



Multiplan

35 ANOS

MULTIPLICANDO O QUE A VIDA TEM DE MELHOR.



Relatório de Resultados **4T10**

Relação com Investidores

Armando d'Almeida Neto
Vice-Presidente e DRI

Rodrigo Krause dos Santos Rocha
Superintendente de RI

Leonardo Oliveira
Analista Sênior de RI

Franco Carrion
Analista de RI

Diana Litewski
Analista de RI

Hans Melchers
Gerente de Planejamento

ri@multiplan.com.br

Tel: +55 (21) 3031-5224

Fax: +55 (21) 3031-5322

Teleconferência de Resultados

Português

15 de março de 2011

11:00 (Brasília)

10:00 (Nova York)

Tel.: +55 (11) 4688-6361

Código de acesso : Multiplan

Replay: no site

www.multiplan.com.br/ri

Inglês

15 de março de 2011

12:30 pm (Brasília)

11:30 (Nova York)

Tel.: +1 (888) 700-0802 (EUA)

+1 (786) 924-6977 (outros países)

+55 (11) 4688-6361 (Brasil)

Código de acesso: Multiplan

Replay: no site

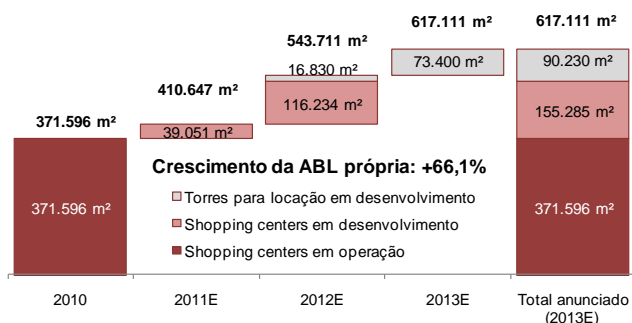
www.multiplan.com.br/ir

Resultado Operacional Líquido (NOI) da Multiplan aumenta 18,2% para R\$425 milhões e Lucro Líquido atinge R\$218 milhões em 2010

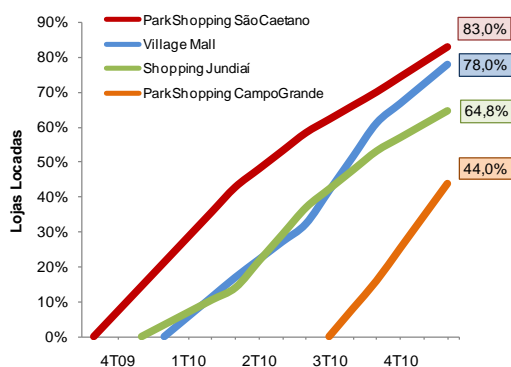
Rio de Janeiro, 14 de março de 2011 – A Multiplan Empreendimentos Imobiliários S.A. (Bovespa: MULT3) anuncia seus resultados do quarto trimestre e do ano de 2010. As informações financeiras e operacionais a seguir foram preparadas e apresentadas de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil e das demonstrações financeiras consolidadas de acordo com as normas internacionais de relatório financeiro (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\$ '000)

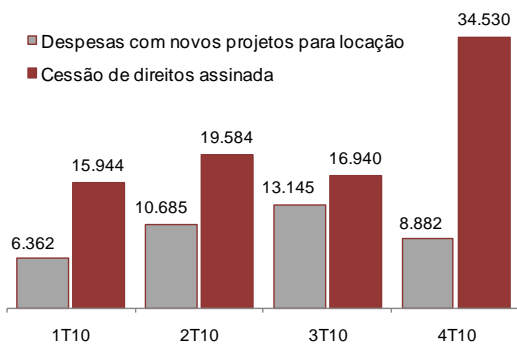
ABL própria cresce 66% até 2013 apenas com projetos já anunciados



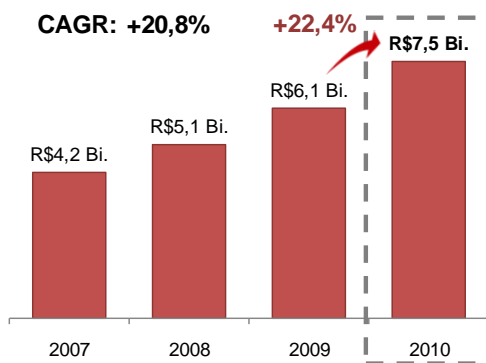
65% das lojas locadas nos quatro shopping centers em fase de locação



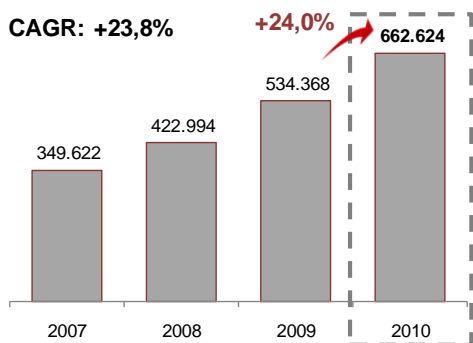
R\$87 milhões em contratos de CD assinados em 2010, devido ao sucesso de locação



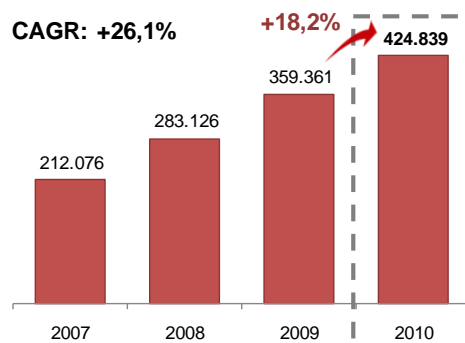
Vendas nos shoppings crescem 22% beneficiadas por Vendas na Mesma Área de 14,6%



Receita bruta cresce 24% favorecida por forte desenvolvimento imobiliário



NOI aumentou 18% em 2010 expandindo a margem para 86,6% no ano



Variação 4T10/4T09				
Vendas (Shopping Centers)	Receita de Locação	NOI Ajustado	EBITDA	Lucro Líquido Ajustado
▲20,1%	▲17,5%	▲16,9%	▲17,5%	▲13,4%

☞ **Sucesso de locação:** investimentos em marketing deram o resultado esperado aumentando a demanda por lojas, alcançando uma locação de **64,6%** do total de lojas disponíveis.

☞ **Projetos em construção:** Duas torres comerciais para venda e uma para locação já estão em construção, e a obra de duas torres comerciais recentemente anunciadas devem começar no 1T11. A Multiplan também começou a construir quatro de seus cinco shopping centers anunciados e o quinto deverá iniciar nos próximos meses. Os projetos atualmente em desenvolvimento irão exigir um **CAPEX total de R\$1,3 bilhão** (2011 - 2013).

☞ As **vendas** nos shopping centers da Multiplan chegaram a **R\$7,5 bilhões** em 2010, registrando novamente um aumento de dois dígitos sobre uma base já forte, com crescimento de **22,4%** no ano. As vendas nos últimos dez anos registraram uma taxa composta de crescimento anual (CAGR) de **17,6%**. As **Vendas nas Mesmas Lojas (SSS)** aumentaram **12,4%** (2010/2009), e **12,6%** (4T10/4T09). As **Vendas na Mesma Área (SAS)** cresceram **14,6%** no ano e **13,8%** no trimestre, refletindo consistentemente a bem-sucedida mudança no mix de lojas.

☞ A **Receita Líquida** chegou a **R\$604,4 milhões** em 2010, **25,2%** maior que em 2009. No 4T10, a receita líquida subiu **12,8%** para **R\$178,4 milhões**. O resultado deve-se principalmente às **receitas de locação, cessão de direitos e venda de imóveis**, adicionando mais **R\$113,7 milhões** para a companhia em 2010. O aumento da receita de locação é decorrente de uma combinação de áreas novas, crescimento orgânico e o efeito do reajuste positivo do IGP-DI no 4T10. Nesse contexto, os **Aluguéis nas Mesmas Lojas** cresceram **6,9%** em 2010.

☞ O **Resultado Operacional Líquido (NOI)** chegou a **R\$424,8 milhões** em 2010, **18,2%** superior ao de 2009, impactado pelo crescimento forte da receita e um aumento menor nas despesas. Excluindo o impacto da linearidade o NOI de 2010 foi de **R\$419,7 milhões**, **18,8%** maior do que em 2009, e de **R\$139,9 milhões** no 4T10, **16,9%** superior ao 4T09.

☞ Eventos Recentes

Torres comerciais para locação: A Multiplan lançou um novo empreendimento com **duas torres comerciais para locação** na cidade de São Paulo, com uma **ABL total de 73,4 mil m²**, e **CAPEX de R\$444,1 milhões**, que deverá ser entregue no final de 2013.

Programa de recompra de ações: a Companhia aprovou no dia 22 de fevereiro de 2011 a instituição do seu terceiro programa de recompra de ações em condições semelhantes ao programa anterior. O prazo de vigência é de 365 dias **a partir do dia 23 de fevereiro de 2011**.

As **vendas nos shopping centers da Multiplan** continuaram apresentando forte crescimento em **janeiro e fevereiro de 2011, de 13,5% e 17,9%** em relação a 2010, respectivamente.

Variação 2010/2009				
Vendas (Shopping Centers)	Receita de Locação	NOI Ajustado	EBITDA	Lucro Líquido Ajustado
▲22,4%	▲15,5%	▲18,8%	▲15,2%	▲36,6%

☞ **Projetos entregues:** Três expansões nos shoppings Pátio Savassi, BH Shopping e ParkShoppingBarigüi foram entregues em 2010, **adicionando 18.625 m²** de ABL ao portfólio, e um Resultado Líquido Operacional (NOI) esperado de **R\$19,2 milhões** em 2011.

☞ **Aumento na participação:** A Multiplan **adquiriu participação de 25%** no **Shopping Santa Úrsula**, na cidade de Ribeirão Preto. A aquisição aumentou a participação da Multiplan de **37,5%** para **62,5%** na propriedade.

☞ As **Despesas de Sede (G&A)** em 2010 cresceram **modestos 5,6%**, levemente abaixo da inflação do ano de **5,9%**, conforme medido pelo IPCA, **reduzindo a relação G&A/Receita Líquida** de **18,3%** em 2009 para **15,4%** em 2010. No 4T10, o G&A caiu **11,5%**, para **R\$23,0 milhões**, e a relação G&A/Receita Líquida de **16,4%** no 4T09 para **12,9%** no 4T10.

☞ O **EBITDA** em 2010 foi de **R\$350,2 milhões**, um crescimento de **15,2%** em relação a 2009, com uma **margem de 57,9%**. O EBITDA no 4T10 foi de **R\$111,0 milhões**. A margem EBITDA subiu **2,5 pontos percentuais** para **62,2%** em comparação com a margem do 4T09, o que pode ser explicado principalmente pela significativa redução nas despesas de sede no trimestre, tanto em termos absolutos quanto em relação à Receita Líquida.

☞ O **Lucro Líquido Ajustado** cresceu **36,6%** em 2010, chegando a **R\$323,5 milhões**, e **13,4%** no 4T10, somando **R\$93,1 milhões**. O **Fluxo de Caixa Operacional Ajustado (AFFO)** aumentou **35,1%**, alcançando **R\$368,2 milhões** em 2010, e **15,7%** no 4T10, para **R\$106,0 milhões**.

☞ Os **dividendos** a serem submetidos para a aprovação dos acionistas na Assembléia Geral são de **R\$102,9 milhões**, equivalentes a **50,0%** do lucro líquido da Multiplan Empreendimentos Imobiliários S.A. em 2010, líquido de reservas legais.

Mensagem do Presidente

Prezados investidores,

O ano que se encerrou foi repleto de êxitos e boa parte desse sucesso deveu-se à forte demanda interna e da nossa capacidade de atendê-la, seja pelo espírito empreendedor que nos leva ao desenvolvimento contínuo de nossas propriedades, seja pela qualidade que tem marcado os negócios da Empresa. Exemplo disso são as vendas nos 13 shoppings da Companhia que, juntos, somaram R\$7,5 bilhões em 2010, um crescimento de 22,4% em relação a 2009. É importante ressaltar que todos os nossos empreendimentos apresentaram crescimento nas vendas de dois dígitos em 2010 em relação ao ano anterior.

Entre os excelentes resultados alcançados em 2010, destacamos o lucro líquido de R\$218 milhões que cresceu 23%, e o aumento de 15% do EBITDA, que atingiu a marca de R\$350 milhões no ano. Os números demonstram a solidez financeira da companhia e sinalizam que o sucesso é fruto de um trabalho bem feito. O segredo do sucesso é fazer bem-feito. É essa a filosofia que tem norteado a Multiplan ao longo de sua história.

Diante de um cenário favorecido pela sólida atividade econômica, a Multiplan fechou 2010 com importante número de empreendimentos em desenvolvimento, e vive um momento único na sua existência. Ao todo, são cinco shopping centers em desenvolvimento: dois em São Paulo, dois no Rio de Janeiro e um em Maceió, Alagoas. Também estamos erguendo quatro empreendimentos comerciais no entorno dos nossos shopping centers, nas cidades de Porto Alegre, Ribeirão Preto, Brasília e São Paulo. Ainda em fevereiro de 2011, tivemos a oportunidade de anunciar o nosso quinto empreendimento comercial - e o terceiro para locação; o Morumbi Corporate. Serão duas torres de escritórios localizadas ao lado do MorumbiShopping, em São Paulo. Com esses projetos fortalecemos cada vez mais a estratégia de desenvolver complexos multiuso.

Importante também foi a entrega de três expansões na segunda metade de 2010, no BH Shopping e Pátio Savassi, em Belo Horizonte e ParkShoppingBarigüi, em Curitiba. As novas áreas já contribuem para o crescimento das vendas e para o desenvolvimento da economia das cidades onde estes shopping centers estão localizados. Como prestadores de serviços à sociedade e realizadores de sonhos de consumo dos nossos clientes, estamos permanentemente inovando e investindo em tudo o que há de melhor para os nossos empreendimentos.

Para fortalecer o crescimento da Multiplan em seus ativos, foram dados outros passos importantes como o aumento de 25% na participação da Multiplan, ainda em 2010, no Shopping Santa Úrsula, em Ribeirão Preto (SP), ampliada de 37,5% para 62,5%. Aumentamos, também, a participação no Pátio Savassi, de 80,9% para 96,5%. Com essa aquisição, a Multiplan aumentou a área bruta locável própria para 371,6 mil m², ampliando para 67,3% a participação média em seu portfólio de shopping centers. Não podemos deixar de mencionar a implementação de uma plataforma de informações integradas, SAP, interconectando todos os nossos shopping centers, resultado de um trabalho iniciado em 2008. O sistema é uma ferramenta de gestão que vai assegurar mais flexibilidade, rapidez e qualidade no acesso e gerenciamento dos dados das operações.

Com uma atuação pautada pela visão de longo prazo, a Multiplan também tem investido no fortalecimento de uma gestão focada na sustentabilidade. Nesse sentido, tem buscado ampliar o diálogo com a sociedade e apoiado demandas das comunidades por meio de ações de responsabilidade social corporativa, tais como patrocínios culturais, projetos educacionais, campanhas, entre outras ações de cunho social.

Estamos otimistas em relação ao potencial do varejo brasileiro e aos fundamentos macroeconômicos que seguem fortalecendo a confiança em um futuro próspero. Assim, pretendemos continuar investindo e contribuindo para o desenvolvimento do País, a partir da geração de empregos e da criação de novos espaços para a expansão do comércio e dos serviços.

Por todos os excelentes resultados alcançados em 2010 e ao longo da nossa sólida trajetória, reforçamos os agradecimentos aos nossos colaboradores pelo comprometimento e dedicação, bem como aos nossos acionistas e clientes pela confiança nos nossos negócios.

Obrigado a todos.

José Isaac Peres
Presidente

Visão Geral

A Multiplan Empreendimentos Imobiliários S.A é a maior empresa de shopping centers do Brasil em termos de receitas. Fundada como uma empresa *full service*, responsável pelo planejamento, desenvolvimento, propriedade e administração de um dos maiores e melhores portfólios de shopping centers, 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 de 2010, a Multiplan detinha – com uma média de participação de 67,3% – e administrava 13 shopping centers com ABL total de 551.830m², 3.600 lojas e tráfego anual de consumidores estimado em 159 milhões.

Índice

01. Demonstração de Resultados.....	5
02. Novos Princípios Contábeis.....	6
03. Desenvolvimento de Projetos	8
04. Indicadores Operacionais	16
05. Receita Bruta	19
06. Resultados da Participação em Shopping Centers.....	20
07. Resultados da Administração de Shopping Centers.....	25
08. Resultados do Desenvolvimento de Shopping Centers.....	26
09. Resultados dos Empreendimentos Imobiliários – Torres Comerciais.....	28
10. Resultados Financeiros	29
11. Portfolio.....	34
12. Estrutura Societária	35
13. Mercado de Capitais.....	36
14. Anexos.....	38

1. Demonstração de Resultados

(R\$ '000)	4T10	4T09	Var. %	2010	2009	Var. %
Receita de locação de lojas	138.075	117.533	▲17,5%	416.114	360.180	▲15,5%
Receita de serviços	18.793	17.870	▲5,2%	72.926	73.372	▼0,6%
Receita de cessão de direitos	9.328	7.680	▲21,5%	35.241	26.990	▲30,6%
Receita de estacionamento	21.179	17.752	▲19,3%	69.504	54.959	▲26,5%
Receita de venda de imóveis	26.453	7.102	▲272,5%	61.428	11.869	▲417,5%
Apropriação de receita de aluguel linear	(18.658)	6.000	n.d.	5.104	6.000	▼14,9%
Outras receitas	167	308	▼45,8%	2.307	998	▲131,2%
Receita Bruta	195.337	174.245	▲12,1%	662.624	534.368	▲24,0%
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços prestados	(16.949)	(16.148)	▲5,0%	(58.249)	(51.634)	▲12,8%
Receita Líquida	178.388	158.097	▲12,8%	604.375	482.734	▲25,2%
Despesas de sede	(22.962)	(25.945)	▼11,5%	(93.098)	(88.182)	▲5,6%
Despesas de remuneração baseadas em opções de ações	(1.749)	(1.047)	▲67,0%	(5.675)	(3.415)	▲66,2%
Despesas de shopping centers	(19.313)	(15.612)	▲23,7%	(65.883)	(61.778)	▲6,6%
Despesas com novos projetos para locação	(8.882)	(11.445)	▼22,4%	(39.074)	(18.187)	▲114,8%
Despesas com novos projetos para venda	(2.796)	(770)	▲263,1%	(4.362)	(1.085)	▲302,0%
Custo de imóveis vendidos	(12.498)	(4.527)	▲176,1%	(32.295)	(8.539)	▲278,2%
Resultado de equivalência patrimonial	(337)	(4.576)	▼92,6%	(3.511)	(20.031)	▼82,5%
Outras receitas (despesas) operacionais	1.119	258	▲333,7%	(10.282)	22.438	n.d.
EBITDA	110.970	94.433	▲17,5%	350.195	303.955	▲15,2%
Receitas financeiras	22.214	19.964	▲11,3%	89.122	36.274	▲145,7%
Despesas financeiras	(13.600)	(11.183)	▲21,6%	(45.579)	(41.388)	▲10,1%
Depreciações e amortizações	(12.862)	(9.549)	▲34,7%	(44.613)	(35.753)	▲24,8%
Lucro Antes do Imposto de Renda	106.722	93.665	▲13,9%	349.125	263.088	▲32,7%
Imposto de renda e contribuição social	(10.382)	(11.982)	▼13,4%	(14.972)	(26.284)	▼43,0%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(20.746)	(50.815)	▼59,2%	(105.155)	(73.476)	▲43,1%
Participação dos acionistas minoritários	(3.246)	377	n.d.	(10.615)	11	n.d.
Lucro Líquido	72.348	31.245	▲131,6%	218.383	163.339	▲33,7%

(R\$ '000)	4T10	4T09	Var. %	2010	2009	Var. %
EBITDA	110.970	94.433	▲17,5%	350.195	303.955	▲15,2%
<i>Margem EBITDA</i>	<i>62,2%</i>	<i>59,7%</i>	<i>▲248 b.p</i>	<i>57,9%</i>	<i>63,0%</i>	<i>▼502 b.p</i>
Lucro Líquido Ajustado	93.094	82.060	▲13,4%	323.538	236.815	▲36,6%
<i>Margem Líquida ajustada</i>	<i>52,2%</i>	<i>51,9%</i>	<i>▲28 b.p</i>	<i>53,5%</i>	<i>49,1%</i>	<i>▲448 b.p</i>
FFO Ajustado	105.956	91.609	▲15,7%	368.151	272.568	▲35,1%
<i>Margem FFO ajustada</i>	<i>59,4%</i>	<i>57,9%</i>	<i>▲145 b.p</i>	<i>60,9%</i>	<i>56,5%</i>	<i>▲445 b.p</i>
NOI - sem efeito da linearidade	139.941	119.673	▲16,9%	419.735	353.361	▲18,8%
<i>Margem NOI sem efeito da linearidade</i>	<i>87,9%</i>	<i>88,5%</i>	<i>▼59 b.p</i>	<i>86,4%</i>	<i>85,1%</i>	<i>▲131 b.p</i>
NOI - com efeito da linearidade	121.283	125.673	▼3,5%	424.839	359.361	▲18,2%
<i>Margem NOI com efeito da linearidade</i>	<i>86,3%</i>	<i>88,9%</i>	<i>▼269 b.p</i>	<i>86,6%</i>	<i>85,3%</i>	<i>▲124 b.p</i>

2. Novos Princípios Contábeis

Adoção inicial de todos os CPCs

Em todos os períodos anteriores, incluindo 2009, a Companhia preparou suas demonstrações financeiras de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil (BRGAAP). As demonstrações financeiras de 2010 são as primeiras preparadas de acordo com todos os pronunciamentos do Comitê de Pronunciamentos Contábeis - CPC. Para as presentes demonstrações financeiras, o saldo de abertura considerado foi o de 1º de janeiro de 2009, data da transição para os CPCs. Abaixo estão descritos os principais ajustes e reclassificações decorrentes dos novos pronunciamentos contábeis que afetaram as demonstrações financeiras da Companhia:

OCPC 04 - Contrato de Construção do Setor Imobiliário

A OCPC 04 aborda, entre outros aspectos, a contabilização das receitas e dos correspondentes custos das entidades que realizam a incorporação e/ou construção de imóveis diretamente ou por meio de subempreiteiras. A Companhia adota como prática contábil o reconhecimento das receitas e correspondentes custos das operações de incorporação imobiliária com base no percentual de evolução das obras. Segundo o disposto no OCPC 04, um contrato de construção de um imóvel pode ser enquadrar no CPC 17 (contratos de construção) ou no CPC 30 (receitas).

Caso o contrato se enquadre no CPC 17, o reconhecimento do resultado ocorrerá de acordo com o andamento da obra. Assumindo a hipótese de enquadramento no CPC 30, a discussão se desloca para a questão da transferência de controle, riscos e benefícios significativos de forma contínua ou em um único evento (“entrega da chave”). Caso a transferência seja feita de forma contínua, o resultado deverá ser reconhecido de acordo com a evolução da obra. Caso contrário, o reconhecimento do resultado ocorrerá somente na entrega das chaves.

A Companhia realizou uma análise rigorosa dos seus contratos e verificou que a transferência do controle, dos riscos e dos benefícios ocorre ao longo da obra. Sendo assim, o resultado da sua atividade imobiliária é reconhecido com base no percentual de evolução da obra.

CPC 23 - Políticas Contábeis, Mudança de Estimativa e Retificação de Erro

A Companhia (i) baixou integralmente o saldo do ativo diferido no balanço de abertura, de 1 de janeiro de 2009, com o consequente impacto da reversão nas despesas de amortização em 2010 e 2009, líquido do impacto dos impostos diferidos (anteriormente, a Companhia optou por manter as despesas diferidas capitalizadas nos balanços anteriores a 31 de dezembro de 2008, conforme permitido pela Lei número 11.941/09); e (ii) reverteu os dividendos no passivo em 31 de dezembro de 2008, classificando em uma conta específica de reserva no patrimônio líquido.

CPC 26 - Apresentação das Demonstrações Contábeis

A Companhia reclassificou (i) o saldo de impostos diferidos não-circulante no ativo, e (ii) a participação dos minoritários para o patrimônio líquido como participação de não controladores.

ICPC 08 - Contabilização da Proposta de Pagamento de Dividendos

Esta interpretação esclarece que a declaração de dividendos excedentes ao mínimo obrigatório, após o período contábil a que se referem as demonstrações contábeis, não devem ser reconhecidos como passivo, em virtude de não atenderem aos critérios de obrigação presente na data das demonstrações contábeis como definido no pronunciamento Técnico CPC 25 - Provisões, Passivos Contingentes e Ativos.

CPC 28 - Propriedade para Investimento

O CPC 28 aborda os procedimentos a serem aplicados no reconhecimento, mensuração e divulgação de Propriedades para Investimentos.

Os shopping centers em operação, os projetos futuros de shopping centers, as expansões de shopping centers, e os edifícios comerciais para locação possuem a natureza de Propriedades para Investimento, e, portanto, são mensurados (i) ao seu valor justo dos ativos, com a variação do valor justo afetando a demonstração de resultados, ou alternativamente, (ii) ao seu valor de custo, com a divulgação dos respectivos valores justos. A Companhia optou pela segunda alternativa, mantendo os ativos ao valor de custo, e divulgando seu valor justo, sem nenhum impacto financeiro nas suas demonstrações financeiras. Os ativos destinados a administração foram mantidos como ativo imobilizado.

A Multiplan avaliou internamente suas Propriedades para Investimento a Valor Justo seguindo a metodologia de Fluxo de Caixa Descontado (DCF). A Companhia calculou o Valor Presente dos fluxos de caixa futuros utilizando uma taxa de desconto seguindo o Modelo CAPM (Capital Asset Pricing Model). Foram consideradas premissas de risco e retorno com base em (i) estudos realizados por "Aswath Damodaran" (professor da New York University), (ii) de desempenho do mercado acionário de administradoras de shopping centers brasileiras de capital aberto (Beta Ajustado), além de (iii) perspectivas de mercado (Relatório Focus do Banco Central) e (iv) dados sobre o prêmio de risco do mercado nacional (Risco País). Baseado nestas premissas a Companhia estimou uma taxa de desconto nominal desalavancada de 13,0% para 31 de dezembro de 2010 e 13,4% para 31 de dezembro de 2009.

Custo de capital próprio	2010	2009
Taxa Livre de Risco (Risk Free Rate)	3,7%	3,7%
Prêmio de risco de mercado	5,7%	5,6%
Beta ajustado	0,72	0,69
Risco país	202	304
Custo de capital próprio - US\$ nominal	9,8%	10,6%
Premissas de inflação		
Inflação (BR)	5,3%	4,5%
Inflação (USA)	2,3%	1,9%
Custo de capital próprio – R\$ nominal	13,0%	13,4%

Os fluxos de caixa consolidados futuros foram estimados com base nos fluxos de caixa individuais dos shopping centers e torres comerciais incluindo o (i) Resultado Líquido Operacional (NOI), (ii) Cessão de Direito Recorrente (baseado somente na troca de mix, exceto nos projetos em desenvolvimento), (iii) Receita de Serviços dos shoppings (dada a posição de controle da Companhia em suas propriedades), (iv) Impostos sobre Receitas e (v) investimentos em revitalização e em obras em andamento. Para o cálculo da perpetuidade foi considerada uma taxa de crescimento real de 2,0% para shoppings e 0,0% para torres comerciais.

A Companhia categorizou suas propriedades para investimento de acordo com o seu status e utilizou uma taxa de desconto superior para projetos que não se encontram em operação. À taxa de desconto nominal dos projetos em desenvolvimento para locação anunciados e não anunciados (composto somente de expansões em 2010) foi adicionada 100 pontos base, elevando-a para 14,0% em 2010 e para 14,4% em 2009. Abaixo segue uma tabela com a descrição do valor identificado para cada categoria de propriedades e apresentado o valor dos ativos na participação da Companhia e como um todo (100%):

Avaliação de Propriedades para Investimento	2010		2009	
	Companhia	100%	Companhia	100%
Shopping Centers em Operação	R\$ 9.690 M	R\$ 15.047 M	R\$ 6.931 M	R\$ 11.033 M
Projetos em desenvolvimento (anunciados)	R\$ 1.836 M	R\$ 1.951 M	R\$ 947 M	R\$ 1.036 M
Projetos em desenvolvimento (não anunciados)	R\$ 760 M	R\$ 858 M	R\$ 660 M	R\$ 681 M
Total	R\$ 12.286 M	R\$ 17.856 M	R\$ 8.538 M	R\$ 12.750 M

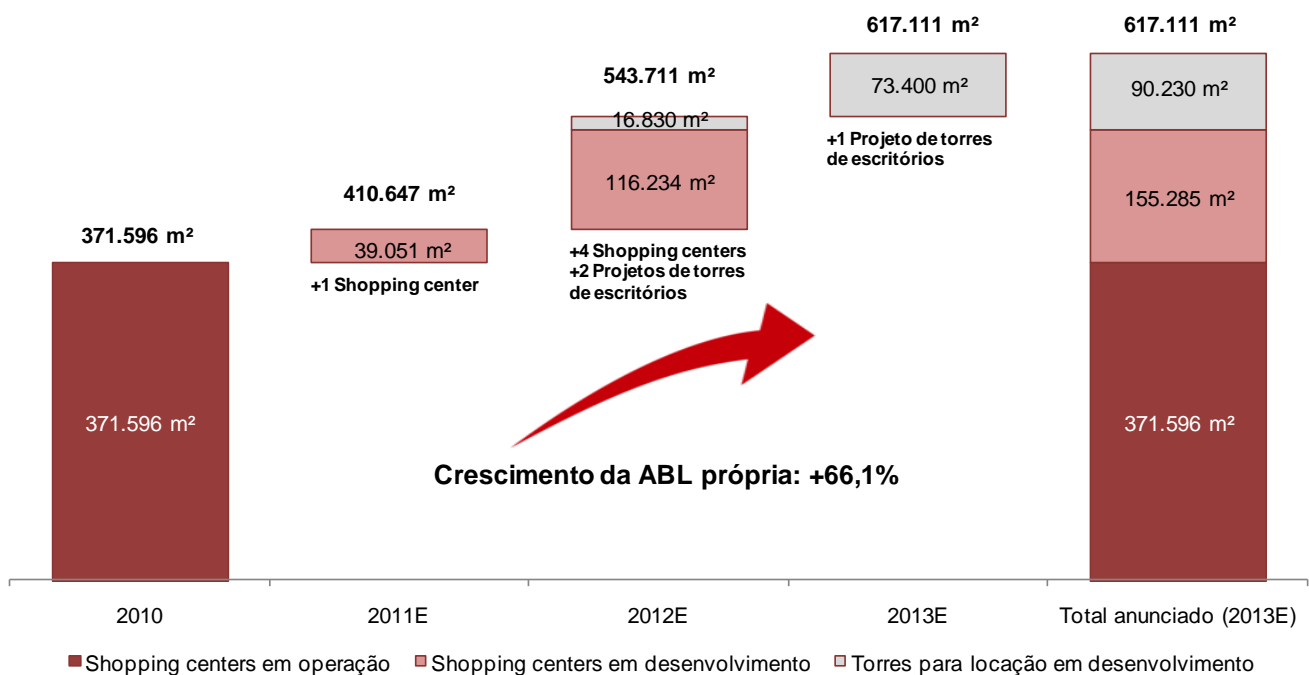
3. Desenvolvimento de Projetos

2010: Novos projetos lançados, CAPEX forte, sucesso na locação e liderança consistente

A Multiplan encerrou 2010 com nove projetos em desenvolvimento, se incluído o novo projeto imobiliário comercial em São Paulo de fevereiro de 2011, a Companhia teria atualmente dez projetos em andamento: cinco shopping centers greenfields e cinco torres comerciais, das quais três serão para locação.

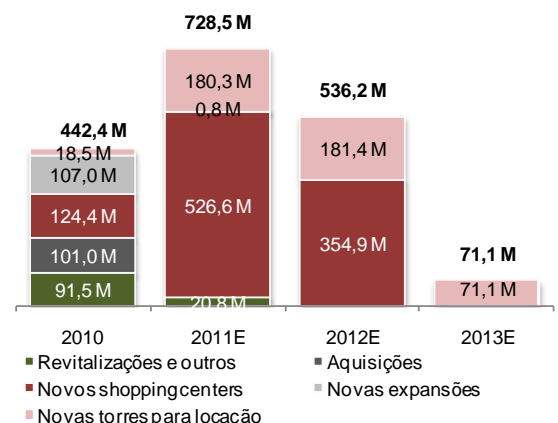
Uma torre comercial e um shopping center tem entrega prevista para 2011. Um ano depois, quatro shopping centers e três torres comerciais serão inauguradas. O projeto de torres comerciais restante tem entrega prevista para 2013. O total de investimentos estimado, desconsiderando despesas com projetos, é de R\$1,3 bilhão, e a ABL própria atual deve aumentar 66,1%, alcançando 617,1 mil m² em 2013, sem incluir projetos futuros a serem anunciados.

Crescimento de ABL própria esperado entre 2010 - 2013



CAPEX (R\$'000)	4T10	2010	2011E	2012E	2013E
Novos shopping centers	40.556	124.361	526.618	354.854	-
Expansões	25.046	107.017	805	-	-
Novas torres para locação	4.684	18.467	180.303	181.364	71.077
Revitalizações e outros	23.698	91.525	20.818	n.d.	n.d.
Aquisições	45.020	101.007	n.d.	n.d.	n.d.
Subtotal	139.014	442.337	728.544	536.217	71.077
Reclassificação de ativo*	106.547	106.508	-	-	-
Total	245.560	548.885	728.544	536.217	71.077

* Custos com terreno e permissões para construção no entorno do Morumbi Shopping foram reclassificados de 'Terrenos e imóveis a comercializar' para 'Propriedades para Investimento'.

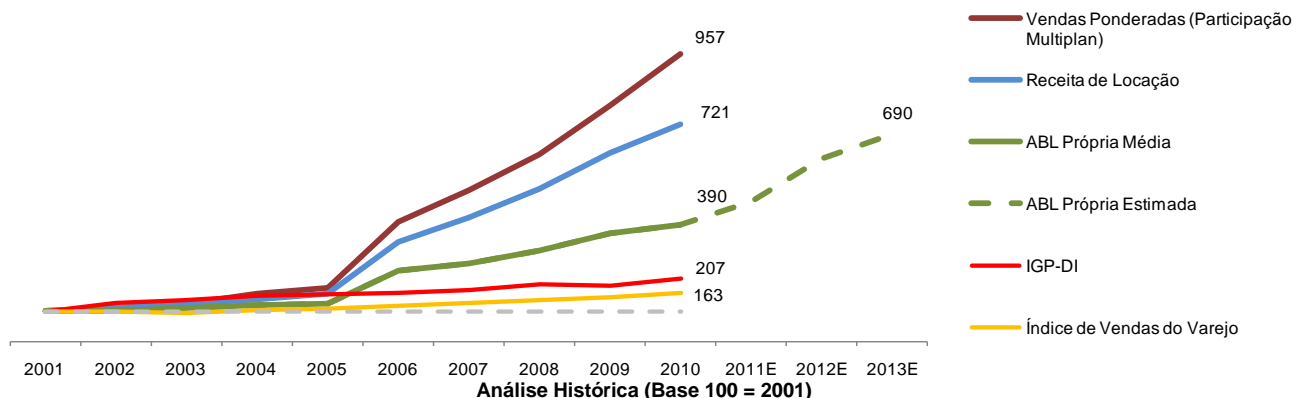


Abertura do Capex previsto – 2010 a 2013
 Não inclui despesas com novos projetos

Investimento anunciado – 2010 a 2013
 Não inclui despesas com novos projetos e reclassificação

Crescimento sólido, perspectiva positiva

O gráfico abaixo apresenta as vendas (ajustadas à participação da Multiplan), receita de locação, ABL própria média, IGP-DI e índice de vendas do varejo nacional, para analisar o desempenho da Companhia. É importante destacar que a receita de locação alcançou 721 p.b (Base = 2001) em 2010, enquanto o crescimento das vendas ultrapassou essa marca, alcançando 957 p.b no mesmo período. Essa diferença explica parcialmente o ambiente saudável em que operam os shopping centers da Multiplan, também confirmado pela baixa inadimplência registrada neles (para mais informações, vide página 18). Considerando os projetos já anunciados, a ABL própria média da Multiplan deverá ter forte expansão nos próximos anos, como representado no gráfico abaixo.



3.1 Greenfields de Shopping Centers

Cinco greenfields prontos para entrega em dois anos

A Multiplan lançou cinco novos shopping centers dos quais quatro já estão em construção e o quinto deve começar em breve. O ParkShoppingSãoCaetano, o JundiaíShopping (ambos no estado de São Paulo), o VillageMall e o ParkShopping Campo Grande (ambos na cidade do Rio de Janeiro) são projetos em construção e as obras devem ser concluídas conforme o programado. O projeto para o nordeste do Brasil, Shopping Maceió (Alagoas), deve começar nos próximos meses. Os quatro primeiros shopping centers encontram-se na fase de locação e já atingiram um alto percentual de contratos de locação assinados (65%), confirmando o sucesso destes projetos.

Esses cinco projetos adicionarão 177,4 mil m² de ABL e espera-se que gerem, no primeiro e no terceiro ano, um Resultado Operacional Líquido (NOI) de R\$127,7 milhões e R\$163,2 milhões, respectivamente, e que a Cessão de Direitos gerada por esses shoppings chegue à marca dos R\$150,1 milhões.



Projeto	Abertura	ABL (100%)	%Mult.	CAPEX ¹	Participação da Multiplan (R\$' 000)				
					CAPEX Investido	Cessão de Direitos	NOI 1o ano	NOI 3o ano	
1 ParkShoppingSãoCaetano	Nov/11	39.051 m ²	100,0%	250.325	43%	33.095	34.323	46.158	
2 JundiaíShopping	Out/12	34.927 m ²	100,0%	272.049	22%	25.356	27.401	34.145	
3 VillageMall	Nov/12	25.581 m ²	100,0%	410.000	35%	39.204	39.117	44.975	
4 ParkShopping Campo Grande ²	Nov/12	41.991 m ²	100,0%	215.469	8%	43.226	19.710	27.586	
5 Shopping Maceió	Dez/12	35.868 m ²	50,0%	90.994	5%	9.257	7.119	10.293	
Total		177.419 m²	89,9%	1.238.837	27%	150.138	127.671	163.157	

¹ Considera somente a primeira fase do projeto. Inclui 'despesas com novos projetos'.

² A Multiplan terá 90% de participação no resultado líquido operacional após a abertura.

Investimentos altos, locação recorde!

O percentual de lojas locadas evoluiu rapidamente nos últimos trimestres atingindo o patamar de 65% nos quatro projetos em locação (523 lojas de um total de 809), em fevereiro de 2011.

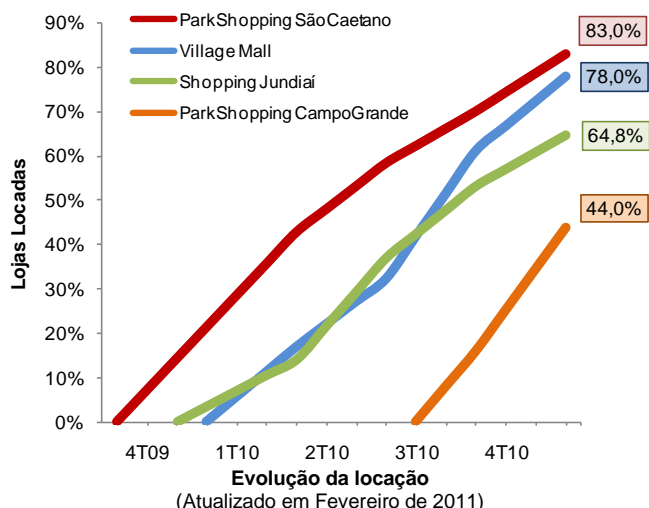


Evolução da locação
(Referência: Fevereiro de 2011)

A bem-sucedida iniciativa de locação é consequência da expansão do varejo no Brasil, associada ao reconhecimento do forte nome da Multiplan como desenvolvedora e administradora de shopping centers e à efetiva campanha de marketing para cada um dos projetos.

O mix de lojas é a prioridade!

A qualidade é mais importante que a velocidade quando o assunto é locação. Como os shoppings da Multiplan são construídos para durar e produzir o maior retorno possível, o esforço para atrair os melhores lojistas para o mix planejado é extremamente importante. Em 2010, a combinação de campanhas de marketing e divulgação de marca levou aos resultados esperados ao atrair o interesse de lojistas adequados nos projetos e mitigar os riscos de novos desenvolvimentos em sua fase inicial.



Campanhas de marketing para os quatro projetos atualmente em fase de locação



Despesas com novos projetos para locação vs. Cessão de direitos assinada

Despesas de novos projetos para locação de R\$39 milhões geraram R\$87 milhões em cessão de direitos

Em 2010, a empresa teve despesas de R\$39,1 milhões com novos projetos para locação, que resultou na assinatura de R\$87,0 milhões em contratos de cessão de direitos. Com um novo recorde, a cessão de direitos assinada no 4T10 foi de R\$34,5 milhões, quase igualando ao total das despesas com novos projetos para locação do ano (88,4%).

3.1.1 Descrição dos projetos

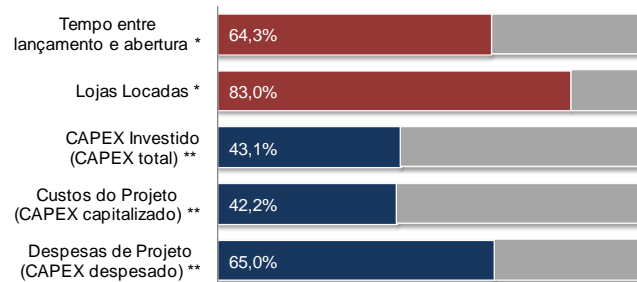
ParkShoppingSãoCaetano

Status: Em construção

Mais de 80% das lojas do ParkShoppingSãoCaetano foram alugadas em menos de 70% do tempo entre o anúncio e a inauguração prevista. Em construção desde março de 2010, as obras estão dentro do planejado e 42,2% dos custos já foram desembolsados. O projeto tem entrega prevista para novembro de 2011.



Foto da Construção



Ritmo de locação e Capex investido
(Referência: * fevereiro de 2011 e ** dezembro de 2010)

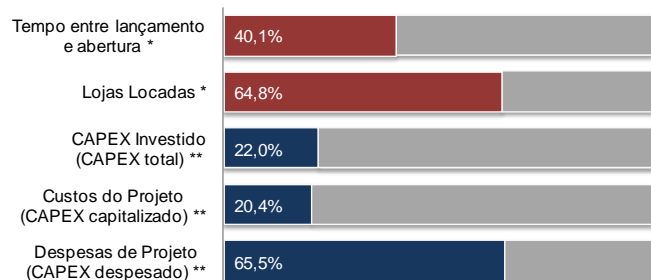
JundiaíShopping

Status: Em construção

Localizado na cidade de Jundiaí, a 60 km de distância de São Paulo, a construção começou em outubro de 2010 e a inauguração está prevista para outubro de 2012. O projeto mostrou um ritmo de locação acelerado, com 64,8% das lojas alugadas em 40,1% do tempo decorrido entre o anúncio e a inauguração prevista. A Empresa já desembolsou 20,4% do seu custo, que está sendo registrado como propriedades para investimento, e 65,5% das despesas com projeto, que já foram contabilizadas nas demonstrações financeiras.



Foto da Construção



Ritmo de locação e Capex investido
(Referência: * fevereiro de 2011 e ** dezembro de 2010)

VillageMall

Status: *Em construção*

Com a crescente demanda por lojas no VillageMall, alinhada à grande expectativa que a companhia deposita no projeto, foram realizadas, neste trimestre, alterações no projeto original. O objetivo é trazer aos futuros lojistas e clientes do shopping center uma maior infra-estrutura e comodidade com a construção de um novo pavimento subterrâneo de estacionamento VIP que adicionará aproximadamente 440 vagas ao shopping center, que passará a ter 1.770 vagas no total.

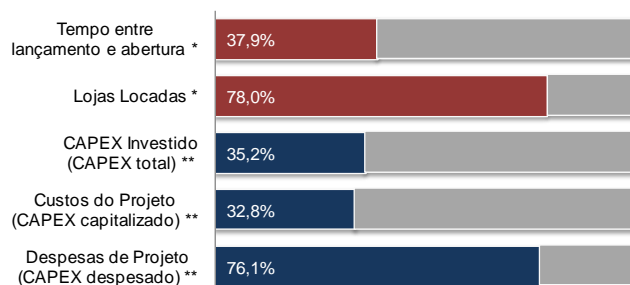
Para essa expansão de 33% no número de vagas, a Multiplan planeja investir no empreendimento mais R\$40,5 milhões. A companhia estima investimentos totais de R\$410,0 milhões no projeto, valor já atualizado, refletindo a inflação no período.

Estas variações no CAPEX, no entanto, não devem ter um forte impacto na rentabilidade do empreendimento, em virtude das adições de receita provenientes das novas vagas em conjunto com a assinatura de novos contratos de locação acima do planejado no 4T10. Estas mudanças elevaram em 8,1% o NOI esperado para o terceiro ano de operação, apresentando um NOI Yield estimado para o mesmo ano de 12,0%.

Lançado em fevereiro 2010, as obras começaram em outubro do mesmo ano. Em fevereiro de 2011 o projeto atingiu a marca de 78% das lojas alugadas. O shopping center já investiu 76,1% das despesas de projeto previstas para a fase de locação, principalmente com iniciativas de marketing para impulsionar o ritmo do locação inicial. O VillageMall tem entrega prevista para novembro de 2012.



Foto do Local da Obra



Ritmo de locação e Capex investido
 (Referência: * fevereiro de 2011 e ** dezembro de 2010)

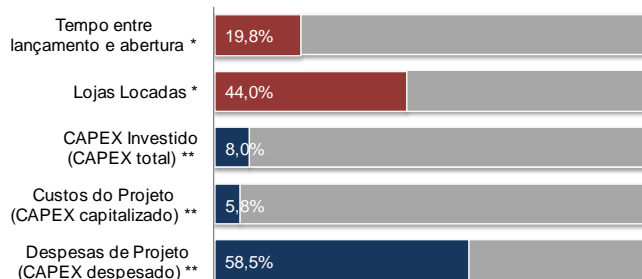
ParkShopping Campo Grande

Status: *Em construção*

Anunciado em setembro de 2010, o projeto inicia as obras de construção em março de 2011. Com 44% das 276 lojas já alugadas em 5 meses, o ParkShopping Campo Grande tem sua inauguração prevista para novembro de 2012.



Ilustração do projeto



Ritmo de locação e Capex investido
 (Referência: * fevereiro de 2011 e ** dezembro de 2010)

3.2 Desenvolvimento de Torres Comerciais

Torres comerciais para locação e para venda: um novo projeto anunciado, um prestes a ser entregue

Parte da estratégia da Multiplan consiste em comprar terrenos para o desenvolvimento de seus shopping centers, visando também desenvolver projetos como prédios comerciais e residenciais na área ao redor do empreendimento. Esses projetos são normalmente para venda e aproveitam a valorização da área do entorno conforme o shopping center se desenvolve e amadurece. Mais recentemente, como resultado de mudanças importantes no mercado, a Multiplan identificou novas oportunidades para desenvolver projetos para locação em algumas das maiores cidades brasileiras, particularmente para torres comerciais. Esses nichos de mercado estão localizados principalmente nas cidades de São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília.

3.2.1 Torres Comerciais para venda

A Multiplan tem duas torres comerciais para venda em construção, uma com 93% de suas unidades vendidas, a Cristal Tower, em Porto Alegre, e outra com 100% de suas unidades vendidas, a torre Centro Profissional RibeirãoShopping, em Ribeirão Preto.

Imobiliário comercial para venda				
Projeto	Abertura	Participação	Área	VGV * (R\$' 000)
Cristal Tower	Mai-11	100%	11.915 m ²	70.000
Centro Profissional RBS	Dez-12	100%	12.563 m ²	75.040
Total		100%	24.478 m²	145.040

* Valor geral de vendas



Centro Profissional RibeirãoShopping
 Ilustração (acima) e construção (abaixo)



Cristal Tower, em Porto Alegre
 Ilustração (acima) e construção (abaixo)

3.2.2 Torres Comerciais para locação

Existem três outros projetos – em Brasília e em São Paulo – para locação: uma torre em frente ao MorumbiShopping, o Morumbi Business Center, duas outras torres comerciais no lado oposto do mesmo shopping center, o Morumbi Corporate, e duas no ParkShopping, ParkShopping Corporate, na capital do Brasil, Brasília.

Imobiliário comercial para locação				
Projeto	Abertura	Participação	ABL	CAPEX (R\$' 000)
Morumbi Business Center	Jan-12	100%	10.150 m ²	74.000
ParkShopping Corporate	Nov-12	50%	13.360 m ²	39.800
Morumbi Corporate	Set-13	100%	73.400 m ²	444.132
Total		93,1%	96.910 m²	557.932

Enquanto o Morumbi Corporate foi lançado recentemente, o Morumbi Business Center já está em seu quarto pavimento e deve estar pronto para a entrega em menos de um ano.



Perspectiva do Morumbi Business Center



Perspectiva do Morumbi Corporate



Morumbi Business Center –
Construção



Perspectiva do ParkShopping Corporate

3.3 Expansões de Shopping Centers

Três expansões entregues – e outras a caminho

O quarto trimestre também teve a entrega de três expansões com ABL total adicionada de 18,6 mil m². A maior das três foi no BH Shopping, em Belo Horizonte. Com ABL total de 10.707 m², um quarto pavimento inteiro foi adicionado ao shopping center. A segunda maior expansão foi inaugurada no ParkShoppingBarigüi, em Curitiba, com ABL nova de 6.883 m². Finalmente, o Pátio Savassi, também em Belo Horizonte, um shopping center no qual a Multiplan recentemente aumentou sua participação para 96,5%, entregou sua primeira expansão desde a aquisição, um terceiro pavimento com 935 m².

A companhia espera um NOI de R\$19,2 milhões em sua participação no primeiro ano de operação das expansões recentemente inauguradas (2011). A Multiplan continuará a usar as expansões de seus shoppings existentes como estratégia importante não apenas para aumentar a ABL, mas também para melhorar ainda mais os retornos.



Expansões entregues em 2010 (da esquerda para direita): no BH Shopping, ParkShoppingBarigüi e Pátio Savassi.

3.4 Banco de Terrenos

Impulsionando o crescimento futuro com mais de 500.000 m² de terrenos

A Multiplan é conhecida por desenvolver projetos multiuso que integram shopping centers com condomínios comerciais e residenciais. A aquisição de terrenos localizados próximos aos shopping centers é uma estratégia importante para a empresa e deve ser considerada ao estimar seu crescimento futuro. As áreas listadas na tabela abaixo (510 mil m²) estão no banco de terrenos da Multiplan por diferentes períodos e deverão ser usadas em projetos futuros. Cabe ressaltar que a área relacionada aos dez projetos em desenvolvimento pela empresa (cinco shopping centers e cinco torres comerciais, incluindo o recém-anunciado Morumbi Corporate) foram excluídos da lista abaixo.

Local	%	Tipo	Área do Terreno
BarraShoppingSul	100%	Residencial, Hotel	12.099 m ²
Campo Grande	90%	Residencial, Comercial	71.480 m ²
Maceió	50%	Residencial, Comercial, Hotel	140.000 m ²
Jundiaí	100%	Comercial	4.500 m ²
ParkShoppingBarigüi	84%	Apart-Hotel	843 m ²
ParkShoppingBarigüi	94%	Comercial	27.370 m ²
Pátio Savassi	96%	Comercial	2.606 m ²
RibeirãoShopping	100%	Residencial, Comercial, Centro Médico	195.875 m ²
São Caetano	100%	Comercial	24.948 m ²
ShoppingAnáliaFranco	36%	Residencial	29.800 m ²
Total	81%		509.521 m²

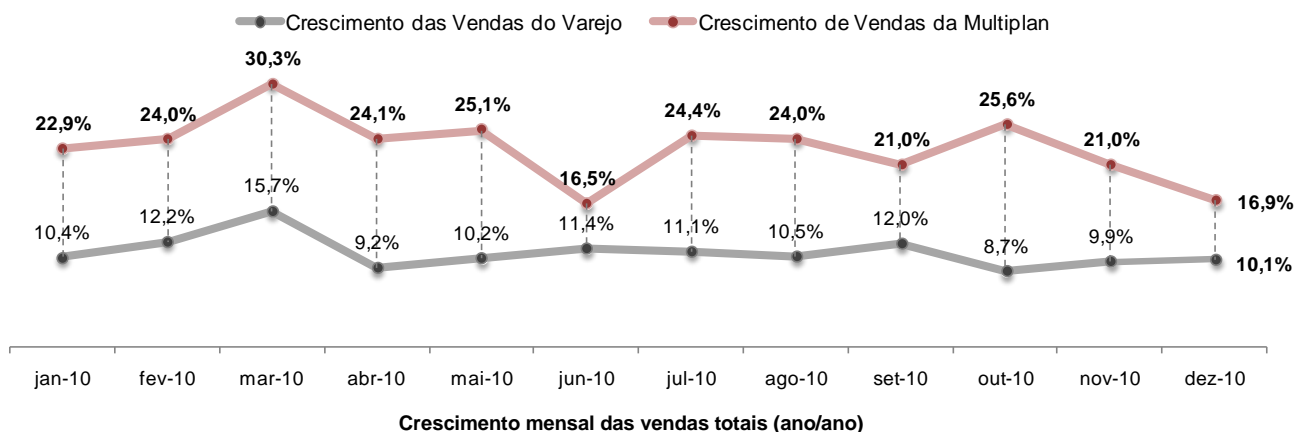
4. Indicadores Operacionais

4.1 Vendas dos Lojistas

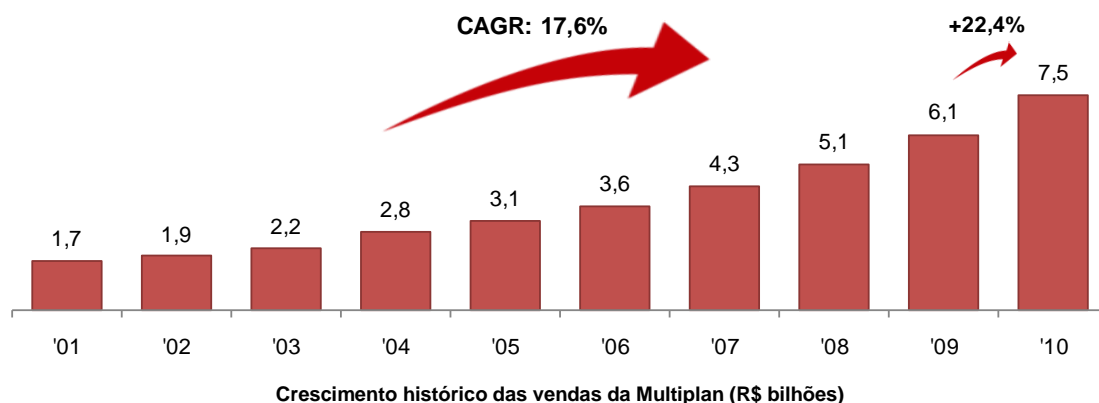
As vendas dos lojistas dos shopping centers da Multiplan apresentaram o maior aumento em seis anos: 22,4%

O varejo no Brasil teve um crescimento forte em 2010, de 10,9% quando comparado a 2009. Esse crescimento, de acordo com o IBGE, foi afetado positivamente pelo aumento do poder de compra, melhores condições de crédito para o consumidor e a menor taxa de desemprego registrada no país desde a série histórica iniciada em 2002.

Os lojistas dos shoppings da Multiplan tiveram o maior crescimento anual nas vendas nos últimos seis anos, 22,4%, duas vezes maior do que o forte crescimento de vendas no varejo, divulgada pelo IBGE. Mais uma vez, a combinação do aumento das vendas em shopping centers consolidados (confirmado pelo aumento das Vendas na Mesma Área) e das vendas geradas por áreas entregues ao longo do ano levaram a esse resultado. As três expansões inauguradas no segundo semestre de 2010 (no Pátio Savassi, ParkShoppingBarigüi e BH Shopping) e o Shopping Vila Olímpia, inaugurado em novembro de 2009, contribuíram com o crescimento das vendas em 2010. No quarto trimestre de 2010, as vendas aumentaram 20,1% em relação ao 4T09.



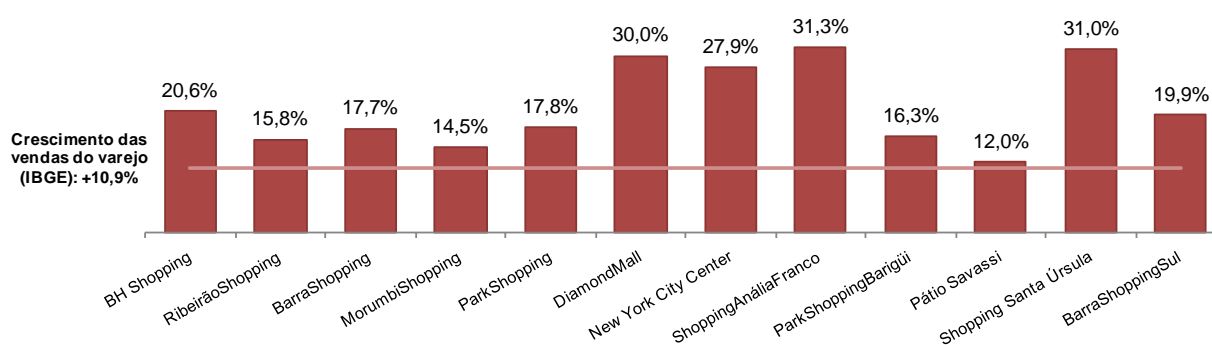
Todos os shopping centers do portfólio da Multiplan apresentaram crescimento das vendas de dois dígitos em 2010, Considerando-se a taxa de crescimento ponderada dos últimos dez anos, o portfólio apresentou crescimento de 17,6%, como apresentado abaixo.



Shopping centers inaugurados recentemente já demonstram forte melhora nas vendas

O Shopping Vila Olímpia, inaugurado em novembro de 2009, apresentou um forte crescimento nas vendas em dezembro de 2010, quando comparado a dezembro de 2009: 34,5%. O BarraShoppingSul, aberto em novembro de 2008, registrou vendas anuais 19,9% mais altas em seu segundo ano de operação (2010/2009).

Após importantes melhorias, o Shopping Santa Úrsula registrou vendas 31,0% mais altas em 2010, comparado a 2009. Localizado na mesma cidade, o RibeirãoShopping teve um crescimento de 15,8% nas vendas em 2010.



Crescimento das vendas dos shopping centers (2010/2009)

Shopping centers consolidados crescendo como os novos

Em operação há 31 anos e tendo aberto sua quinta expansão no final do 3T10, o BH Shopping apresentou vendas 20,6% maiores em 2010 em comparação ao ano anterior. Esse desempenho mostra que a companhia é capaz de agregar valor aos seus ativos já consolidados. Um efeito similar pode ser visto no Shopping Anália Franco, que inaugurou uma expansão no 3T09 e registrou um aumento de 31,3% nas vendas em 2010.

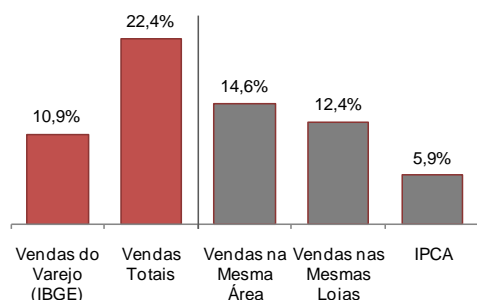
O BarraShopping e o DiamondMall, que completarão 30 e 15 anos de funcionamento em 2011, respectivamente, também apresentaram forte desempenho de vendas em 2010. O BarraShopping registrou um aumento de 17,7%, e o DiamondMall de 30,0%, sem a adição de novas expansões no período.

Vendas 100% (R\$ '000)						
Shopping Centers	4T10	4T09	Var. %	2010	2009	Var. %
BH Shopping	273.554	206.681	▲32,4%	766.250	635.203	20,6%
RibeirãoShopping	151.630	134.032	▲13,1%	477.448	412.146	15,8%
BarraShopping	434.730	372.359	▲16,8%	1.350.607	1.147.705	17,7%
MorumbiShopping	368.055	325.821	▲13,0%	1.148.926	1.003.088	14,5%
ParkShopping	247.583	220.702	▲12,2%	775.376	658.024	17,8%
DiamondMall	129.343	113.241	▲14,2%	431.528	331.972	30,0%
New York City Center	50.829	41.955	▲21,1%	178.513	139.539	27,9%
Shopping Anália Franco	229.041	189.277	▲21,0%	687.744	523.877	31,3%
ParkShoppingBarigüi	185.508	148.529	▲24,9%	541.103	465.390	16,3%
Pátio Savassi	88.330	81.432	▲8,5%	283.955	253.573	12,0%
Shopping Santa Úrsula	36.158	25.177	▲43,6%	109.792	83.822	31,0%
BarraShoppingSul	162.185	135.406	▲19,8%	510.281	425.442	19,9%
Shopping Vila Olímpia ¹	73.898	29.236	▲152,8%	214.401	29.236	633,3%
Total	2.430.844	2.023.848	▲20,1%	7.475.923	6.109.019	▲22,4%

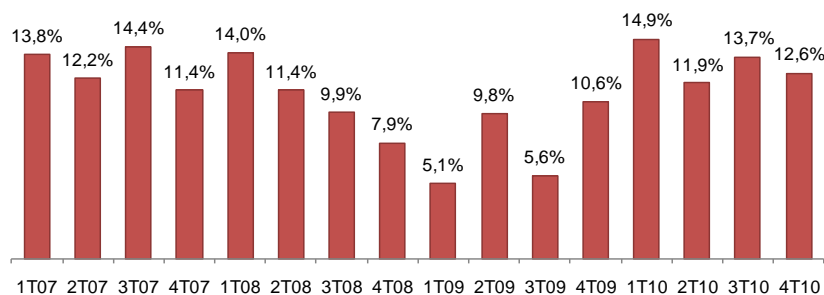
¹ Aberto em novembro de 2009.

O desempenho das Vendas nas Mesmas Lojas e das Vendas na Mesma Área confirma o crescimento real das vendas nos shopping centers em operação

As Vendas nas Mesmas Lojas, que medem o desempenho de vendas em lojas que operam em ambos os períodos comparados, registraram um aumento de 12,4% em 2010 em relação a 2009. Para fins de comparação, o índice de inflação ao consumidor (IPCA) de 2010 foi 5,9%, 650 pontos-base abaixo do aumento das vendas dos lojistas dos shopping centers da Multiplan. A análise baseada nas Vendas na Mesma Área, que considera o aumento nas vendas na mesma área para locação nos dois períodos, mostrou que o indicador aumentou 14,6%, confirmando que a Companhia fez mudanças bem-sucedidas no mix de lojistas de seu portfólio nos últimos anos.



Análise do crescimento das vendas (2010/2009)



Histórico das Vendas nas Mesmas Lojas (ano/ano)

Lojas-satélite superaram lojas-âncora

Em 2010, todos os segmentos registraram crescimento de dois dígitos das vendas no conceito mesmas lojas, exceto nas lojas-âncora de vestuário, que, não obstante, mostraram forte crescimento de 8,1% nas vendas. No quarto trimestre, as lojas-satélite tiveram um desempenho melhor comparado ao das lojas-âncora. Enquanto as lojas-satélite tiveram um bom desempenho em todos os segmentos – com destaque para os segmentos de serviço, com vendas 38,8% mais altas devido à forte demanda das agências de turismo nos shopping centers – as lojas-âncora foram positivamente afetadas pelo notável aumento das vendas dos cinemas, o que contribuiu para o crescimento de 18,4% no segmento dos serviços-âncora no 4T10/4T09. Por último, operações das praças de alimentação tiveram o maior crescimento do ano, aumentando as vendas em 25,4% em relação a 2009.

Vendas nas Mesmas Lojas (SSS)	4T10 x 4T09			2010 x 2009		
	Satélites	Âncoras	Total	Satélites	Âncoras	Total
Alimentação e área gourmet	▲ 20,2%	-	▲ 20,2%	▲ 25,4%	-	▲ 25,4%
Artigos diversos	▲ 11,8%	▲ 7,9%	▲ 10,9%	▲ 10,6%	▲ 10,6%	▲ 10,6%
Artigos do lar e escritório	▲ 18,9%	▲ 3,5%	▲ 11,4%	▲ 13,7%	▲ 12,8%	▲ 13,2%
Serviços	▲ 38,8%	▲ 18,4%	▲ 27,5%	▲ 11,6%	▲ 11,5%	▲ 11,5%
Vestuário	▲ 13,2%	▲ 4,6%	▲ 11,1%	▲ 10,3%	▲ 8,1%	▲ 9,7%
Portfólio	▲ 15,3%	▲ 5,7%	▲ 12,6%	▲ 13,2%	▲ 10,6%	▲ 12,4%

4.2 Outros destaques operacionais

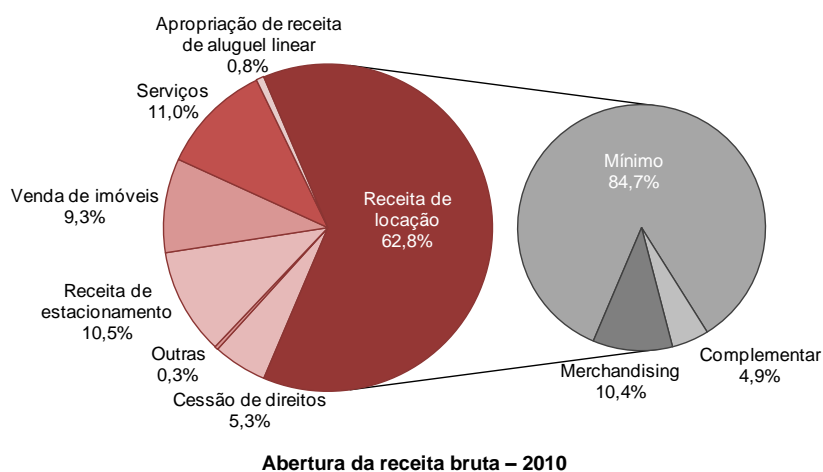
Vendas fortes, ambiente saudável, baixa inadimplência de lojistas

A inadimplência, ou atraso de 25 dias ou mais no pagamento dos aluguéis mensais, já foi baixa em 2009, quando representou 2,7% da receita total de locação. Em 2010, este número caiu para menos da metade, estabelecendo um novo recorde: 1,2%. O resultado confirma o ambiente saudável para os varejistas em 2010. Na mesma perspectiva, a perda de aluguel, definida após 6 meses de atraso, não mudou e permaneceu em 0,9% em 2010. Novamente, devido ao ambiente econômico forte e à gestão ativa e consistente do mix de lojistas, a Multiplan conseguiu aumentar sua taxa de ocupação em 165 pontos-base, passando de 96,9% para 98,6%. Esse aumento na taxa de ocupação reflete, entre outras variáveis, a entrada dos novos lojistas do Shopping Santa Úrsula, que passou por uma importante reforma em seu interior, junto com esforços para ajustar o mix de lojistas ao perfil dos consumidores. Esta iniciativa aumentou a taxa de ocupação desse shopping center em particular para 88,3%, em relação aos 65,5% no auge do processo de reocupação. Como consequência positiva dessa taxa de ocupação mais elevada, a Multiplan poderá se beneficiar com a redução de determinadas despesas em seus shopping centers nos próximos trimestres.

5. Receita Bruta

Receita bruta mais que dobrou nos últimos cinco anos

A receita bruta da Multiplan foi de R\$662,6 milhões em 2010, um crescimento sólido de 24,0%, comparado a 2009, em linha com a taxa anual de crescimento ponderado de 24,4% na receita bruta desde 2006. Após cinco anos, a companhia mais do que duplicou sua receita bruta (140% de aumento comparado a 2006). O forte aumento nas receitas de cessão de direitos, estacionamento e venda de imóveis contribuiu para esse resultado. Considerando o 4T10, a receita bruta subiu 12,1% em relação ao 4T09, alcançando R\$195,3 milhões.



O aluguel mínimo (ou fixo) aumentou 14,0% em 2010, e foi responsável por 84,7% da receita de locação (e 53,2% da receita bruta). A receita de merchandising e a complementar (aluguel percentual) cresceram 12,6% e 60,8%, respectivamente, em 2010.

6. Resultados da Participação em Shopping Centers

6.1 Receita de Locação

Crescimento forte e estável

A receita de locação cresceu 15,5% em 2010 quando comparada a 2009, atingindo R\$416,1 milhões, antes do efeito do ajuste de linearidade.

De acordo com o método da linearidade, e conforme a demonstração de resultados de 2009, a Companhia começou a registrar suas operações com locação de lojas como arrendamento mercantil operacional. O aluguel mínimo contratado com os lojistas, incluindo aumentos reais quando aplicáveis, e o "aluguel-dobrado" sazonal, excluindo os reajustes de acordo com o índice de inflação, é reconhecido proporcionalmente às participações da Companhia em cada desenvolvimento, usando o método contábil de linearidade, independente do valor faturado.

Como o método foi usado pela primeira vez no 4T09, o efeito resultante da linearidade em 2009 (+ R\$6,0 milhões) impactou somente aquele trimestre, e, portanto, distorce as comparações com os dados do 4T10 (linearidade de -R\$18,7 milhões no quarto trimestre e resultado líquido de + R\$5,1 milhões no ano).

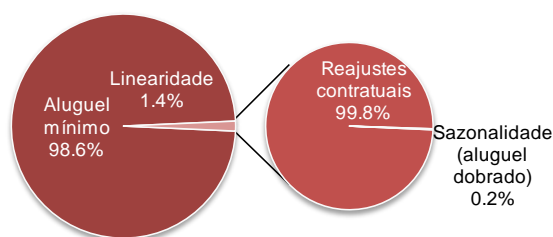
Todos os shoppings centers registraram aumento na receita de locação em 2010, como resultado do crescimento orgânico e expansão da ABL.

Receita de Locação/Shopping (R\$ '000)	4T10	4T09	Var. %	2010	2009	Var. %
BH Shopping	17.705	13.237	▲33,8%	49.240	44.080	▲11,7%
RibeirãoShopping	9.298	8.373	▲11,0%	29.366	27.194	▲8,0%
BarraShopping	20.523	20.309	▲1,1%	65.671	62.570	▲5,0%
MorumbiShopping	24.786	22.841	▲8,5%	77.703	72.474	▲7,2%
ParkShopping	11.165	9.798	▲14,0%	34.518	27.239	▲26,7%
DiamondMall	9.101	8.392	▲8,4%	30.169	26.619	▲13,3%
New York City Center	1.673	1.555	▲7,6%	5.793	5.300	▲9,3%
Shopping AnáliaFranco	5.712	5.167	▲10,5%	18.010	15.335	▲17,4%
ParkShoppingBarigüi	11.348	8.306	▲36,6%	29.421	26.112	▲12,7%
Pátio Savassi ¹	6.591	4.674	▲41,0%	19.037	15.329	▲24,2%
Shopping Santa Úrsula ²	1.356	409	▲231,8%	2.735	1.586	▲72,4%
BarraShoppingSul	12.881	11.244	▲14,6%	35.719	33.114	▲7,9%
Shopping Vila Olímpia ³	5.936	3.227	n.d.	18.731	3.227	n.d.
Total do Portfólio	138.075	117.533	▲17,5%	416.114	360.180	▲15,5%
Apropriação da receita de aluguel linear	-18.658	6.000	n.d.	5.104	6.000	▼14,9%
Total	119.417	123.533	▼3,3%	421.218	366.180	▲15,0%

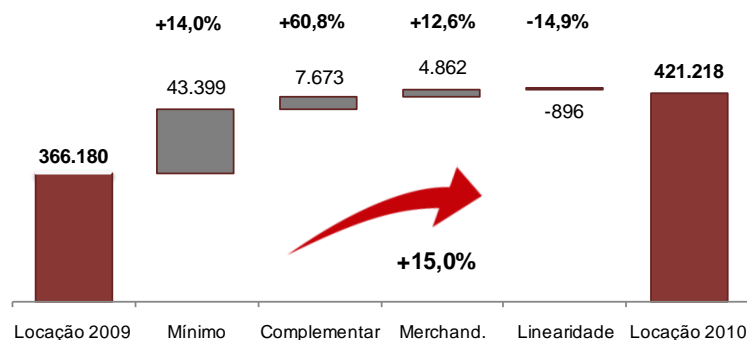
¹ Após a aquisição de participação minoritária de 16,5% em agosto de 2010, a participação da Multiplan no Pátio Savassi aumentou para 96,5%.

² Após a aquisição de participação minoritária de 25,0% em novembro de 2010, a participação da Multiplan no Shopping Santa Úrsula aumentou para 62,5%.

³ Inaugurado em novembro de 2009.



Abertura do aluguel mínimo e linearidade – 2010



Evolução da receita de locação – 2010 (R\$'000)

Números em negrito referem-se à variação percentual no comparativo 2010/2009

Receita de Locação - (R\$ '000)				2010			2009		
Shopping Center	Mínimo	Complementar	Merchand.	Mínimo	Complementar	Merchand.	Mínimo	Complementar	Merchand.
BH Shopping	43.210	1.617	4.412	38.552	1.103	4.425			
RibeirãoShopping	24.626	1.015	3.725	23.039	748	3.408			
BarraShopping	57.345	2.231	6.095	55.515	1.590	5.465			
MorumbiShopping	65.035	3.096	9.572	61.345	2.163	8.965			
ParkShopping	28.955	1.844	3.720	21.957	1.847	3.435			
DiamondMall	25.149	2.677	2.343	23.084	1.372	2.164			
New York City Center	4.880	271	642	4.492	161	647			
Shopping AnáliaFranco	15.518	850	1.642	13.230	533	1.572			
ParkShoppingBarigüi	23.777	1.827	3.817	21.786	803	3.522			
Pátio Savassi ¹	13.794	3.161	2.082	12.264	1.605	1.460			
Shopping Santa Úrsula ²	2.083	183	468	1.028	9	548			
BarraShoppingSul	30.533	1.188	3.999	29.447	670	2.996			
Shopping Vila Olímpia ³	17.425	339	968	3.191	19	17			
Total do Portfólio	352.331	20.297	43.486	308.932	12.624	38.624			
Apropriação de receita de aluguel linear	5.104	-	-	6.000	-	-			
Total	357.435	20.297	43.486	314.932	12.624	38.624			

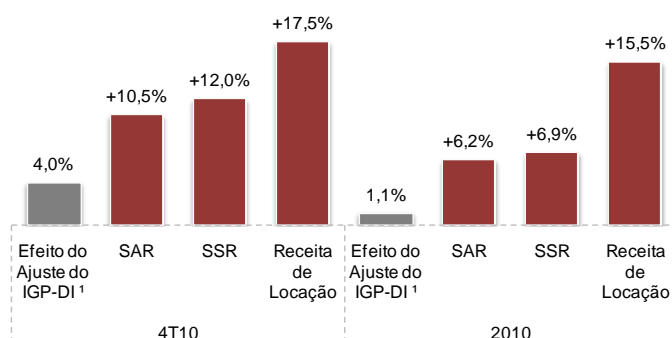
¹ Após a aquisição de participação minoritária de 16,5% em agosto de 2010, a participação da Multiplan no Pátio Savassi aumentou para 96,5%.

² Após a aquisição de participação minoritária de 25,0% em novembro de 2010, a participação da Multiplan no Shopping Santa Úrsula aumentou para 62,5%.

³ Inaugurado em novembro de 2009.

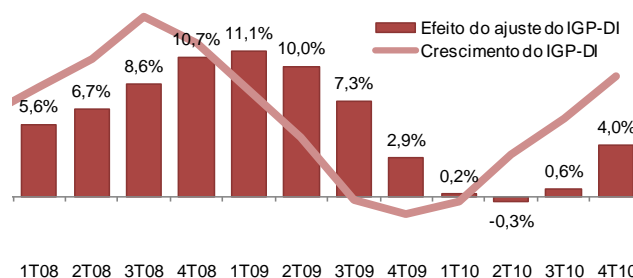
Maior volume de vendas e forte crescimento real impulsionam Aluguéis nas Mesmas Lojas em 2010

O Aluguel nas Mesmas Lojas subiu 6,9% em 2010 quando comparado com 2009, enquanto o Aluguel na Mesma Área aumentou 6,2% no ano. Em 2010, com o aumento na inflação conforme medido pelo índice IGP-DI, o valor dos contratos foi ajustado em aproximadamente 1,1% (consulte o efeito do reajuste do IGP-DI no glossário). É válido mencionar que o crescimento do índice IGP-DI em 2010 deve afetar positivamente o futuro reajuste de contratos, pois os valores são atualizados de acordo com a inflação dos últimos doze meses. No 4T10, o crescimento real do Aluguel nas Mesmas Lojas, isto é, descontado o impacto do reajuste do IGP-DI, atingiu um novo recorde de alta dos últimos três anos: 7,7% no trimestre, acima do maior reajuste de inflação para o ano, de 4,0%.

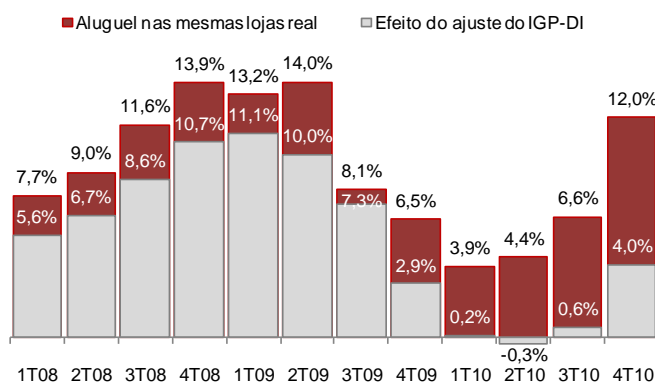


Análise da receita de locação (ano/ano)

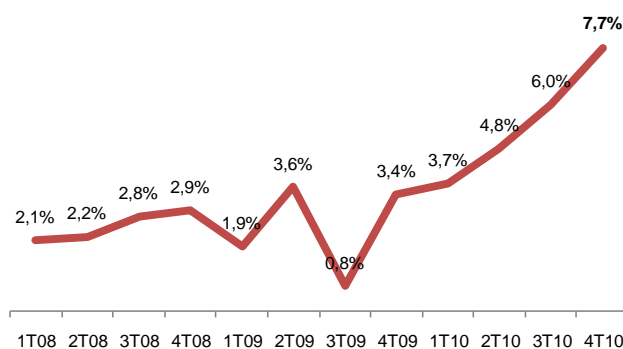
¹ Média da variação acumulado de 12 meses do IGP-DI



Efeito do Ajuste do IGP-DI sobre aluguel mínimo



Composição do Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR)

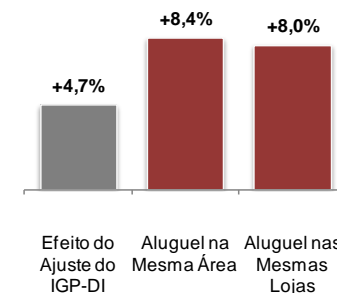


Crescimento real histórico do Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR)

CAGR real de 3,5% do Aluguel na Mesma Área nos últimos quatro anos!

De 2007 a 2010, a Multiplan apresentou aumentos em seu Aluguel nas Mesmas Lojas de 10,6%, 9,4% e 6,9%, respectivamente, equivalente a uma média geométrica de 8,8%. É importante notar que as bases das Vendas nas Mesmas Lojas e Vendas na Mesma Área mudam diariamente, portanto afim de demonstrar o aumento da receita de aluguel de seus lojistas desde 2007, excluindo qualquer influencia externa, a Companhia elaborou este estudo considerando o crescimento apenas das lojas e áreas que estavam em operação desde 2007. Os contratos considerados neste exercício chegam a aproximadamente 50% dos contratos existentes e 60% das receitas de aluguel mínimo e complementar dos nove shopping centers considerados.

Os nove shopping centers (em operação desde IPO) registraram uma taxa anual de crescimento ponderado (CAGR) no Aluguel nas Mesmas Lojas e no Aluguel na Mesma Área de 8,0% e 8,4%, respectivamente, entre 2007 e 2010. No mesmo período, o efeito do reajuste do IGP-DI foi de 4,7%, resultando em um CAGR real de 3,1% no Aluguel nas Mesmas Lojas e de 3,5% no Aluguel na Mesma Área. Isto demonstra que não somente as novas lojas aumentaram a base de receita de locação, mas também as lojas existentes nos shopping centers por mais anos, que crescem sobre uma base já elevada.



CAGR do Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR) e Aluguel na Mesma Área (SAR) – (2007 a 2010)

6.2 Receitas com Estacionamento (líquidas de transferências a sócios e shopping centers)

Melhorias em operações novas e já existentes levaram a um aumento de 26,5% na receita de estacionamento em 2010

A receita de estacionamento alcançou R\$69,5 milhões em 2010, representando um aumento de 26,5% comparado a 2009. No 4T10, a linha de receita saltou 19,3% em relação aos valores do 4T09, registrando sólidos R\$21,2 milhões. Novas operações de estacionamentos no ParkShopping e no Shopping Vila Olímpia contribuíram com R\$8,5 milhões para o aumento anual.

Durante o ano de 2010, a Companhia instalou novos equipamentos de estacionamento em 10 dos 13 shoppings centers do portfólio, buscando mais eficiência e alinhada a práticas sustentáveis.

Soluções tecnológicas também estão utilizadas no MorumbiShopping. Painéis eletrônicos agora direcionam os motoristas a vagas vazias, ajudando os clientes a encontrarem rapidamente uma vaga e contribuindo para tornar mais agradável sua permanência no shopping center. Ainda no MorumbiShopping, as vagas para pessoas com necessidades especiais passaram a ter alertas de voz acionados na chegada, informando sobre as particularidades da área e impedindo o uso abusivo da vaga.

Receita de estacionamento líquida de repasse a sócios e shopping centers

Desde o início de 2010, a Companhia reporta a receita de estacionamento líquida de repasse a sócios e shopping centers, uma vez que a Companhia é apenas um agente de recolhimento e repasse. As despesas operacionais do estacionamento continuam a ser contabilizadas na linha de despesas dos shopping centers e os impostos relacionados à receita de estacionamento não sofreram nenhuma alteração. A tabela abaixo mostra a receita de estacionamento por shopping center antes da transferência para os sócios e shopping centers da Multiplan.

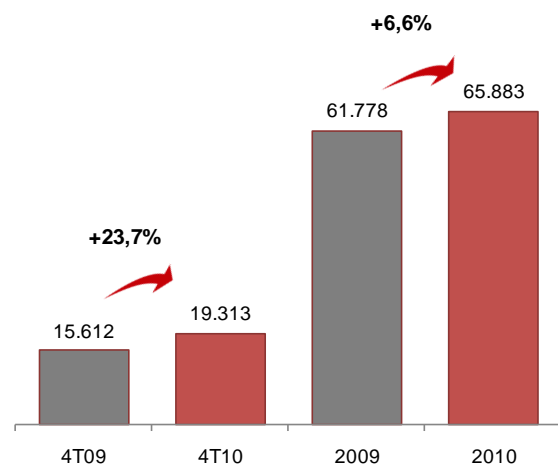
Receita de Estacionamento	4T10	4T09	Var. %	2010	2009	Var. %
BH Shopping	3.289	2.615	▲25,8%	10.131	8.865	▲14,3%
RibeirãoShopping ¹	2.109	2.015	▲4,7%	7.067	4.286	▲64,9%
BarraShopping	7.488	5.923	▲26,4%	24.357	21.262	▲14,6%
MorumbiShopping	7.963	6.718	▲18,5%	25.767	23.021	▲11,9%
ParkShopping ²	2.549	1.770	▲44,0%	7.357	1.770	▲315,5%
DiamondMall	1.438	1.486	▼3,2%	5.286	4.851	▲9,0%
New York City Center	1.520	1.340	▲13,4%	5.257	4.738	▲11,0%
Shopping AnáliaFranco	3.118	2.816	▲10,7%	10.420	8.860	▲17,6%
ParkShoppingBarigüi	2.976	2.191	▲35,8%	8.919	7.576	▲17,7%
Pátio Savassi	1.594	1.844	▼13,6%	5.725	5.627	▲1,7%
Shopping Santa Úrsula	548	285	▲92,1%	1.415	737	▲91,9%
BarraShoppingSul ¹	2.024	1.639	▲23,5%	6.492	3.612	▲79,7%
Shopping Vila Olímpia ³	516	127	▲305,7%	1.109	127	▲772,0%
Receita bruta de estacionamento	37.132	30.771	▲20,7%	119.302	95.332	▲25,1%
Repasse do estacionamento	(15.953)	(13.019)	▲22,5%	(49.798)	(40.373)	▲23,3%
Receita de estacionamento	21.179	17.752	▲19,3%	69.504	54.959	▲26,5%

¹ RibeirãoShopping e BarraShoppingSul iniciaram suas operações de estacionamento em maio de 2009. ² ParkShopping iniciou sua operação de estacionamento em outubro de 2009. ³ Shopping Vila Olímpia iniciou sua operação de estacionamento em novembro de 2009.

6.3 Despesas de Shopping Centers

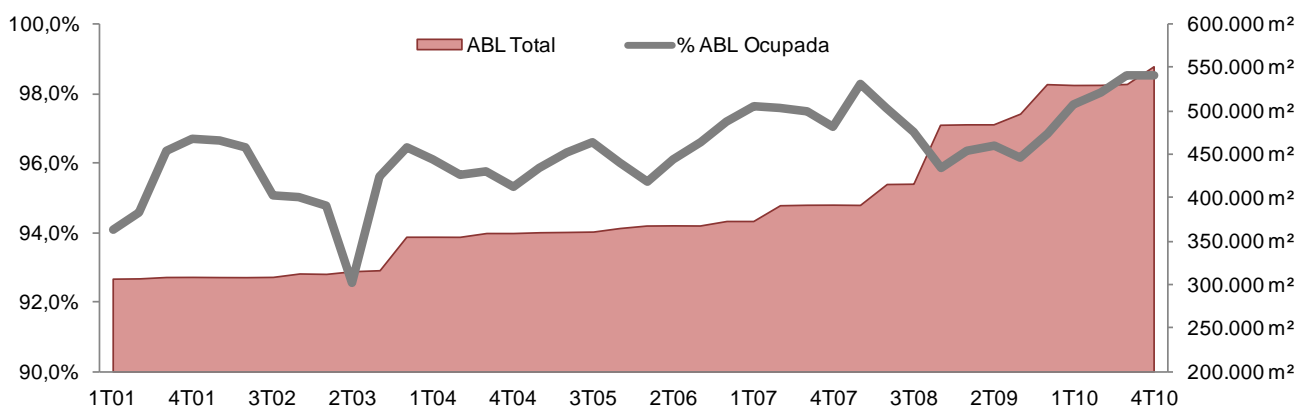
Maior taxa de ocupação, menores despesas de shopping centers

As despesas de shopping centers somaram R\$65,9 milhões em 2010, representando um aumento de 6,6% quando comparadas ao ano de 2009. O aumento foi inferior ao de 8,3% da ABL própria ajustada no mesmo período, indicando uma diluição das despesas de shopping centers durante o ano. Adicionalmente, as despesas com lojas vagas diminuíram, uma vez que a vacância do portfólio reduziu de 3,1% em 2009 para 1,4% em 2010. A vacância no Shopping Santa Úrsula, que passou por uma profunda transformação em sua arquitetura interna e em seu mix de lojas, registrou uma queda, saindo de 35% de vacância em dezembro de 2009, para 10% no mesmo mês de 2010.



Despesas de shopping center (R\$'000)

Mesmo com a inauguração de seis expansões e dois shopping centers nos últimos dois anos, que normalmente resulta em um aumento temporário da vacância, a Companhia conseguiu aumentar sua taxa de ocupação devido à demanda por espaços nos shopping centers em operação, além do sucesso dos novos empreendimentos inaugurados.



Evolução da ABL total e da taxa de ocupação

As despesas com estacionamento, após a modernização dos seus equipamentos em 10 dos 13 shopping centers, foram responsáveis por 22,1% das despesas de shopping centers em 2010. No 4T10, as despesas de shopping centers aumentaram 23,3% em comparação ao 4T09, para R\$19,3 milhões, principalmente devido ao aumento da contribuição para o fundo de promoção e publicidade visando à temporada de Natal. Esse investimento foi compensado pelo aumento das vendas e da receita de aluguel complementar no 4T10, de 61,3%.

6.4. Resultado Líquido Operacional – NOI

Margem NOI continua a crescer e atinge 86,6% em 2010; NOI + Cessão de Direitos, 87,5% no mesmo período

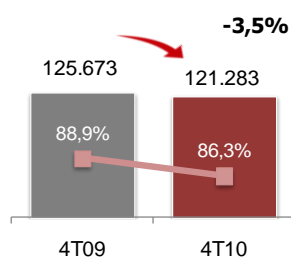
O Resultado Operacional Líquido (NOI) atingiu R\$424,8 milhões em 2010, 18,2% maior que em 2009. Conforme mencionado anteriormente, o forte crescimento das receitas aliado ao pequeno aumento nas despesas de shopping centers foram as principais variáveis para o aumento do NOI e a melhoria da margem NOI, que cresceu de 85,3% em 2009 para 86,6% em 2010. Levando em consideração a receita de cessão de direitos do exercício, o NOI aumentaria para R\$460,1 milhões, ou seja, um crescimento de 19,1% em relação a 2009 e uma margem NOI de 87,5%.

No quarto trimestre de 2010, a variação do NOI foi impactada pelo efeito contábil da linearidade, como explicado na análise da receita de locação (consulte a página 20). Caso o impacto do efeito da linearidade em ambos os períodos não fosse considerado, o NOI no 4T10 cresceria 16,9%, em linha com o crescimento anual do NOI.

Cálculo do NOI (R\$ '000)

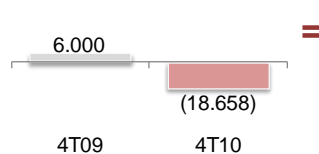
COM Efeito da Linearidade	4T10	4T09	Var. %	2010	2009	Var. %
Receita de locação de lojas	138.075	117.533	▲ 17,5%	416.114	360.180	▲ 15,5%
Apropriação de receita de aluguel linear	(18.658)	6.000	na	5.104	6.000	▼ 14,9%
Receita de estacionamento	21.179	17.752	▲ 19,3%	69.504	54.959	▲ 26,5%
Receita Operacional	140.596	141.285	▼ 0,5%	490.722	421.139	▲ 16,5%
Despesas de shopping centers	(19.313)	(15.612)	▲ 23,7%	(65.883)	(61.778)	▲ 6,6%
NOI	121.283	125.673	▼ 3,5%	424.839	359.361	▲ 18,2%
Margem NOI	86,3%	88,9%	▼ 269 p.b.	86,6%	85,3%	▲ 124 p.b.
Receita de cessão de direitos	9.328	7.680	▲ 21,5%	35.241	26.990	▲ 30,6%
NOI + CD	130.611	133.353	▼ 2,1%	460.080	386.351	▲ 19,1%
Margem NOI + CD	87,1%	89,5%	▼ 240 p.b.	87,5%	86,2%	▲ 126 p.b.

SEM Efeito da Linearidade	4T10	4T09	Var. %	2010	2009	Var. %
Receita de locação de lojas	138.075	117.533	▲ 17,5%	416.114	360.180	▲ 15,5%
Receita de estacionamento	21.179	17.752	▲ 19,3%	69.504	54.959	▲ 26,5%
Receita Operacional	159.254	135.285	▲ 17,7%	485.618	415.139	▲ 17,0%
Despesas de shopping centers	(19.313)	(15.612)	▲ 23,7%	(65.883)	(61.778)	▲ 6,6%
NOI Ajustado	139.941	119.673	▲ 16,9%	419.735	353.361	▲ 18,8%
Margem NOI Ajustado	87,9%	88,5%	▼ 59 p.b.	86,4%	85,1%	▲ 131 p.b.
Receita de cessão de direitos	9.328	7.680	▲ 21,5%	35.241	26.990	▲ 30,6%
NOI Ajustado + CD	149.269	127.353	▲ 17,2%	454.976	380.351	▲ 19,6%
Margem NOI Ajustado + CD	88,5%	89,1%	▼ 54 p.b.	87,4%	86,0%	▲ 132 p.b.



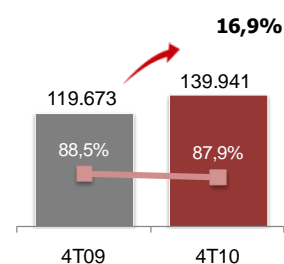
Evolução do NOI (R\$'000) e da Margem NOI 4T09/4T10

(+/-)



Efeitos da Linearidade (R\$'000) no 4T09/4T10

=



Evolução do NOI (R\$'000) e da Margem NOI 4T09/4T10 sem o Efeito da Linearidade

7. Resultados da Administração de Shopping Centers

7.1 Receita de Serviços

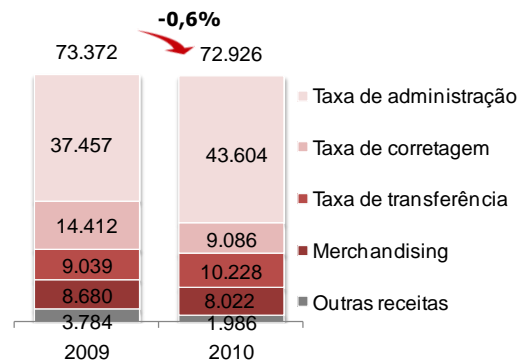
Taxas de administração aumentaram 16,4% em linha com a ABL de terceiros

A receita da taxa de administração aumentou 16,4% em 2010, ou R\$6,2 milhões, seguindo o aumento de 11,0% na ABL média de terceiros no mesmo período, em comparação ao ano de 2009.

As taxas de corretagem por sua vez diminuíram 37,0% em 2010, ou R\$5,3 milhões, como resultado de uma maior participação da Companhia nos projetos em fase de locação, 97,8% (ParkShoppingSãoCaetano, VillageMall, JundiaíShopping, ParkShopping Campo Grande e três expansões) em relação a 2009, de 70,7% (Shopping Vila Olímpia, ParkShoppingSãoCaetano e cinco expansões).

A combinação destes fatores levou à queda de 0,6% na receita de serviços em 2010, uma vez que o aumento de receita das taxas de administração e transferência foi compensada por menores receitas com taxas de corretagem, merchandising e outras receitas.

No 4T10, a receita de serviços aumentou 5,2%, passando de R\$17,9 milhões para R\$18,8 milhões, devido principalmente a um aumento de 31,8% na receita com taxa de administração e de 27,3% na receita com taxa de transferência. Durante o mesmo período, a receita de corretagem diminuiu 30,2%.



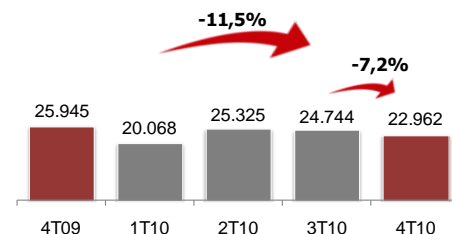
Composição da receita de serviços 2009 vs 2010 (R\$'000)

7.2 Despesas Gerais e Administrativas (Sede)

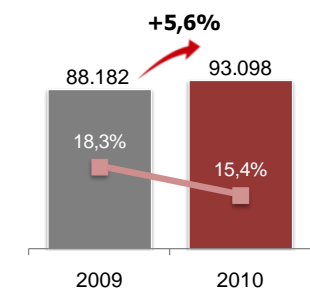
As despesas gerais e administrativas aumentaram menos que a inflação, apesar de itens não recorrentes

Em 2010, as despesas da sede aumentaram somente 5,6%, um pouco abaixo da inflação anual de 5,9%, medida pelo IPCA, um surpreendente contraste com o aumento da taxa de administração de 16,4%. Vale a pena notar que as despesas gerais e administrativas aumentaram muito pouco, apesar de uma reversão na provisão de R\$1,6 milhão em 2009, e dos itens não recorrentes em 2010, atingindo um total de R\$14,4 milhões.

Excluindo o impacto desses eventos não recorrentes e **apenas para fins de análise**, as despesas gerais e administrativas diminuiriam 12,4% em 2010 em relação a 2009. Com base nas mesmas métricas, a relação despesas gerais e administrativas recorrentes/receita líquida cairia para 13,0% em 2010, sendo somente 2/3 da taxa ajustada de 18,6% em 2009.

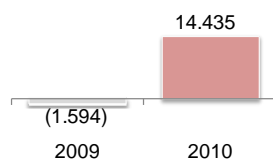


Despesas de sede – variação trimestral (R\$'000)



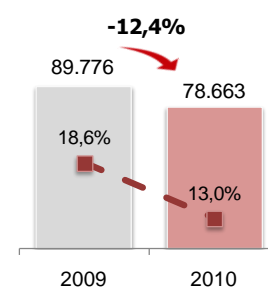
Evolução das Despesas de Sede 2009/2010 (R\$'000) e Sede/Receita Líquida

(+/-)



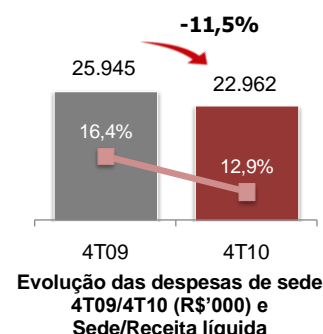
Itens Não-recorrentes 2009/2010 (R\$'000)

=



Evolução das Despesas de Sede Recorrentes 2009/2010 (R\$'000) e Sede Recorrente/Receita Líquida

No 4T10, as despesas gerais e administrativas diminuiram 11,5%, para R\$23,0 milhões, em comparação aos R\$25,9 milhões no 4T09. Isso resultou em uma melhora da relação despesas gerais e administrativas/receita líquida, que passou de 16,4% no 4T09 para 12,9% no 4T10.



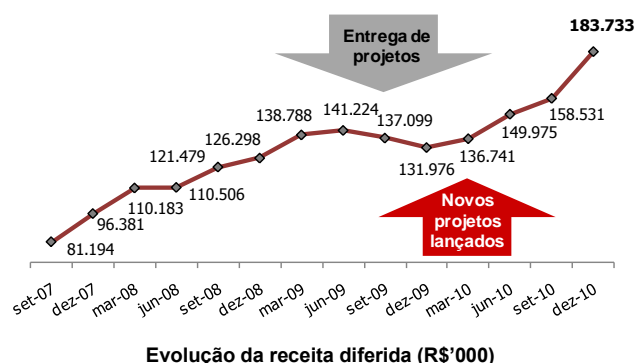
8. Resultados do Desenvolvimento de Shopping Centers

8.1 Receita de Cessão de Direitos

Cessão de Direitos Assinadas: sólido ritmo de locação, com R\$87,0 milhões em cessão de direitos assinadas em 2010; R\$34,5 milhões no 4T10

As receitas diferidas se beneficiaram do ritmo intenso de locação em 2010, resultante de um portfólio em desenvolvimento de quatro novos shopping centers e três expansões de shopping centers. O saldo de receitas diferidas aumentou 39,2% em 2010, em comparação a 2009, e os contratos de cessão de direitos assinados e registrados na linha de receitas diferidas atingiram R\$183,7 milhões em dezembro de 2010.

O saldo da receita diferida somente será apropriada como receita de cessão de direitos quando os contratos de locação entrarem em vigência e durante seu prazo, ou seja, quando os lojistas receberem as lojas e iniciarem as operações.



A companhia assinou R\$34,5 milhões em contratos de cessão de direitos no 4T10 e R\$87,0 milhões em 2010. A cessão de direitos assinada das expansões entregues no BH Shopping, Pátio Savassi e ParkShoppingBarigüi em 2010, acumularam R\$27,3 milhões, os quais serão reconhecidos em cinco anos a partir do mês de cada inauguração.

Receita de Cessão de Direitos: 75,9% gerada por projetos inaugurados nos últimos cinco anos

Em 2010, a receita da cessão de direitos aumentou 30,6%, atingindo R\$35,2 milhões, beneficiando-se principalmente da abertura do Shopping Vila Olímpia (considerando a participação da MPH no shopping center) em novembro de 2009, responsável por 1/3 da receita de cessão de direitos reconhecida em 2010. No comparativo trimestral, a receita de cessão de direitos aumentou 21,5%, de R\$7,7 milhões no 4T09 para R\$9,3 milhões no 4T10, tendo o Shopping Vila Olímpia contribuído com 29,5% das receitas do 4T10. Os projetos inaugurados nos últimos cinco anos foram responsáveis por 75,9% da receita de cessão de direitos gerada em 2010, uma participação acima dos 53,3% em 2009.

Receita de Cessão de Direitos (R\$ '000)	4T10	4T09	Var. %	2010	2009	Var. %
Operacionais (Recorrentes)	2.417	4.039	▼40,2%	8.481	12.608	▼32,7%
Novos projetos abertos nos últimos 5 anos	6.911	3.641	▲89,8%	26.759	14.381	▲86,1%
Receita de Cessão de Direitos	9.328	7.680	▲21,5%	35.241	26.989	▲30,6%

8.2 Despesas com Novos Projetos para Locação

As Despesas Pré-Operacionais, atualmente classificadas como Despesas com Novos Projetos, referem-se à parte do CAPEX contabilizada como despesa na demonstração de resultados, conforme estabelecido no pronunciamento CPC 04 em 2009. Composta principalmente por despesas com propaganda, estudos de viabilidade, corretagem e outras despesas de desenvolvimento, a maior parte do CAPEX atribuído a despesas com novos projetos ocorrem nas fases de lançamento e inauguração dos projetos, com uma parte residual distribuída na fase de construção, e uma despesa final na inauguração.

Cessão de Direitos assinada agregou duas vezes mais que as Despesas com Novos Projetos para Locação em 2010

A Companhia apresentou R\$39,1 milhões em Despesas com Novos Projetos para Locação em 2010. O resultado dos investimentos em despesas com novos projetos e iniciativas de marketing ao longo de 2010 pode ser mensurado pelo número de contratos de locação assinados, de 428 no período, e pelo volume de cessão de direitos assinada, R\$87,0 milhões, 122,6% maior do que as despesas com novos projetos para locação no mesmo período.

Despesas com Novos Projetos de R\$8,9 milhões contribuíram para a assinatura de R\$34,5 milhões em Cessão de Direitos Contratada

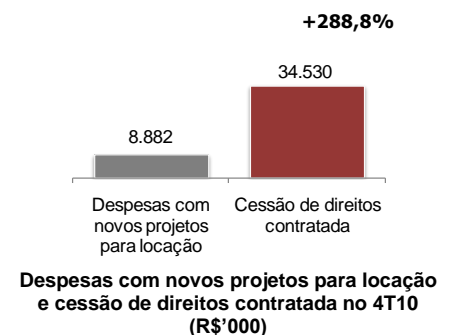
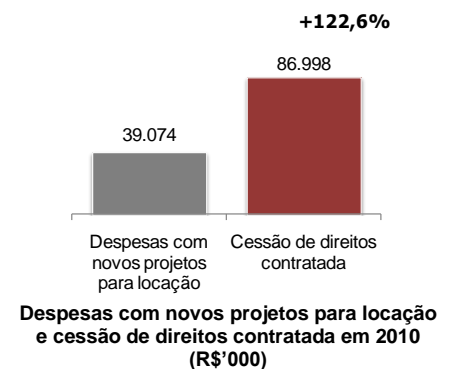
No 4T10, a Multiplan apresentou despesas com novos projetos de R\$8,9 milhões, compostas principalmente por investimentos destinados a promover os projetos existentes, o que resultou na assinatura de 158 novos contratos – o maior volume trimestral de novos contratos assinados nos últimos três anos – somando R\$34,5 milhões em cessão de direitos contratada.

Expectativa de Despesas com Novos Projetos para Locação em 2011 para os projetos anunciados

Os projetos para locação, tais como ParkShoppingSãoCaetano, Shopping Maceió, ParkShopping Corporate e Morumbi Corporate, devem ser responsáveis por despesas com novos projetos entre R\$9,2 milhões e R\$11,3 milhões em 2011. A maior parte dos desembolsos com os projetos atuais em desenvolvimento já foi realizada, como pode ser notado no resultado de 2010. Nos próximos meses, não deverão ocorrer desembolsos importantes além do CAPEX normal de construção, como planejado para os projetos já anunciados.

O ParkShoppingSãoCaetano já desembolsou 65,0% das despesas planejadas com novos projetos, tendo como consequência o forte ritmo da assinatura de contratos de locação. Espera-se que o shopping center localizado em Maceió inicie a sua fase de construção e locação nos próximos meses, necessitando o mesmo tipo de campanha de marketing em sua fase inicial.

Vale ressaltar que esses dados são relativos aos projetos já anunciados e podem ser alterados quando, e se for o caso, forem anunciados novos projetos.



9. Resultados dos Empreendimentos Imobiliários – Torres Comerciais

9.1 Receita Imobiliária e Custo de Imóveis Vendidos

Em 2010, a Multiplan registrou, de acordo com o método de apropriação físico-financeiro da obra (PoC), uma receita imobiliária de R\$61,4 milhões, composta principalmente por R\$56,6 milhões referente ao Cristal Tower e R\$3,5 milhões do Centro Profissional RibeirãoShopping, sendo este último apenas durante o 4T10.

Cristal Tower: número de unidades vendidas aumentou de 72% no 4T09 para 93% no 4T10

No 4T10, o número de unidades vendidas atingiu 269, o equivalente a 93% das 290 unidades para venda. Essas vendas, junto do andamento das obras, foram responsáveis por uma receita imobiliária reconhecida (pelo PoC) de R\$22,9 milhões no 4T10 e R\$56,6 milhões em 2010. O andamento das obras da Cristal Tower levou ao reconhecimento de custos de R\$9,9 milhões no 4T10 e R\$29,7 milhões em 2010.

Centro Profissional RibeirãoShopping: elevando a receita bruta

Com valor geral de vendas (VGV) de R\$75,0 milhões e 100% de suas 288 unidades vendidas durante o período de pré-lançamento, a receita da venda de imóveis e os custos relacionados estão sendo registrados como receita da venda de imóveis e custo dos imóveis vendidos de acordo com o progresso da construção. No 4T10, a Multiplan apropriou receitas de R\$3,5 milhões e despesas de R\$2,6 milhões. A Multiplan tem participação de 100% no projeto, cuja entrega está prevista para dezembro de 2012.



Fotos da Construção do Cristal Tower em Fevereiro de 2011

Despesas com Novos Projetos para Venda

As Despesas com Novos Projetos de torres comerciais para venda alcançaram R\$4,4 milhões em 2010, sendo R\$2,8 milhões no 4T10, devido principalmente ao processo de locação do Centro Profissional RibeirãoShopping.

Expectativa de Despesas com Novos Projetos para Venda em 2011 para os projetos anunciados

Os projetos para venda, incluindo o Cristal Tower e o Centro Profissional RibeirãoShopping, deverão ser responsáveis por despesas com novos projetos entre R\$4,1 milhões e R\$5,0 milhões em 2011. O primeiro está prestes a ser entregue e as despesas com novos projetos devem estar relacionadas principalmente às despesas de corretagem, que serão reconhecidas de acordo com a evolução das obras (PoC – método de andamento físico-financeiro da obra).

Favor considerar que esses dados são relativos aos projetos já anunciados e podem ser alterados quando, e se for o caso, forem anunciados novos projetos.

9.2 Equivalência Patrimonial

Despesas legais e custos de manutenção resultaram em equivalência patrimonial negativa de R\$300 mil no 4T10

A equivalência patrimonial do empreendimento imobiliário Royal Green Península apresentou uma redução significativa, de um impacto negativo de R\$20,0 milhões em 2009 para R\$3,5 milhões em 2010. No trimestre, a redução foi de 92,6%, passando de R\$4,6 milhões no 4T09 para menos de R\$300 mil no 4T10, devido principalmente a despesas legais e custos de manutenção das unidades restantes disponíveis para venda. No final de 2010, havia apenas quatro unidades para venda com um VGV (valor geral de venda) de aproximadamente R\$8,2 milhões, a serem reconhecidos, quando vendidos, na linha de equivalência patrimonial.

10. Resultados Financeiros

10.1 Outras receitas e despesas operacionais

Em 2009, a Companhia apresentou R\$22,4 milhões na linha Outras Receitas Operacionais. A maior parcela, ou R\$18,7 milhões, resultou de um efeito não recorrente de compensação de impostos relacionada a um crédito de PIS/COFINS originado de uma aquisição em 2006.

Em 2010, a Multiplan apresentou Outras Despesas Operacionais de R\$10,3 milhões, que resultaram de (i) R\$2,3 milhões contabilizados como Outras Receitas Operacionais e (ii) uma provisão de R\$12,6 milhões no balanço patrimonial, conforme explicado na demonstração de resultados do 3T10, que revisou e ajustou o montante de crédito do PIS/COFINS de R\$18,7 milhões para R\$6,1 milhões.

10.2 EBITDA

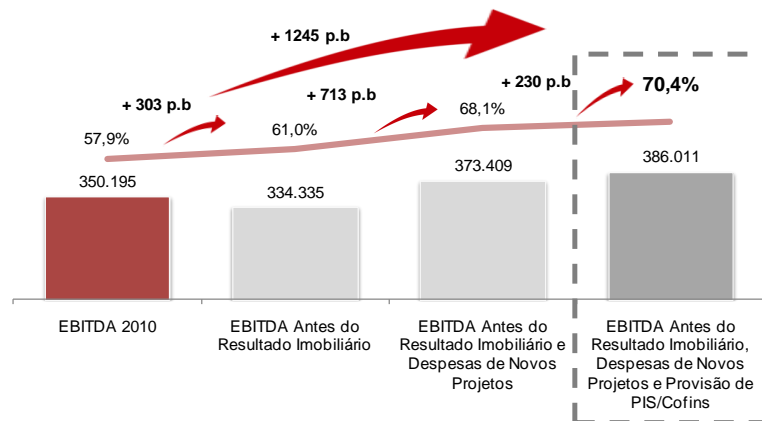
O EBITDA em 2010 atingiu R\$350,2 milhões, 15,2% maior que em 2009

Os resultados operacionais da companhia foram beneficiados por um aumento de 25,2% da receita líquida em 2010, aliado a um crescimento mais lento nas despesas de shopping center e despesas de sede. Por outro lado, o aumento em despesas com novos projetos e o impacto negativo da provisão de PIS/COFINS reduziram parte dos ganhos de receita líquida, resultando em um EBITDA 15,2% maior em 2010 em comparação ao mesmo período do ano anterior.

EBITDA de R\$111,0 milhões no 4T10, 17,5% maior que no 4T09

O EBITDA apresentou um crescimento de 17,5% no 4T10, em comparação ao mesmo trimestre do ano anterior, superior ao aumento de 12,8% na receita líquida, devido principalmente a uma redução nas despesas da sede. Como resultado, a margem EBITDA passou de 59,7% no 4T09 para 62,2% no 4T10.

Cálculo do EBITDA (R\$'000)	4T10	4T09	Var. %	2010	2009	Var. %
Receita Líquida	178.388	158.097	▲12,8%	604.375	482.734	▲25,2%
Despesas de sede	(22.962)	(25.945)	▼11,5%	(93.098)	(88.182)	▲5,6%
Despesas de remuneração baseadas em opções de ações	(1.749)	(1.047)	▲67,0%	(5.675)	(3.415)	▲66,2%
Despesas de shopping centers	(19.313)	(15.612)	▲23,7%	(65.883)	(61.778)	▲6,6%
Despesas com novos projetos para locação	(8.882)	(11.445)	▼22,4%	(39.074)	(18.187)	▲114,8%
Despesas com novos projetos para venda	(2.796)	(770)	▲263,1%	(4.362)	(1.085)	▲302,0%
Custo de imóveis vendidos	(12.498)	(4.527)	▲176,1%	(32.295)	(8.539)	▲278,2%
Resultado de equivalência patrimonial	(337)	(4.576)	▼92,6%	(3.511)	(20.031)	▼82,5%
Outras receitas (despesas) operacionais	1.119	258	▲333,7%	(10.282)	22.438	nd
EBITDA	110.970	94.433	▲17,5%	350.195	303.955	▲15,2%
Margem EBITDA	62,2%	59,7%	▲248 b.p	57,9%	63,0%	▼502 b.p

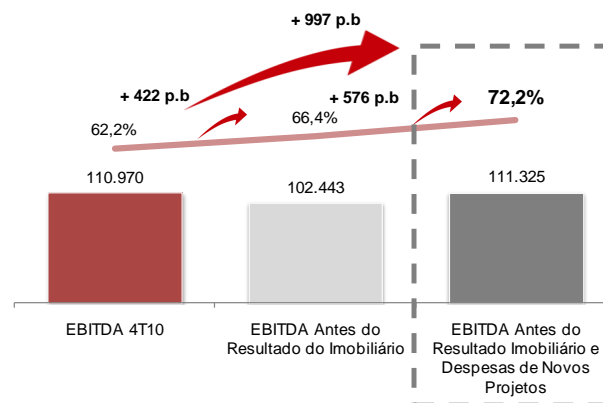
Análise do EBITDA


EBITDA 2010 (R\$'000) e margem EBITDA (%) antes do resultado imobiliário, despesas com novos projetos e provisão PIS/COFINS

A margem EBITDA da Companhia em 2010 foi afetada pelas margens da atividade imobiliária que são mais baixas que as de projetos para locação. Excluindo-se as receitas, custos, impostos sobre vendas e despesas com novos projetos para venda desses empreendimentos imobiliários do cálculo do EBITDA, a margem EBITDA iria para 61,0% em 2010, 303 pontos-base acima da margem não ajustada de 57,9% em 2010.

Além disso, se as despesas com novos projetos para locação também forem excluídas do cenário anterior, a margem EBITDA de 2010 aumentaria para 68,1%, e o EBITDA subiria para R\$373,4 milhões, 6,6% superior aos valores não ajustados.

Ainda, o desempenho da companhia em 2010 foi negativamente afetado pela provisão de PIS/COFINS, conforme mencionado anteriormente. Seguindo a mesma metodologia, e não considerando a provisão no cálculo do EBITDA, o resultado seria uma margem EBITDA de 70,4% em 2010.



EBITDA 4T10 (R\$'000) e margem EBITDA (%) antes do resultado imobiliário e despesas com novos projetos

Excluindo-se as receitas, custos, impostos sobre vendas e despesas com novos projetos para venda dos empreendimentos imobiliários do cálculo do EBITDA, a margem EBITDA seria de 66,4% no 4T10, 422 pontos-base acima da margem EBITDA não ajustada.

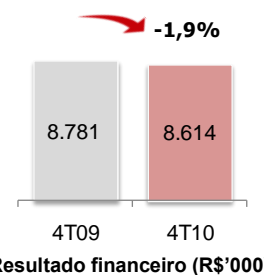
Ainda, excluindo-se as despesas com novos projetos para locação do último cenário, a margem EBITDA no 4T10 aumentaria para 72,2%.

10.3 Resultados Financeiros, Dívida e Disponibilidades

Posição financeira e disponibilidade de fontes de recursos atraentes para novos projetos

A Multiplan encerrou 2010 com uma posição de caixa líquido (ou dívida líquida negativa) de R\$245,0 milhões, 33,1% inferior aos R\$366,3 milhões de dezembro de 2009. Em relação ao trimestre anterior, a companhia apresentou uma queda de 20,2% em sua posição de caixa líquido.

No 4T10, o investimento decorrente da posição de caixa líquido foi responsável por um resultado financeiro positivo de R\$8,6 milhões, 1,9% inferior aos R\$8,8 milhões no 4T09, quando a Multiplan encerrou o trimestre com uma posição de caixa líquido superior.

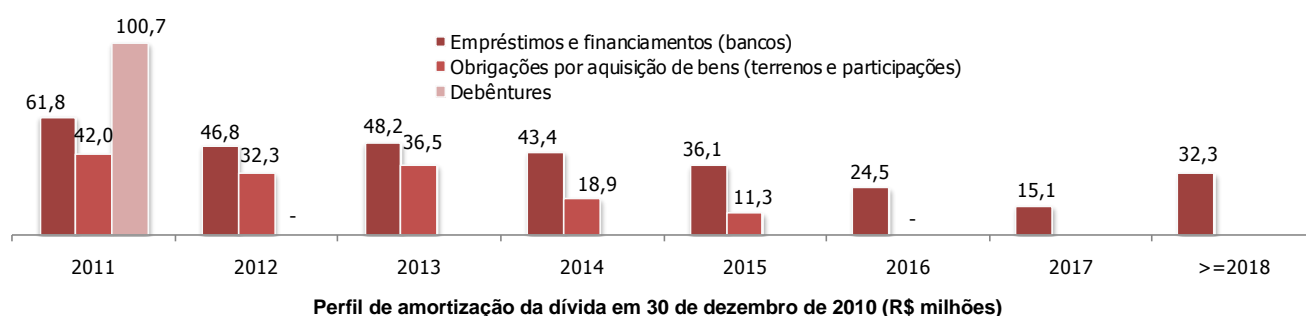


A posição de caixa líquido no 4T10 diminuiu R\$61,9 milhões quando comparada a 30 de setembro de 2010, devido à (i) geração de EBITDA de R\$111,0 milhões no 4T10, sendo compensada principalmente pelo (ii) CAPEX no mesmo período, que somou R\$139,0 milhões divididos entre o desenvolvimento, expansão e reforma dos shopping centers, aquisição de uma participação adicional no Shopping Santa Úrsula, e desenvolvimento de projetos imobiliários, e (iii) fluxo de caixa de financiamentos positivo em R\$16,7 milhões, resultado da entrada de novos recursos de R\$38,0 milhões (dos quais R\$36,7 milhões para o desenvolvimento do ParkShoppingSãoCaetano) e da saída de caixa em decorrência da amortização de dívidas de R\$21,4 milhões.

R\$410,0 milhões em novos contratos de financiamento assinados, dos quais R\$373,3 milhões a serem sacados

A Multiplan continua em busca de novos financiamentos para custear o desenvolvimento de seu forte portfólio de projetos anunciados e a serem anunciados. No segundo semestre de 2010, foram assinados R\$410,0 milhões em recursos para custear parte desse crescimento, incluindo (i) um financiamento de R\$140,0 milhões com prazo de 10 anos para a construção do ParkShoppingSãoCaetano, com um custo anual de TR +9,75% a.a., dos quais R\$36,7 milhões já foram sacados, e (ii) um financiamento de R\$270,0 milhões com prazo de 12 anos para a construção do VillageMall, com um custo anual de TR +9,75% a.a.. A Companhia sacará os recursos desses financiamentos de acordo com a evolução das obras, evitando que os recursos e os juros sejam apropriados no balanço antes do necessário. A Companhia continua em busca de oportunidades de financiamento de acordo com as necessidades de seus investimentos.

Abertura de Situação Financeira (R\$'000)	31/12/2010	30/9/2010	Var. %
Dívidas de Curto Prazo	204.496	210.208	▼2,7%
Empréstimos e financiamentos	61.798	59.968	▲3,1%
Obrigações por aquisição de bens	41.989	46.619	▼9,9%
Debêntures	100.709	103.621	▼2,8%
Dívida de longo prazo	345.339	322.947	▲6,9%
Empréstimos e financiamentos	246.378	218.759	▲12,6%
Obrigações por aquisição de bens	98.961	104.188	▼5,0%
Dívida Bruta	549.835	533.155	▲3,1%
Caixa	794.839	840.118	▼5,4%
Dívida Líquida (Caixa Líquido)	(245.005)	(306.963)	▼20,2%



Os índices financeiros permaneceram praticamente inalterados em comparação com 30 de setembro de 2010. A relação dívida líquida/EBITDA permanece negativa (-0,7 vezes), e a relação dívida bruta/EBITDA ficou em 1,6 vezes no 4T10.

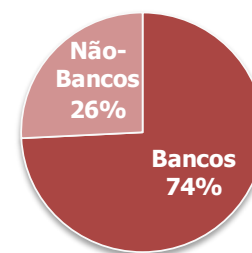
Indicadores Financeiros*	31/12/2010	30/9/2010
Dívida Líquida (Caixa Líquido)/EBITDA (12M)	-0,7x	-0,9x
Dívida Bruta/EBITDA	1,6x	1,6x
Dívida Líquida (Caixa Líquido)/AFFO	-0,7x	-0,9x
Dívida Bruta/AFFO	1,5x	1,5x
Dívida Líquida (Caixa Líquido)/Patrimônio Líquido	-8,3%	-10,3%
Passivo/Ativo	26,5%	23,6%
Dívida Bruta/Passivo	51,5%	57,9%

* EBITDA e AFFO equivalem à soma dos 12 meses precedentes.

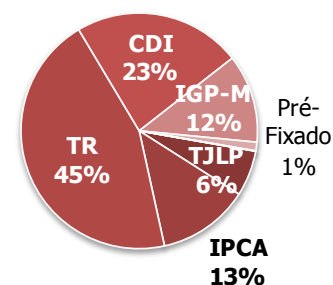
Reduzindo custos de financiamento

O endividamento da Multiplan continua a apresentar uma ampla seleção de índices, com o endividamento indexado aos índices TR e CDI representando 2/3 da dívida total. No 4T10, o endividamento indexado a TR continuou a aumentar sua participação no endividamento total da Companhia, passando de 40% no 3T10 para 45%.

A Multiplan exerceu seu contrato de SWAP em novembro de 2010, o que reduziu a taxa de juros do financiamento bancário do BarraShoppingSul de TR +9,75% a.a. para TR +9,30% ao ano para o período de 12 meses findo em novembro de 2011. Em dezembro de 2010, o saldo dessa linha de financiamento estava em R\$103,9 milhões.



Endividamento em 31 de dezembro de 2010



Índices de endividamento em 31 de dezembro de 2010

Indicadores de endividamento em 31 de dezembro de 2010

	Curto Prazo		Longo Prazo		Total	
	Taxa de juros média ¹	(R\$ '000)	Taxa de juros média ¹	(R\$ '000)	Taxa de juros média ¹	(R\$ '000)
TJLP	3,66%	10.744	3,53%	23.653	3,57%	34.397
IPCA	7,48%	29.106	7,00%	39.803	7,20%	68.909
TR	9,59%	32.150	9,68%	214.629	9,67%	246.779
CDI +	1,20%	3.193	1,31%	6.882	1,27%	10.075
% do CDI ²	12,75%	116.219	n.d.	-	12,75%	116.219
IGP-M	2,99%	6.792	2,96%	59.918	2,96%	66.710
Pré-fixado	11,78%	6.024	4,50%	453	11,27%	6.477
Outros	n.d.	269	n.d.	-	n.d.	269
Dívida bruta		204.496		345.338		549.835

¹ Média ponderada da taxa de juros anual.

² A taxa representa o custo da dívida.

	Desempenho dos Índices em 2010	Taxa de Juros Média ¹	Custo da dívida	Dívida (R\$ '000)
TJLP	6.00%	3.57%	9.79%	34,397
IPCA	5.12%	7.20%	12.69%	68,909
TR	0.69%	9.67%	10.42%	246,779
CDI +	10.75%	1.27%	12.16%	10,075
% do CDI ²	10.75%	118.63%	12.75%	116,219
IGP-M	10.63%	2.96%	13.91%	66,710
Pré-fixado	0.00%	11.27%	11.27%	6,477
Outros	-0.03%	-	-0.03%	269
Total	5.08%	6.54%	11.62%	549,835

¹ Média ponderada da taxa de juros anual.

² A taxa representa o indexador como um percentual do CDI.

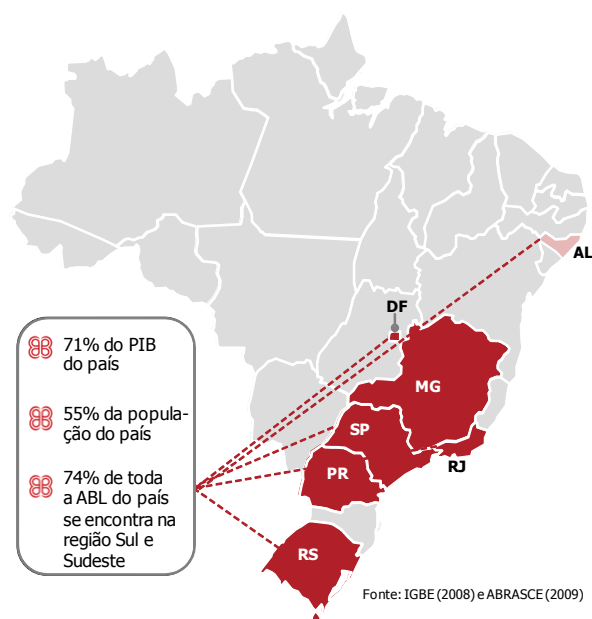
10.4 Lucro Líquido Ajustado e FFO Ajustado

AFFO de R\$368,2 milhões em 2010 representa mais que o CAPEX necessário para desenvolver um novo shopping center

O lucro líquido atingiu R\$218,4 milhões em 2010, 33,7% superior ao de 2009, impulsionado pelo desempenho operacional e financeiro da Companhia, resultado de uma maior geração de receita bruta em relação às despesas. Em 2010, a Multiplan contabilizou R\$105,2 milhões em imposto de renda e contribuição social diferidos devido principalmente às diferenças temporais entre os livros contábeis e fiscais. Vale ressaltar que esses impostos diferidos não representam necessariamente uma saída de caixa, mas sim uma provisão contábil, e, por essa razão, não são considerados no lucro líquido ajustado. Em 2010 o lucro líquido ajustado aumentou para R\$323,5 milhões, um crescimento de 36,6% em relação a 2009. No 4T10, aumentou 13,4%, atingindo R\$93,1 milhões.

O Fluxo de Caixa Operacional Ajustado (AFFO) aumentou 35,1% em 2010, para R\$368,2 milhões, e seria suficiente para financiar pelo menos um novo shopping center por ano. Quanto ao 4T10, a Companhia registrou um AFFO de R\$106,0 milhões, um crescimento de 15,7% quando comparado ao 4T09. Com uma geração de caixa forte, constante e crescente, uma sólida posição de caixa e fontes de financiamento atraentes, a companhia está financeiramente preparada para entregar seus projetos anunciados e a serem anunciados.

Cálculo do FFO Ajustado & Lucro Líquido	4T10	4T09	Var. %	2010	2009	Var. %
Lucro Líquido	72.348	31.245	▲131,5%	218.383	163.339	▲33,7%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	20.746	50.815	▼59,2%	105.155	73.476	▲43,1%
Lucro Líquido Ajustado	93.094	82.060	▲13,4%	323.538	236.815	▲36,6%
Depreciações e amortizações	12.862	9.493	▲34,7%	44.613	35.753	▲24,8%
FFO Ajustado	105.956	91.609	▲15,7%	368.151	272.568	▲35,1%

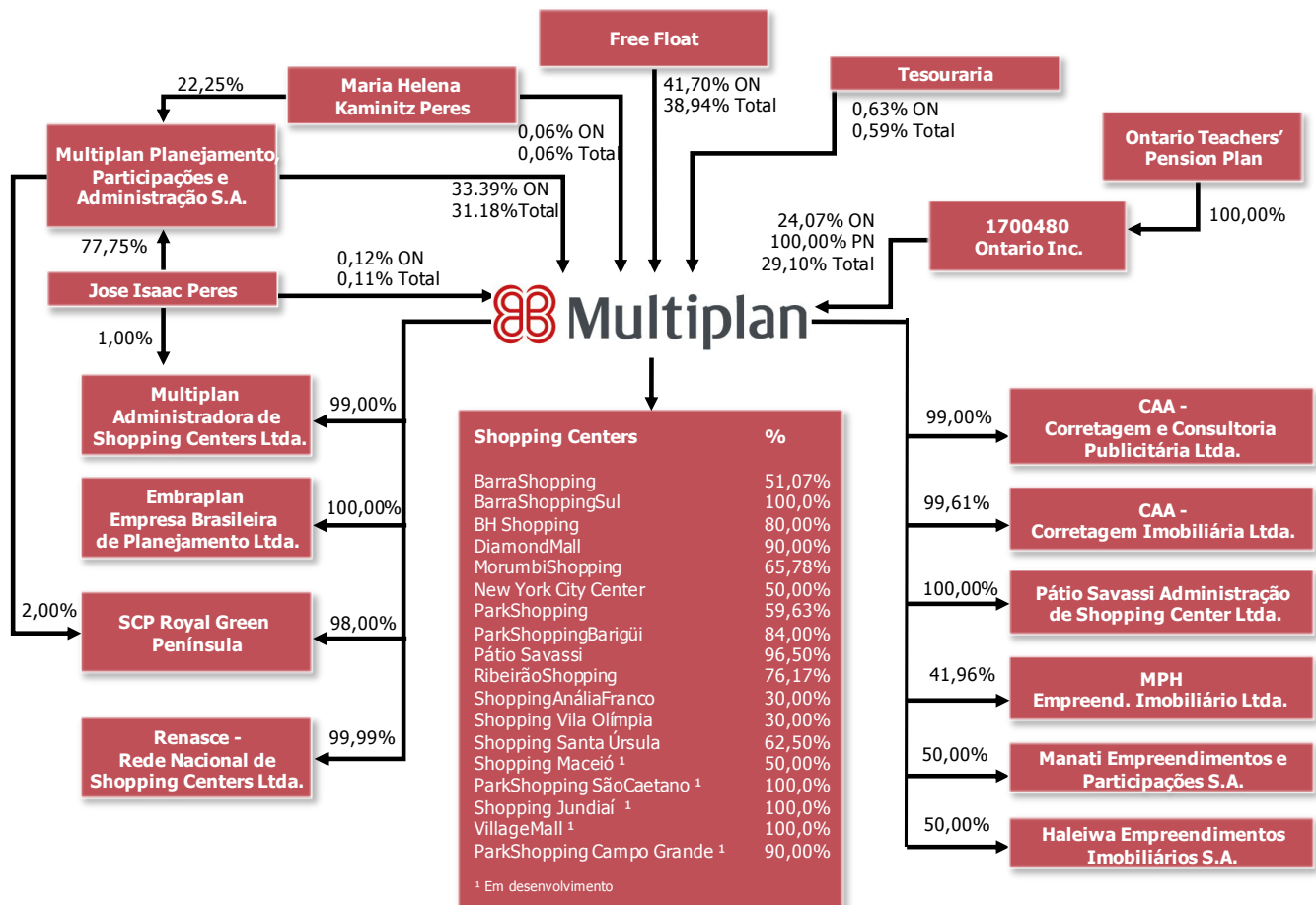
11. Portfólio


Portfólio	Estado	% Multiplan	ABL total	Taxa média de ocupação (4T10)
Shopping centers em operação			(100%)	
1 BH Shopping	MG	80,0%	47.547 m ²	99,8%
2 RibeirãoShopping	SP	76,2%	46.784 m ²	98,8%
3 BarraShopping	RJ	51,1%	69.278 m ²	99,8%
4 MorumbiShopping	SP	65,8%	55.085 m ²	99,8%
5 ParkShopping	DF	59,6%	51.526 m ²	99,9%
6 DiamondMall	MG	90,0%	21.388 m ²	99,8%
7 New York City Center	RJ	50,0%	22.271 m ²	99,5%
8 Shopping AnáliaFranco	SP	30,0%	50.974 m ²	99,9%
9 ParkShoppingBarigüi	PR	84,0%	49.917 m ²	99,7%
10 Pátio Savassi	MG	96,5%	17.254 m ²	100,0%
11 Shopping Santa Úrsula	SP	62,5%	23.132 m ²	88,3%
12 BarraShoppingSul	RS	100,0%	68.400 m ²	98,9%
13 Shopping Vila Olímpia	SP	30,0%	28.274 m ²	88,5%
Sub-total em operação		67,3%	551.830 m²	98,6%
Shopping centers em desenvolvimento				
14 ParkShoppingSãoCaetano	SP	100,0%	38.973 m ²	-
15 Shopping Maceió	AL	50,0%	35.470 m ²	-
16 Shopping Jundiaí	SP	100,0%	35.418 m ²	-
17 Village Mall	RJ	100,0%	25.653 m ²	-
18 ParkShopping Campo Grande ¹	RJ	90,0%	40.743 m ²	-
Sub-total shopping centers em desenvolvimento		87,6%	176.257 m²	
Torres para locação em desenvolvimento				
19 Morumbi Business Center	SP	100,0%	10.150 m ²	-
20 ParkShopping Corporate	DF	50,0%	13.360 m ²	-
21 Morumbi Corporate	SP	100,0%	73.388 m ²	-
Sub-total torres para locação em desenvolvimento		93,1%	96.898 m²	
Portfólio total		74,7%	824.986 m²	98,6%

¹ Multiplan será responsável por 100% do CAPEX

12. Estrutura Societária

A estrutura societária da Multiplan, conforme descrita no quadro abaixo, reflete suas participações em 31 de dezembro de 2010. A Companhia possui 179.197.214 ações emitidas, das quais 167.338.867 são ações ordinárias e 11.858.347 são ações preferenciais.

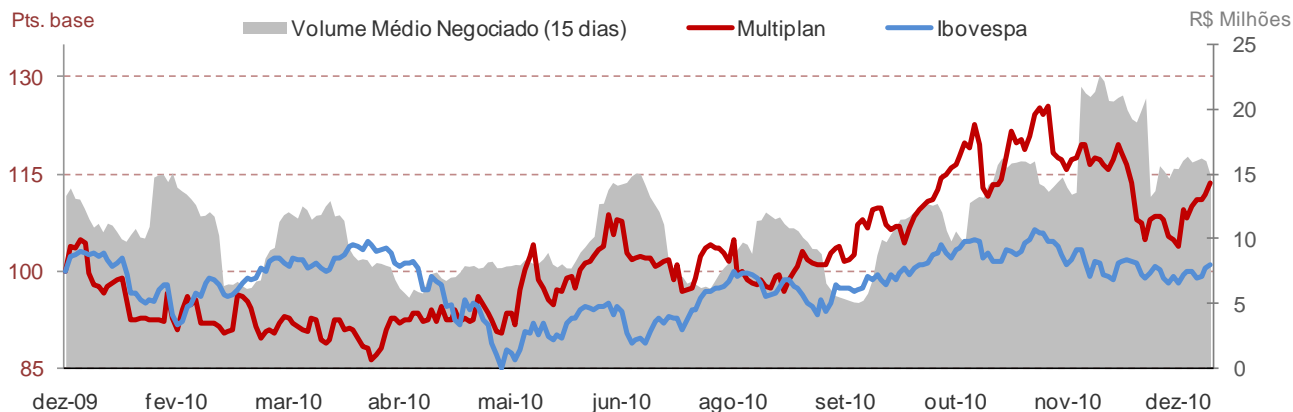


A participação que a Multiplan possui nas seguintes Sociedades de Propósito Específico (SPE) MPH, Manati e Haleiwa, está descrita abaixo:

MPH: esta SPE é a empresa holding que detém uma participação de 71,5% no Shopping Vila Olímpia. A Multiplan tem uma participação de 42,0% na MPH, que resulta em uma participação de 30,0% no capital total do Shopping Vila Olímpia. **Manati** é a holding que possui uma participação de 75,0% no Shopping Santa Úrsula, em Ribeirão Preto, SP, em que a Multiplan tem uma parceria 50/50. Finalmente, a **Haleiwa** é a SPE do Shopping Maceió, em que a participação da Multiplan é de 50%.

13. Mercado de Capitais

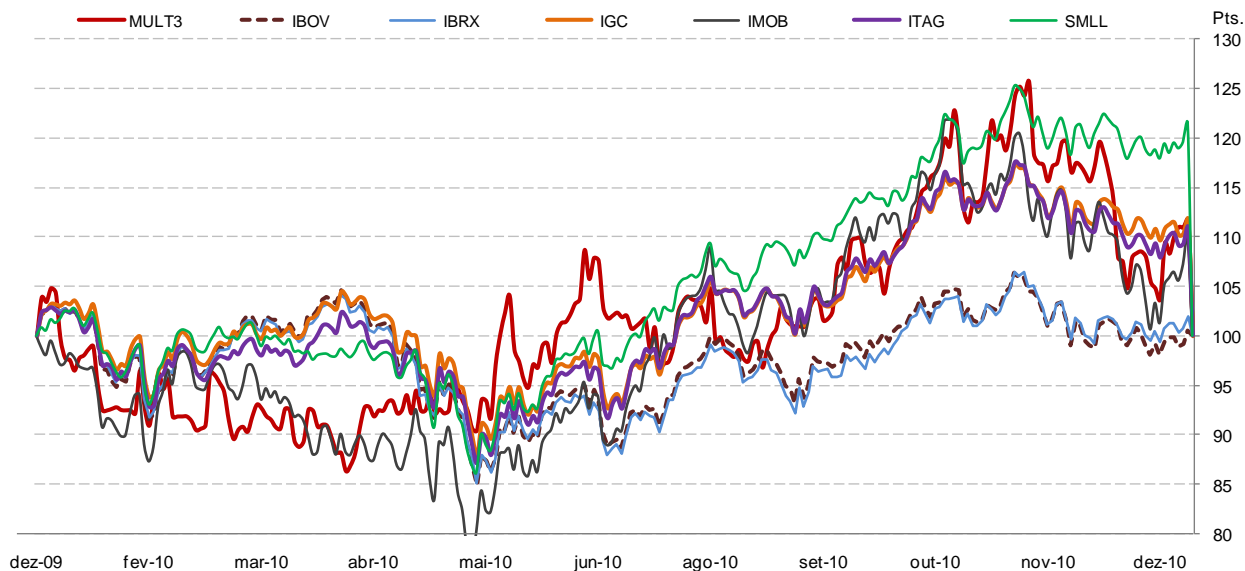
As ações da Multiplan (MULT3 na BM&F BOVESPA: MULT3 BZ na Bloomberg) encerraram 2010 cotadas a R\$36,90/ação, uma valorização de 14% quando comparado a última cotação de 2009. O principal índice da Bolsa de Valores de São Paulo, o Ibovespa, registrou valorização de 1% durante o mesmo período.



Varição: MULT3, Ibovespa e volume MULT3

Base 100 = 31 de dezembro de 2009

Em comparação com os índices da Bolsa de Valores dos quais a MULT3 faz parte (Índice Brasil – IBRX, Índice de Construção Civil e Imobiliário – IMOB, Índice Small Cap – SMLL, Índice Tag Along – ITAG e Índice de Governança Corporativa – IGC), a ação teve uma valorização superior, exceto em relação ao Índice Small Cap, conforme demonstrado no gráfico abaixo.



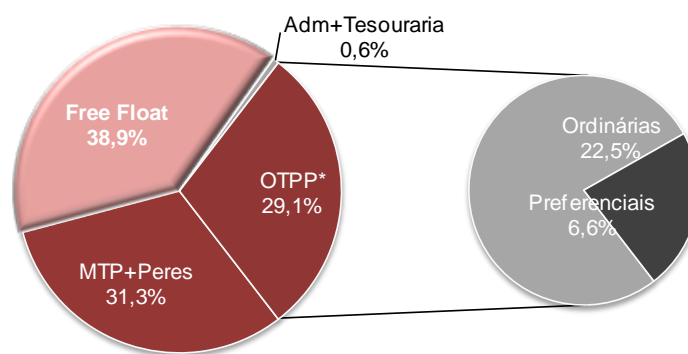
Varição: MULT3, IBRX, IMOB, SMLL, ITAG e IGC

Base 100 = 31 de dezembro de 2009

O volume diário médio negociado aumentou 67,7% entre 2009 e 2010, e atingiu R\$11,1 milhões. Em 31 de dezembro de 2010, o valor de mercado da Multiplan era de R\$6,6 bilhões.

MULT3 na BM&FBOVESPA	4T10	4T09	Var. %	2010	2009	Var. %
Preço médio	R\$ 37,34	R\$ 30,22	23,5%	R\$ 33,02	R\$ 21,59	53,0%
Preço de fechamento	R\$ 36,90	R\$ 32,45	13,7%	R\$ 36,90	R\$ 32,45	13,7%
Volume médio diário negociado	R\$ 16,1 M	R\$ 14,6 M	10,1%	R\$ 11,1 M	R\$ 6,6 M	67,7%
Valor médio de mercado	R\$ 6,7 B	R\$ 5,4 B	24,8%	R\$ 5,9 B	R\$ 3,4 B	73,1%

Em dezembro de 2010, o Sr. José Isaac Peres possuía participação direta e indireta de 31,3% da Companhia, e o Ontario Teachers Pension Plan (OTPP), 29,1%. O free-float era equivalente a 38,9% do total de ações emitidas, que ficou em 179.197.214 em dezembro de 2010.



Estrutura acionária em 31 de dezembro de 2010

(*) OTPP – Ontario Teachers Pension Plan

Programa de recompra de ações

O segundo programa de recompra de ações da Multiplan foi aprovado pelo Conselho de Administração em fevereiro de 2010. Seu objetivo era utilizar fundos disponíveis da Companhia para maximizar o valor para o acionista, podendo também ser utilizado para atender a futuros exercícios de opção de ações dentro do escopo do Plano de Opção de Compra de Ações emitidas pela Multiplan. Até 31 de dezembro de 2010, um total de 976.400 ações havia sido adquirido no programa de recompra de ações, encerrado no dia 3 de fevereiro de 2011.

O saldo de ações mantidas em tesouraria em 31 de dezembro de 2010 era de 1.051.376 de ações.

Eventos Recentes

No dia 22 de fevereiro de 2011, a Companhia aprovou o terceiro programa de recompra de ações. A vigência do programa é de 365 dias, a partir de 23 de fevereiro de 2011.

O programa visa à recompra de até 3.600.000 ações ordinárias nominativas. O programa poderá também ser utilizado para comprar ações para atender a futuros exercícios de opções dentro do escopo do Plano de Opção de Compra de Ações emitidas pela Multiplan. O total de ações sujeitas a recompra representa, nesta data, 5,2% do total de 69.410.628 ações ordinárias em circulação no mercado, em conformidade com definição constante do artigo 5º da Instrução CVM n.º 10/80.

14. Anexos
Indicadores Financeiros e Operacionais

Indicadores (R\$ '000)						
Desempenho Financeiro (%MTE)	4T10	4T09	Var%	2010	2009	Var%
Receita Bruta	195.337	174.245	▲12,1%	662.624	534.368	▲24,0%
Receita Líquida	178.388	158.097	▲12,8%	604.375	482.734	▲25,2%
Receita Líquida R\$/m ²	501 R\$/m ²	486 R\$/m ²	▲3,0%	1.749 R\$/m ²	1.513 R\$/m ²	▲15,6%
Receita Líquida US\$/pé ²	28,0 US\$/pé ²	25,9 US\$/pé ²	▲8,2%	97,9 US\$/pé ²	80,6 US\$/pé ²	▲21,5%
Receita de Locação com Linearidade	119.417	123.533	▼3,3%	421.218	366.180	▲15,0%
Receita de Locação R\$/m ²	335 R\$/m ²	380 R\$/m ²	▼11,8%	1.219 R\$/m ²	1.148 R\$/m ²	▲6,2%
Receita de Locação US\$/pé ²	18,8 US\$/pé ²	20,2 US\$/pé ²	▼7,3%	68,2 US\$/pé ²	61,1 US\$/pé ²	▲11,6%
Receita Mensal de Locação R\$/m ²	112 R\$/m ²	127 R\$/m ²	▼11,8%	102 R\$/m ²	96 R\$/m ²	▲6,2%
Receita Mensal de Locação US\$/pé ²	6,3 US\$/pé ²	6,7 US\$/pé ²	▼7,3%	5,7 US\$/pé ²	5,1 US\$/pé ²	▲11,6%
Resultado Operacional Líquido (NOI)	139.941	119.673	▲16,9%	419.735	353.361	▲18,8%
NOI R\$/m ²	393 R\$/m ²	368 R\$/m ²	▲6,7%	1.215 R\$/m ²	1.107 R\$/m ²	▲9,7%
NOI US\$/pé ²	22,0 US\$/pé ²	19,6 US\$/pé ²	▲12,1%	68,0 US\$/pé ²	59,0 US\$/pé ²	▲15,3%
Margem NOI	87,9%	88,5%	▼59 b.p	86,4%	85,1%	▲131 b.p
NOI por Ação	R\$ 0,78	R\$ 0,67	▲16,0%	R\$ 2,34	R\$ 1,99	▲17,8%
Despesas de Sede	22.962	25.945	▼11,5%	93.098	88.182	▲5,6%
Despesas de Sede / Receita líquida	12,9%	16,4%	▼354 b.p	15,4%	18,3%	▼286 b.p
EBITDA	110.970	94.433	▲17,5%	350.195	303.955	▲15,2%
EBITDA R\$/m ²	311 R\$/m ²	290 R\$/m ²	▲7,2%	1.013 R\$/m ²	953 R\$/m ²	▲6,4%
EBITDA US\$/pé ²	17,4 US\$/pé ²	15,5 US\$/pé ²	▲12,7%	56,7 US\$/pé ²	50,7 US\$/pé ²	▲11,8%
Margem EBITDA	62,2%	59,7%	▲248 b.p	57,9%	63,0%	▼502 b.p
EBITDA por Ação	R\$ 0,62	R\$ 0,53	▲16,5%	R\$ 1,95	R\$ 1,71	▲14,2%
Lucro Líquido Ajustado	93.094	82.060	▲13,4%	323.538	236.815	▲36,6%
Lucro Líquido Ajustado R\$/m ²	261 R\$/m ²	252 R\$/m ²	▲3,5%	936 R\$/m ²	742 R\$/m ²	▲26,2%
Lucro Líquido Ajustado US\$/pé ²	14,6 US\$/pé ²	13,4 US\$/pé ²	▲8,8%	52,4 US\$/pé ²	39,5 US\$/pé ²	▲32,6%
Margem Líquida Ajustada	52,2%	51,9%	▲28 b.p	53,5%	49,1%	▲448 b.p
Lucro Líquido Ajustado por Ação	R\$ 0,52	R\$ 0,46	▲12,5%	R\$ 1,81	R\$ 1,33	▲35,5%
FFO Ajustado	105.956	91.609	▲15,7%	368.151	272.568	▲35,1%
FFO Ajustado R\$/m ²	297 R\$/m ²	282 R\$/m ²	▲5,5%	1.065 R\$/m ²	854 R\$/m ²	▲24,7%
FFO Ajustado US\$	63.829	52.513	▲21,5%	221.778	156.244	▲41,9%
FFO Ajustado US\$/pé ²	16,6 US\$/pé ²	15,0 US\$/pé ²	▲10,9%	59,6 US\$/pé ²	45,5 US\$/pé ²	▲31,1%
Margem FFO Ajustado	59,4%	57,9%	▲145 b.p	60,9%	56,5%	▲445 b.p
FFO Ajustado por Ação	R\$ 0,59	R\$ 0,52	▲14,7%	R\$ 2,05	R\$ 1,53	▲33,9%
Dólar (US\$) Final do Trimestre	\$1,66	\$1,74	▼4,8%	\$1,66	\$1,74	▼4,8%

Indicadores Financeiros e Operacionais

Indicadores (R\$ '000)						
Desempenho de Mercado	4T10	4T09	Var. %	2010	2009	Var. %
Número de Ações	179.197.214	177.699.741	▲0,8%	179.197.214	177.699.741	▲0,8%
Ações Ordinárias	167.338.867	165.841.394	▲0,9%	167.338.867	165.841.394	▲0,9%
Ações Preferenciais	11.858.347	11.858.347	▲0,0%	11.858.347	11.858.347	▲0,0%
Preço Médio da Ação	R\$ 37,34	R\$ 30,22	▲23,5%	R\$ 33,02	R\$ 21,59	▲53,0%
Preço Final da Ação	R\$ 36,90	R\$ 32,45	▲13,7%	R\$ 36,90	R\$ 32,45	▲13,7%
Volume Médio Diário Negociado	16.097	14.614	▲10,1%	11.108	6.622	▲67,7%
Valor de Mercado (R\$ '000)	6.612.377	5.766.357	▲14,7%	6.612.377	5.766.357	▲14,7%
Dólar (US\$) Final do Trimestre	\$1,66	\$1,74	▼4,8%	\$1,66	\$1,74	▼4,8%
Dívida Bruta (R\$ '000)	549.835	461.684	▲19,1%	549.835	461.684	▲19,1%
Caixa (R\$ '000)	794.839	827.967	▼4,0%	794.839	827.967	▼4,0%
Dívida Líquida (R\$ '000)	(245.004)	(366.283)	▼33,1%	(245.004)	(366.283)	▼33,1%
Lucro/Ação	R\$ 0,40	R\$ 0,18	▲129,6%	R\$ 1,22	R\$ 0,92	▲32,6%
NOI/Ação	R\$ 0,78	R\$ 0,67	▲16,0%	R\$ 2,34	R\$ 1,99	▲17,8%
P/FFO Ajustado (últimos 12 meses)	17,96 x	21,16 x	▼15,1%	17,96 x	21,16 x	▼15,1%
EV/EBITDA (últimos 12 meses)	18,18 x	17,77 x	▲2,3%	18,18 x	17,77 x	▲2,3%
Dívida Líquida /EBITDA (últimos 12 meses)	(0,70) x	(1,21) x	▼41,9%	(0,70) x	(1,21) x	▼41,9%

Indicadores (R\$ '000)						
Desempenho Operacional (100%)	4T10	4T09	Var%	2010	2009	Var%
ABL Total Final	551.830 m ²	533.741 m ²	▲3,4%	551.830 m ²	533.741 m ²	▲3,4%
ABL Própria Final	371.596 m ²	347.985 m ²	▲6,8%	371.596 m ²	347.985 m ²	▲6,8%
ABL Própria %	67,3%	65,2%	▲214 b.p	67,3%	65,2%	▲214 b.p
ABL Total Ajustada (média) ¹	534.725 m ²	508.301 m ²	▲5,2%	521.629 m ²	477.767 m ²	▲9,2%
ABL Própria Ajustada (média) ¹	356.384 m ²	325.169 m ²	▲9,6%	345.567 m ²	319.096 m ²	▲8,3%
Vendas Totais	2.430.844	2.023.848	▲20,1%	7.475.923	6.109.019	▲22,4%
Vendas Totais R\$/m ²	4.546 R\$/m ²	3.982 R\$/m ²	▲14,2%	14.332 R\$/m ²	12.787 R\$/m ²	▲12,1%
Vendas Totais US\$/pé ²	254,4 US\$/pé ²	212,0 US\$/pé ²	▲20,0%	802,1 US\$/pé ²	680,9 US\$/pé ²	▲17,8%
Vendas nas Mesmas Lojas R\$/m ²	n.d.	n.d.	▲12,6%	n.d.	n.d.	▲12,4%
Vendas na Mesma Área R\$/m ²	n.d.	n.d.	▲13,8%	n.d.	n.d.	▲14,6%
Aluguel nas Mesmas Lojas R\$/m ²	n.d.	n.d.	▲12,0%	n.d.	n.d.	▲6,9%
Aluguel na Mesma Área R\$/m ²	n.d.	n.d.	▲10,1%	n.d.	n.d.	▲6,2%
Custos de Ocupação	11,9%	11,8%	▲11 b.p	11,4%	11,9%	▼44 b.p
Aluguel como % das Vendas	7,6%	7,8%	▼18 b.p	7,6%	8,0%	▼42 b.p
Outros como % das Vendas	4,3%	4,0%	▲28 b.p	3,9%	3,9%	▼1 b.p
Turnover	0,7%	2,1%	▼141 b.p	3,9%	6,0%	▼204 b.p
Taxa de Ocupação	98,6%	96,9%	▲165 b.p	98,6%	96,9%	▲165 b.p
Inadimplência (Atraso 25 dias)	0,8%	0,6%	▲25 b.p	1,2%	2,7%	▼155 b.p
Perda de Aluguel	1,6%	1,2%	▲32 b.p	0,9%	0,9%	▲1 b.p

¹ ABL ajustada corresponde a média da ABL do período excluindo 14 mil m² do supermercado BIG, no BarraShoppingSul.

Demonstração de Resultados (R\$'000)

(R\$ '000)	4T10	4T09	Var. %	2010	2009	Var. %
Receita de locação de lojas	138.075	117.533	▲17,5%	416.114	360.180	▲15,5%
Receita de serviços	18.793	17.870	▲5,2%	72.926	73.372	▼0,6%
Receita de cessão de direitos	9.328	7.680	▲21,5%	35.241	26.990	▲30,6%
Receita de estacionamento	21.179	17.752	▲19,3%	69.504	54.959	▲26,5%
Receita de venda de imóveis	26.453	7.102	▲272,5%	61.428	11.869	▲417,5%
Apropriação de receita de aluguel linear	(18.658)	6.000	n.d.	5.104	6.000	▼14,9%
Outras receitas	167	308	▼45,8%	2.307	998	▲131,2%
Receita Bruta	195.337	174.245	▲12,1%	662.624	534.368	▲24,0%
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços prestados	(16.949)	(16.148)	▲5,0%	(58.249)	(51.634)	▲12,8%
Receita Líquida	178.388	158.097	▲12,8%	604.375	482.734	▲25,2%
Despesas de sede	(22.962)	(25.945)	▼11,5%	(93.098)	(88.182)	▲5,6%
Despesas de remuneração baseadas em opções de ações	(1.749)	(1.047)	▲67,0%	(5.675)	(3.415)	▲66,2%
Despesas de shopping centers	(19.313)	(15.612)	▲23,7%	(65.883)	(61.778)	▲6,6%
Despesas com novos projetos para locação	(8.882)	(11.445)	▼22,4%	(39.074)	(18.187)	▲114,8%
Despesas com novos projetos para venda	(2.796)	(770)	▲263,1%	(4.362)	(1.085)	▲302,0%
Custo de imóveis vendidos	(12.498)	(4.527)	▲176,1%	(32.295)	(8.539)	▲278,2%
Resultado de equivalência patrimonial	(337)	(4.576)	▼92,6%	(3.511)	(20.031)	▼82,5%
Outras receitas (despesas) operacionais	1.119	258	▲333,7%	(10.282)	22.438	n.d.
EBITDA	110.970	94.433	▲17,5%	350.195	303.955	▲15,2%
Receitas financeiras	22.214	19.964	▲11,3%	89.122	36.274	▲145,7%
Despesas financeiras	(13.600)	(11.183)	▲21,6%	(45.579)	(41.388)	▲10,1%
Depreciações e amortizações	(12.862)	(9.549)	▲34,7%	(44.613)	(35.753)	▲24,8%
Lucro Antes do Imposto de Renda	106.722	93.665	▲13,9%	349.125	263.088	▲32,7%
Imposto de renda e contribuição social	(10.382)	(11.982)	▼13,4%	(14.972)	(26.284)	▼43,0%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(20.746)	(50.815)	▼59,2%	(105.155)	(73.476)	▲43,1%
Participação dos acionistas minoritários	(3.246)	377	n.d.	(10.615)	11	n.d.
Lucro Líquido	72.348	31.245	▲131,6%	218.383	163.339	▲33,7%

(R\$ '000)	4T10	4T09	Var. %	2010	2009	Var. %
EBITDA	110.970	94.433	▲17,5%	350.195	303.955	▲15,2%
<i>Margem EBITDA</i>	<i>62,2%</i>	<i>59,7%</i>	<i>▲248 b.p</i>	<i>57,9%</i>	<i>63,0%</i>	<i>▼502 b.p</i>
Lucro Líquido Ajustado	93.094	82.060	▲13,4%	323.538	236.815	▲36,6%
<i>Margem Líquida ajustada</i>	<i>52,2%</i>	<i>51,9%</i>	<i>▲28 b.p</i>	<i>53,5%</i>	<i>49,1%</i>	<i>▲448 b.p</i>
FFO Ajustado	105.956	91.609	▲15,7%	368.151	272.568	▲35,1%
<i>Margem FFO ajustado</i>	<i>59,4%</i>	<i>57,9%</i>	<i>▲145 b.p</i>	<i>60,9%</i>	<i>56,5%</i>	<i>▲445 b.p</i>
NOI - sem efeito da linearidade	139.941	119.673	▲16,9%	419.735	353.361	▲18,8%
<i>Margem NOI sem efeito da linearidade</i>	<i>87,9%</i>	<i>88,5%</i>	<i>▼59 b.p</i>	<i>86,4%</i>	<i>85,1%</i>	<i>▲131 b.p</i>
NOI - com efeito da linearidade	121.283	125.673	▼3,5%	424.839	359.361	▲18,2%
<i>Margem NOI com efeito da linearidade</i>	<i>86,3%</i>	<i>88,9%</i>	<i>▼269 b.p</i>	<i>86,6%</i>	<i>85,3%</i>	<i>▲124 b.p</i>

Balço Patrimonial (R\$'000)

ATIVO	31/12/2010	31/12/2009	Varição %
Ativo Circulante			
Disponibilidades e valores equivalentes	794.839	827.967	▼4,0%
Contas a receber	180.122	115.117	▲56,5%
Empréstimos e adiantamentos diversos	17.177	30.985	▼44,6%
Impostos e contribuições sociais a compensar	21.892	38.744	▼43,5%
Outros	14.153	3.483	▲306,3%
Total do Ativo Circulante	1.028.183	1.016.296	▲1,2%
Ativo não Circulante			
Contas a receber	36.154	18.028	▲100,5%
Terrenos e imóveis a comercializar	33.183	141.268	▼76,5%
Empréstimos e adiantamentos diversos	8.658	9.908	▼12,6%
Imposto de renda e contribuições social diferidos	8.737	113.891	▼92,3%
Outros	23.286	21.631	▲7,7%
Investimentos	12.018	15.382	▼21,9%
Propriedades para investimento	2.496.675	2.006.505	▲24,4%
Imobilizado	18.504	15.582	▲18,8%
Intangível	320.588	309.475	▲3,6%
Total do Ativo não Circulante	2.957.803	2.651.670	▲11,5%
Total do Ativo	3.985.986	3.667.966	▲8,7%

PASSIVO	31/12/2010	31/12/2009	Varição %
Passivo Circulante			
Empréstimos e financiamentos	61.798	41.660	▲48,3%
Contas a pagar	79.384	66.762	▲18,9%
Obrigações por aquisição de bens	41.989	62.122	▼32,4%
Impostos e contribuições a recolher	25.900	24.904	▲4,0%
Dividendos a pagar	51.469	40.521	▲27,0%
Receitas diferidas	42.163	54.279	▼22,3%
Valores a pagar a partes relacionadas	94.274	92.214	▲2,2%
Debêntures	100.709	386	n.d.
Adiantamentos de clientes	10.879	9.559	▲13,8%
Outros	2.277	1.743	▲30,6%
Total do Passivo Circulante	510.842	394.150	▲29,6%
Passivo não Circulante			
Empréstimos e financiamentos	246.378	130.035	▲89,5%
Debêntures	-	100.000	n.d.
Obrigações por aquisição de bens	98.961	127.481	▼22,4%
Parcelamento de impostos	1.122	1.359	▼17,4%
Provisão para contingências	21.662	21.435	▲1,1%
Receitas diferidas	141.570	77.698	▲82,2%
Total do Passivo não Circulante	509.693	458.008	▲11,3%
Patrimônio Líquido			
Capital social	1.761.662	1.745.097	▲0,9%
Reserva de capital	969.186	961.691	▲0,8%
Reserva de lucros	268.060	122.408	▲119,0%
Gasto com emissão de ações	(21.016)	(20.837)	▲0,9%
Ações em tesouraria	(34.769)	(4.624)	▲651,9%
Participação dos acionistas minoritários	22.328	12.073	▲84,9%
Total do Patrimônio Líquido	2.965.451	2.815.808	▲5,3%
Total do Passivo e Patrimônio Líquido	3.985.986	3.667.966	▲8,7%

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

Fluxo de Caixa (R\$'000)	2010	2009
Fluxo de caixa operacional		
Lucro antes dos impostos	349.125	263.088
Depreciações e amortizações	44.613	35.753
Atualização de debêntures, empréstimos e obrigações por aquisição de bens	42.669	11.144
Outros ajustes ao lucro líquido	(36.380)	(4.740)
(Aumento) redução de ativo circulante	29.481	(50.772)
Aumento (redução) de passivo circulante	28.239	78.970
Fluxo de caixa gerado pelas operações	457.747	333.443
Fluxo de caixa de investimentos		
Aumento nos empréstimos e adiantamentos diversos	17.020	(11.777)
(Aumento) redução em propriedades para investimentos	(524.234)	(481.664)
Adições em Imobilizado	(4.286)	(1.670)
Adições em intangível	(13.186)	(887)
Outros	7.230	(10.933)
Fluxo de caixa usado nas atividades de investimento	(517.456)	(506.931)
Fluxo de caixa de financiamentos		
Aumento (redução) de empréstimos e financiamentos	135.016	(65.726)
Emissão de debêntures	-	100.000
Pagamento de juros dos empréstimos e financiamentos obtidos	(37.307)	(5.876)
Aumento do valor a pagar a partes relacionadas	2.060	68.434
Aumento de capital social	16.565	792.350
Aumento de capital social	(60.889)	(20.084)
Outros	(28.864)	(35.228)
Fluxo de caixa gerado pelas atividades de financiamento	26.581	833.870
Fluxo de caixa	(33.128)	660.382
Disponibilidades e valores equivalentes no início do período	827.967	167.585
Disponibilidades e valores equivalentes no final do período	794.839	827.967
Varição no caixa	(33.128)	660.382

Glossário e Acrônimos

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.

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.

Acrônimos:

BHS	BH Shopping
BRS	BarraShopping
BSS	BarraShoppingSul
CPRBS	Centro Prof. RibeirãoShopping
DMM	DiamondMall
MAC	Shopping Maceió
MBC	Morumbi Business Center
MBS	MorumbiShopping
MTE	Multiplan
NYCC	New York City Center
JDS	Shopping Jundiá
PCG	ParkShopping Campo Grande
PKB	ParkShoppingBarigüi
PKS	ParkShopping
PKC	ParkShopping Corporate
PSC	ParkShoppingSãoCaetano
PSS	Pátio Savassi
RBS	RibeirãoShopping
SAF	ShoppingAnáliaFranco
SSU	Shopping Santa Úrsula
SVO	Shopping Vila Olímpia
VLG	Village Mall

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 Ajustado (Fluxo de Caixa Operacional Ajustado): 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.

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.

GVV (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



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.