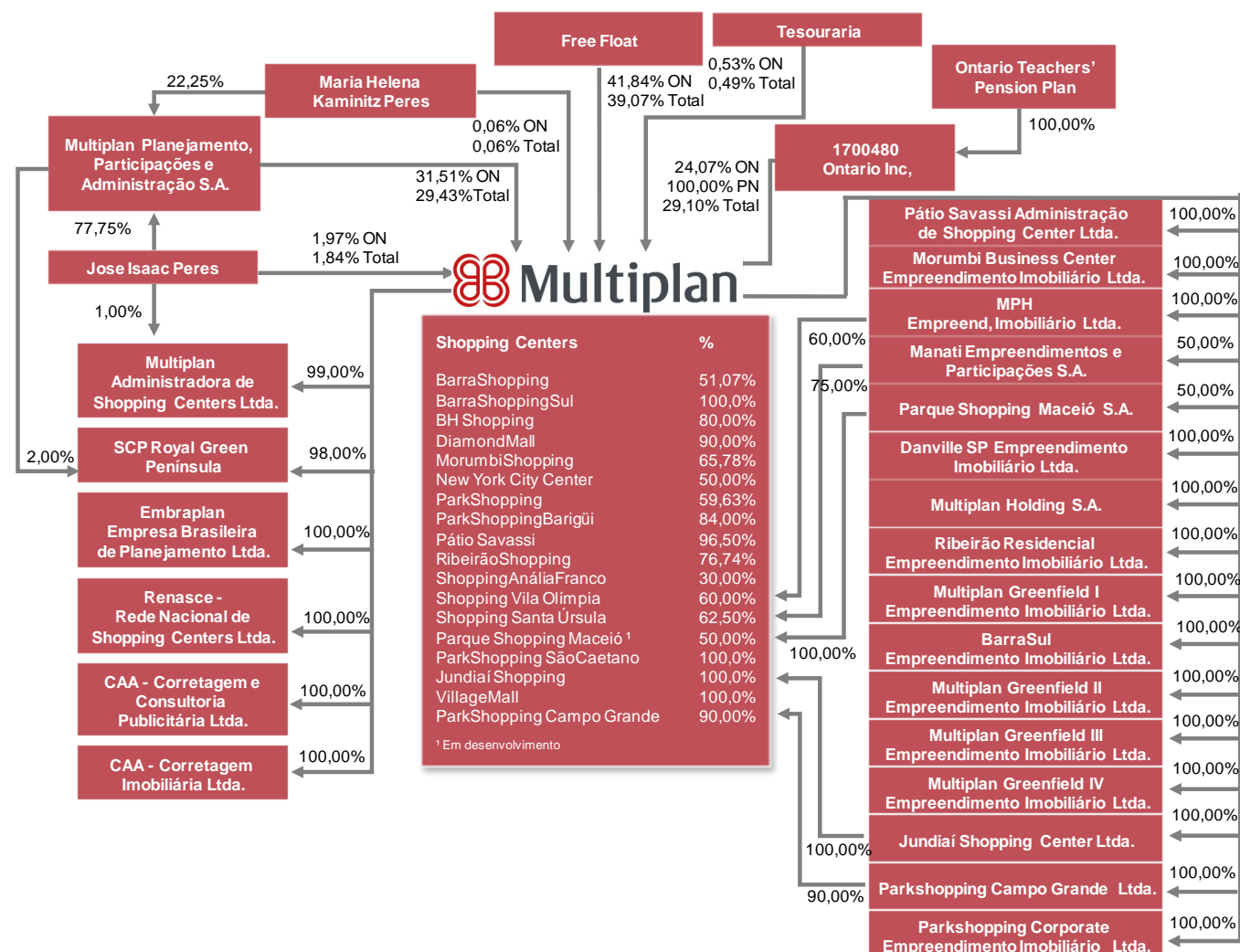
## Mapa de atuação

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



## 11. Estrutura Societária

A estrutura societária da Multiplan, em 31 de dezembro 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..

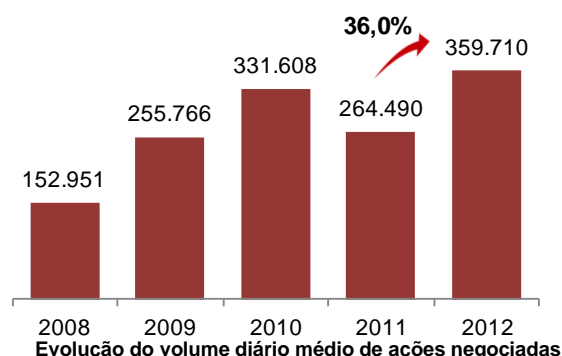
**Park Shopping Campo Grande Ltda.:** SPE criada para o desenvolvimento do ParkShoppingCampoGrande.

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

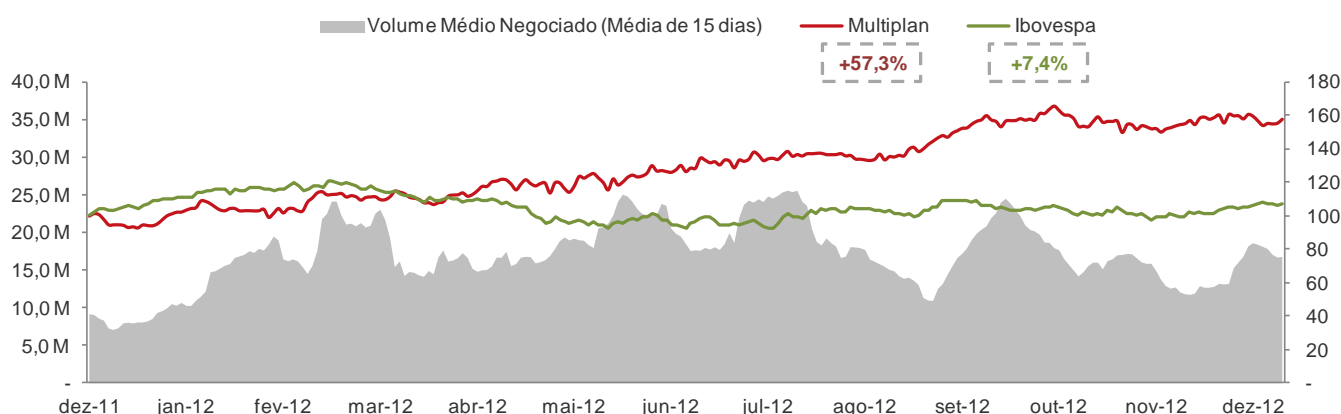
## 12. Indicadores MULT3 e Mercado de Ações

*Ganho duplo: valorização da ação e aumento da liquidez*

A ação da Multiplan (MULT3 na BM&FBOVESPA; MULT3 BZ no Bloomberg) fechou 2012 cotada a R\$60,20/ação, um aumento de 57,3%, quando comparado a 2011, apresentando desempenho superior ao índice Ibovespa em 4.990 p.b., que valorizou 7,4% no mesmo período. Em 2012, o volume financeiro médio negociado apresentou um aumento significativo de 94,5%, atingindo uma média de R\$17,4 milhões/dia, comparado a R\$8,9 milhões em 2011. Considerando o número médio de ações negociadas em 2012, o volume aumentou 36,0% sobre 2011.



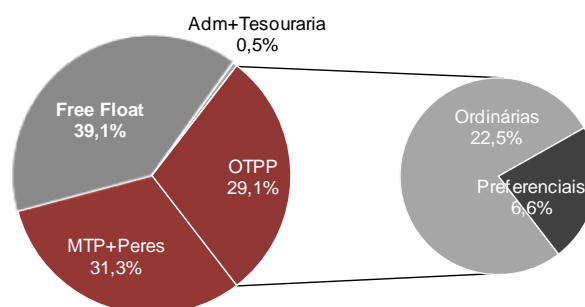
As ações da Multiplan fazem parte dos seguintes índices: índice Brasil (IBRX), Índice Tag Along (ITAG), Índice de Ações com Governança Corporativa (IGC), Índice Imobiliário (IMOB), Índice Mid-Large Cap (MLCX), Índice MSCI Brazil Fund, FTSE EPRA/NAREIT Global Index, FTSE All World Emerging Index, FTSE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



**Varição: MULT3 e Ibovespa e volume MULT3**  
 Base 100 = 31 de dezembro de 2011

MULT3 na BM&FBOVESPA	4T12	4T11	Var.	2012	2011	Var.
Preço médio de fechamento	R\$ 59,79	R\$ 35,80	▲ 67,0%	R\$ 49,43	R\$ 34,06	▲ 45,1%
Preço de fechamento	R\$ 60,20	R\$ 38,27	▲ 57,3%	R\$ 60,20	R\$ 38,27	▲ 57,3%
Volume médio diário negociado	R\$ 15,2 M	R\$ 9,2 M	▲ 65,0%	R\$ 17,4 M	R\$ 8,9 M	▲ 94,5%
Valor de mercado	R\$ 10,788 M	R\$ 6,858 M	▲ 57,3%	R\$ 10,788 M	R\$ 6,858 M	▲ 57,3%

No final do quarto trimestre de 2012, 31,3% das ações da Companhia pertenciam direta ou indiretamente ao Sr. e Sra. Peres. A Ontario Teachers' Pension Plan (OTPP) detinha 29,1% e o free-float era equivalente a 39,1%. As ações detidas pela administração e em tesouraria totalizaram 0,5% do total das ações emitidas. O total de ações emitidas são 179.197.214.



**Abertura da estrutura societária em 31 de dezembro de 2012**  
 (\*) OTPP – Ontario Teachers Pension Plan

**13. Anexos**
**Destques Operacionais e Financeiros**

<b>Desempenho</b>						
<b>Desempenho Financeiro (%MTE)</b>	<b>4T12</b>	<b>4T11</b>	<b>Var.%</b>	<b>2012</b>	<b>2011</b>	<b>Var.%</b>
Receita bruta R\$'000	266.676	212.748	▲25,3%	1.047.972	742.224	▲41,2%
Receita líquida R\$'000	241.385	194.099	▲24,4%	961.873	676.252	▲42,2%
Receita líquida R\$/m <sup>2</sup>	507,2	483,6	▲4,9%	2.272,2	1.687,5	▲34,6%
Receita líquida US\$/pé	23,0	24,1	▼4,7%	102,9	84,1	▲22,3%
Receita de locação (com efeito da linearidade) R\$'000	184.599	142.049	▲30,0%	576.629	487.058	▲18,4%
Receita de locação R\$/m <sup>2</sup>	387,9	353,9	▲9,6%	1.362,2	1.215,4	▲12,1%
Receita de locação US\$/pé	17,6	17,6	▼0,5%	61,7	60,6	▲1,8%
Receita de locação mensal R\$/m <sup>2</sup>	129,3	118,0	▲9,6%	113,5	101,3	▲12,1%
Receita de locação mensal US\$/pé	5,9	5,9	▼0,5%	5,1	5,1	▲1,8%
Resultado Operacional Líquido (NOI) R\$'000	193.112	156.517	▲23,4%	606.852	510.846	▲18,8%
Resultado Operacional Líquido R\$/m <sup>2</sup>	405,8	390,0	▲4,1%	1.433,6	1.274,8	▲12,5%
Resultado Operacional Líquido US\$/pé	18,4	19,4	▼5,5%	64,9	63,6	▲2,1%
Margem NOI	89,1%	93,9%	▼477 p.b	89,0%	89,8%	▼78 p.b
NOI por ação R\$	1,08	0,88	▲23,3%	3,40	2,87	▲18,7%
Resultado Operacional Líquido (NOI) + Cessão de Direitos (CD) R\$'000	203.736	166.640	▲22,3%	644.696	549.978	▲17,2%
NOI + CD R\$/m <sup>2</sup>	428,1	415,2	▲3,1%	1.523,0	1.372,4	▲11,0%
NOI + CD US\$/pé	19,4	20,7	▼6,4%	69,0	68,4	▲0,8%
Margem NOI + CD	89,6%	94,2%	▼461 p.b	89,6%	90,4%	▼86 p.b
NOI + CD por ação R\$	1,14	0,94	▲22,2%	3,62	3,09	▲17,1%
Despesas de sede R\$'000	23.990	25.717	▼6,7%	99.894	88.369	▲13,0%
Despesas de sede/Receita líquida	9,9%	13,2%	▼331 p.b	10,4%	13,1%	▼268 p.b
EBITDA R\$'000	171.408	133.730	▲28,2%	615.761	455.280	▲35,2%
EBITDA R\$/m <sup>2</sup>	360,2	333,2	▲8,1%	1.454,6	1.136,1	▲28,0%
EBITDA US\$/pé	16,3	16,6	▼1,8%	65,9	56,6	▲16,3%
Margem EBITDA	71,0%	68,9%	▲211 p.b	64,0%	67,3%	▼331 p.b
EBITDA por ação R\$	0,96	0,75	▲28,1%	3,45	2,56	▲35,1%
Lucro líquido ajustado R\$'000	136.789	115.841	▲18,1%	440.903	355.047	▲24,2%
Lucro líquido ajustado R\$/m <sup>2</sup>	287,4	288,6	▼0,4%	1.041,6	886,0	▲17,6%
Lucro líquido ajustado US\$/pé	13,0	14,4	▼9,6%	47,2	44,2	▲6,8%
Margem líquida ajustada	56,7%	59,7%	▼301 p.b	45,8%	52,5%	▼666 p.b
Lucro líquido ajustado por ação R\$	0,77	0,65	▲18,0%	2,47	1,99	▲24,1%
FFO R\$'000	158.889	131.830	▲20,5%	515.643	415.428	▲24,1%
FFO R\$/m <sup>2</sup>	333,9	328,4	▲1,7%	1.218,1	1.036,7	▲17,5%
FFO US\$'000	77.435	70.751	▲9,4%	251.300	222.953	▲12,7%
FFO US\$/pé	15,1	16,4	▼7,7%	55,2	51,7	▲6,7%
Margem FFO	65,8%	67,9%	▼210 p.b	53,6%	61,4%	▼782 p.b
FFO por ação R\$	0,89	0,74	▲20,4%	2,89	2,33	▲24,0%
Dólar (US\$) final do trimestre	2,05	1,86	▲10,1%	2,05	1,86	▲10,1%

**Destaques Operacionais e Financeiros**

Desempenho						
Desempenho do Mercado	4T12	4T11	Var. %	2012	2011	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\$	59,79	35,80	▲67,0%	49,43	34,06	▲45,1%
Preço de fechamento da ação R\$	60,20	38,27	▲57,3%	60,20	38,27	▲57,3%
Volume médio diário negociado (R\$ '000)	15.154	9.183	▲65,0%	17.408	8.948	▲94,5%
Valor de mercado (R\$ '000)	10.787.672	6.857.877	▲57,3%	10.787.672	6.857.877	▲57,3%
Dívida bruta (R\$ '000)	1.900.224	1.002.278	▲89,6%	1.900.224	1.002.278	▲89,6%
Caixa (R\$ '000)	395.001	558.343	▼29,3%	395.001	558.343	▼29,3%
Dívida líquida (R\$ '000)	1.505.223	443.935	▲239,1%	1.505.223	443.935	▲239,1%
P/FFO (Últimos 12 meses)	20,9 x	16,5 x	▲26,7%	20,9 x	16,5 x	▲26,7%
EV/EBITDA (Últimos 12 meses)	20,0 x	16,0 x	▲24,5%	20,0 x	16,0 x	▲24,5%
Dívida Líquida/EBITDA (Últimos 12 meses)	2,44 x	0,98 x	▲150,7%	2,44 x	0,98 x	▲150,7%

Desempenho						
Operacional (100%)	4T12	4T11	Var. %	2012	2011	Var. %
ABL total final	698.634 m <sup>2</sup>	592.048 m <sup>2</sup>	▲18,0%	698.634 m <sup>2</sup>	592.048 m <sup>2</sup>	▲18,0%
ABL própria final	521.439 m <sup>2</sup>	411.424 m <sup>2</sup>	▲26,7%	521.439 m <sup>2</sup>	411.424 m <sup>2</sup>	▲26,7%
ABL própria %	74,6%	69,5%	▲515 p.b	74,6%	69,5%	▲515 p.b
ABL total ajustada (med.) <sup>1</sup>	651.236 m <sup>2</sup>	577.586 m <sup>2</sup>	▲12,8%	596.218 m <sup>2</sup>	576.661 m <sup>2</sup>	▲3,4%
ABL própria ajustada (med.) <sup>1</sup>	475.871 m <sup>2</sup>	401.374 m <sup>2</sup>	▲18,6%	423.314 m <sup>2</sup>	400.731 m <sup>2</sup>	▲5,6%
Vendas totais R\$'000	3.176.216	2.757.235	▲15,2%	9.722.740	8.464.711	▲14,9%
Vendas totais R\$'000 R\$/m <sup>2</sup>	4.877,2	4.773,7	▲2,2%	16.307,4	14.678,8	▲11,1%
Vendas totais US\$/pé	220,8	238,0	▼7,2%	738,3	731,9	▲0,9%
Vendas nas Mesmas Lojas	▲6,8%	▲8,3%	▼150 p.b.	▲8,4%	▲7,6%	▲80 p.b.
Vendas na Mesma Área	▲7,4%	▲10,0%	▼260 p.b.	▲8,9%	▲8,9%	00 p.b.
Aluguel nas Mesmas Lojas	▲8,6%	▲14,5%	▼590 p.b.	▲10,4%	▲14,1%	▼370 p.p.b
Aluguel na Mesma Área	▲5,3%	▲14,8%	▼950 p.b.	▲8,2%	▲13,3%	▼510 p.b.
Custos de ocupação	12,4%	12,4%	00 p.b.	13,0%	13,0%	00 p.b.
Aluguel como % das vendas	7,9%	7,8%	▲10 p.b.	7,8%	7,8%	00 p.b.
Outros como % das vendas	4,5%	4,6%	▼10 p.b.	5,2%	5,2%	00 p.b.
Turnover	1,4%	0,9%	▲50 p.b.	5,2%	5,2%	00 p.b.
Taxa de ocupação	98,1%	98,0%	▲15 p.b.	97,9%	98,2%	▼27 p.b.
Inadimplência (25 dias de atraso)	1,9%	1,5%	▲35 p.b	1,8%	1,5%	▲28 p.b.
Perda de aluguel	0,3%	1,1%	▼80 p.b.	0,4%	1,3%	▼90 p.b.

<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)	4T12	4T11	Var. %	2012	2011	Var. %
Locação de lojas	188.846	161.052	▲17,3%	561.944	486.255	▲15,6%
Serviços	28.417	18.268	▲55,6%	98.376	82.324	▲19,5%
Cessão de direitos	10.624	10.122	▲5,0%	37.844	39.132	▼3,3%
Receita de estacionamento	32.137	24.687	▲30,2%	105.348	82.061	▲28,4%
Venda de imóveis	10.311	16.819	▼38,7%	227.469	49.394	▲360,5%
Apropriação de receita de aluguel linear	(4.247)	(19.003)	▼77,7%	14.685	803	▲1.728,8%
Outras	588	803	▼26,8%	2.306	2.255	▲2,3%
<b>Receita Bruta</b>	<b>266.676</b>	<b>212.748</b>	<b>▲25,3%</b>	<b>1.047.972</b>	<b>742.224</b>	<b>▲41,2%</b>
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços prestados	(25.291)	(18.649)	▲35,6%	(86.099)	(65.972)	▲30,5%
<b>Receita Líquida</b>	<b>241.385</b>	<b>194.099</b>	<b>▲24,4%</b>	<b>961.873</b>	<b>676.252</b>	<b>▲42,2%</b>
Despesas de sede	(23.990)	(25.716)	▼6,7%	(99.894)	(88.369)	▲13,0%
Despesas remuneradas baseadas em opções de ações	(2.324)	(2.112)	▲10,0%	(9.530)	(7.662)	▲24,4%
Despesas de shopping centers	(23.624)	(10.220)	▲131,2%	(75.125)	(58.273)	▲28,9%
Despesas com novos projetos para locação	(12.795)	(2.950)	▲333,7%	(33.358)	(12.229)	▲172,8%
Despesas com novos projetos para venda	(2.069)	(8.917)	▼76,8%	(15.642)	(15.888)	▼1,5%
Custo de imóveis vendidos	(8.516)	(11.516)	▼26,1%	(120.031)	(44.750)	▲168,2%
Resultado de equivalência patrimonial	1.951	620	▲214,7%	2.873	2.143	▲34,1%
Outras receitas (despesas) operacionais	1.390	442	▲214,5%	4.595	4.056	▲13,3%
<b>EBITDA</b>	<b>171.408</b>	<b>133.730</b>	<b>▲28,2%</b>	<b>615.761</b>	<b>455.280</b>	<b>▲35,2%</b>
Receitas financeiras	10.104	22.085	▼54,2%	58.906	87.197	▼32,4%
Despesas financeiras	(30.208)	(18.510)	▲63,2%	(100.452)	(55.638)	▲80,5%
Depreciações e amortizações	(22.100)	(15.989)	▲38,2%	(74.740)	(60.381)	▲23,8%
<b>Lucro Antes do Imposto de Renda</b>	<b>129.204</b>	<b>121.316</b>	<b>▲6,5%</b>	<b>499.475</b>	<b>426.458</b>	<b>▲17,1%</b>
Imposto de renda e contribuição social	7.608	(2.802)	n.a.	(57.265)	(60.668)	▼5,6%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(8.340)	(7.726)	▲7,9%	(52.848)	(56.871)	▼7,1%
Participação dos acionistas minoritários	(23)	(2.674)	▼99,1%	(1.307)	(10.743)	▼87,8%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>128.449</b>	<b>108.114</b>	<b>▲18,8%</b>	<b>388.055</b>	<b>298.176</b>	<b>▲30,1%</b>

(R\$'000)	4T12	4T11	Var. %	2012	2011	Var. %
<b>NOI</b>	<b>193.112</b>	<b>156.516</b>	<b>▲23,4%</b>	<b>606.852</b>	<b>510.846</b>	<b>▲18,8%</b>
<i>Margem NOI</i>	89,1%	93,9%	▼477 p.b.	89,0%	89,8%	▼78 p.b.
<b>NOI + Cessão de Direitos</b>	<b>203.736</b>	<b>166.638</b>	<b>▲22,3%</b>	<b>644.696</b>	<b>549.978</b>	<b>▲17,2%</b>
<i>Margem NOI + Cessão de Direitos</i>	89,6%	94,2%	▼461 p.b.	89,6%	90,4%	▼86 p.b.
<b>EBITDA de Shopping Centers</b>	<b>170.709</b>	<b>138.198</b>	<b>▲23,5%</b>	<b>539.780</b>	<b>468.771</b>	<b>▲15,1%</b>
<i>Margem EBITDA de Shopping Centers</i>	73,6%	77,3%	▼375 p.b.	71,7%	74,3%	▼259 p.b.
<b>EBITDA (Shopping Center + Imobiliário)</b>	<b>171.408</b>	<b>133.730</b>	<b>▲28,2%</b>	<b>615.761</b>	<b>455.280</b>	<b>▲35,2%</b>
<i>Margem de EBITDA</i>	71,0%	68,9%	▲211 p.b.	64,0%	67,3%	▼331 p.b.
<b>Lucro Líquido</b>	<b>128.449</b>	<b>108.114</b>	<b>▲18,8%</b>	<b>388.055</b>	<b>298.176</b>	<b>▲30,1%</b>
<i>Margem de lucro líquido</i>	53,2%	55,7%	▼249 p.b.	40,3%	44,1%	▼375 p.b.
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>136.789</b>	<b>115.840</b>	<b>▲18,1%</b>	<b>440.903</b>	<b>355.047</b>	<b>▲24,2%</b>
<i>Margem de lucro líquido ajustado</i>	56,7%	59,7%	▼301 p.b.	45,8%	52,5%	▼666 p.b.
<b>FFO</b>	<b>158.889</b>	<b>131.829</b>	<b>▲20,5%</b>	<b>515.643</b>	<b>415.428</b>	<b>▲24,1%</b>
<i>Margem FFO</i>	65,8%	67,9%	▼209 p.b.	53,6%	61,4%	▼782 p.b.

**Balço Patrimonial (R\$'000)**

<b>ATIVO</b>	<b>30/12/2012</b>	<b>30/9/2012</b>	<b>Varição %</b>
<b>Ativo Circulante</b>			
Disponibilidades e valores equivalentes	395.001	324.230	▲21,8%
Contas a receber	219.592	204.170	▲7,6%
Terrenos e imóveis a comercializar	166.084	135.588	▲22,5%
Partes relacionadas	14.963	21.197	▼29,4%
Impostos e contribuições sociais a compensar	28.623	3.593	▲696,6%
Outros	27.075	19.905	▲36,0%
<b>Total do Ativo Circulante</b>	<b>851.338</b>	<b>708.683</b>	<b>▲20,1%</b>
<b>Ativo não Circulante</b>			
Contas a receber	61.473	35.808	▲71,7%
Terrenos e imóveis a comercializar	333.175	320.862	▲3,8%
Partes relacionadas	16.750	9.008	▲85,9%
Títulos e valores mobiliários	-	-	na
Depósitos judiciais	24.792	25.354	▼2,2%
Outros	4.013	1.895	▲111,8%
Investimentos	4.493	12.351	▼63,6%
Propriedades para investimento	4.030.575	3.741.046	▲7,7%
Imobilizado	17.366	19.265	▼9,9%
Intangível	340.537	330.336	▲3,1%
<b>Total do Ativo não Circulante</b>	<b>4.833.174</b>	<b>4.495.925</b>	<b>▲7,5%</b>
<b>Total Ativo</b>	<b>5.684.512</b>	<b>5.204.608</b>	<b>▲9,2%</b>
<b>PASSIVO</b>			
	<b>30/12/2012</b>	<b>31/3/2012</b>	<b>Varição %</b>
<b>Passivo Circulante</b>			
Empréstimos e financiamentos	106.928	80.382	▲33,0%
Debêntures	7.425	1.548	▲379,7%
Contas a pagar	185.325	214.251	▼13,5%
Obrigações por aquisição de bens	50.093	52.953	▼5,4%
Impostos e contribuições a recolher	19.126	19.726	▼3,0%
Dividendos a pagar	106.997		na
Receitas diferidas	49.929	41.468	▲20,4%
Valores a pagar a partes relacionadas			na
Adiantamentos de clientes	18.373	17.796	▲3,2%
Outros	5.232	3.006	▲74,1%
<b>Total Passivo Circulante</b>	<b>549.428</b>	<b>431.130</b>	<b>▲27,4%</b>
<b>Passivo não Circulante</b>			
Empréstimos e financiamentos	1.385.281	981.181	▲41,2%
Debêntures	300.000	300.000	▲0,0%
Imposto de renda e contribuições social diferidos	101.934	92.490	▲10,2%
Obrigações por aquisição de bens	50.497	60.012	▼15,9%
Parcelamento de impostos	579	658	▼12,0%
Provisão para contingências	24.663	24.252	▲1,7%
Receitas diferidas	66.790	105.846	▼36,9%
<b>Total do Passivo não Circulante</b>	<b>1.929.744</b>	<b>1.564.439</b>	<b>▲23,4%</b>
<b>Patrimônio Líquido</b>			
Capital social	1.761.662	1.761.662	▲0,0%
Reserva de capital	965.271	962.947	▲0,2%
Reserva de lucros	626.696	365.536	▲71,4%
Gasto com emissão de ações	(21.016)	(21.016)	▲0,0%
Ações em tesouraria	(37.408)	(29.006)	▲29,0%
Efeitos em Transação de Capital	(89.996)	(89.996)	▲0,0%
Lucros Acumulados		258.802	na
Participação dos acionistas minoritários	131	110	▲19,1%
<b>Total do Patrimônio Líquido</b>	<b>3.205.340</b>	<b>3.209.039</b>	<b>▼0,1%</b>

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

<b>Fluxo de Caixa (R\$'000)</b>	<b>2012</b>	<b>2011</b>
<b>Fluxo de caixa operacional</b>		
Lucro antes dos impostos	499.475	426.458
Depreciações e amortizações	74.740	60.381
Atualização de debêntures, empréstimos e obrigações por aquisição de bens	67.221	14.073
Outros ajustes ao lucro líquido	(34.525)	(32.043)
(Aumento) redução de ativo circulante	14.832	(149.030)
(Aumento) e redução em terrenos e imóveis a comercializar	(42.076)	(424.000)
Aumento (redução) de passivo circulante	(100.528)	98.438
<b>Fluxo de caixa gerado pelas operações</b>	<b>479.139</b>	<b>(5.723)</b>
<b>Fluxo de caixa de investimentos</b>		
Aumento nos empréstimos e adiantamentos diversos	-	-
(Aumento) redução em propriedades para investimentos	(1.110.371)	(546.001)
Adições em imobilizado	334	(3.148)
Adições em intangível	(27.919)	(383)
Outros	3.762	(96.935)
<b>Fluxo de caixa usado nas atividades de investimento</b>	<b>(1.134.194)</b>	<b>(646.467)</b>
<b>Fluxo de caixa de financiamentos</b>		
Aumento (redução) de empréstimos e financiamentos	947.708	257.011
Emissão de debentures	-	300.000
Pagamento de debentures	-	(100.000)
Recompra de ações p/ manutenção em tesouraria	(42.683)	(21.725)
Pagamento de encargos sobre debêntures	(32.003)	(709)
Pagamento de juros dos empréstimos e financiamentos obtidos	(72.328)	(9.174)
Dividendos pagos	(152.075)	(117.897)
Participação de não controladores	(128.644)	94.397
Outros	(28.262)	13.791
<b>Fluxo de caixa gerado pelas atividades de financiamento</b>	<b>491.713</b>	<b>415.694</b>
<b>Fluxo de caixa</b>	<b>(163.342)</b>	<b>(236.496)</b>
Disponibilidades e valores equivalentes no início do trimestre	558.343	794.839
Disponibilidades e valores equivalentes no final do trimestre	395.001	558.343
<b>Variação no caixa</b>	<b>(163.342)</b>	<b>(236.496)</b>

## Glossário

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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