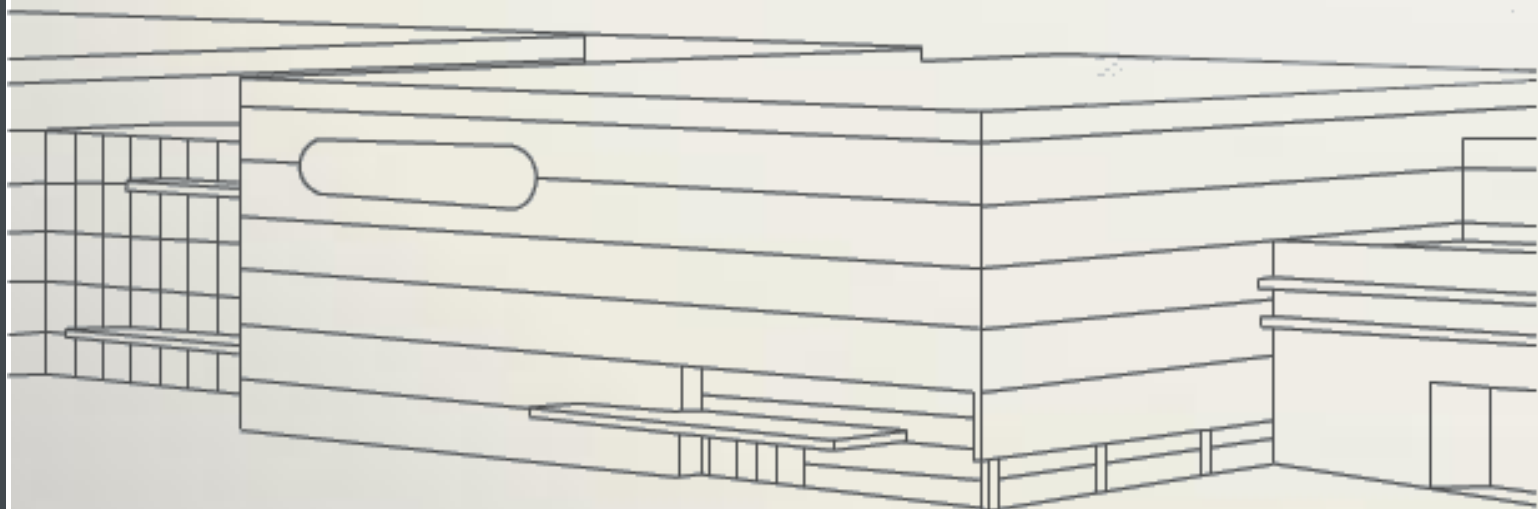


Relatório de resultados do primeiro trimestre de 2012 da **Multiplan**

Relações com Investidores | ri@multiplan.com.br | Tel: 21 3031-5224



1T12

Teleconferência (Em português)

Data: 10 de maio de 2012 (quinta-feira)

Horário: 11h00min (horário de Brasília)

10h00min (EST Nova York)

Telefone de conexão:

+55 (11) 4688-6361

Código de acesso: Multiplan

Replay: www.multiplan.com.br/ri



Aviso Legal

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

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

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

As projeções referem-se a eventos futuros que podem ou não vir a ocorrer. Nossa futura situação financeira, resultados operacionais, participação de mercado e posicionamento competitivo podem diferir substancialmente daqueles expressos ou sugeridos em tais projeções. Muitos dos fatores e valores que estabelecem esses resultados estão fora do controle ou expectativa da companhia. O leitor/investidor é encorajado a não se basear totalmente nas informações acima.

Este documento contém informações sobre projetos futuros que poderão se tornar diversas devido a alterações nas condições de mercado, alterações de lei ou políticas governamentais, alterações das condições de operação do projeto e dos respectivos custos, alteração de cronogramas, desempenho operacional, demanda de lojistas e consumidores, negociações comerciais ou de outros fatores técnicos e econômicos.

Índice

01. Demonstração de Resultados Consolidados	5
02. Desenvolvimento de Projetos	6
03. Indicadores Operacionais	15
04. Receita Bruta	17
05. Resultado da Participação em Shopping Centers	18
06. Resultados da Administração de Shopping Centers	21
07. Resultados do Desenvolvimento de Shopping Centers	22
08. Resultados de Empreendimentos Imobiliários	24
09. Resultados Financeiros	25
10. Portfolio	30
11. Estrutura Societária	31
12. Indicadores MULT3 & Mercado de Ações	33
13. Anexos	34

Para maiores informações, favor consultar as Demonstrações Financeiras disponíveis no nosso site de Relações com Investidores www.multiplan.com.br/ri.

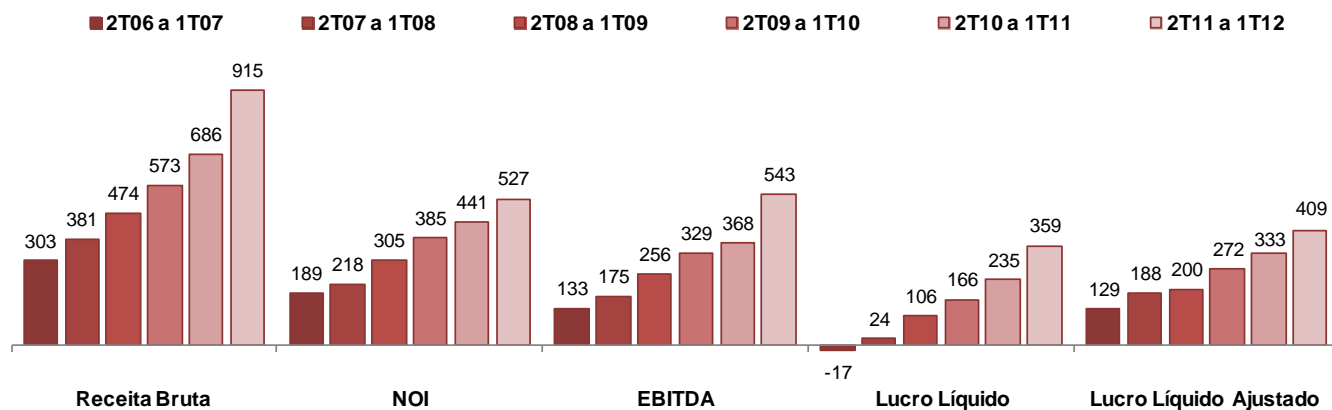
Evolução dos Indicadores Financeiros da Multiplan

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

¹ EBITDA de 2007 ajustado pelas despesas referentes ao processo de abertura de capital em 2007.

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

³ Ajustado pelo imposto de renda e contribuição social diferidos.


Desempenho Histórico dos Resultados da Multiplan Acumulados para os Últimos 12 meses (Em Milhões de Reais)
Visão Geral

A Multiplan Empreendimentos Imobiliários S.A é uma das maiores empresas de shopping centers do Brasil. Fundada como uma empresa full service, responsável pelo planejamento, desenvolvimento, propriedade e administração de um dos maiores e melhores portfólios de shopping centers do país. A companhia também participa estrategicamente do setor de desenvolvimento de imóveis comerciais e residenciais, gerando sinergias para operações relacionadas a shopping centers ao criar projetos multiuso em áreas adjacentes. No final do 1T12, a Multiplan detinha – com uma média de participação de 70,9% – e administrava 14 shopping centers com ABL total de 592.251 m², mais de 3.800 lojas e tráfego anual de consumidores estimado em 159 milhões.



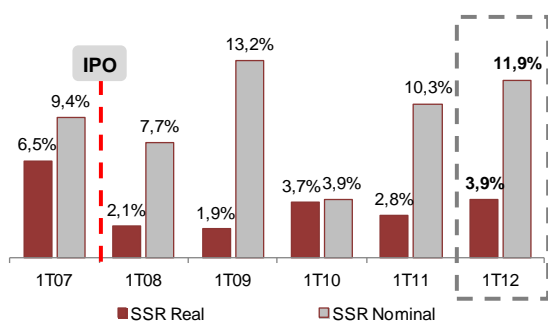
Recorde Histórico do EBITDA Consolidado Trimestral, alta de 85% para R\$191 M; Lucro Líquido de R\$124 M, alta de 95%

Rio de Janeiro, 9 de maio de 2012 – A Multiplan Empreendimentos Imobiliários S.A. (BM&F Bovespa: MULT3), anuncia os resultados do primeiro 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).

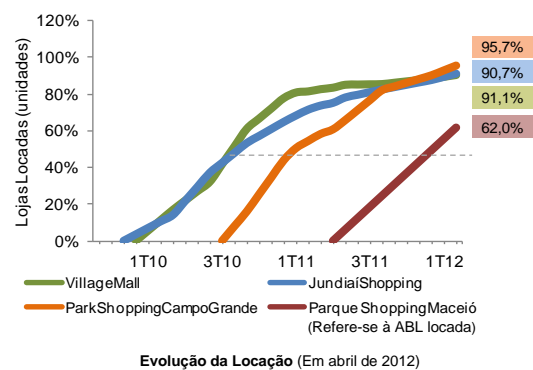
Destaques (R\$)

Crescimento Sustentável

Alta recorde do Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR) real no 1º trimestre desde a abertura de capital

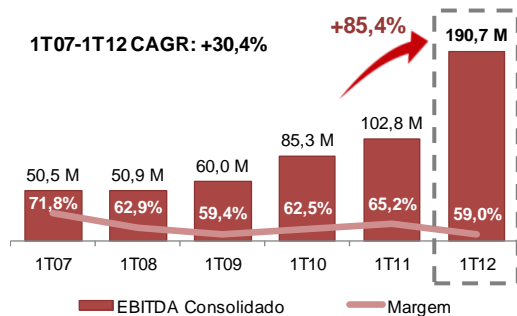


Forte demanda por área nos projetos greenfield, 93% locado nos SCs com inauguração no 4T12

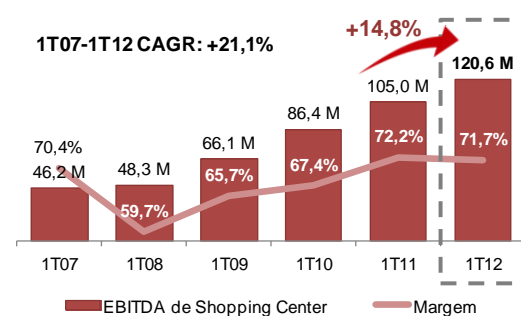


Fortes Resultados Operacionais Alavancados pela Estratégia Multi-uso

EBITDA Consolidado cresceu 85,4% impulsionado pela atividade imobiliária para venda

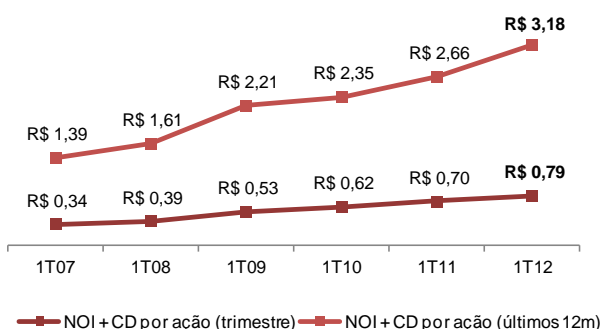


EBITDA de Shopping Center cresceu 14,8% com margem de 71,7%

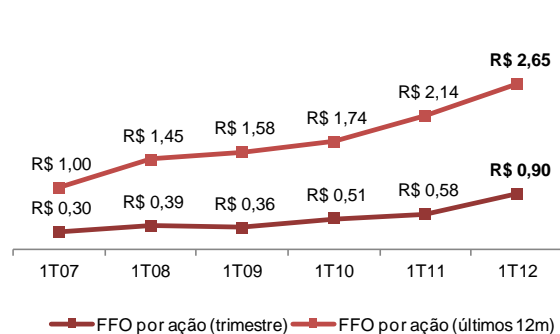


Resultam em Retornos Sólidos

NOI + KM por ação aumentou 12,9% no 1T12 e margem manteve-se estável em 88,5%



FFO por ação 55,2% acima no 1T12 enquanto o Lucro Líquido quase dobra no trimestre



Destaques de Desempenho					
	Vendas nos Shopping Centers	Receita de Locação	NOI + KM	EBITDA de Shopping Center	Lucro Líquido
1T12 (R\$)	2.050,6 M	122,0 M	141,1 M	120,6 M	124,5 M
1T12 vs. 1T11	14,6%	15,6%	13,1%	14,8%	95,4%

ENTREGA E CRESCIMENTO FUTURO

☞ **Geração de valor para os acionistas: Morumbi Business Center foi vendido por R\$165,0 milhões**, equivalentes a R\$17,6 mil/m² e considerando uma área privativa de 9.383 m². O CAPEX total foi de R\$77,0 milhões.

☞ **Aquisição sinérgica de participação de minoritários: compra de 30,0% de participação no Shopping Vila Olímpia por um total de R\$175,0 milhões.**

☞ **Três shopping centers em desenvolvimento** programados para serem **inaugurados no 4T12, adicionando 97,7 mil m² de ABL própria**. Estes shopping centers possuem em média **93,2% das lojas já locadas**.

DESTAQUES OPERACIONAIS E FINANCEIROS

☞ **Forte crescimento das vendas:** shopping centers da Multiplan apresentaram **crescimento das vendas de 14,6%** no 1T12 vs. 1T11, em grande parte orgânico, exceto pelo novo shopping, ParkShoppingSãoCaetano. **Vendas na Mesma Área** apresentaram **forte crescimento** de 9,7% no 1T12.

☞ **Crescimento de dois dígitos no Aluguel na Mesma Loja (SSR) no 1T12 de 11,9%**, com **crescimento real de 3,9%** acima do efeito do ajuste do IGP-DI de 7,7%. O **Aluguel na Mesma Área (SAR)** aumentou **11,5%** no 1T12.

☞ **Crescimento de 13,1% no resultado operacional líquido (NOI) + Cessão de Direitos (CD)**, atingindo **R\$141,1 milhões no 1T12**. **NOI + CD por ação** foi de **R\$0,79** no 1T12, resultando num **CAGR de cinco anos de 18,2%**.

☞ **Aumento de 85,4% no EBITDA Consolidado no 1T12, somando R\$190,7 milhões.**

☞ **Forte crescimento do lucro líquido: aumento de 95,4% no 1T12 vs. 1T11, atingindo R\$124,5 milhões**, mesmo com o aumento da alavancagem: **de -0,68x Dívida Líquida/EBITDA dos últimos 12 meses no 1T11 para 1,04x no 1T12**.

☞ **FFO atingiu R\$160,3 milhões no 1T12, um aumento de 55,5%** quando comparado ao 1T11. **FFO por ação** atingiu **R\$0,90** e **CAGR de cinco anos de 24,9%**.

☞ Em março de 2012, a **Standard & Poor's atribuiu à Multiplan nota de crédito de Grau de Investimento** na Escala Global, aumentando a nota de crédito corporativa da Companhia de **BB+** para **BBB-**, com perspectiva estável. A Multiplan é a **primeira companhia brasileira do setor de construção civil e shopping centers a receber Grau de Investimento na Escala Global** pela Standard & Poor's. Na **Escala Nacional**, a nota de crédito aumentou de **brAA+** para **brAAA**, **o mais alto grau de classificação de crédito concedido pela Standard & Poor's**.

EVENTOS RECENTES

☞ **Foi aprovado**, na Assembléia Geral Ordinária, de 30 de abril de 2012, a **distribuição de R\$149,0 milhões** (R\$0,8364 por ação) **em dividendos e juros sobre capital próprio**, antes de impostos, equivalente a **52,8% do lucro líquido da Multiplan**, após a dedução de reservas legais.

1. Demonstração de Resultados Consolidados

(R\$'000)	1T12	1T11	Var. %
Locação de lojas	121.975	105.476	▲ 15,6%
Serviços	20.447	19.068	▲ 7,2%
Cessão de direitos	8.907	9.162	▼ 2,8%
Receita de estacionamento	22.418	18.553	▲ 20,8%
Venda de imóveis	166.054	13.592	▲ 1.121,7%
Apropriação de receita de aluguel linear	6.114	6.974	▼ 12,3%
Outras	111	328	▼ 66,2%
Receita Bruta	346.026	173.153	▲ 99,8%
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços prestados	(22.677)	(15.340)	▲ 47,8%
Receita Líquida	323.349	157.813	▲ 104,9%
Despesas de sede	(25.561)	(21.626)	▲ 18,2%
Despesas remuneradas baseadas em opções de ações	(2.101)	(1.345)	▲ 56,2%
Despesas de shopping centers	(18.360)	(15.433)	▲ 19,0%
Despesas com novos projetos para locação	(2.343)	(3.445)	▼ 32,0%
Despesas com novos projetos para venda	(5.982)	(1.202)	▲ 397,7%
Custo de imóveis vendidos	(80.165)	(13.992)	▲ 472,9%
Resultado de equivalência patrimonial	1.064	604	▲ 76,2%
Outras receitas (despesas) operacionais	816	1.468	▼ 44,4%
EBITDA	190.717	102.842	▲ 85,4%
Receitas financeiras	20.058	24.897	▼ 19,4%
Despesas financeiras	(27.166)	(13.340)	▲ 103,6%
Depreciações e amortizações	(17.263)	(14.317)	▲ 20,6%
Lucro Antes do Imposto de Renda	166.346	100.082	▲ 66,2%
Imposto de renda e contribuição social	(22.079)	(8.605)	▲ 156,6%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(18.528)	(25.017)	▼ 25,9%
Participação dos acionistas minoritários	(1.248)	(2.738)	▼ 54,4%
Lucro Líquido	124.491	63.722	▲ 95,4%

(R\$'000)	1T12	1T11	Var. %
NOI	132.147	115.570	▲ 14,3%
<i>Margem NOI</i>	87,8%	88,2%	▼ 42 p.b
NOI + Cessão de Direitos	141.054	124.732	▲ 13,1%
<i>Margem NOI + Cessão de Direitos</i>	88,5%	89,0%	▼ 51 p.b
EBITDA de Shopping Centers	120.628	105.044	▲ 14,8%
<i>Margem EBITDA de Shopping Centers</i>	71,7%	72,2%	▼ 51 p.b
EBITDA (Shopping Center + Imobiliário)	190.717	102.842	▲ 85,4%
<i>Margem de EBITDA</i>	59,0%	65,2%	▼ 619 p.b
Lucro Líquido	124.491	63.722	▲ 95,4%
<i>Margem de lucro líquido</i>	38,5%	40,4%	▼ 188 p.b
Lucro Líquido Ajustado	143.019	88.739	▲ 61,2%
<i>Margem de lucro líquido ajustado</i>	44,2%	56,2%	▼ 1.200 p.b
FFO	160.282	103.056	▲ 55,5%
<i>Margem FFO</i>	49,6%	65,3%	▼ 1.573 p.b

2. Desenvolvimento de Projetos

Mais de R\$350 milhões investidos durante o 1T12

Após o investimento recorde de R\$953,1 milhões em 2011, a Multiplan desembolsou um total de R\$355,9 milhões durante o primeiro trimestre de 2012. Este valor é composto por (i) R\$175,0 milhões pagos na aquisição de 30% de participação no Shopping Vila Olímpia, (ii) R\$145,8 milhões investidos na construção de quatro shopping centers, (iii) R\$10,2 milhões investidos em projetos de expansão, (iv) R\$14,8 milhões na construção de dois projetos de torres comerciais para locação, e (v) R\$10,1 milhões gastos em revitalizações de shopping centers, investimentos em tecnologia de informação, entre outros.

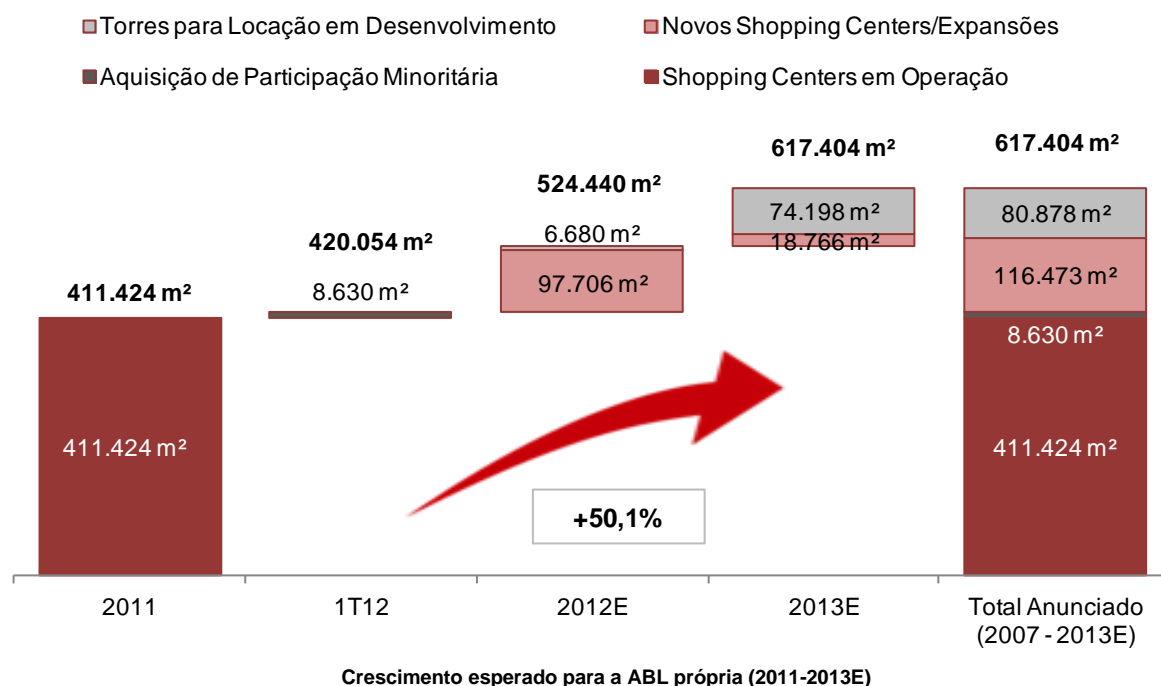
O Investimento feito no decorrer do 1T12 representa aproximadamente 35% do investimento de R\$1,0 bilhão programado para 2012, conforme anunciado no relatório do 4T11 (disponível em www.multiplan.com.br/ri).

CAPEX (R\$'000)	1T12
Aquisição de participação minoritária	175.000
Novos shopping centers	145.846
Expansões	10.187
Novas torres para locação	14.767
Revitalizações, TI e outros	10.061
CAPEX Total	355.861

Abertura do Investimento no Período

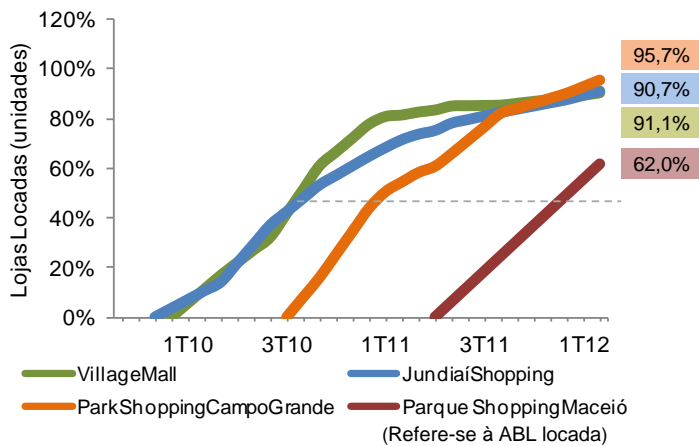
Crescimento estimado de 25% para a ABL própria em 2012

A Companhia tem atualmente seis projetos para locação em construção – quatro shopping centers e dois projetos de torres para locação. Estima-se que a ABL própria aumentará 104,4 mil m² ao fim de 2012, equivalente a um crescimento de 24,9% do portfólio existente, com abertura do JundiaíShopping, VillageMall, ParkShoppingCampoGrande (shopping centers em construção), e do ParkShopping Corporate (torres para locação). Para 2013, a Multiplan planeja inaugurar o seu décimo oitavo shopping center, o Parque Shopping Maceió, e o Morumbi Corporate, empreendimento de torres comerciais que, combinados, adicionarão 93,0 mil m². De 2011 até 2013, a ABL própria da companhia deve aumentar em 50,1%, considerando, até o momento, apenas projetos anunciados.

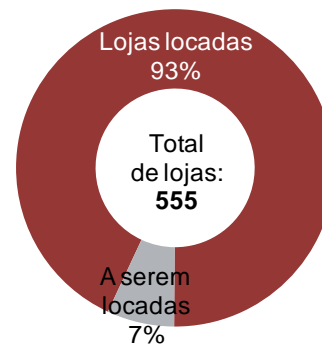


Pré-locação de projetos greenfield: ajustes finais em curso

Das 555 lojas situadas nos três projetos greenfield a serem inaugurados no 4T12, 517 já estão locadas. Todos os três projetos ultrapassaram a marca de 90% de locação, conforme mostra o gráfico abaixo. Adicionalmente, o Parque Shopping Maceió, a ser aberto em 2013, conta atualmente com 62% de sua área locada.



Evolução da Locação (Em abril de 2012)



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

Contagem regressiva iniciada: três shopping centers a inaugurar neste ano

A companhia estima que os quatro shopping centers em construção adicionem R\$117,7 milhões em Resultado Operacional Líquido (NOI) no primeiro ano de operação destes projetos. O NOI combinado para o terceiro ano é de R\$136,1 milhões, 16% superior ao do primeiro ano. Outros R\$118,5 milhões em receita de cessão de direitos deverão ser registrados nos resultados da companhia, após a abertura dos projetos e de forma linear em um período de cinco anos. O NOI *yield* médio do terceiro ano de operação dos greenfields em construção é de 13,8%. A tabela abaixo mostra informações detalhadas de cada projeto de shopping center em construção.

Shopping centers em construção			Participação Multiplan (R\$ '000)						
Projeto	Abertura	ABL (100%)	%Mult.	CAPEX ¹	CAPEX Investido	Cessão de Direitos	NOI 1º ano	NOI 3º ano	NOI Yield 3º ano (%)
1 JundiaíShopping	Out-12	34.535 m ²	100,0%	295.371	62,4%	25.304	31.784	35.829	13,3%
2 VillageMall	Nov-12	25.167 m ²	100,0%	446.923	69,6%	41.395	40.304	47.094	11,6%
3 ParkShoppingCampoGrande ²	Nov-12	42.226 m ²	90,0%	256.428	43,4%	42.003	34.644	38.830	18,1%
4 Parque Shopping Maceió	3T13	37.532 m ²	50,0%	104.677	46,1%	9.838	10.963	14.361	15,1%
Total		139.461 m²	83,8%	1.103.400	59,4%	118.540	117.695	136.115	13,8%

¹ Considera apenas a primeira fase destes projetos (sem considerar expansões futuras). Inclui despesas de projetos.

² A Multiplan irá investir 100% do CAPEX.

2.1 Shopping Centers em Construção

Todos os shopping centers em construção avançam conforme planejado pela companhia e as datas de inauguração permanecem inalteradas. Ao fim do 1T12, 59% do CAPEX havia sido investido e o JundiaíShopping, VillageMall e o ParkShoppingCampoGrande entravam na fase final de construção. Mais detalhes sobre os projetos estão disponíveis abaixo.

JundiaíShopping

Com foco nas classes A e B, o greenfield tem localização privilegiada na cidade de Jundiaí, a Avenida 9 de Julho. O shopping center terá 191 lojas em 34,5 mil m² de ABL, e 2.000 vagas de estacionamento. 1.300 postos de trabalho foram criados durante a construção e, com a abertura do shopping center prevista para outubro de 2012, outras 2.000 vagas serão criadas.

Devido à forte demanda por espaços no JundiaíShopping, o projeto foi modificado recentemente, transformando o espaço que havia sido originalmente projetado para uma loja âncora em uma nova praça de alimentação, com nove operações de alimentação. As lojas têm previsão para serem entregues aos lojistas em maio de 2012.

Adicionalmente, o projeto do JundiaíShopping já está sendo preparado para uma futura expansão, de aproximadamente 12,5 mil m² de ABL, assim como duas torres de escritório integradas. A Multiplan, em conjunto com a Prefeitura, inaugurou uma praça com uma fonte em frente ao shopping center e benfeitorias viárias no entorno do mall.



Ilustração artística do JundiaíShopping



Construção (em abril de 2012)



Construção (em abril de 2012)

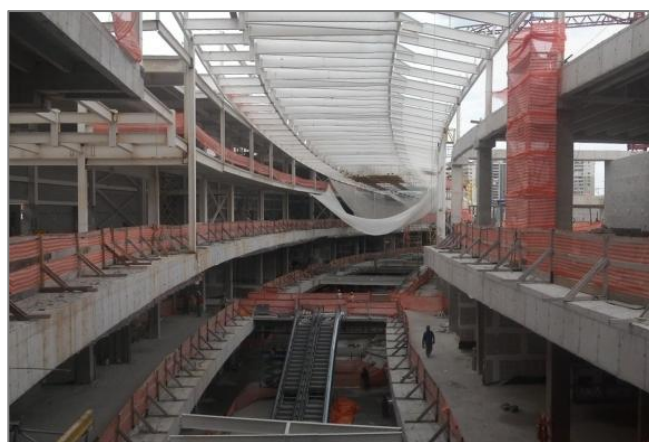
VillageMall

Um projeto com conceito exclusivo e foco nos consumidores da classe A, o VillageMall é projetado para tornar-se uma referência em moda, gastronomia e cultura no Rio de Janeiro. O shopping center terá ABL de 25,2 mil m² e a inauguração está prevista para novembro de 2012. Com 107 lojas, salas exclusivas de cinema, centro de convenções e um teatro com 1.060 lugares, o VillageMall nascerá preparado para receber grandes eventos do circuito nacional e internacional.

A obra do shopping center gerou 1.000 empregos e, após inaugurado, 2.500 vagas deverão ser criadas. Adicionalmente, a Multiplan trabalha na criação de uma via de acesso, paralela à Avenida das Américas, proporcionando uma entrada alternativa para o shopping center, e contribuindo para melhorar o fluxo de veículos na região. A entrega das chaves aos lojistas está prevista para julho de 2012.



Ilustração artística do VillageMall



Construção (em abril de 2012)



Construção (em abril de 2012)

ParkShoppingCampoGrande

Primeiro greenfield da Multiplan destinado à classe emergente, o ParkShoppingCampoGrande está sendo construído em uma das regiões que mais crescem no Rio de Janeiro. O shopping center tem inauguração prevista para novembro de 2012 e terá 257 lojas em uma ABL de 42,2 mil m². A companhia espera entregar as chaves das lojas aos lojistas em julho de 2012. Aproximadamente 1.000 empregos foram criados durante a construção do shopping center e mais de 5.000 deverão ser criados após a inauguração.



Ilustração artística do ParkShoppingCampoGrande



Construção (em abril de 2012)



Construção (em abril de 2012)

Parque Shopping Maceió

O projeto é uma *joint venture* entre a Multiplan e a Aliansce Shopping Centers S.A., e será o primeiro shopping da companhia na região nordeste do País. A construção permitiu gerar aproximadamente 2.400 empregos, e outros 3.600 deverão ser criados com a abertura do mall. Localizado em um importante vetor de crescimento da cidade, o Parque Shopping Maceió terá 37,5 mil m² de ABL com 168 lojas, salas de cinema, diversos restaurantes e operações de fast-food assim como 1.800 vagas de estacionamento. O shopping center integrará o Boulevard Parque, projeto multiuso que prevê a construção de torres comerciais e residenciais, parque com área verde, com 52 mil m² de área construída na primeira fase, em um terreno de 98 mil m².

Recentemente, a Multiplan e a Aliansce assinaram um acordo com a prefeitura de Maceió para a construção de uma nova via de acesso que facilitará o acesso ao futuro shopping center e melhorará a estrutura viária da região, para suportar o crescimento imobiliário e do tráfego de veículos. Aproximadamente 50% do investimento será feito pela prefeitura e os outros 50% pela Multiplan e Aliansce.



Ilustração artística do Parque Shopping Maceió



Construção (em abril de 2012)



Construção (em abril de 2012)

2.2 Torres Comerciais para Locação

Convertendo a forte demanda por projetos multiuso em oportunidades de retorno

Orientada por sua estratégia de desenvolvimento de projetos multiuso, a Multiplan conta atualmente com duas torres comerciais para locação em construção. O ParkShopping Corporate tem abertura prevista para novembro de 2012, e o Morumbi Corporate para setembro de 2013. Os dois projetos somam 80,9 mil m² de ABL própria, Resultado Líquido Operacional (NOI) anual de R\$90,0 milhões, e retorno de NOI (NOI *yield*) combinado de 18,3%.

A Multiplan vendeu o Morumbi Business Center, uma torre de escritórios padrão A de 9,4 mil m², localizada próxima ao MorumbiShopping, em São Paulo, que havia sido inicialmente planejada para locação. O valor foi de R\$165,0 milhões, correspondente a R\$17,6 mil/m², de área privativa.



ParkShopping Corporate – Ilustração e obras
(Em abril de 2012)



Morumbi Corporate – Ilustração e obras
(Em abril de 2012)

Torres para Locação			Participação Multiplan				
Projeto	Abertura	ABL (100%)	%Mult.	CAPEX (R\$'000)	CAPEX Investido	NOI Estabilizado (R\$'000)	NOI Yield Estabilizado
ParkShopping Corporate	Nov-12	13.360 m ²	50,0%	38.746	46,4%	7.032	18,1%
Morumbi Corporate	Set-13	74.198 m ²	100,0%	452.465	37,7%	82.931	18,3%
Total		87.558 m²	92,4%	491.210	38,4%	89.963	18,3%

2.3 Torres Comerciais e Residenciais para Venda

Construção próxima do fim em Ribeirão Preto, e obras prestes a começar em Porto Alegre

O Centro Profissional RibeirãoShopping, torre de escritórios integrada ao RibeirãoShopping, no interior de São Paulo, conta com 97% de suas unidades vendidas e tem entrega prevista para o fim de 2012. Apesar de nove meses separarem a torre de sua entrega oficial, a fachada do prédio está prestes a ser implementada e detalhes de acabamento deverão ser realizados em breve. O Valor Geral de Vendas (VGV) estimado para o projeto é de R\$80,8 milhões.

Em Porto Alegre, as duas torres anunciadas no fim de 2011 estão para iniciar a construção. A Diamond Tower, torre de escritórios com VGV estimado de R\$121,7 milhões já registrou 59% das unidades vendidas. A torre residencial, Résidence du Lac, está com 49% dos apartamentos comercializados e tem VGV estimado de R\$102,0 milhões. Os dois projetos têm entrega prevista para o segundo semestre de 2014.



Diamond Tower e Résidence du Lac - Ilustração



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

Torres para Venda							
Projeto	Localização	Tipo	Abertura	Área	%Multiplan	VGV ¹ (R\$'000)	Preço médio/m ²
Centro Profissional RBS	RibeirãoShopping	Escritórios	Dez-12	12.563 m ²	100,0%	80.843	6.435
Diamond Tower	BarraShoppingSul	Escritórios	2S14	13.800 m ²	100,0%	121.680	8.817
Résidence du Lac	BarraShoppingSul	Residencial	2S14	9.960 m ²	100,0%	102.017	10.243
Total				36.323 m²	100,0%	304.541	8.384

¹ Valor Geral de Vendas

2.4 Banco de Terrenos

Cidade (Estado)	Localização	Área do Terreno	Tipo	% Multiplan
Belo Horizonte (MG)	Pátio Savassi	2.606 m ²	Comercial	97%
Curitiba (PR)	ParkShoppingBarigüi	843 m ²	Apart-Hotel	84%
Curitiba (PR)	ParkShoppingBarigüi	27.370 m ²	Comercial	94%
Jundiaí (SP)	JundiaíShopping	4.500 m ²	Comercial	100%
Maceió (AL)	Parque Shopping Maceió	140.000 m ²	Residencial, Comercial, Hotel	50%
Porto Alegre (RS)	BarraShoppingSul	4.396 m ²	Hotel, Comercial	100%
Ribeirão Preto (SP)	RibeirãoShopping	207.092 m ²	Residencial, Comercial	100%
Rio de Janeiro (RJ)	ParkShoppingCampoGrande	141.480 m ²	Residencial, Comercial	90%
Rio de Janeiro (RJ)	VillageMall	36.000 m ²	Comercial	100%
São Caetano do Sul (SP)	ParkShoppingSãoCaetano	24.948 m ²	Comercial	100%
São Paulo (SP)	Shopping AnáliaFranco	29.800 m ²	Residencial	36%
Total		619.035 m²		82%

A Multiplan possui atualmente 619 mil m² de área para desenvolvimentos futuros, da qual 72% está na região sudeste do País.

Em dezembro de 2011 a companhia comprou um terreno adjacente a um de seus shopping centers em construção (VillageMall), na Barra da Tijuca, Rio de Janeiro. A área tem 36 mil m² e distingue-se pelo porte e excelente localização, que poderá permitir o futuro desenvolvimento do complexo composto pelo BarraShopping, New York City Center, Centro Empresarial BarraShopping e, em breve, o VillageMall.

3. Indicadores Operacionais

3.1 Vendas dos Lojistas

Vendas nos shopping centers da Multiplan aumentaram 14,6%, superando R\$2.0 bilhões no 1T12

Os shopping centers da Multiplan apresentaram vendas totais de R\$2,1 bilhões no 1T12, um crescimento sólido de 14,6% quando comparado ao 1T11, em grande parte orgânico, exceto pelo ParkShoppingSãoCaetano, que foi inaugurado em novembro de 2011. Este shopping, o mais novo do portfólio, continuou mostrando um desempenho acima do esperado em vendas, atingindo R\$86,0 milhões no 1T12. O BarraShoppingSul, terceiro shopping center mais novo do portfólio, apresentou o maior crescimento de vendas do portfólio, com 16,2% no trimestre.

Dentre os destaques no 1T12, o Shopping Vila Olímpia reportou um crescimento de 12,9% das vendas, confirmando a confiança da Multiplan no sucesso do shopping center. Além disso, o Shopping Santa Úrsula apresentou um crescimento das vendas de 13,0% no mesmo período.

Vendas Totais 100%			
Shopping Centers	1T12	1T11	Var.%
BH Shopping	218,3 M	195,6 M	▲11,6%
RibeirãoShopping	118,8 M	111,7 M	▲6,4%
BarraShopping	348,1 M	317,8 M	▲9,5%
MorumbiShopping	280,6 M	260,3 M	▲7,8%
ParkShopping	192,0 M	175,6 M	▲9,4%
DiamondMall	109,2 M	96,2 M	▲13,5%
New York City Center	52,9 M	47,9 M	▲10,6%
Shopping Anália Franco	168,5 M	161,5 M	▲4,3%
ParkShoppingBarigüi	161,4 M	143,7 M	▲12,3%
Pátio Savassi	73,0 M	69,1 M	▲5,6%
Shopping Santa Úrsula	32,8 M	29,1 M	▲13,0%
BarraShoppingSul	139,6 M	120,2 M	▲16,2%
Shopping Vila Olímpia	69,3 M	61,4 M	▲12,9%
ParkShoppingSãoCaetano	86,0 M	-	n.a.
Total	2.050,6 M	1.790,0 M	▲14,6%

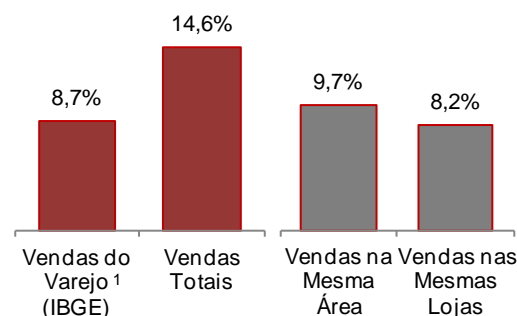
Os shoppings já consolidados BHShopping, BarraShopping, DiamondMall e New York City Center também apresentaram forte aumento nas vendas de 11,6%, 9,5%, 13,5% e 10,6% respectivamente, quando comparados ao 1T11.

Vendas totais por metro quadrado aumentaram 8,4% no 1T12, quando comparadas ao 1T11, atingindo R\$1.293 por mês. Analisando apenas lojas com área inferior a 1.000 m², as vendas por metro quadrado foram de R\$1.747 por mês, aumentando 9,7% no mesmo período de comparação.

De acordo com o IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – as vendas no varejo aumentaram 8,7% nos dois primeiros meses em 2012, quando comparado ao mesmo período em 2011.

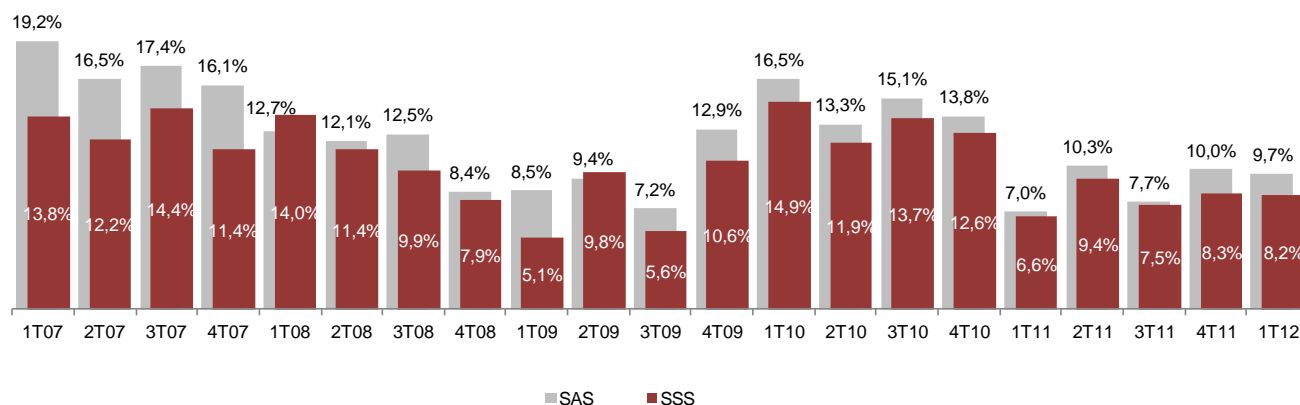
Mantendo o forte ritmo de crescimento: Vendas na Mesma Área sobem 9,7%

Vendas na Mesma Área (SAS) registraram crescimento de 9,7% no 1T12, quando comparadas ao 1T11. O crescimento consistente do SAS resulta de uma intensa e contínua administração do mix do portfólio. Esta gestão permite que shoppings como BHShopping, BarraShopping, ParkShopping, com mais de trinta anos em operação, reportem alto desempenho de SAS de 11,0% na média. O Diamond Mall e o New York City Center, ambos em operação há mais de dez anos, também apresentaram crescimento do SAS forte e acima do portfólio, atingindo uma média de 12,0%. Por fim, o Shopping Santa Úrsula e o Shopping Vila Olímpia reportaram, em média, SAS duas vezes maior do que o portfólio.



Análise de vendas (1T12/1T11)

¹ Janeiro e fevereiro de 2012, comparados ao mesmo período em 2011



■ SAS ■ SSS
Evolução de Venda nas Mesmas Lojas e Venda na Mesma Área (ano/ano)

Vendas nas Mesmas Lojas (SSS) atingiram 8,2% no 1T12. As lojas satélites foram os destaques no trimestre, informando fortes vendas em todos os segmentos, liderados principalmente pelas operações de artigos do lar e escritório e serviços. Estes segmentos apresentaram aumento do SSS de 12,8% e 12,3% no 1T12, respectivamente.

Por outro lado, duas grandes lojas de vestuário estiveram fechadas para reforma durante 1T12. Se excluídas do cálculo, SSS de lojas âncoras de vestuário teriam aumentado 4,6%. Para lojas âncoras em geral o crescimento teria sido de 5,2% e de 9,1% para o conjunto de lojas âncoras e satélites.

Vendas Mesmas Lojas	Âncoras	Satélites	Total
Vestuário	▼5,0%	▲9,9%	▲6,6%
Artigos do lar e escritório	▲5,6%	▲12,8%	▲9,7%
Artigos diversos	▲5,8%	▲10,0%	▲8,6%
Alimentação e área gourmet	n.a.	▲10,2%	▲10,2%
Serviços	▲4,2%	▲12,3%	▲7,6%
Total	▲2,4%	▲10,5%	▲8,2%

Crescimento de Venda nas Mesmas Lojas

3.2 Taxa de Ocupação e Inadimplência

A taxa de ocupação média foi de 97,2% no 1T12, 80 p.p. abaixo do 4T11, principalmente devido à recompra de espaço, visando a preparar os shoppings para futuras expansões e mudanças no mix. Lojas âncoras foram trocadas por megalojas no ParkShopping e Shopping Santa Úrsula. A área já está locada e as lojas irão abrir em breve. O ParkShoppingSãoCaetano, que foi inaugurado em novembro de 2011, apresentou uma taxa de ocupação média de 93,8% no 1T12 e, no final do trimestre em março de 2012, 95,3% das lojas estavam abertas. Adicionalmente, o shopping hoje está 96,0% locado, com apenas três lojas vagas.

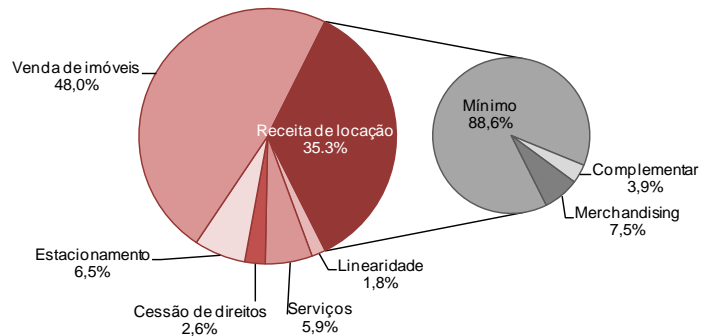
A inadimplência (atraso de mais de 25 dias no pagamento do aluguel) atingiu 2,1% no 1T12, comparado a 1,7% no 1T11. Perda de aluguel (inadimplência superior a seis meses) foi de 0,3%, 10 p.p. abaixo do apresentado no 1T11 de 0,4%.

4. Receita Bruta

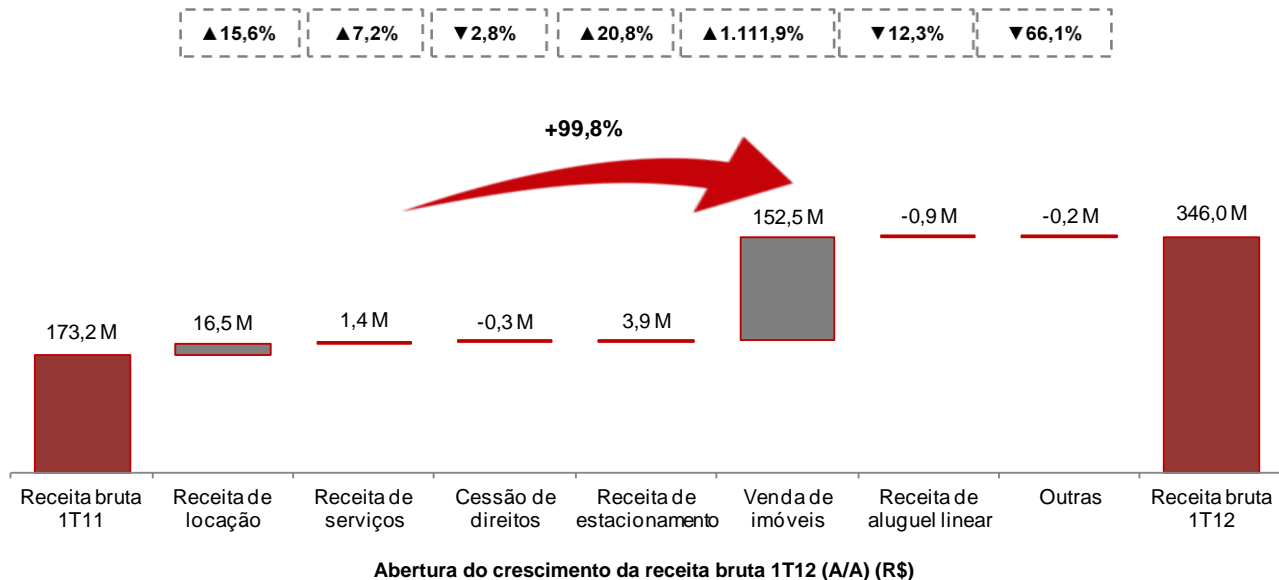
Receita bruta dobra no 1T12 para R\$346,0 milhões

A receita bruta atingiu R\$346,0 milhões no 1T12, um aumento de 99,8% quando comparado ao 1T11. A receita com vendas de imóveis foi um dos destaques no trimestre, devido à venda do Morumbi Business Center, correspondendo a 48,0% da receita bruta. Adicionalmente, as receitas de estacionamento e de locação também apresentaram forte aumento de 20,8% e 15,6%, respectivamente.

O gráfico ao lado mostra a abertura da receita bruta no 1T12.



Abertura da receita bruta – 1T12



5. Resultado da Participação em Shopping Centers

5.1 Receita de Locação

Receita de locação sobe 15,6%, outro trimestre de bom desempenho

A receita de locação da Multiplan totalizou R\$122,0 milhões no 1T12, aumentando 15,6%, em relação ao 1T11. Este desempenho pode ser explicado pela receita de locação adicional gerada pela inauguração do ParkShoppingSãoCaetano e pelo robusto *leasing spread* atingido no trimestre.

O BarraShopping e o BHShopping, shopping centers consolidados, reportaram um crescimento orgânico da receita de locação de 11,1% e 9,8%, respectivamente. O Shopping Vila Olímpia e o Shopping Santa Úrsula, que vêm apresentando constante melhora nas suas receitas de locação, apresentaram aumentos de 12,9% e 9,6%, respectivamente. A administração da Multiplan está focando no mix de lojistas desses shopping centers e o resultado deve melhorar ainda mais.

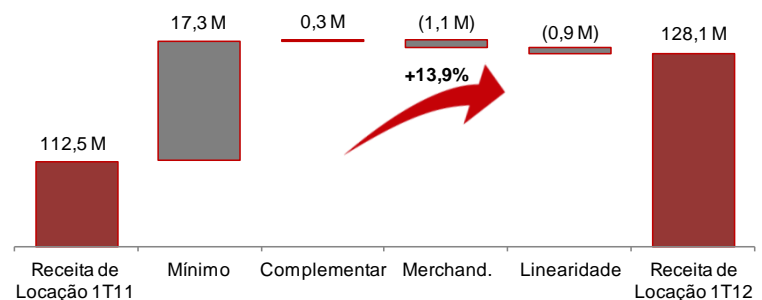
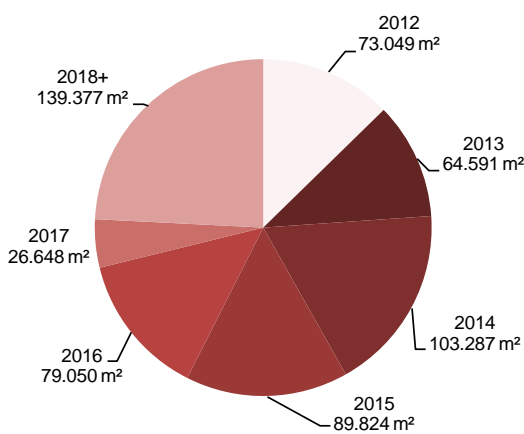
ParkShoppingSãoCaetano, o mais novo shopping center do portfólio, apresentou receita de locação de R\$8,1 milhões, ou 6,7% do total de receita de locação da Multiplan.

Considerando o efeito da linearidade no cálculo, a receita de locação cresceu de R\$112,5 milhões para R\$128,1 milhões, 13,9% maior do que no 1T11.

O aluguel mínimo apresentou o maior crescimento no 1T12, alta de 19,1%, atingindo R\$108,1 milhões no trimestre. O aluguel mínimo contribuiu com 88,6% da receita de locação da Multiplan versus 86,1% no 1T11. O aluguel complementar aumentou 5,9% no trimestre, atingindo R\$4,8 milhões, enquanto o merchandising apresentou receita de R\$9,1 milhões, 10,5% menor do que no 1T11.

Informações adicionais sobre o resultado de shopping centers podem ser encontradas na Planilha de Fundamentos no website de RI da Multiplan (www.multiplan.com.br/ri).

Receita de Locação (R\$)	1T12	1T11	Var.%
BH Shopping	15,1 M	13,7 M	▲9,8%
RibeirãoShopping	7,6 M	7,1 M	▲8,1%
BarraShopping	18,3 M	16,5 M	▲11,1%
MorumbiShopping	19,8 M	18,3 M	▲8,4%
ParkShopping	8,7 M	8,8 M	▼0,6%
DiamondMall	7,7 M	7,1 M	▲9,2%
New York City Center	1,6 M	1,5 M	▲6,1%
Shopping AnáliaFranco	4,8 M	4,5 M	▲8,3%
ParkShoppingBarigüi	9,3 M	8,8 M	▲5,4%
Pátio Savassi	5,1 M	4,8 M	▲5,5%
Shopping Santa Úrsula	1,2 M	1,1 M	▲9,6%
BarraShoppingSul	9,5 M	8,9 M	▲6,5%
Shopping Vila Olímpia	4,9 M	4,4 M	▲12,9%
ParkShoppingSãoCaetano	8,1 M	-	n.a.
Subtotal	122,0 M	105,5 M	▲15,6%
Efeito da linearidade	6,1 M	7,0 M	▼12,3%
Total	128,1 M	112,5 M	▲13,9%



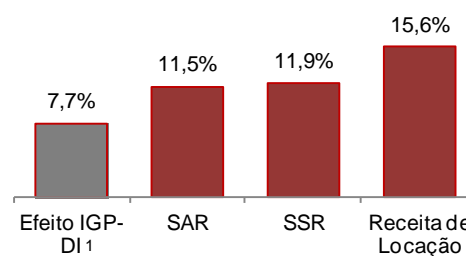
Calendário de vencimento da ABL

Composição do crescimento da receita de aluguel (A/A) (R\$)

Receita de Locação (R\$)				
	Mínimo	Complementar	Merchand.	Total
1T12	108,1 M	4,8 M	9,1 M	122,0 M
% da receita de locação total	88,6%	3,9%	7,5%	100,0%
1T11	90,8 M	4,5 M	10,2 M	105,5 M
% da receita de locação total	86,1%	4,3%	9,7%	100,0%
Varição total %	▲ 19,1%	▲ 5,9%	▼ 10,5%	▲ 15,6%

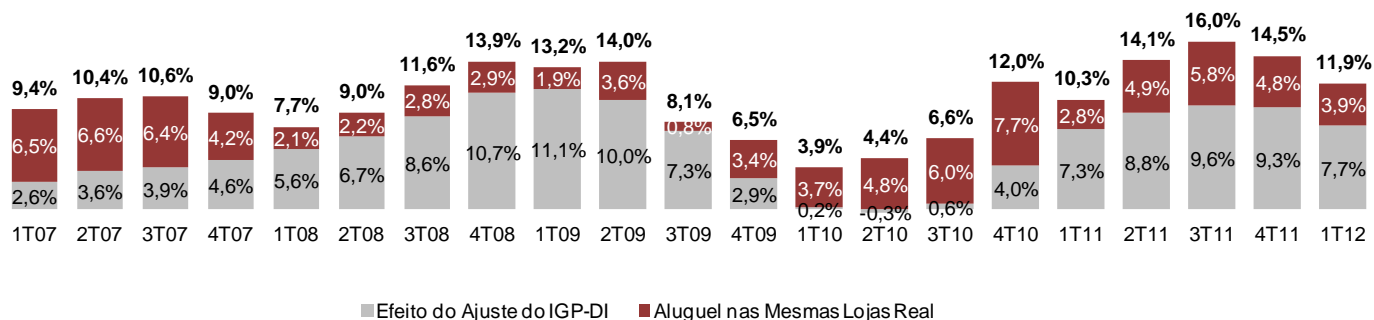
Crescimento de dois dígitos de 11,9% no SSR: +3,9% acima do efeito do ajuste do IGP-DI no 1T12

Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR) continuou apresentando forte desempenho no 1T12, aumentando 11,9%, quando comparado ao mesmo período em 2011. Mais uma vez, a Multiplan reportou um aumento real no Aluguel nas Mesmas Lojas, registrando um crescimento de 3,9%, acima do efeito do ajuste do IGP-DI de 7,7%. O Aluguel na Mesma Área (SAR) também apresentou crescimento sólido, em linha com o SSR, de 11,5%.



Análise de locação (1T12/1T11)

¹ Ver glossário para definição



Composição do aluguel nas Mesmas Lojas (SSR)

Crescimento real e nominal

5.2 Receita de Estacionamento

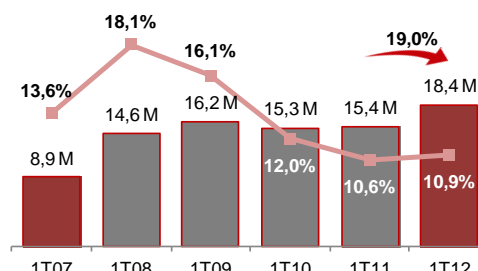
Aumento de 48,3% na receita de estacionamento do Shopping Vila Olímpia

A receita de estacionamento atingiu R\$22,4 milhões no 1T12, 20,8% maior do que no 1T11. O Shopping Vila Olímpia e o Shopping Santa Úrsula reportaram os maiores crescimentos da receita de estacionamento no trimestre, de 48,3% e 34,6%, respectivamente, destacando o contínuo processo de crescimento desses shopping centers. Outro vetor de crescimento foi oriundo do ParkShoppingSãoCaetano, inaugurado em novembro de 2011, que adicionou mais de duas mil vagas de estacionamento.

5.3 Despesas de Shopping

Processo de consolidação e margem estável

As despesas de shopping center aumentaram 19,0% no 1T12 sobre o 1T11, atingindo R\$18,4 milhões. Como percentual da receita líquida de shopping center, no entanto, essas despesas permaneceram estáveis em relação ao 1T11, em 10,9%. Parte do crescimento nas despesas de shopping centers reflete um aumento planejado nas despesas de marketing, principalmente devido à inauguração do ParkShoppingSãoCaetano, visando a promover o shopping e a elevar o fluxo de pessoas ainda mais.



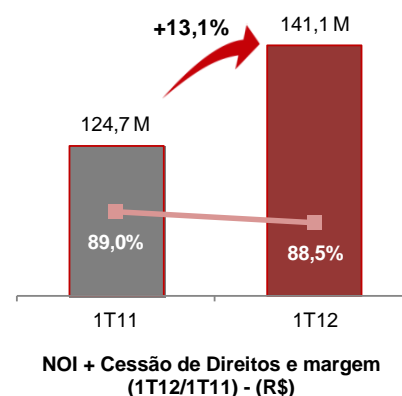
Evolução das despesas de shopping center (R\$) e como percentual da receita líquida de shopping center 1T12 (não incluindo imobiliário para venda e impostos)

5.4 Resultado Operacional Líquido – NOI

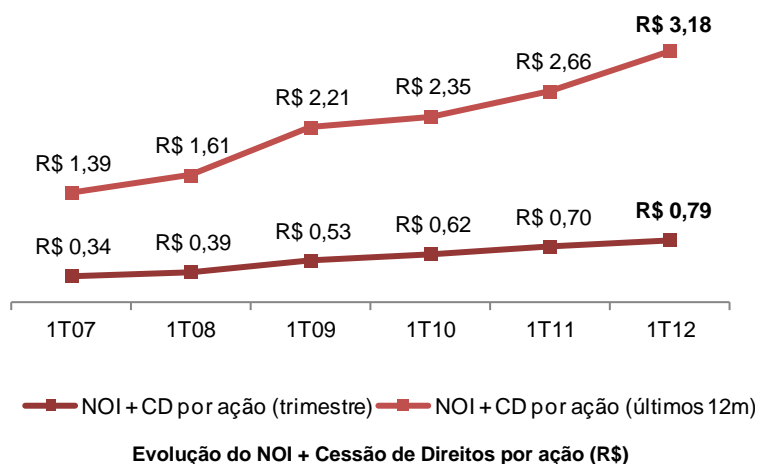
NOI + Cessão de Direitos atinge R\$141,1 milhões, alta de 13,1%

A Multiplan registrou um resultado operacional líquido (NOI) + cessão de direitos (CD) de R\$141,1 milhões no 1T12, 13,1% acima do 1T11. A margem NOI + Cessão de Direitos permaneceu estável, em 88,5% no 1T12, quando comparada ao mesmo período em 2011.

Cálculo do NOI (R\$'000)	1T12	1T11	Var. %
Receita de locação	122,0 M	105,5 M	▲ 15,6%
Linearidade	6,1 M	7,0 M	▼ 12,3%
Resultado de estacionamento	22,4 M	18,6 M	▲ 20,8%
Resultado operacional	150,5 M	131,0 M	▲ 14,9%
Despesa de shopping center	(18,4 M)	(15,4 M)	▲ 19,0%
NOI	132,1 M	115,6 M	▲ 14,3%
Margem NOI	87,8%	88,2%	▼ 42 b.p
Cessão de direitos	8.907	9.162	▼ 2,8%
NOI + CD	141,1 M	124,7 M	▲ 13,1%
Margem NOI + CD	88,5%	89,0%	▼ 51 b.p



NOI + Cessão de Direitos e margem (1T12/1T11) - (R\$)



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

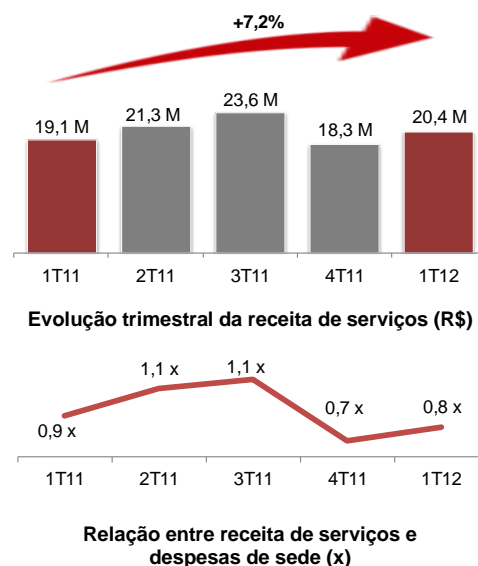
6. Resultados da Administração de Shopping Centers

6.1 Receita de Serviços

Receita de Serviços aumentou 7,2%, para R\$20,4 milhões

A receita de serviços – composta principalmente por taxas de administração dos shopping centers, corretagem e transferência – apresentou aumento de 7,2% no 1T12, resultado da combinação de (i) um aumento de R\$2,3 milhões na receita com taxas de administração de shopping centers, em linha com o aumento de 13,0% da ABL própria, quando comparado ao 1T11, e (ii) aumento de R\$0,7 milhão na receita com corretagem sobre contratos de merchandising (iii) compensado pela queda de R\$1,3 milhão na receita de corretagem com locação no 1T12, comparado com receitas de corretagem mais altas no 1T11.

A receita de serviços como percentual da receita bruta caiu de 11,0% no 1T11 para 5,9% no 1T12, devido ao impacto positivo da receita com a venda de imóveis mais elevada no 1T12. Neste trimestre, a Companhia apresentou receita de serviços equivalente a 0,8 vezes as despesas gerais e administrativas.



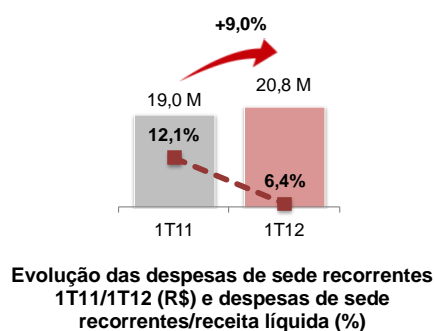
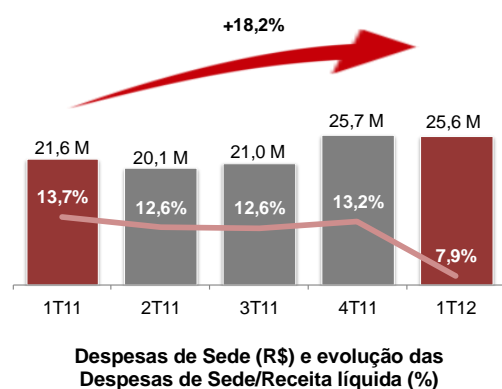
6.2 Despesas Gerais e Administrativas (Sede)

Atividades de investimento elevam despesas não recorrentes

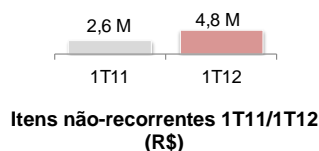
No 1T12, as Despesas Gerais e Administrativas (Sede) aumentaram 18,2% sobre o 1T11, devido principalmente a (i) despesas não recorrentes com serviços jurídicos relacionados a atividades de investimento, (ii) despesas com novos projetos de informática, (iii) contratação e treinamento das equipes de gestão dos shopping centers em desenvolvimento, e (iv) o efeito de reajustes pela inflação.

A relação despesas de sede/receita líquida caiu de 13,7% no 1T11 para 7,9% no 1T12, em um período no qual a despesa de sede aumentou 18,2% enquanto a receita líquida subiu 104,9%.

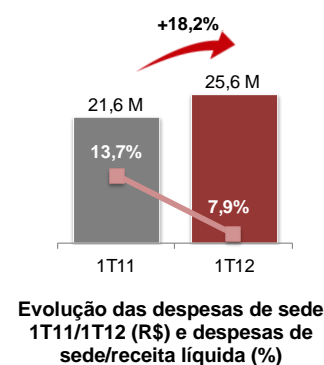
Os itens não-recorrentes da despesa de sede aumentaram para R\$4,8 milhões no 1T12, comparados aos R\$2,6 milhões do 1T11, devido principalmente a despesas com serviços jurídicos. Excluído o impacto desses eventos não-recorrentes, e somente para fins de análise, as despesas de sede teriam subido 9,0% no 1T12 em comparação com o 1T11.



(+)



=



7. Resultados do Desenvolvimento de Shopping Centers

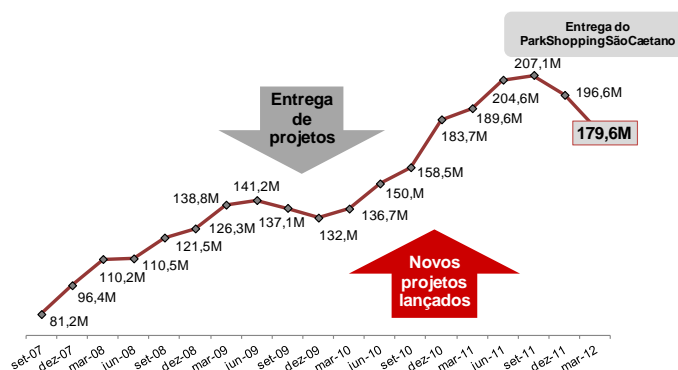
7.1 Receita Diferida e Contratos de Cessão de Direitos Assinados

Saldo da Receita Diferida impactado pela recompra de pontos para futuras expansões

No 1T12, o saldo da receita diferida caiu de R\$196,6 milhões em dezembro de 2011 para R\$179,6 milhões em março de 2012, como resultado do reconhecimento da receita de cessão de direitos e da recompra de pontos para futuras expansões.

A recompra de pontos de áreas já locadas é parte da estratégia da administração para melhorar o mix de lojistas. Essa estratégia é utilizada também para a aquisição de áreas para serem utilizadas em expansões.

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



Evolução da receita diferida (milhões de 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\$)	1T12	1T11	Var. %
Operacional (Recorrente)	1,8 M	1,8 M	▼3,8%
Projetos abertos nos últimos cinco anos	7,1 M	7,3 M	▼2,5%
Receita de Cessão de Direitos	8,9 M	9,2 M	▼2,8%

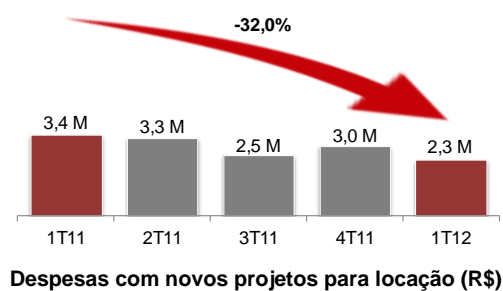
A receita da cessão de direitos diminuiu 2,8% no 1T12 para R\$8,9 milhões. A receita de cessão de direitos é composta por (i) receita recorrente (ou operacional), relacionada à cessão de direitos reconhecida nos shopping centers que estão em operação há mais de cinco anos, e reflete o esforço da Companhia 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.

7.3 Despesas com Novos Projetos para Locação

Queda de 32,0% em despesas com novos projetos para locação no 1T12

No 1T12, as despesas com novos projetos para locação diminuíram 32,0% em comparação com o 1T11, caindo de R\$3,4 milhões para R\$2,3 milhões, como resultado de menores investimentos para promover a locação dos shopping centers em desenvolvimento. As despesas com novos projetos para locação no 1T12 são compostas principalmente por taxas de corretagem e impostos sobre propriedades (“IPTU”).

Conforme informado anteriormente, essas despesas ocorrem principalmente nas fases de lançamento e na inauguração dos projetos, e são uma ferramenta para a implementação da estratégia da Companhia, que consiste em atrair os melhores lojistas para formar o mix mais apropriado para cada shopping center.



8. Resultados de Empreendimentos Imobiliários

8.1 Receita de Venda de Imóveis e Custo de Imóveis Vendidos

Receita de Venda de Imóveis

No 1T12, a Multiplan registrou receita de R\$166,1 milhões com empreendimentos imobiliários para venda, segundo o método de apropriação físico-financeiro (PoC), composta principalmente de receitas com a venda do Morumbi Business Center e apropriação de receitas do Centro Profissional RibeirãoShopping.

O projeto Morumbi Business Center, lançado no 2T10, é uma torre de escritórios de alto padrão localizada no entorno do MorumbiShopping, em São Paulo. A torre foi vendida no 1T12 por R\$165,0 milhões, ou R\$17,6 mil/m², considerando-se uma área privativa de 9.383 m².

Custo de Imóveis Vendidos

A Companhia registrou custo de imóveis vendidos de R\$80,2 milhões no 1T12, em linha com o andamento das obras, entre os quais o Morumbi Business Center foi responsável pela maior parte dos custos.

Os custos de construção incorridos pelo Morumbi Business Center até 31 de dezembro de 2011 foram contabilizados na linha de "Terrenos e Imóveis Destinados a Venda" do ativo não-circulante, não representando um desembolso de caixa no 1T12.

Despesas com novos projetos para venda

As despesas com novos projetos para venda alcançaram R\$6,0 milhões no 1T12, comparado a R\$1,2 milhões no 1T11, como resultado de (i) despesas relacionadas com a venda do Morumbi Business Center e (ii) esforços de marketing dos projetos para venda localizados no Complexo BarraShoppingSul.

9. Resultados Financeiros

9.1 EBITDA

EBITDA de Shopping Centers 14,8% superior no 1T12 com margem de 71,7%

A Multiplan registrou um aumento de 14,8% no EBITDA de Shopping Centers (SC) do 1T12 (excluindo atividade imobiliária para venda), enquanto a receita líquida de shopping centers cresceu 15,6% no mesmo período. No 1T12, a queda de 32,0% na despesa com novos projetos para locação foi compensada pelas variações em despesas de sede e despesas de shopping center. Como resultado, a margem EBITDA de Shopping Centers apresentou uma pequena queda passando de 72,2% no 1T11 para 71,7% no 1T12.

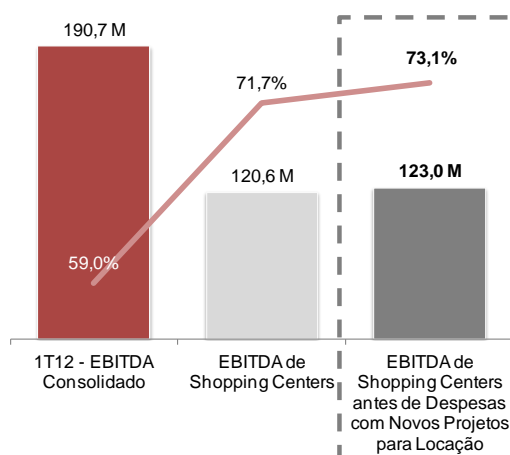
Somente para fins de análise, se excluídas as despesas com novos projetos para locação do cálculo do EBITDA de shopping centers, a margem aumentaria para 74,6% no 1T11 e 73,1% no 1T12.

EBITDA de Shopping Centers (R\$)	1T12	1T11	Var. %
Receita Bruta de Shopping Centers ¹	180,0 M	159,6 M	▲ 12,8%
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços	(11,8 M)	(14,1 M)	▼ 16,6%
Receita Líquida	168,2 M	145,4 M	▲ 15,6%
Despesas de sede	(25,6 M)	(21,6 M)	▲ 18,2%
Despesas baseadas em opções de ações	(2,1 M)	(1,3 M)	▲ 56,2%
Despesas de shopping centers	(18,4 M)	(15,4 M)	▲ 19,0%
Despesas com novos projetos para locação	(2,3 M)	(3,4 M)	▼ 32,0%
Outras receitas (despesas) operacionais	0,8 M	1,5 M	▼ 44,4%
EBITDA de Shopping Centers ²	120,6 M	105,0 M	▲ 14,8%
Margem EBITDA de Shopping Centers	71,7%	72,2%	▼ 51 p.b
(+) Despesas com novos projetos para locação	2,3 M	3,4 M	▼ 32,0%
EBITDA SC antes de Desp. de Novos Projetos ³	123,0 M	108,5 M	▲ 13,3%
% EBITDA SC antes de Desp. de Novos Projetos	73,1%	74,6%	▼ 148 p.b

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

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

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



1T12: EBITDA Consolidado, EBITDA de Shopping Centers e EBITDA de Shopping Centers antes de Despesas com Novos Projetos para Locação (R\$) e margens (%)

EBITDA Consolidado 85,4% maior no 1T12, alcançando R\$190,7 milhões

O EBITDA Consolidado refletiu o resultado da venda do Morumbi Business Center, vendido no 1T12 por R\$165 milhões, a qual contribuiu para o aumento de 85,4% do EBITDA Consolidado no 1T12.

A margem do EBITDA Consolidado foi de 59,0% no 1T12, 619 pontos base menor que a margem do 1T11, impactado pelos resultados da venda do Morumbi Business Center. 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.

EBITDA Consolidado (R\$)	1T12	1T11	Var. %
Receita Líquida	323,3 M	157,8 M	▲ 104,9%
Despesas de sede	(25,6 M)	(21,6 M)	▲ 18,2%
Despesas baseadas em opções de ações	(2,1 M)	(1,3 M)	▲ 56,2%
Despesas de shopping centers	(18,4 M)	(15,4 M)	▲ 19,0%
Despesas com novos projetos para locação	(2,3 M)	(3,4 M)	▼ 32,0%
Despesas com novos projetos para venda	(6,0 M)	(1,2 M)	▲ 397,7%
Custo de imóveis vendidos	(80,2 M)	(14,0 M)	▲ 472,9%
Resultado de equivalência patrimonial	1,1 M	0,6 M	▲ 76,2%
Outras receitas (despesas) operacionais	0,8 M	1,5 M	▼ 44,4%
EBITDA Consolidado	190,7 M	102,8 M	▲ 85,4%
Margem EBITDA Consolidada	59,0%	65,2%	▼ 619 p.b

9.2 Resultados Financeiros, Dívida e Disponibilidades

Investment Grade na Escala Global pela Standard & Poor's

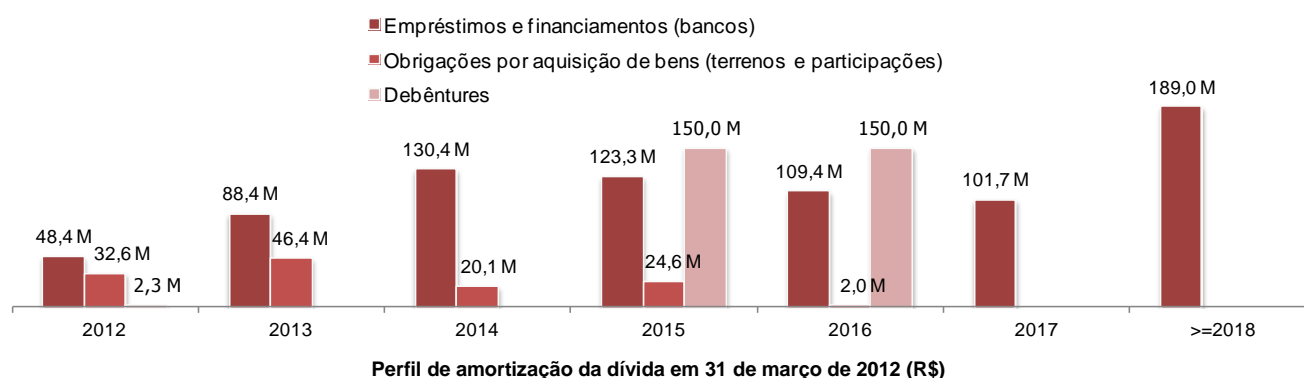
Em março de 2012, a Standard & Poor's atribuiu Grau de Investimento na Escala Global a Multiplan, elevando o rating de crédito corporativo de BB+ para BBB-, com perspectiva estável. A Multiplan é a primeira empresa brasileira dos setores de construção e shopping centers a receber o Grau de Investimento da Standard & Poor's na Escala Global. Na Escala Nacional Brasil, a agência de classificação de risco elevou o rating da empresa de brAA+ para brAAA, o mais alto grau de classificação de crédito concedido pela Standard & Poor's.

A Multiplan encerrou o 1T12 com uma dívida líquida de R\$563,6 milhões, comparado com R\$443,9 milhões no trimestre anterior. Isto representa uma relação de dívida líquida/EBITDA (últimos 12 meses) de 1,04x. No 1T12, o saldo entre o rendimento do caixa investido e as despesas financeiras gerou um resultado financeiro negativo de R\$7,1 milhões.

Abertura do Endividamento (R\$)	31/03/2012	31/12/2011	Var. %
Dívidas de Curto Prazo	113,9 M	108,6 M	▲ 4,9%
Empréstimos e financiamentos	66,0 M	55,7 M	▲ 18,6%
Debêntures	2,3 M	11,5 M	▼ 79,9%
Obrigações por aquisição de bens	45,5 M	41,4 M	▲ 9,9%
Dívidas de Longo Prazo	1.104,8 M	893,7 M	▲ 23,6%
Empréstimos e financiamentos	724,6 M	501,5 M	▲ 44,5%
Debêntures	300,0 M	300,0 M	▲ 0,0%
Obrigações por aquisição de bens	80,2 M	92,2 M	▼ 13,0%
Dívida Bruta	1.218,6 M	1.002,3 M	▲ 21,6%
Caixa	655,0 M	558,3 M	▲ 17,3%
Dívida Líquida	563,6 M	443,9 M	▲ 27,0%

A posição de caixa do 1T12 foi impactada principalmente pelas saídas de caixa referentes a (i) CAPEX de R\$179,2 milhões no período, (ii) pagamento de R\$175,0 milhões pela aquisição de participação adicional de 30,0% no Shopping Vila Olímpia, (iii) pagamento de R\$26,4 milhões referente a dívidas de curto prazo, parcialmente compensados pela (iv) entrada de novos recursos de financiamento no valor de R\$63,5 milhões, divididos em R\$11,9 milhões para o desenvolvimento do Jundiá Shopping, R\$1,3 milhão para o ParkShoppingCampoGrande, R\$46,4 milhões para o VillageMall e R\$3,9 milhões para o ParkShoppingSãoCaetano, e (v) entrada de R\$175,0 milhões em novos recursos referente ao empréstimo do Banco do Brasil e (vi) a entrada de R\$145,0 milhões de duas primeiras parcelas da venda do Morumbi Business Center.

O aumento da dívida líquida contribuiu para a variação no indicador de dívida líquida/EBITDA (últimos 12 meses) de 0,98x no 4T11 para 1,04x no 1T12. A relação dívida bruta/EBITDA (últimos 12 meses) aumentou de 2,20 vezes no 4T11 para 2,24x no 1T12. À medida em que a Companhia efetue os saques de seus empréstimos e financiamentos para a realização dos seus investimentos planejados, sua dívida bruta deverá aumentar.



Financiamento garantido: R\$1,4 bilhão já contratado; R\$229,0 milhões por sacar

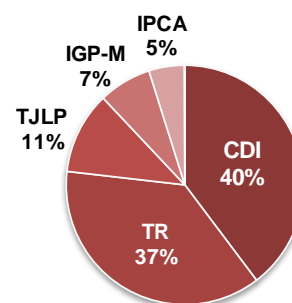
A posição de caixa atual da Multiplan, geração futura de caixa, empréstimos e financiamentos devem sustentar suas necessidades de financiamento. Em 31 de março de 2012, a Companhia apresentava dívida bruta de R\$1,2 bilhão, e saldo de R\$229,0 milhões em financiamentos já assinados e ainda não sacados.



Empréstimo de R\$175,0 milhões com prazo de 7 anos com o Banco do Brasil

Em janeiro de 2012, a Companhia assinou um empréstimo com o Banco do Brasil no valor de R\$175,0 milhões. A remuneração será paga a cada seis meses com taxa equivalente a 110% do CDI. O principal será amortizado em 11 parcelas semestrais com início em Janeiro de 2014.

Disponibilidade de recursos em 31 de março 2012 (R\$)



Reduzindo custos de financiamento, diversificando indexadores

O custo ponderado de captação da Companhia caiu de 11,08% a.a. em 31 de dezembro de 2011 para 10,52% a.a. em 31 de março de 2012, comparado com a uma taxa básica de juros (Selic) vigente em 31 de março de 2012, de 9,75% ao ano.

Índices de endividamento em 31 de março de 2012

Como mencionado nos trimestres anteriores, a Companhia tinha planos de aumentar sua exposição em CDI para beneficiar-se de uma possível redução da taxa de juros nominal no Brasil. A Multiplan aumentou a participação das linhas indexadas ao CDI de 21% no 1T11 para 40% do endividamento total no 1T12. Em abril de 2012, a taxa básica de juros foi reduzida para 9,0% a.a.

A participação da dívida indexada à TR no endividamento total da Companhia caiu de 40% no 4T11 para 37% no 1T12. A dívida indexada a TR apresentava um custo anual de 10,93% no 1T12, com base na TR dos últimos doze meses de 1,15% a.a.

Indicadores de endividamento em 31 de março de 2012

	Desempenho dos índices (últimos 12 meses) ¹	Taxa de juros média ²	Custo da dívida	Dívida (R\$)
CDI	9,75%	1,00%	10,75%	484.1 M
TR	1,15%	9,78%	10,93%	452.0 M
TJLP	6,00%	3,39%	9,39%	136.3 M
IGP-M	3,40%	3,80%	7,20%	87.6 M
IPCA	5,80%	7,21%	13,01%	58.5 M
Others	0,00%	-	0,00%	0.2 M
Total	5,49%	5,02%	10,52%	1.218.6 M

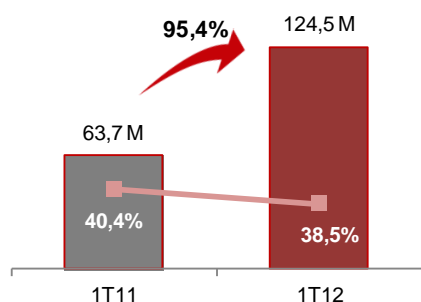
¹ Desempenho acumulado dos índices nos últimos 12 meses.

² Média ponderada da taxa de juros anual.

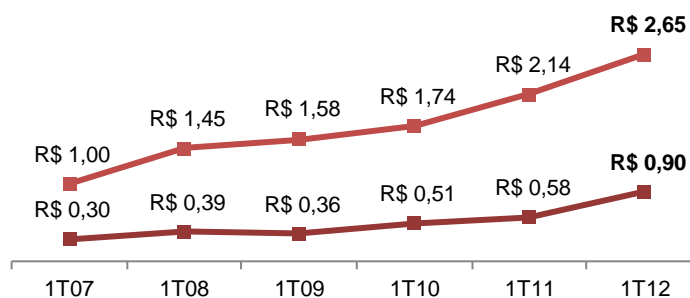
9.3 Lucro Líquido e Fluxo de Caixa Operacional (FFO)

Lucro líquido praticamente dobra no trimestre e atinge R\$124,5 milhões

O lucro líquido registrou mais um forte crescimento neste trimestre, aumentando 95,4% para R\$124,5 milhões, apesar do custo do aumento de alavancagem de uma Dívida Líquida/EBITDA últimos doze meses de -0,68x para 1,04x. O lucro líquido ajustado atingiu R\$143,0 milhões, um crescimento de 61,2%, quando comparado ao 1T11. O fluxo de caixa operacional (FFO) foi de R\$160,3 milhões, representando um crescimento de 55,5% no 1T12 e o FFO por ação atingiu R\$0,90, representando um CAGR 07-12 de 24,6%.



Lucro líquido e margem
(1T12/1T11) – (R\$)

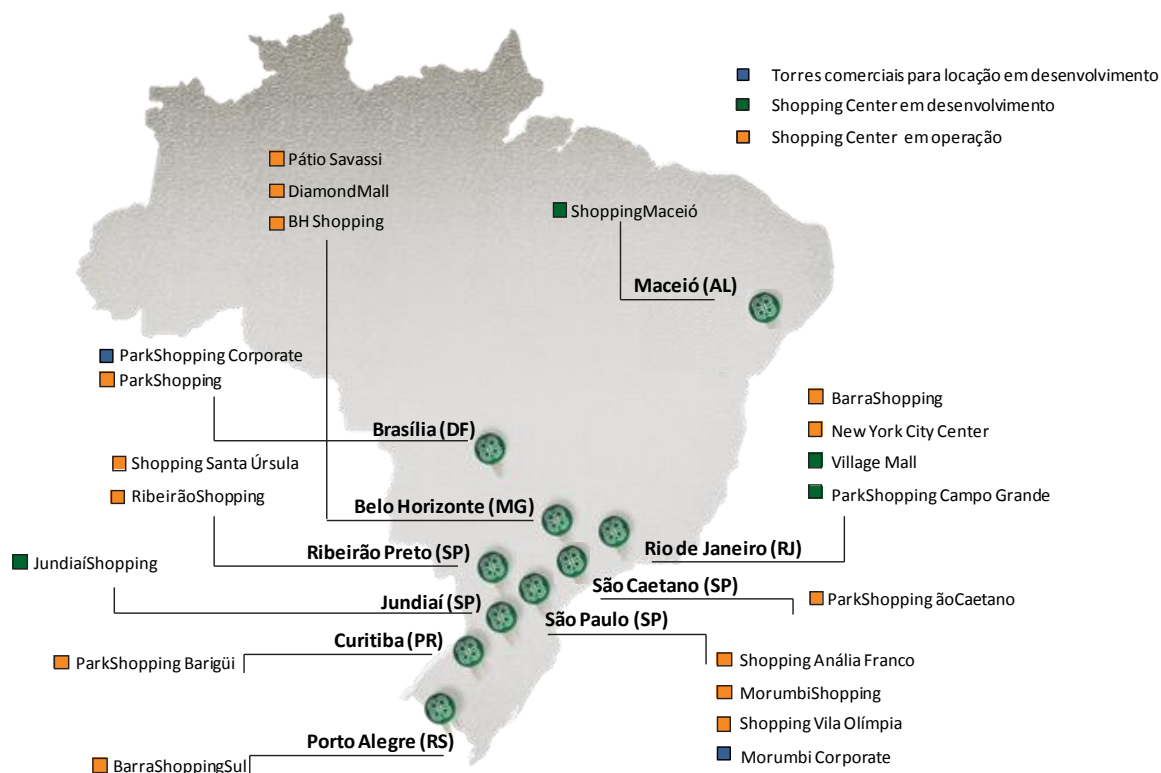


— FFO por ação (trimestre) — FFO por ação (últimos 12m)

Evolução do FFO por ação (R\$)

Lucro Líquido e Cálculo do FFO (R\$)	1T12	1T11	Var. %
Receita líquida	323,3 M	157,8 M	▲ 104,9%
Despesas operacionais	(132,6 M)	(55,0 M)	▲ 141,3%
Resultados financeiros	(7,1 M)	11,6 M	▼ 161,5%
Depreciação e Amortização	(17,3 M)	(14,3 M)	▲ 20,6%
Imposto de renda e contribuição social	(22,1 M)	(8,6 M)	▲ 156,6%
Participação minoritária	(1,2 M)	(2,7 M)	▼ 54,4%
Lucro líquido ajustado	143,0 M	88,7 M	▲ 61,2%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(18,5 M)	(25,0 M)	▼ 25,9%
Lucro líquido	124,5 M	63,7 M	▲ 95,4%
Depreciação e Amortização	17,3 M	14,3 M	▲ 20,6%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	18,5 M	25,0 M	▼ 25,9%
FFO	160,3 M	103,1 M	▲ 55,5%
FFO por ação (R\$) ¹	0,90	0,58	▲ 56,0%

¹ Ajustado pelas ações em tesouraria

10. Portfólio


Portfólio	Estado	Multiplan %	ABL Total	Locação 1T12/mês ²	Vendas 1T12 (mês) ³	Taxa Ocupação média 1T12
Shopping centers em operação						
BHShopping	MG	80,0%	47.565 m ²	132 R\$/m ²	1.567 R\$/m ²	99,7%
RibeirãoShopping	SP	76,2%	46.669 m ²	71 R\$/m ²	883 R\$/m ²	99,8%
BarraShopping	RJ	51,1%	69.422 m ²	172 R\$/m ²	1.936 R\$/m ²	99,2%
MorumbiShopping	SP	65,8%	55.085 m ²	174 R\$/m ²	1.812 R\$/m ²	99,5%
ParkShopping	DF	59,6%	53.332 m ²	108 R\$/m ²	1.401 R\$/m ²	94,9%
DiamondMall	MG	90,0%	21.386 m ²	128 R\$/m ²	1.731 R\$/m ²	99,0%
New York City Center	RJ	50,0%	22.271 m ²	45 R\$/m ²	811 R\$/m ²	100,0%
Shopping AnáliaFranco	SP	30,0%	50.429 m ²	101 R\$/m ²	1.190 R\$/m ²	99,8%
ParkShoppingBarigüi	PR	84,0%	49.939 m ²	77 R\$/m ²	1.156 R\$/m ²	99,4%
Pátio Savassi	MG	96,5%	17.253 m ²	94 R\$/m ²	1.440 R\$/m ²	99,7%
Shopping SantaÚrsula	SP	62,5%	23.339 m ²	36 R\$/m ²	572 R\$/m ²	82,6%
BarraShoppingSul	RS	100,0%	68.212 m ²	68 R\$/m ²	955 R\$/m ²	98,5%
Shopping VilaOlímpia	SP	60,0%	28.201 m ²	108 R\$/m ²	992 R\$/m ²	83,1%
ParkShoppingSãoCaetano	SP	100,0%	39.149 m ²	72 R\$/m ²	807 R\$/m ²	95,3%
Sub-total shopping centers em operação		70,9%	592.251 m²	107 R\$/m²	1.293 R\$/m²	97,3%
Shopping centers em desenvolvimento						
JundiaíShopping	SP	100,0%	34.535 m ²	-	-	-
Village Mall	RJ	100,0%	25.167 m ²	-	-	-
ParkShoppingCampoGrande ¹	RJ	90,0%	42.226 m ²	-	-	-
Parque Shopping Maceió	AL	50,0%	37.532 m ²	-	-	-
Sub-total shopping centers em desenvolvimento		83,8%	139.460 m²			
Torres para locação em desenvolvimento						
ParkShopping Corporate	DF	50,0%	13.360 m ²	-	-	-
Morumbi Corporate	SP	100,0%	74.198 m ²	-	-	-
Sub-total torres para locação em desenvolvimento		92,4%	87.558 m²			
Portfólio Total		75,4%	819.269 m²	107 R\$/m²	1.293 R\$/m²	97,3%

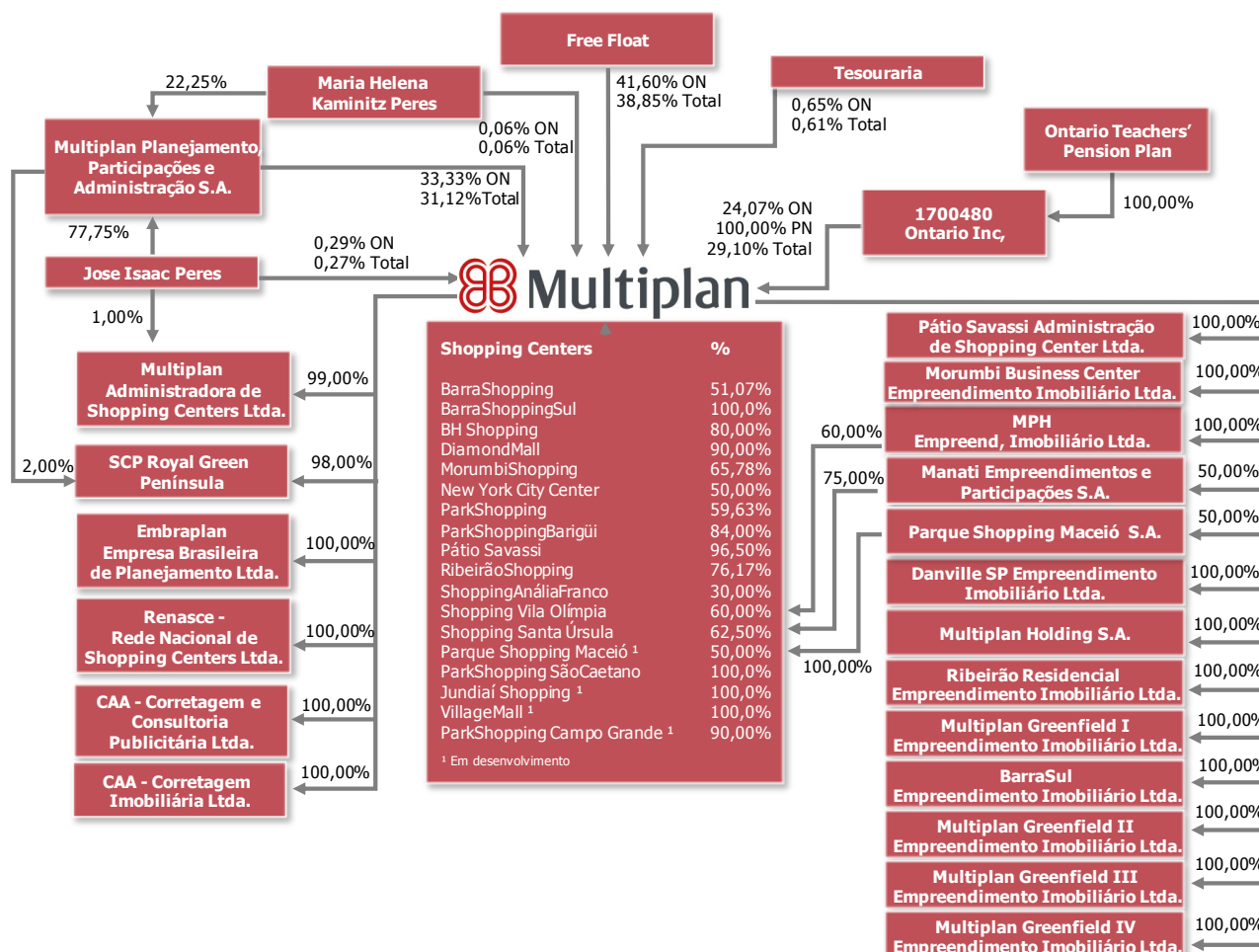
¹ Multiplan é responsável por 100% do CAPEX.

² Locação/m²/mês divide a receita de locação, excluindo merchandising e lojas que não reportam vendas por ABL próprio ocupado.

³ Vendas/m²/mês divide vendas totais pela área composta por Lojas que reportam vendas mensais.

11. Estrutura Societária

A estrutura societária da Multiplan, em 31 de março 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 Empreendi. 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 SantaÚrsula, 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.

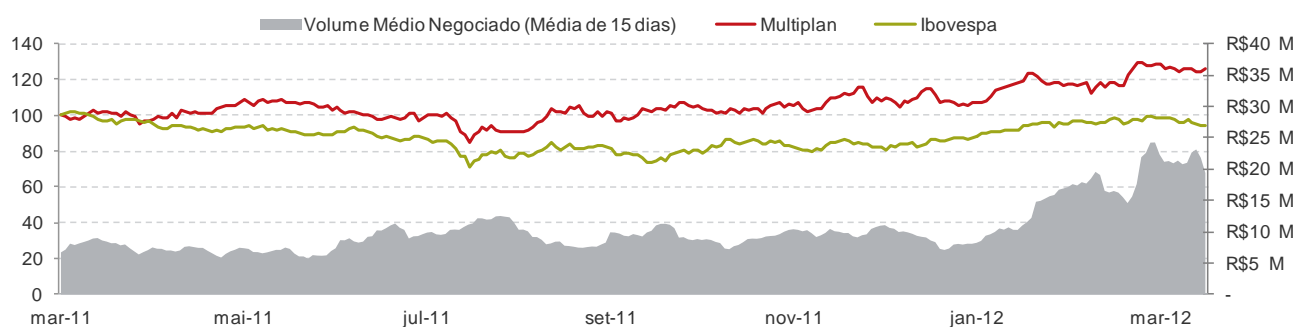
Multiplan Greenfield III Empreendimento Imobiliário Ltda.: SPE criada para o desenvolvimento de projeto imobiliário na cidade do Rio de Janeiro.

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

12. Indicadores MULT3 & Mercado de Ações

A ação da Multiplan (MULT3 na BM&FBOVESPA; MULT3 BZ na Bloomberg) fechou o 1T12 cotada a R\$42,65/ação, um aumento de 26,4%, quando comparado ao primeiro trimestre em 2011, desempenho acima do índice Ibovespa, que caiu 5,9% no mesmo período. No 1T12, o volume médio diário negociado das ações da Multiplan apresentou um aumento significativo de 64,0%, atingindo R\$15,7 milhões/dia.

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

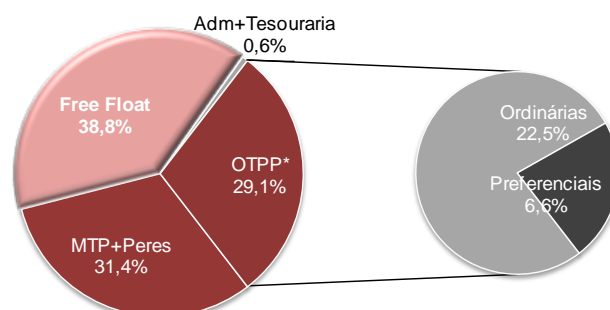


Varição: MULT3, Ibovespa e volume MULT3

Base 100 = 31 de março de 2012

MULT3 na BM&FBOVESPA (R\$)	1T12	1T11	Var.
Preço médio de fechamento	R\$ 39,80	R\$ 32,93	▲20,9%
Preço de fechamento	R\$ 42,65	R\$ 33,75	▲26,4%
Volume médio diário negociado	R\$ 15,7 M	R\$ 9,6 M	▲64,0%
Valor de mercado	R\$ 7.643 M	R\$ 6.048 M	▲26,4%

Ao final do primeiro trimestre de 2012, 31,4% das ações da Companhia pertenciam direta e indiretamente ao Sr. e Sra. Peres. A Ontario Teachers' Pension Plan (OTPP) detinha 29,1% e o free-float era equivalente a 38,8%. O número total de ações emitidas é de 179.197.214. As ações em tesouraria totalizaram 0,6% do total de ações emitidas.



Estrutura acionária em 31 de março de 2012

(*) OTPP – Ontario Teachers Pension Plan

13. Anexos
Indicadores Financeiros e Operacionais

Desempenho Financeiro			
(R\$'000)	1T12	1T11	Var. %
Receita Bruta	346.026	173.153	▲99,8%
Receita Líquida	323.349	157.813	▲104,9%
Receita Líquida R\$/m ²	789	442	▲78,6%
Receita Líquida US\$/pé	40	25	▲59,3%
Receita de Locação (com efeito da linearidade)	128.089	112.450	▲13,9%
Receita de Locação R\$/m ²	313	315	▼0,7%
Receita de Locação US\$/pé	15,9	17,9	▼11,4%
Receita de Locação Mensal R\$/m ²	104	105	▼0,7%
Receita de Locação Mensal US\$/pé	5,3	6,0	▼11,4%
Resultado Operacional Líquido (NOI)	132.147	115.571	▲14,3%
Resultado Operacional Líquido R\$/m ²	322	324	▼0,3%
Resultado Operacional Líquido US\$/pé	16,4	18,4	▼11,1%
Margem NOI	87,8%	88,2%	▼42 b.p
NOI por ação	0,74	0,65	▲14,2%
Despesas de Sede	25.561	21.626	▲18,2%
Despesas de Sede/Receita Líquida	7,9%	13,7%	▼580 b.p
EBITDA	190.717	102.842	▲85,4%
EBITDA R\$/m ²	465	288	▲61,6%
EBITDA US\$/pé	23,7	16,4	▲44,2%
Margem EBITDA	59,0%	65,2%	▼619 b.p
EBITDA por ação	1,07	0,58	▲85,3%
Lucro Líquido Ajustado	143.019	88.738	▲61,2%
Lucro Líquido Ajustado R\$/m ²	349	248	▲40,5%
Lucro Líquido Ajustado US\$/pé	17,7	14,2	▲25,3%
Margem Líquida Ajustada	44,2%	56,2%	▼1200 b.p
Lucro Líquido Ajustado por Ação	0,80	0,50	▲61,0%
FFO	160.282	103.056	▲55,5%
FFO R\$/m ²	391	289	▲35,5%
FFO US\$	87.739	63.224	▲38,8%
FFO US\$/pé	19,9	16,4	▲20,9%
Margem FFO	49,6%	65,3%	▼1573 b.p
FFO por Ação	0,90	0,58	▲55,4%
Dólar (US\$) Final do trimestre	1,83	1,63	▲12,1%

Indicadores Financeiros e Operacionais

Desempenho do Mercado			
(R\$'000)	1T12	1T11	Var.%
Número de Ações	179.197.214	179.197.214	▲0,0%
Ações Ordinárias	167.338.867	167.338.867	▲0,0%
Ações Preferenciais	11.858.347	11.858.347	▲0,0%
Preço Médio da Ação (R\$)	39,80	32,93	▲20,9%
Preço de Fechamento da Ação (R\$)	42,65	33,75	▲26,4%
Volume Médio Diário Negociado	15.716	9.581	▲64,0%
Valor de Mercado	7.642.761	6.047.906	▲26,4%
Dívida Bruta	1.218.645	533.196	▲128,6%
Caixa	655.034	784.726	▼16,5%
Dívida Líquida	563.611	(251.530)	n.a.
P/FFO (Últimos 12 meses)	16,3 x	15,9 x	▲2,5%
EV/EBITDA (Últimos 12 meses)	15,1 x	15,8 x	▼4,1%
Dívida Líquida/EBITDA (Últimos 12 meses)	1,04 x	(0,68) x	n.a.

Desempenho Operacional			
(R\$'000)	1T12	1T11	Var.%
ABL Total Final (m ²)	592.251	551.368	▲7,4%
ABL Própria Final (m ²)	420.054	371.503	▲13,0%
ABL Própria %	70,9%	67,4%	▲353 b.p
ABL Total Ajustada (med.) ¹ (m ²)	577.836	537.369	▲7,5%
ABL Própria Ajustada (med.) ¹ (m ²)	409.830	357.177	▲14,7%
Vendas Totais	2.050.575	1.790.005	▲14,6%
Vendas Totais R\$/m ²	3.549	3.331	▲6,5%
Vendas Totais US\$/pé	180,5	189,9	▼4,9%
Vendas nas Mesmas Lojas	▲8,2%	▲6,6%	▲160 b.p
Vendas na Mesma Área	▲9,7%	▲7,0%	▲270 b.p
Aluguel nas Mesmas Lojas	▲11,9%	▲10,3%	▲160 b.p
Aluguel na Mesma Área	▲11,5%	▲9,8%	▲170 b.p
Custos de Ocupação	14,0%	13,7%	▲30 b.p
Aluguel como % das Vendas	8,2%	8,0%	▲20 b.p
Outros como % das Vendas	5,8%	5,7%	▲10 b.p
Turnover	0,9%	0,8%	▲10 b.p
Taxa de Ocupação	97,2%	98,4%	▼116 b.p
Inadimplência (25 dias de atraso)	2,1%	1,7%	▲40 b.p
Perda de Aluguel	0,3%	0,4%	▼10 b.p

¹ ABL ajustado corresponde à média do período, excluindo 14.400 m² referente ao BIG, supermercado no BarraShoppingSul.

Demonstração de Resultados Consolidados

(R\$'000)	1T12	1T11	Var. %
Locação de lojas	121.975	105.476	▲ 15,6%
Serviços	20.447	19.068	▲ 7,2%
Cessão de direitos	8.907	9.162	▼ 2,8%
Receita de estacionamento	22.418	18.553	▲ 20,8%
Venda de imóveis	166.054	13.592	▲ 1.121,7%
Apropriação de receita de aluguel linear	6.114	6.974	▼ 12,3%
Outras	111	328	▼ 66,2%
Receita Bruta	346.026	173.153	▲ 99,8%
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços prestados	(22.677)	(15.340)	▲ 47,8%
Receita Líquida	323.349	157.813	▲ 104,9%
Despesas de sede	(25.561)	(21.626)	▲ 18,2%
Despesas remuneradas baseadas em opções de ações	(2.101)	(1.345)	▲ 56,2%
Despesas de shopping centers	(18.360)	(15.433)	▲ 19,0%
Despesas com novos projetos para locação	(2.343)	(3.445)	▼ 32,0%
Despesas com novos projetos para venda	(5.982)	(1.202)	▲ 397,7%
Custo de imóveis vendidos	(80.165)	(13.992)	▲ 472,9%
Resultado de equivalência patrimonial	1.064	604	▲ 76,2%
Outras receitas (despesas) operacionais	816	1.468	▼ 44,4%
EBITDA	190.717	102.842	▲ 85,4%
Receitas financeiras	20.058	24.897	▼ 19,4%
Despesas financeiras	(27.166)	(13.340)	▲ 103,6%
Depreciações e amortizações	(17.263)	(14.317)	▲ 20,6%
Lucro Antes do Imposto de Renda	166.346	100.082	▲ 66,2%
Imposto de renda e contribuição social	(22.079)	(8.605)	▲ 156,6%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(18.528)	(25.017)	▼ 25,9%
Participação dos acionistas minoritários	(1.248)	(2.738)	▼ 54,4%
Lucro Líquido	124.491	63.722	▲ 95,4%

(R\$'000)	1T12	1T11	Var. %
NOI	132.147	115.570	▲ 14,3%
<i>Margem NOI</i>	87,8%	88,2%	▼ 42 p.b
NOI + Cessão de Direitos	141.054	124.732	▲ 13,1%
<i>Margem NOI + Cessão de Direitos</i>	88,5%	89,0%	▼ 51 p.b
EBITDA de Shopping Centers	120.628	105.044	▲ 14,8%
<i>Margem EBITDA de Shopping Centers</i>	71,7%	72,2%	▼ 51 p.b
EBITDA (Shopping Center + Imobiliário)	190.717	102.842	▲ 85,4%
<i>Margem de EBITDA</i>	59,0%	65,2%	▼ 619 p.b
Lucro Líquido	124.491	63.722	▲ 95,4%
<i>Margem de lucro líquido</i>	38,5%	40,4%	▼ 188 p.b
Lucro Líquido Ajustado	143.019	88.739	▲ 61,2%
<i>Margem de lucro líquido ajustado</i>	44,2%	56,2%	▼ 1.200 p.b
FFO	160.282	103.056	▲ 55,5%
<i>Margem FFO</i>	49,6%	65,3%	▼ 1.573 p.b

Balço Patrimonial (R\$'000)

ATIVO	31/03/2012	31/12/2011	Var. %
Ativo Circulante			
Disponibilidades e valores equivalentes	655.034	558.343	▲17,3%
Contas a receber	194.177	219.219	▼11,4%
Terrenos e imóveis a comercializar	91.236	146.573	▼37,8%
Empréstimos e adiantamentos diversos	21.801	22.817	▼4,5%
Impostos e contribuições sociais a compensar	90.769	83.335	▲8,9%
Outros	17.783	14.140	▲25,8%
Total do Ativo Circulante	1.070.800	1.044.427	▲2,5%
Ativo não Circulante			
Contas a receber	21.540	26.326	▼18,2%
Terrenos e imóveis a comercializar	312.602	310.610	▲0,6%
Empréstimos e adiantamentos diversos	8.459	8.909	▼5,1%
Depósitos judiciais	25.274	24.943	▲1,3%
Outros	75	75	▲0,0%
Investimentos	12.493	11.429	▲9,3%
Propriedades para investimento	3.115.590	2.987.757	▲4,3%
Imobilizado	19.497	19.812	▼1,6%
Intangível	321.582	317.349	▲1,3%
Total do Ativo não Circulante	3.837.112	3.707.210	▲3,5%
Total do Ativo	4.907.912	4.751.637	▲3,3%
PASSIVO			
Passivo Circulante			
Empréstimos e financiamentos	66.025	55.652	▲18,6%
Debêntures	2.310	11.473	▼79,9%
Contas a pagar	118.571	108.941	▲8,8%
Obrigações por aquisição de bens	45.542	41.436	▲9,9%
Impostos e contribuições a recolher	78.697	60.887	▲29,3%
Juros sobre capital próprio a pagar	85.072	85.042	▲0,0%
Receitas diferidas	41.886	52.097	▼19,6%
Adiantamento de clientes	17.245	9.095	▲89,6%
Outros	3.457	2.070	▲67,0%
Total do Passivo Circulante	458.805	426.693	▲7,5%
Passivo não Circulante			
Empréstimos e financiamentos	724.587	501.503	▲44,5%
Debêntures	300.000	300.000	▲0,0%
Impostos diferidos	66.320	48.135	▲37,8%
Obrigações por aquisição de bens	80.181	92.214	▼13,0%
Parcelamento de impostos	818	861	▼5,0%
Provisão para processos judiciais e administrativos	21.427	21.360	▲0,3%
Receitas diferidas	137.712	144.511	▼4,7%
Total do Passivo não Circulante	1.331.045	1.108.584	▲20,1%
Patrimônio Líquido			
Capital social	1.761.662	1.761.662	▲0,0%
Reserva de capital	969.120	968.403	▲0,1%
Reserva de lucros	414.228	414.101	▲0,0%
Gasto com emissão de ações	(21.016)	(21.016)	▲0,0%
Ações em tesouraria	(39.691)	(34.258)	▲15,9%
Efeitos de transações de capital	(89.996)	-	na
Lucros acumulados	123.579	-	na
Participação dos acionistas minoritários	176	127.468	▼99,9%
Total do Patrimônio Líquido	3.118.062	3.216.360	▼3,1%
Total do Passivo e Patrimônio Líquido	4.907.912	4.751.637	▲3,3%

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

Fluxo de Caixa	1T12	1T11
Fluxo de caixa operacional		
Lucro antes dos impostos	166.346	100.082
Depreciações e amortizações	17.263	14.317
Atualização de debêntures, empréstimos e obrigações por aquisição de bens	10.485	6.933
Outros ajustes ao lucro líquido	(8.160)	(8.098)
(Aumento) redução de ativo circulante	14.531	21.089
(Aumento) e redução em terrenos e imóveis a comercializar	53.345	(2.502)
Aumento (redução) de passivo circulante	(1.604)	(16.899)
Fluxo de caixa gerado pelas operações	252.206	114.922
Fluxo de caixa de investimentos		
(Aumento) redução nos empréstimos e adiantamentos diversos	1.523	(3.463)
(Aumento) redução em propriedades para investimentos	(176.676)	(105.206)
Adições em Imobilizado	(217)	(230)
Adições em intangível	(5.182)	(139)
Outros	478	72
Fluxo de caixa usado nas atividades de investimento	(180.074)	(108.968)
Fluxo de caixa de financiamentos		
Aumento (redução) de empréstimos e financiamentos	250.135	(1.905)
Pagamento de juros dos empréstimos e financiamentos obtidos	(17.582)	(8.733)
Pagamento de encargos sobre debêntures	(17.504)	-
Aumento (redução) do valor a pagar a partes relacionadas	-	(93.949)
Participação de não controladores	(128.540)	93.947
Outros	(61.950)	(5.427)
Fluxo de caixa gerado pelas atividades de financiamento	24.559	(16.067)
Fluxo de caixa	96.691	(10.113)
Disponibilidades e valores equivalentes no início do período	558.343	794.839
Disponibilidades e valores equivalentes no final do período	655.034	784.726
Varição no caixa	96.691	(10.113)

Glossário

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Brownfield: projetos de expansões em shopping centers existentes.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Greenfield: Desenvolvimento de novos projetos de shopping centers.

IBGE: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

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

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

Lojas Âncora: Grandes lojas conhecidas pelo público, com características estruturais e mercadológicas especiais, que funcionam como força de atração de consumidores, assegurando permanente afluência e trânsito uniforme destes em todas as áreas do shopping center. As lojas devem ter mais de 1.000 m² para serem consideradas âncoras.

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

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

Margem EBITDA: EBITDA dividido pela Receita Líquida.

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

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

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

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

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

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

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

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

Taxa de Ocupação: ABL locada dividida pela ABL total

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

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

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

Turnover (giro): Consiste na ABL locada no período dividida pela ABL total

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

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

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

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

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

Segmentos de Shopping Centers:

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

