



**Teleconferência (Em português)**

**Data:** 29 de julho de 2013 (segunda-feira)

**Horário:**

11h00min (horário de Brasília)

10h00min (EST Nova York)

**Telefone de conexão:**

+55 (11) 4688-6361

**Código de acesso:** Multiplan

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

**2T13** 

**Divulgação de Resultados  
segundo trimestre de 2013**

 **Multiplan**



### **Aviso Legal**

Este documento pode conter considerações futuras que estão sujeitas a riscos e incertezas, uma vez que se baseiam nas expectativas da administração da companhia, bem como nas informações disponíveis. A companhia não está obrigada a atualizar tais afirmações.

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

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

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

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

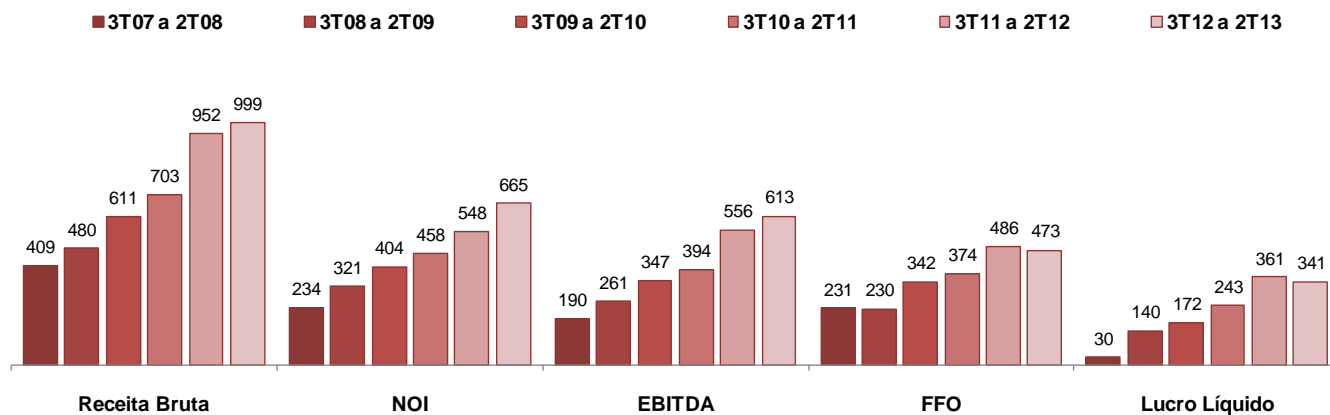
**Índice**

01. Demonstração de Resultados Consolidados - Divulgado .....	5
02. Pronunciamento Contábil CPC 19 (R2) .....	6
03. Demonstração de Resultados Consolidados - Gerencial .....	10
04. Desenvolvimento de Projetos .....	11
05. Indicadores Operacionais .....	19
06. Receita Bruta .....	22
07. Resultado da Participação em Shopping Centers .....	23
08. Resultado da Administração de Shopping Centers .....	27
09. Resultados do Desenvolvimento de Shopping Centers .....	28
10. Resultados de Empreendimentos Imobiliários .....	29
11. Resultados Financeiros .....	30
12. Portfólio .....	35
13. Estrutura Societária .....	37
14. MULT3 e Mercado de Ações .....	39
15. Apêndices .....	40

**Evolução dos Indicadores Financeiros da Multiplan**

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

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



Desempenho histórico dos resultados da Multiplan para os últimos doze meses terminados em 30 de junho (R\$ milhões)

**Overview**

A Multiplan Empreendimentos Imobiliários S.A é uma das maiores empresas de shopping centers do Brasil. Fundada como uma empresa full service, responsável pelo planejamento, desenvolvimento, propriedade e administração de um dos maiores e melhores portfólios de shopping centers do Brasil. A Companhia também participa estrategicamente do setor de desenvolvimento de imóveis comerciais e residenciais, gerando sinergias para operações relacionadas a shopping centers ao criar projetos multiuso em áreas adjacentes. No final do 2T13, a Multiplan detinha – com uma participação média de 74,8% - e administrava 17 shopping centers com ABL total de 698.528 m<sup>2</sup>, mais de 4.600 lojas e tráfego anual de consumidores estimado em 164 milhões. Adicionalmente, a Multiplan detém 50,0% de participação na torre comercial ParkShopping Corporate, que tem ABL de 13.360 m<sup>2</sup>.



# NOI + Cessão de Direitos sobe 17% para R\$173 milhões e EBITDA Consolidado sobe 24% para R\$149 milhões

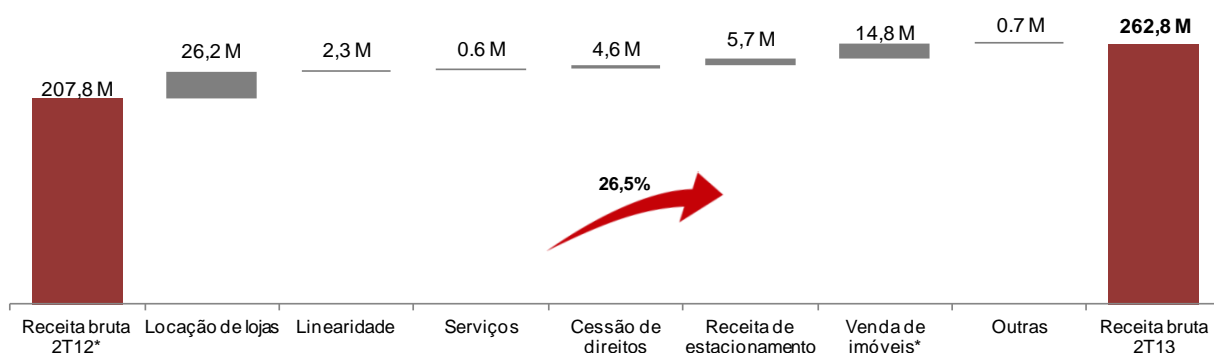
Rio de Janeiro, 26 de Julho de 2013 – A Multiplan Empreendimentos Imobiliários S.A. (BM&F Bovespa: MULT3), anuncia os resultados do segundo trimestre de 2013. As demonstrações financeiras da Companhia aqui apresentadas incluem (a) as informações trimestrais consolidadas, preparadas de acordo com o CPC 21 (R1) - Demonstração Intermediária, a Orientação OCPC 04 sobre a aplicação da Interpretação Técnica ICPC 02 às Entidades de Incorporação Imobiliária no Brasil e a IAS 34 - Interim Financial Reporting, emitida pelo International Accounting Standard Board - IASB e apresentadas de forma condizente com as normas expedidas pela Comissão de Valores Mobiliários, aplicáveis à elaboração das Informações Trimestrais - ITR; e (b) As informações trimestrais individuais da controladora, preparadas de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil.

As práticas contábeis adotadas no Brasil compreendem aquelas incluídas na legislação societária brasileira, CPC 21 (R1) – Demonstração intermediária e a Orientação OCPC 04 sobre a aplicação da Interpretação Técnica ICPC 02 às Entidades de Incorporação Imobiliária no Brasil, apresentadas de forma condizente com as normas expedidas pela Comissão de Valores Mobiliários - CVM, aplicáveis à elaboração das Informações Trimestrais – ITR.

## Destaques (R\$)

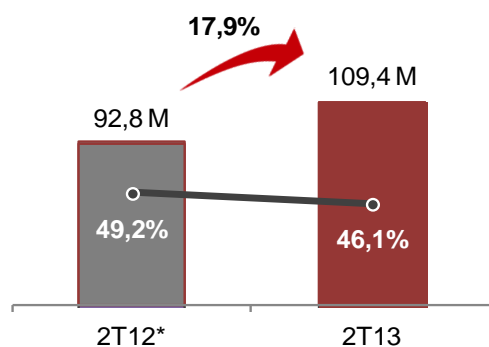
### Portfólio de alto padrão resulta num sólido desempenho, não apenas na linha de receita

Receita bruta aumentou 26,5% no 2T13 para R\$262,8 milhões

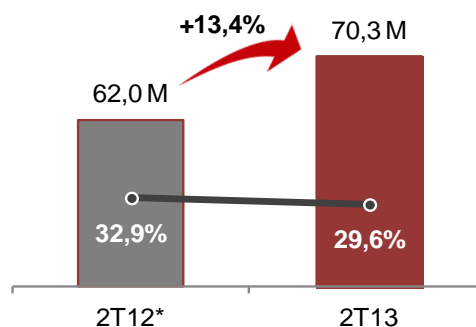


### ... como também na última linha ...

FFO 17,9% maior, atingindo R\$109,4 milhões e margem de 46,1%



Alta do lucro líquido de 13,4% para R\$70,3 milhões e margem de 29,6%



### ... levando a um crescimento ainda maior.

Projetos em desenvolvimento deverão aumentar a ABL própria em 20% até o final de 2013



\* Excluindo a venda da torre comercial, Morumbi Business Center, em 2012.

**Destques de Desempenho**

	Vendas nos shopping centers	Receita de locação	NOI + CD	EBITDA*	Lucro líquido*
2T13 (R\$)	2.614, M	162,1 M	172,8M	148,9 M	70,3 M
<b>2T13 vs. 2T12</b>	<b>+16,0%</b>	<b>+21,4%</b>	<b>+17,1%</b>	<b>+25,3%</b>	<b>+13,4%</b>

**CRESCIMENTO FUTURO**

Os projetos em construção deverão **impulsionar o crescimento da ABL própria em 20,0% até o final de 2013**. Atualmente a Companhia possui cinco projetos para locação em construção – um shopping center, três expansões e um projeto de torre comercial com duas torres, resultando numa ABL própria adicional de 104,8 mil m<sup>2</sup>.

**DESTAQUES OPERACIONAIS E FINANCEIROS**

**Desempenho consistente das vendas:** os shopping centers da Multiplan apresentaram **vendas totais de R\$2,6 bilhões** no 2T13, **16,0% maior do que no 2T12**.

Devido a protestos populares que ocorreram no País durante a segunda metade de junho de 2013, as vendas do BarraShopping, do New York City Center e do MorumbiShopping foram impactadas negativamente. Desta forma, e para fins de análise apenas, excluindo o desempenho destes shopping centers **em junho de 2013, as vendas nas mesmas Lojas (SSS) aumentaram 7,3%**. Incluindo este evento não recorrente, o SSS atingiu 5,8% no 2T13. Mais uma vez, as **lojas âncoras**, apresentaram um desempenho mais forte do que as Lojas satélites, reportando crescimentos de 6,3% e 5,4%, respectivamente. As **Vendas na Mesma Área (SAS) atingiram 5,7%** (7,3% excluindo o evento não recorrente mencionado acima).

**O Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR)** aumentou **8,0%** no 2T13 sobre um já forte crescimento reportado no 2T12 de 10,4% e acima de ambos os indicadores de inflação, o efeito do ajuste do IGP-DI de 7,4% e do IPCA de 6,5%. Adicionando o desempenho da nova área inaugurada no final de 2012, a **receita de locação aumentou 21,4%** para R\$162,1 milhões no 2T13.

**Forte crescimento da primeira linha. A receita bruta aumentou 24,2%** no 2T13 versus 2T12, atingindo **R\$262,8 milhões**.

**Aumento de 17,1%** no resultado operacional líquido (**NOI**) + cessão de direitos (**CD**) para **R\$172,8 milhões** no 2T13. **NOI + CD por ação<sup>1</sup>** foi de R\$0,97, resultando num **CAGR de cinco anos de 16,3%**. No **1S13, o NOI + CD aumentou 22,9%** para R\$354,9 milhões.

**O EBITDA consolidado** somou **R\$148,9 milhões** no 2T13, **25,3% maior** do que no 2T12, excluindo o impacto da venda do Morumbi Business Center em 2012. No **1S13, o EBITDA consolidado** foi de R\$308,2 milhões.

**Forte crescimento do FFO de 16,6%** no 2T13, **totalizando R\$109,4 milhões**, apesar da maior alavancagem e consequente aumento nas despesas financeiras para R\$27,7 milhões de R\$6,1 milhões no 2T12.

**O lucro líquido** também apresentou **aumento significativo de 11,5%**, atingindo R\$70,3 milhões. Excluindo o impacto da venda do Morumbi Business Center em 2012, o aumento do lucro líquido foi de 13,4%. No **1S13, a última linha somou R\$140,8 milhões**, representando um **aumento de 20,1%**, quando comparado ao 1S12, excluindo o impacto da venda do Morumbi Business Center.

**Forte aumento na liquidez das ações.** O **volume financeiro médio diário** das ações da Multiplan **aumentou 73,2% no 2T13**, atingindo **R\$32,4 milhões/dia**, comparado a R\$18,7 milhões no 2T12. Considerando o número de ações negociadas no 2T13, o volume aumentou 41,5% sobre o 2T12.

Na reunião do Conselho de Administração, ocorrida em **27 de junho de 2013, aprovada a proposta de distribuição de juros sobre o capital próprio no valor de R\$45,0 milhões** (R\$ 0,23826806 por ação), antes dos impostos, baseado nas demonstrações financeiras de 31 de maio de 2013. Este montante deverá ser pago em até sessenta dias após o anúncio (27 de junho de 2013).

<sup>1</sup> Número total de ações em 30 de junho de 2013, líquido das ações em tesouraria, totalizando 188.862.917 ações.

\*Excluindo o impacto da venda do Morumbi Business Center em 2012.

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

(R\$'000)	2T13	2T12	Var. %
Locação de lojas	152.289	126.125	▲20,7%
Serviços	27.285	26.590	▲2,6%
Cessão de direitos	14.115	9.488	▲48,8%
Receita de estacionamento	30.737	25.128	▲22,3%
Venda de imóveis	26.612	15.583	▲70,8%
Apropriação de receita de aluguel linear	8.999	6.660	▲35,1%
Outras	1.777	1.066	▲66,7%
<b>Receita Bruta</b>	<b>261.814</b>	<b>210.640</b>	<b>▲24,3%</b>
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços prestados	(25.317)	(19.715)	▲28,4%
<b>Receita Líquida</b>	<b>236.497</b>	<b>190.925</b>	<b>▲23,9%</b>
Despesas de sede	(32.119)	(21.170)	▲51,7%
Despesas remuneradas baseadas em opções de ações	(2.441)	(2.782)	▼12,3%
Despesas de shopping centers	(33.853)	(20.405)	▲65,9%
Despesas com novos projetos para locação	(818)	(10.775)	▼92,4%
Despesas com novos projetos para venda	(3.091)	(3.375)	▼8,4%
Custo de imóveis vendidos	(17.186)	(12.929)	▲32,9%
Resultado de equivalência patrimonial	(368)	(525)	▼29,9%
Outras receitas (despesas) operacionais	2.180	1.035	▲110,6%
<b>EBITDA</b>	<b>148.801</b>	<b>119.999</b>	<b>▲24,0%</b>
Receitas financeiras	13.567	17.724	▼23,5%
Despesas financeiras	(41.462)	(23.923)	▲73,3%
Depreciações e amortizações	(29.011)	(17.182)	▲68,8%
<b>Lucro Antes do Imposto de Renda</b>	<b>91.895</b>	<b>96.618</b>	<b>▼4,9%</b>
Imposto de renda e contribuição social	(11.781)	(20.378)	▼42,2%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(9.762)	(13.118)	▼25,6%
Participação dos acionistas minoritários	(19)	(19)	▲0,0%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>70.333</b>	<b>63.103</b>	<b>▲11,5%</b>

(R\$'000)	2T13	2T12	Var. %
<b>NOI</b>	<b>158.172</b>	<b>137.508</b>	<b>▲15,0%</b>
<i>Margem NOI</i>	82,4%	87,1%	▼471 p.b.
<b>NOI + Cessão de Direitos</b>	<b>172.287</b>	<b>146.996</b>	<b>▲17,2%</b>
<i>Margem NOI + Cessão de Direitos</i>	83,6%	87,8%	▼423 p.b.
<b>EBITDA de Shopping Centers</b>	<b>145.407</b>	<b>122.704</b>	<b>▲18,5%</b>
<i>Margem EBITDA de Shopping Centers</i>	68,4%	69,4%	▼96 p.b.
<b>EBITDA (Shopping Center + Imobiliário)</b>	<b>148.801</b>	<b>119.999</b>	<b>▲24,0%</b>
<i>Margem de EBITDA</i>	62,9%	62,9%	▲7 p.b.
<b>Lucro Líquido</b>	<b>70.333</b>	<b>63.103</b>	<b>▲11,5%</b>
<i>Margem de Lucro Líquido</i>	29,7%	33,1%	▼331 p.b.
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>80.095</b>	<b>76.221</b>	<b>▲5,1%</b>
<i>Margem de Lucro Líquido Ajustado</i>	33,9%	39,9%	▼605 p.b.
<b>FFO</b>	<b>109.106</b>	<b>93.403</b>	<b>▲16,8%</b>
<i>Margem FFO</i>	46,1%	48,9%	▼279 p.b.

## 2. Pronunciamento Contábil CPC 19 (R2)

---

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

A adoção deste Pronunciamento fez com que a Companhia deixasse de consolidar proporcionalmente as controladas em conjunto Manati Empreendimentos e Participações S.A e Parque Shopping Maceió S.A e, conseqüentemente, utilizasse o método de equivalência patrimonial para tais investimentos. Para maiores informações, vide notas explicativas 2.27 (b) e 9.4 das Informações Trimestrais de 30 de junho de 2013.

Neste relatório, a Companhia optou por apresentar os saldos consolidados, de forma gerencial, de acordo com as práticas contábeis vigentes até 31 de dezembro de 2012.

1. *Variações na Demonstração de Resultados:*

Demonstração de Resultados	Gerencial	Divulgado	
(R\$ '000)	2T13	2T13	Variação
Locação de lojas	153.123	152.289	(834)
Serviços	27.234	27.285	51
Cessão de direitos	14.164	14.115	(49)
Receita de estacionamento	30.902	30.737	(165)
Venda de imóveis	26.612	26.612	-
Apropriação de receita de aluguel linear	9.027	8.999	(28)
Outras	1.778	1.777	(1)
<b>Receita Bruta</b>	<b>262.840</b>	<b>261.814</b>	<b>(1.026)</b>
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços prestados	(25.417)	(25.317)	100
<b>Receita Líquida</b>	<b>237.423</b>	<b>236.497</b>	<b>(926)</b>
Despesas de sede	(32.123)	(32.119)	4
Despesas remuneradas baseadas em opções de ações	(2.439)	(2.441)	(2)
Despesas de shopping centers	(34.386)	(33.853)	533
Despesas com novos projetos para locação	(1.192)	(818)	374
Despesas com novos projetos para venda	(3.090)	(3.091)	(1)
Custo de imóveis vendidos	(17.186)	(17.186)	-
Resultado de equivalência patrimonial	(235)	(368)	(133)
Outras receitas (despesas) operacionais	2.179	2.180	1
<b>EBITDA</b>	<b>148.951</b>	<b>148.801</b>	<b>(150)</b>
Receitas financeiras	13.777	13.567	(210)
Despesas financeiras	(41.465)	(41.462)	3
Depreciações e amortizações	(29.295)	(29.011)	284
<b>Lucro Antes do Imposto de Renda</b>	<b>91.968</b>	<b>91.895</b>	<b>(73)</b>
Imposto de renda e contribuição social	(11.832)	(11.781)	51
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(9.783)	(9.762)	21
Participação dos acionistas minoritários	(9)	(19)	(10)
<b>Lucro Líquido</b>	<b>70.344</b>	<b>70.333</b>	<b>(11)</b>

As principais variações referentes à participação de 37,5% no shopping Santa Úrsula são: (i) redução de R\$0,8M nas receitas de locação; e (ii) redução de R\$0,5M nas despesas de shopping centers. Em relação a Parque shopping Maceió a principal variação referente à participação de 50,0% consiste na redução de R\$0,4M nas despesas com novos projetos para locação.

Em decorrência das variações acima houve um aumento de R\$0,1M no resultado de equivalência patrimonial, visto que o resultado dessas empresas passou a ser apresentado nesta conta.

## 2 - 2. Variações no Balanço Patrimonial:

ATIVO (R\$ '000)	Gerencial	Divulgado	Variação
	2T13	2T13	
<b>Ativo Circulante</b>			
Disponibilidades e valores equivalentes	173.200	172.210	(990)
Aplicações financeiras	280.025	276.421	(3.604)
Contas a receber	182.035	180.937	(1.098)
Terrenos e imóveis a comercializar	228.702	228.702	0
Partes relacionadas	6.103	6.103	-
Impostos e contribuições sociais a compensar	14.746	14.746	-
Outros	39.166	38.828	(338)
<b>Total do Ativo Circulante</b>	<b>923.976</b>	<b>917.947</b>	<b>(6.029)</b>
<b>Ativo não Circulante</b>			
Contas a receber	58.084	58.071	(13)
Terrenos e imóveis a comercializar	337.734	337.734	0
Partes relacionadas	15.167	13.979	(1.188)
Depósitos judiciais	25.494	25.494	(0)
Outros	3.645	1.335	(2.310)
Investimentos	3.800	113.408	109.608
Propriedades para investimento	4.419.542	4.293.900	(125.642)
Imobilizado	17.338	17.338	-
Intangível	342.131	341.109	(1.022)
<b>Total do Ativo não Circulante</b>	<b>5.222.936</b>	<b>5.202.368</b>	<b>(20.568)</b>
<b>Total do Ativo</b>	<b>6.146.912</b>	<b>6.120.315</b>	<b>(26.597)</b>

<b>PASSIVO</b>	<b>Gerencial</b>	<b>Divulgado</b>	
(R\$ '000)	2T13	2T13	Varição
<b>Passivo Circulante</b>			
Empréstimos e financiamentos	157.637	156.897	(740)
Debêntures	7.732	7.732	0
Contas a pagar	154.779	152.395	(2.384)
Obrigações por aquisição de bens	48.102	48.102	0
Impostos e contribuições a recolher	34.106	33.965	(141)
Dividendos a pagar	38.416	38.416	(0)
Receitas diferidas	41.716	41.196	(520)
Adiantamentos de clientes	-	-	-
Outros	3.775	3.767	(8)
<b>Total do Passivo Circulante</b>	<b>486.263</b>	<b>482.470</b>	<b>(3.793)</b>
<b>Passivo não Circulante</b>			
Empréstimos e financiamentos	1.309.396	1.288.567	(20.829)
Debêntures	300.000	300.000	-
Imposto de renda e contribuições social diferidos	114.333	115.012	679
Obrigações por aquisição de bens	61.906	61.906	0
Outros	747	733	(14)
Provisão para contingências	22.740	22.788	48
Receitas diferidas	25.877	22.666	(3.211)
<b>Total do Passivo não Circulante</b>	<b>1.835.000</b>	<b>1.811.672</b>	<b>(23.328)</b>
<b>Patrimônio Líquido</b>			
Capital social	2.388.062	2.388.062	(0)
Reserva de capital	959.012	959.012	0
Reserva de lucros	570.280	568.961	(1.319)
Gasto com emissão de ações	(37.156)	(37.156)	0
Ações em tesouraria	(58.266)	(58.266)	0
Efeitos em Transação de Capital	(89.996)	(89.996)	-
Dividendos adicionais propostos	-	-	-
Lucros Acumulados	93.560	95.399	1.839
Participação dos acionistas minoritários	154	157	3
<b>Total do Patrimônio Líquido</b>	<b>3.825.649</b>	<b>3.826.173</b>	<b>524</b>
<b>Total do Passivo</b>	<b>6.146.912</b>	<b>6.120.315</b>	<b>(26.597)</b>

As principais variações referentes à participação de 37,5% no shopping Santa Úrsula e 50% no Parque Shopping Maceió são: (i) redução de R\$125,6M em propriedades para investimentos; (ii) redução de R\$21,5M nas contas de empréstimos e financiamentos, dada a exclusão de 50% do projeto Parque Shopping Maceió, que contratou um financiamento do Banco do Nordeste; e (iii) redução de R\$3,7M em receitas e custos diferidos.

Em decorrência das variações acima houve um aumento de R\$109,7M no investimento, visto que ativos e passivos dessas empresas passaram a ser apresentados nesta conta.

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

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

(R\$'000)	2T13	2T12	Var. %	1S13	1S12	Var. %
Locação de lojas	153.123	126.883	▲20,7%	307.559	248.857	▲23,6%
Serviços	27.234	26.592	▲2,4%	52.061	47.039	▲10,7%
Cessão de direitos	14.164	9.540	▲48,5%	26.966	18.447	▲46,2%
Receita de estacionamento	30.902	25.213	▲22,6%	61.098	47.631	▲28,3%
Venda de imóveis	26.612	15.583	▲70,8%	40.723	181.637	▼77,6%
Apropriação de receita de aluguel linear	9.027	6.699	▲34,8%	18.573	12.814	▲44,9%
Outras	1.778	1.069	▲66,3%	1.783	1.180	▲51,1%
<b>Receita Bruta</b>	<b>262.840</b>	<b>211.579</b>	<b>▲24,2%</b>	<b>508.763</b>	<b>557.605</b>	<b>▼8,8%</b>
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços prestados	(25.417)	(19.802)	▲28,4%	(47.794)	(42.479)	▲12,5%
<b>Receita Líquida</b>	<b>237.423</b>	<b>191.777</b>	<b>▲23,8%</b>	<b>460.969</b>	<b>515.126</b>	<b>▼10,5%</b>
Despesas de sede	(32.123)	(21.170)	▲51,7%	(51.983)	(46.731)	▲11,2%
Despesas remuneradas baseadas em opções de ações	(2.439)	(2.782)	▼12,3%	(4.763)	(4.883)	▼2,5%
Despesas de shopping centers	(34.386)	(20.718)	▲66,0%	(59.283)	(39.078)	▲51,7%
Despesas com novos projetos para locação	(1.192)	(11.207)	▼89,4%	(5.563)	(13.550)	▼58,9%
Despesas com novos projetos para venda	(3.090)	(3.375)	▼8,4%	(5.599)	(9.357)	▼40,2%
Custo de imóveis vendidos	(17.186)	(12.929)	▲32,9%	(29.027)	(93.094)	▼68,8%
Resultado de equivalência patrimonial	(235)	(214)	▲9,8%	(685)	850	na
Outras receitas (despesas) operacionais	2.179	1.041	▲109,3%	4.172	1.857	▲124,7%
<b>EBITDA</b>	<b>148.951</b>	<b>120.423</b>	<b>▲23,7%</b>	<b>308.238</b>	<b>311.140</b>	<b>▼0,9%</b>
Receitas financeiras	13.777	17.822	▼22,7%	23.442	37.907	▼38,2%
Despesas financeiras	(41.465)	(23.926)	▲73,3%	(81.503)	(51.119)	▲59,4%
Depreciações e amortizações	(29.295)	(17.656)	▲65,9%	(57.399)	(34.919)	▲64,4%
<b>Lucro Antes do Imposto de Renda</b>	<b>91.968</b>	<b>96.663</b>	<b>▼4,9%</b>	<b>192.778</b>	<b>263.009</b>	<b>▼26,7%</b>
Imposto de renda e contribuição social	(11.832)	(20.423)	▼42,1%	(38.770)	(42.502)	▼8,8%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(9.783)	(13.118)	▼25,4%	(13.226)	(31.646)	▼58,2%
Participação dos acionistas minoritários	(9)	(19)	▼52,6%	(16)	(1.267)	▼98,7%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>70.344</b>	<b>63.103</b>	<b>▲11,5%</b>	<b>140.766</b>	<b>187.594</b>	<b>▼25,0%</b>

(R\$'000)	2T13	2T12	Var. %	1S13	1S12	Var. %
<b>NOI</b>	<b>158.666</b>	<b>138.077</b>	<b>▲14,9%</b>	<b>327.947</b>	<b>270.224</b>	<b>▲21,4%</b>
<i>Margem NOI</i>	82,2%	87,0%	▼476 p.b.	84,7%	87,4%	▼268 p.b.
<b>NOI + Cessão de Direitos</b>	<b>172.830</b>	<b>147.617</b>	<b>▲17,1%</b>	<b>354.913</b>	<b>288.671</b>	<b>▲22,9%</b>
<i>Margem NOI + Cessão de Direitos</i>	83,4%	87,7%	▼429 p.b.	85,7%	88,1%	▼239 p.b.
<b>EBITDA de Shopping Centers</b>	<b>145.423</b>	<b>122.816</b>	<b>▲18,4%</b>	<b>306.652</b>	<b>244.941</b>	<b>▲25,2%</b>
<i>Margem EBITDA de Shopping Centers</i>	68,2%	69,1%	▼98 p.b.	72,3%	70,5%	▲179 p.b.
<b>EBITDA (Shopping Center + Imobiliário)</b>	<b>148.951</b>	<b>120.423</b>	<b>▲23,7%</b>	<b>308.238</b>	<b>311.140</b>	<b>▼0,9%</b>
<i>Margem de EBITDA</i>	62,7%	62,8%	▼6 p.b.	66,9%	60,4%	▲647 p.b.
<b>Lucro Líquido</b>	<b>70.344</b>	<b>63.103</b>	<b>▲11,5%</b>	<b>140.766</b>	<b>187.594</b>	<b>▼25,0%</b>
<i>Margem de Lucro Líquido</i>	29,6%	32,9%	▼328 p.b.	30,5%	36,4%	▼588 p.b.
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>80.127</b>	<b>76.221</b>	<b>▲5,1%</b>	<b>153.992</b>	<b>219.240</b>	<b>▼29,8%</b>
<i>Margem de Lucro Líquido Ajustado</i>	33,7%	39,7%	▼600 p.b.	33,4%	42,6%	▼915 p.b.
<b>FFO</b>	<b>109.422</b>	<b>93.877</b>	<b>▲16,6%</b>	<b>211.391</b>	<b>254.159</b>	<b>▼16,8%</b>
<i>Margem FFO</i>	46,1%	49,0%	▼286 p.b.	45,9%	49,3%	▼348 p.b.

#### 4. Desenvolvimento de Projetos

R\$233 milhões investidos durante o 2T13

A Multiplan investiu R\$232,9 milhões durante o segundo trimestre de 2013, incluindo uma aquisição de terreno em São Caetano, estado de São Paulo.

De um CAPEX total de R\$186,0 milhões, 28,5%, ou R\$66,4 milhões foram alocados em desenvolvimento de shopping centers. Expansões em desenvolvimento demandaram investimentos de R\$64,9 milhões, equivalente a 27,9% do CAPEX total desembolsado no trimestre. Adicionalmente, R\$37,4 milhões foram investidos na construção do Morumbi Corporate, um complexo de duas torres localizado em frente ao MorumbiShopping, em São Paulo, com entrega estimada para setembro de 2013, e R\$17,3 milhões foram desembolsados em revitalizações, tecnologia de informação, entre outros.

Investimento (R\$)	2T13	1S13
Novos Shopping Centers	66,4 M	174,1 M
Novas Expansões	64,9 M	135,5 M
Novas Torres para Locação	37,4 M	66,1 M
Revitalizações, TI e Outros	17,3 M	25,3 M
<b>Sub-total (CAPEX)</b>	<b>186,0 M</b>	<b>401,0 M</b>
Aquisição de Terreno	46,9 M	46,9 M
<b>Investimento Total</b>	<b>232,9 M</b>	<b>447,9 M</b>

##### Abertura do Investimento\*

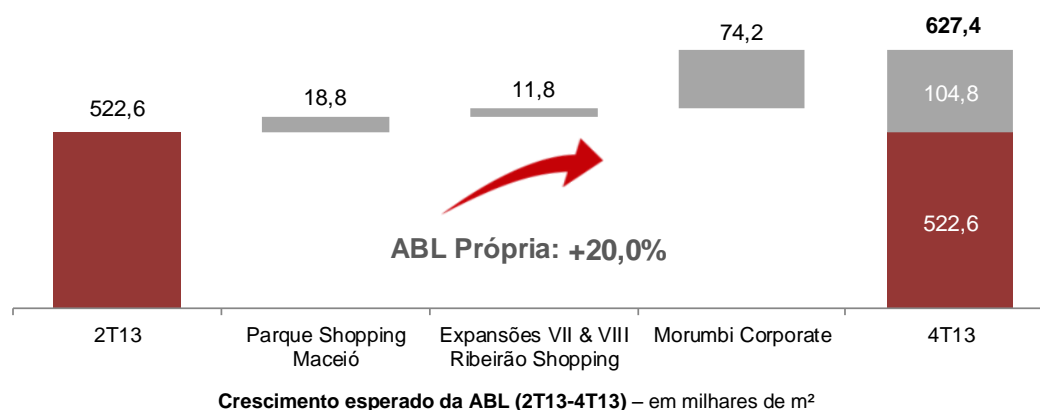
\* A variação das linhas Propriedades para Investimento, Imobilizado e Intangível, no Balanço Patrimonial da Companhia, foi de R\$320,7 milhões no primeiro semestre de 2013. A diferença entre a variação e o CAPEX resulta de um ajuste contábil realizado em virtude da adoção do pronunciamento técnico CPC 19 (R2). Como consequência, as participações societárias da Companhia em *joint ventures*/empresas/entidades de propósito específico (SPEs) de controle compartilhado passaram a ser reconhecidas como investimento.

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

A Multiplan tem atualmente em construção cinco projetos para locação. A ABL própria tem crescimento estimado de 20,0% nos próximos seis meses, com a entrega de quatro projetos – um shopping center, duas expansões e um projeto com torres para locação, levando o portfólio a uma ABL própria de 627,4 mil m<sup>2</sup>. A Expansão VII do BarraShopping tem abertura estimada para 2014, aumentando o portfólio existente em 4,8 mil m<sup>2</sup> de ABL própria. A tabela abaixo fornece informações detalhadas sobre os projetos em construção.

Projetos para locação em construção			Participação da Multiplan (R\$)						
Projeto	Abertura	ABL (100%)	%Mult	CAPEX <sup>1</sup>	CAPEX Investido	Cessão de Direitos	NOI 3º ano	NOI Yield 3º ano	TIR
Parque Shopping Maceió	4T13	37.598 m <sup>2</sup>	50,0%	112,6 M	86%	8,1 M	15,3 M	14,6%	18,6%
RibeirãoShopping Exp. VI, VII, VIII	4T13 <sup>1</sup>	19.494 m <sup>2</sup>	76,2%	200,1 M	71%	10,5 M	16,9 M	8,9%	10,9%
BarraShopping Exp. VII	2T14	9.479 m <sup>2</sup>	51,1%	103,4 M	44%	27,3 M	14,7 M	19,3%	22,1%
Morumbi Corporate	3T13	74.198 m <sup>2</sup>	100,0%	482,4 M	91%	-	91,5 M	19,0%	18,5%
<b>Total</b>		<b>140.769 m<sup>2</sup></b>	<b>80,1%</b>	<b>898,5 M</b>	<b>81%</b>	<b>45,9 M</b>	<b>138,4 M</b>	<b>16,2%</b>	<b>-</b>

<sup>1</sup>A expansão VI abriu em novembro de 2012, a expansão VII está planejada para abrir no 3T13, e a expansão VIII no 4T13.



## 4.1 Shopping Center em Construção

### Parque Shopping Maceió

Data de inauguração: 4T13



Parque Shopping Maceió – construção (Junho 2013)

Parque Shopping Maceió, o primeiro shopping center da Companhia no nordeste do Brasil, está a poucos meses de sua abertura, programada para o 4T13. O projeto é uma *joint venture* da Multiplan e Aliance Shopping Centers S.A., e terá 37,7 mil m<sup>2</sup> de ABL com 168 lojas, cinemas, ampla praça de alimentação e restaurantes, assim como 1.800 vagas de estacionamento.

Os lojistas receberam as chaves de suas lojas em abril, em cerimônia realizada no shopping center, e já começaram a trabalhar em suas lojas. Em junho de 2013 o projeto tinha 91% de sua ABL locada.

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



Parque Shopping Maceió – construção (Junho 2013)



Parque Shopping Maceió – construção (Junho 2013)

## 4.2 Expansões de Shopping Center

### Melhorias para o shopping favorito de Ribeirão Preto

A construção das expansões VII e VIII do RibeirãoShopping se aproxima do fim. A primeira tem previsão de abertura para o dia 15 de agosto, e trará 23 lojas e um jardim suspenso de 4,0 mil m<sup>2</sup>, com fonte e vista para um parque localizado em frente ao shopping center. Um novo *deck parking* para 1.200 veículos já está em operação para melhor acomodar os consumidores do shopping center. O segundo projeto, expansão VIII, tem inauguração prevista para dezembro de 2013 e trará 56 novas lojas em 9,2 mil m<sup>2</sup> de ABL, aumentando a oferta de varejo do RibeirãoShopping para quase 400 lojas, sendo deste total cerca de 20 lojas âncora ou megalojas.



RibeirãoShopping Expansão VII - ilustração e construção (Junho 2013)



RibeirãoShopping Expansão VII - ilustração e construção (Junho 2013)



Considerando a expansão VI, aberta no 4T12, as três novas expansões do RibeirãoShopping deverão contribuir com 19,5 mil m<sup>2</sup> de ABL total, elevando a ABL do RibeirãoShopping para 65,4 mil m<sup>2</sup>, um aumento de 33,2% sobre a área original. Ajustando o NOI estimado do terceiro ano de operação pela participação da Multiplan (76,2%), o projeto deverá gerar R\$16,9 milhões,

*BarraShopping: 45 novas lojas em 5,3 mil m<sup>2</sup> de ABL e 4,2 mil m<sup>2</sup> de torres comerciais para locação – a um ano da abertura*

A Expansão VII do BarraShopping, programada para inaugurar em maio de 2014, irá adicionar 9,5 mil m<sup>2</sup> de ABL total, com 45 novas lojas e 4,2 mil m<sup>2</sup> de torres comerciais para locação. O complexo BarraShopping ultrapassará a marca de 100 mil m<sup>2</sup>, aumentando o tamanho para 101,2 mil m<sup>2</sup> de ABL.



**BarraShopping Expansão VII – ilustração**

O CAPEX do projeto, com base em uma participação de 51%, é de R\$103,4 milhões. A Companhia estima uma receita de cessão de direitos de R\$27,3 milhões e um Resultado Operacional Líquido (NOI) do terceiro ano de R\$14,7 milhões, resultando em um *NOI yield* do terceiro ano de 19,3%. A taxa interna de retorno (TIR) estimada para o projeto é 22,1% por ano, real e desalavancada.

### 4.3 Multiuso: Torres Comerciais para Locação

*Um empreendimento único em São Paulo, próximo da conclusão*

O projeto Morumbi Corporate entrou na fase final de sua construção, e a Companhia inicia as negociações de contratos de locação para o empreendimento. Com um total de 74,2 mil m<sup>2</sup> de área *premium* para escritórios localizada em frente ao MorumbiShopping, as duas torres tem NOI estimado em R\$91,5 milhões, com um *NOI yield* de 19,1%. O Morumbi Corporate tem data prevista de entrega para setembro de 2013. A Multiplan tem 100% de participação no desenvolvimento e será responsável por sua administração.



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

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

*Construção e comercialização avançam em Porto Alegre*

A Diamond Tower e Résidence du Lac, uma torre de escritórios e outra residencial integradas ao BarraShoppingSul, apresentaram avanços significativos na construção e comercialização de suas unidades durante o 2T13. Os projetos atingiram 82% e 97% de unidades vendidas, respectivamente, e têm data de conclusão estimada para o segundo semestre de 2014. O Valor Geral de Vendas (VGV) projetado para os dois edifícios é de R\$244,9 milhões.



Diamond Tower e Résidence du Lac – ilustração



Diamond Tower e Résidence du Lac – construção (Junho 2013)

Torres comerciais para venda							
Projeto	Localização	Tipo	Abertura	Área	%Mult.	VGV <sup>1</sup>	Preço médio/m <sup>2</sup>
Diamond Tower	BarraShoppingSul	Escritórios	2S14	13.800 m <sup>2</sup>	100,0%	131,6 M	9.533
Résidence du Lac	BarraShoppingSul	Residencial	2S14	9.960 m <sup>2</sup>	100,0%	113,3 M	11.377
<b>Total</b>				<b>23.760 m<sup>2</sup></b>	<b>100,0%</b>	<b>244,9 M</b>	<b>10.306</b>

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

#### 4.5 Crescimento Futuro e Banco de Terrenos

##### *Aquisição de terreno em São Caetano*

A Multiplan anunciou a aquisição de um terreno de 11,6 mil m<sup>2</sup> em São Caetano do Sul, estado de São Paulo, área contígua ao ParkShoppingSãoCaetano.

O terreno possui potencial construtivo equivalente a sete vezes o seu tamanho, e poderá ser utilizado para desenvolvimentos de torres comerciais e/ou expansão do shopping center. Com esta aquisição, de R\$46,9 milhões, a Multiplan amplia as oportunidades de crescimento na região, bem como a sua presença em uma das áreas urbanas de maior desenvolvimento no País.



A Multiplan possui 631 mil m<sup>2</sup> de área para crescimento futuro. A maior parte das áreas é integrada a shopping centers da Companhia e deverão ser utilizados para anúncios de novos projetos no devido momento.

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

Cidade (Estado)	Área do terreno	Tipo	% Multiplan
Belo Horizonte (MG)	2.606 m <sup>2</sup>	Varejo	97%
Curitiba (PR)	843 m <sup>2</sup>	Apart-Hotel	84%
Curitiba (PR)	27.370 m <sup>2</sup>	Comercial	94%
Jundiaí (SP)	4.500 m <sup>2</sup>	Comercial	100%
Maceió (AL)	140.000 m <sup>2</sup>	Residencial, Comercial, Hotel	50%
Porto Alegre (RS)	4.396 m <sup>2</sup>	Hotel, Comercial	100%
Ribeirão Preto (SP)	207.092 m <sup>2</sup>	Residencial, Comercial	100%
Rio de Janeiro (RJ)	141.480 m <sup>2</sup>	Residencial, Comercial	90%
Rio de Janeiro (RJ)	36.000 m <sup>2</sup>	Comercial	100%
São Caetano do Sul (SP)	36.948 m <sup>2</sup>	Comercial	100%
São Paulo (SP)	29.800 m <sup>2</sup>	Residencial	36%
<b>Total</b>	<b>631.035 m<sup>2</sup></b>		<b>82%</b>

## 5. Indicadores Operacionais

### 5.1 Vendas dos Lojistas

Vendas ultrapassam R\$5,0 bilhões no 1S13

Os shopping centers da Multiplan reportaram vendas totais de R\$2,6 bilhões no 2T13, 16,0% maior do que no 2T12. No 1S13, as vendas totais atingiram R\$5,1 bilhões 17,5% maior do que no 1S12.

No 2T13, a média das vendas por m<sup>2</sup>/mês do portfólio da Multiplan (âncoras + satélites) atingiu R\$1.391, composta por R\$1.593/m<sup>2</sup> dos shopping centers em operação há mais de 5 anos e por R\$957 dos shopping centers que estão operando há menos de 5 anos. Como explicado em relatórios anteriores, esta diferença representa um aumento potencial na produtividade dos novos malls, conforme eles forem se consolidando. Novamente, o VillageMall foi o destaque no trimestre, apresentando vendas por m<sup>2</sup>/mês de R\$1.156, ou 73,0% das vendas por m<sup>2</sup>/mês dos shopping centers em operação há mais de 5 anos.

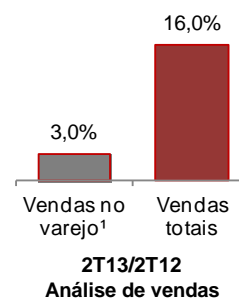
É importante destacar que, durante o mês de junho, ocorreram uma série de eventos não relacionados, tais como a Copa das Confederações da FIFA e os protestos nas ruas por todo o País, que impactaram negativamente as vendas. Adicionalmente, o processo de expansão em alguns shoppings, a oportunidade de aumentar ainda mais o mix de lojistas através da recompra de espaços, que aumenta temporariamente a vacância, e o descasamento do efeito da Páscoa no 1T13 versus 2T12 também impactaram as vendas ao longo do 2T13.

Vendas nos Shopping Center (100%)	Inauguração	2T13	2T12	Var.%	1S13	1S12	Var.%
BH Shopping	(1979)	246,8 M	234,7 M	▲ 5,1%	480,9 M	453,1 M	▲ 6,1%
RibeirãoShopping	(1981)	150,4 M	127,9 M	▲ 17,6%	294,4 M	246,8 M	▲ 19,3%
BarraShopping	(1981)	379,1 M	376,8 M	▲ 0,6%	758,5 M	724,9 M	▲ 4,6%
MorumbiShopping	(1982)	331,5 M	319,7 M	▲ 3,7%	628,0 M	600,3 M	▲ 4,6%
ParkShopping	(1983)	223,3 M	199,9 M	▲ 11,7%	437,0 M	392,0 M	▲ 11,5%
DiamondMall	(1996)	129,0 M	121,7 M	▲ 6,0%	249,6 M	230,9 M	▲ 8,1%
New York City Center	(1999)	48,9 M	47,3 M	▲ 3,3%	106,8 M	100,2 M	▲ 6,6%
ShoppingAnáliaFranco	(1999)	213,8 M	201,5 M	▲ 6,1%	402,8 M	369,9 M	▲ 8,9%
ParkShoppingBarigüi	(2003)	194,0 M	184,4 M	▲ 5,2%	375,6 M	345,7 M	▲ 8,6%
Pátio Savassi <sup>1</sup>	(2004)	81,5 M	78,9 M	▲ 3,3%	159,5 M	151,9 M	▲ 5,0%
Shopping Santa Úrsula <sup>2</sup>	(1999)	44,8 M	36,6 M	▲ 22,4%	86,0 M	69,5 M	▲ 23,7%
BarraShoppingSul	(2008)	161,8 M	150,5 M	▲ 7,5%	311,5 M	290,1 M	▲ 7,4%
Shopping Vila Olímpia	(2009)	78,0 M	74,9 M	▲ 4,0%	148,4 M	144,3 M	▲ 2,9%
ParkShoppingSãoCaetano	(2011)	112,3 M	99,6 M	▲ 12,8%	212,4 M	185,6 M	▲ 14,4%
JundiaíShopping	(2012)	77,0 M	-	n.a.	143,5 M	-	n.a.
ParkShoppingCampoGrande	(2012)	75,3 M	-	n.a.	143,1 M	-	n.a.
VillageMall	(2012)	66,6 M	-	n.a.	122,0 M	-	n.a.
<b>Total</b>		<b>2.614,2 M</b>	<b>2.254,5 M</b>	<b>▲ 16,0%</b>	<b>5.059,8 M</b>	<b>4.305,1 M</b>	<b>▲ 17,5%</b>

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

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

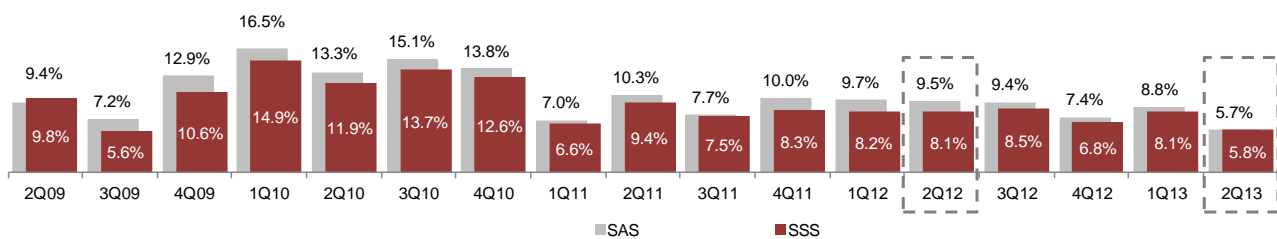
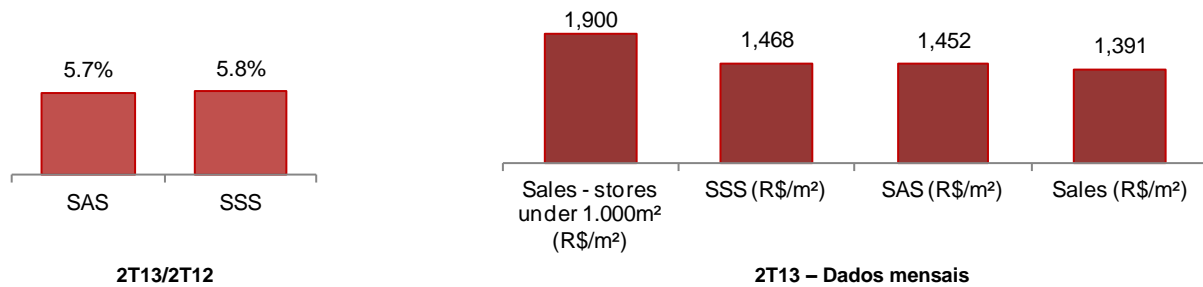
De acordo com o IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – as vendas no varejo aumentaram 3,0%, no período de abril e maio de 2013, quando comparadas ao mesmo período em 2012 (o número de junho de 2013 ainda não havia sido reportado até a data de divulgação deste relatório).



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

### Portfólio homogêneo entregando forte SSS no 2T13

Conforme mencionado anteriormente, ao longo do trimestre e especialmente na segunda metade de junho de 2013, estes eventos impactaram negativamente as vendas. Os protestos nas ruas por todo o País impactaram principalmente as operações no BarraShopping, no New York City Center e no MorumbiShopping. Desta forma, para fins de análise apenas e excluindo o desempenho destes shopping centers em junho, as vendas nas mesmas lojas (SSS) aumentaram 7,3% no 2T13. No mesmo contexto, as vendas na mesma área (SAS) também aumentaram 7,3%. Considerando este evento não recorrente, o SSS e o SAS aumentaram 5,8% e 5,7%, respectivamente, um crescimento ainda robusto, dada a alta base de comparação e forte crescimento entregue no 2T12 de 8,1% para o SSS e 9,5% para o SAS.

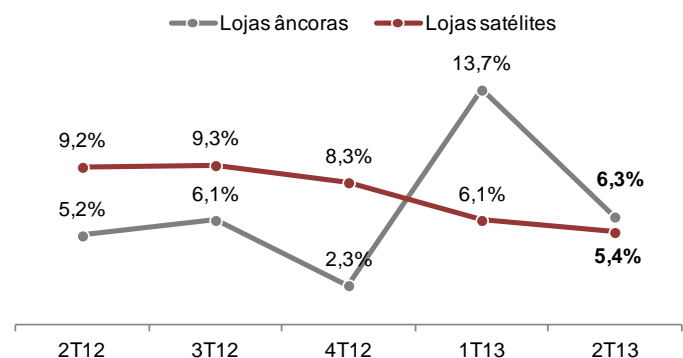


Evolução das vendas nas mesmas Lojas e venda na mesma área (ano/ano)

Mais uma vez, as lojas âncoras apresentaram um desempenho maior do que as lojas satélites, atingindo SSS de 6,3% e 5,4%, respectivamente. Os segmentos que se destacaram no 2T13 foram Serviços, que apresentou forte crescimento em ambos os tipos de lojas, com um aumento consolidado de 14,6%, seguido pelo Artigos do Lar, que cresceu 7,7%, destacando o desempenho das lojas âncoras que impulsionaram este segmento com um aumento de 14,3%. Excluindo o efeito não recorrente em junho de 2013, o SSS das lojas âncoras aumentou 8,0% versus 6,7% para as lojas satélites.

Vendas Mesmas Lojas	2T13 x 2T12		
	Âncoras	Satélites	Total
Vestuário	▲5,7%	▲3,7%	▲4,2%
Artigos do lar	▲14,3%	▲3,6%	▲7,7%
Artigos diversos	▲0,1%	▲5,0%	▲3,3%
Alimentação e área gourmet	n.a.	▲6,6%	▲6,6%
Serviços	▲8,7%	▲16,1%	▲14,6%
<b>Total</b>	<b>▲6,3%</b>	<b>▲5,4%</b>	<b>▲5,8%</b>

Crescimento das Vendas nas Mesmas Lojas



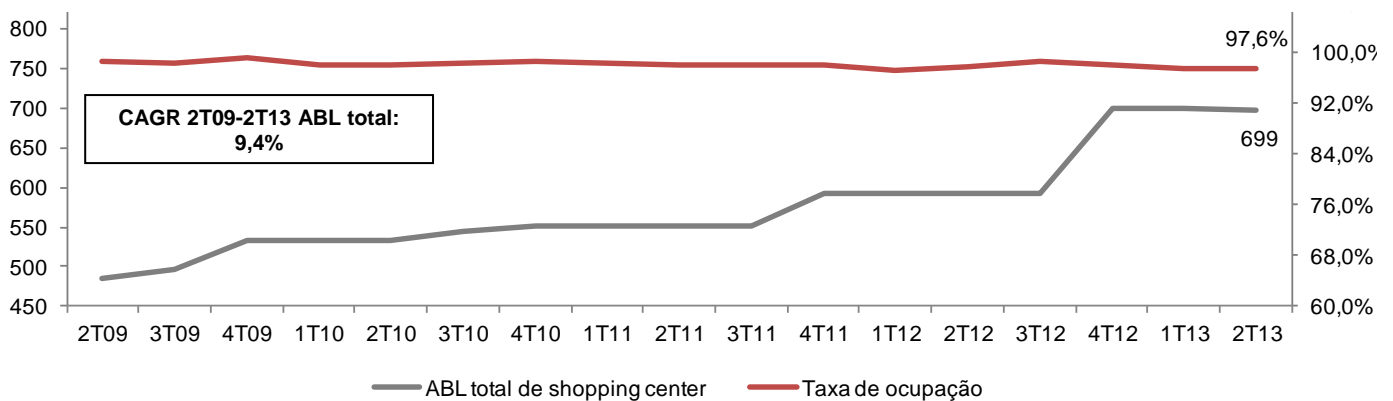
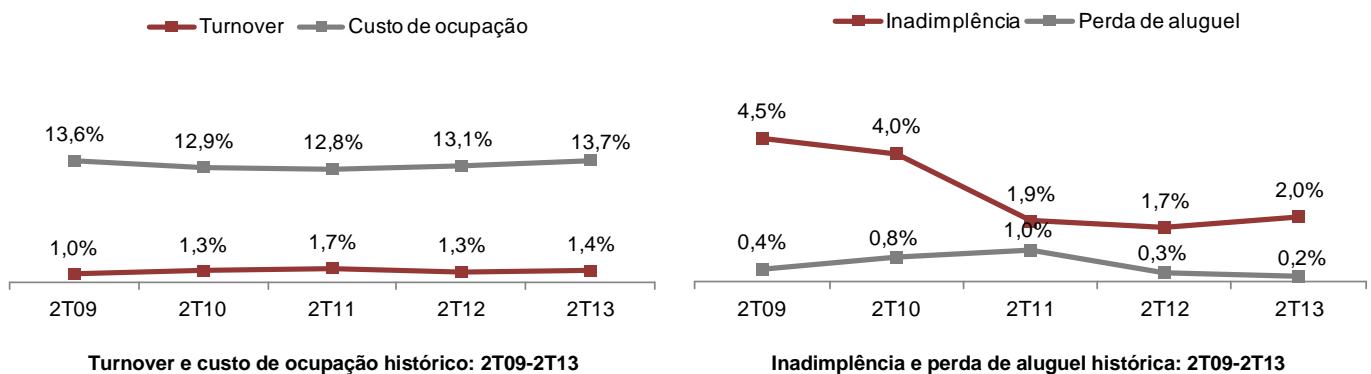
SSS das lojas âncoras versus satélites

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

A taxa de ocupação média no 2T13 foi de 97,6%, 10 p.b. maior do que no 1T13, que pode ser explicado principalmente pelo aumento da taxa de ocupação no VillageMall e no ParkShoppingCampoGrande, que atingiu 92,4% e 98,6%, respectivamente. Este aumento foi parcialmente reduzido por uma diminuição temporária na taxa de ocupação no BarraShoppingSul e no BH Shopping, que, dada a força destes shoppings, a Companhia aproveitou a oportunidade para recomprar algumas lojas âncoras e relocá-las com lojas satélites, devendo aumentar ainda mais a produtividade destes shopping centers ao longo do tempo.

O custo de ocupação foi de 13,7% no 2T13 versus 13,1% no 2T12. No mesmo período, o turnover permaneceu no mesmo nível de 1,4%.

A inadimplência dos lojistas da Multiplan (atraso no pagamento do aluguel acima de 25 dias) atingiu 2,0% no 2T13. No mesmo período de comparação, a perda de aluguel (inadimplência superior a seis meses) reduziu 10 p.b., atingindo 0,2%.



Evolução da ABL total de shopping center e taxa de ocupação: 2T09 – 2T13

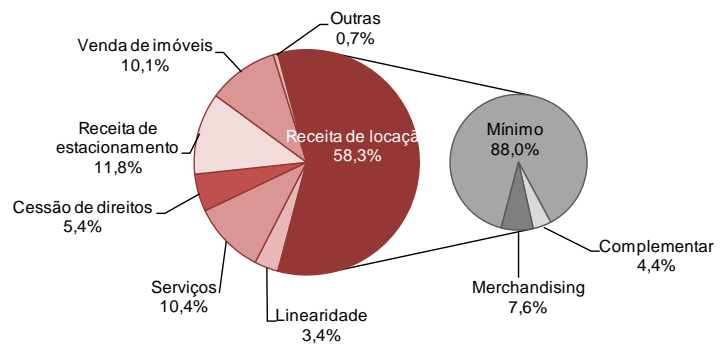
## 6. Receita Bruta

Receita bruta aumenta 24,2% para R\$262,8 milhões no 2T13

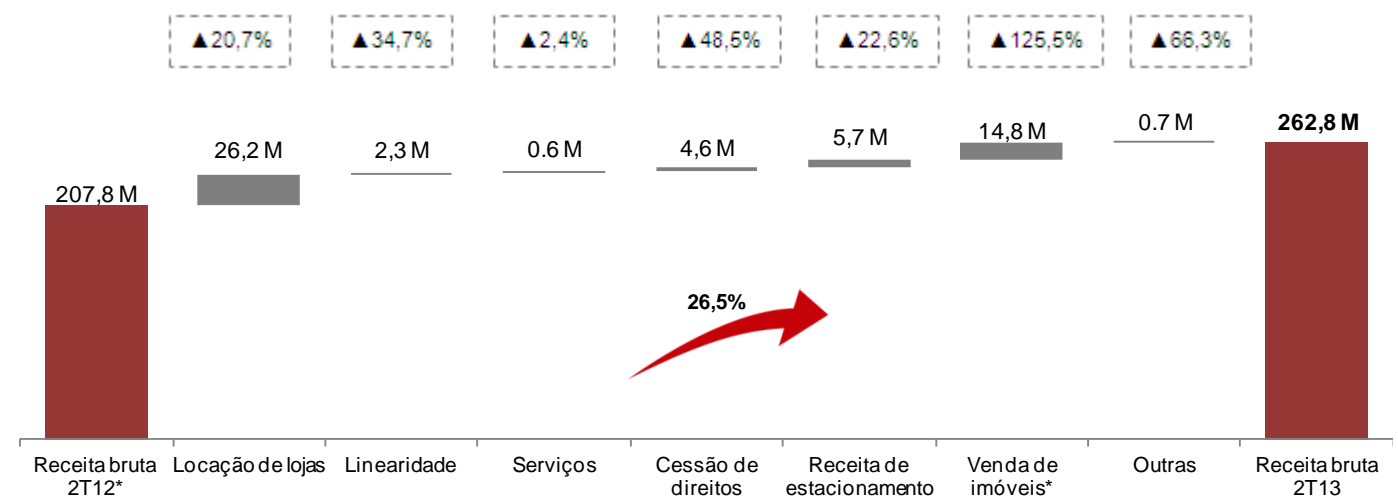
A receita bruta atingiu R\$262,8 milhões no 2T13, um aumento de 24,2% sobre o 2T12. Excluindo o efeito da venda do Morumbi Business Center no 2T12, o aumento foi de 26,5%. As principais contribuições para este desempenho foram venda de imóveis, que cresceu 125,5% (excluindo o montante reconhecido no 2T13, referente à venda do Morumbi Business Center no 1T12) e cessão de direitos, que aumentou 48,5%. As receitas de locação e de estacionamento também apresentaram desempenho robusto, aumentado 20,7% e 22,6%, respectivamente, conforme demonstrado no gráfico abaixo.

No 1S13, a receita bruta foi de R\$508,8 milhões, representando um aumento de 29,6%, excluindo a venda do Morumbi Business Center em 2012.

A receita de locação representou 58,3% da receita total no 2T13, composta por 88,0% do aluguel mínimo, 7,6% de merchandising e 4,4% de aluguel complementar.



Abertura da receita bruta – 2T13



\*Excluindo a venda do Morumbi Business Center em 2012, que impactou o resultado do 2T12 em R\$3,8 milhões.

Abertura do crescimento da receita bruta no 2T13 (A/A) (R\$)

## 7. Resultado da Participação em Shopping Centers

### 7.1 Receita de Locação

Aumento de 21,4% na receita de locação para R\$162,1 milhões no 2T13

A receita de locação, incluindo o efeito da linearidade, cresceu 21,4% no 2T13 quando comparada ao 2T12, atingindo R\$162,1 milhões. O aluguel mínimo apresentou o maior crescimento no trimestre, com alta de 24,0%, somando R\$134,8 milhões. A receita com merchandising aumentou 3,8% para R\$11,6 milhões, enquanto o aluguel complementar atingiu R\$6,7 milhões.

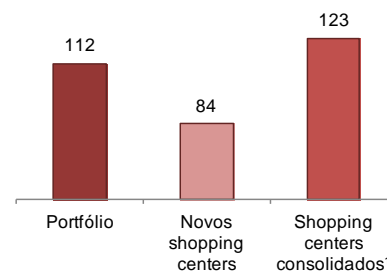
Receita de Locação (R\$)						
	Mínimo	Complementar	Merchandising	Subtotal	Linearidade	Total
<b>2T13</b>	<b>134,8 M</b>	<b>6,7 M</b>	<b>11,6 M</b>	<b>153,1 M</b>	<b>9,0 M</b>	<b>162,1 M</b>
% da receita de locação	88,0%	4,4%	7,6%	94,4%	5,6%	100,0%
<b>2T12</b>	<b>108,7 M</b>	<b>7,0 M</b>	<b>11,2 M</b>	<b>126,9 M</b>	<b>6,7 M</b>	<b>133,6 M</b>
% da receita de locação	85,7%	5,5%	8,8%	95,0%	5,0%	100,0%
<b>Varição total (%)</b>	<b>▲24,0%</b>	<b>▼3,7%</b>	<b>▲3,8%</b>	<b>▲20,7%</b>	<b>▲34,7%</b>	<b>▲21,4%</b>

O ParkShopping apresentou o maior crescimento da receita de locação no 2T13 de 14,7%, seguido pelo New York City Center (+13,1%), RibeirãoShopping (+12,5%) e ShoppingAnáliaFranco (+11,9%). O modesto desempenho do BH Shopping e do MorumbiShopping pode ser explicado principalmente pela lacuna temporária criada pela troca de mix e pelos demais eventos que ocorreram ao longo do trimestre mencionados anteriormente, que impactaram as vendas e conseqüentemente a receita de aluguel complementar. Adicionalmente, o desempenho do Shopping Vila Olímpia pode ser explicado pela decisão da sua administração de trazer algumas operações novas para o mix, com o intuito de impulsionar as vendas e renda do shopping no médio prazo.

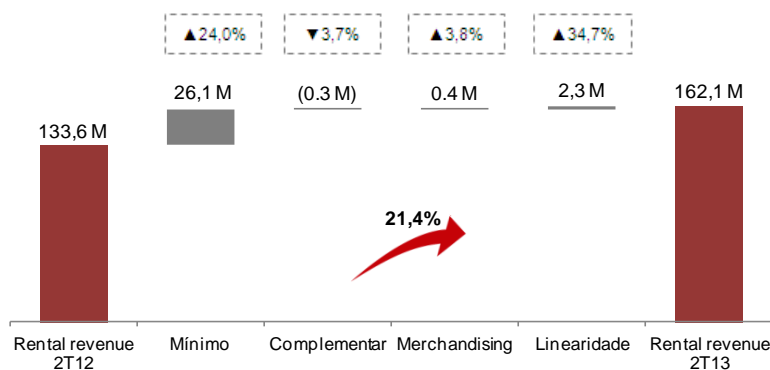
Receita de Locação (R\$)	2T13	2T12	Var.%	1S13	1S12	Var.%
BH Shopping	16,5 M	16,6 M	▼0,7%	35,7 M	31,7 M	▲12,6%
RibeirãoShopping	8,7 M	7,7 M	▲12,5%	17,3 M	15,3 M	▲12,7%
BarraShopping	18,9 M	18,2 M	▲4,0%	37,7 M	36,5 M	▲3,2%
MorumbiShopping	21,1 M	21,0 M	▲0,3%	42,0 M	40,8 M	▲2,9%
ParkShopping	10,5 M	9,1 M	▲14,7%	20,6 M	17,8 M	▲15,6%
DiamondMall	8,8 M	7,9 M	▲11,4%	17,5 M	15,6 M	▲11,8%
New York City Center	1,7 M	1,5 M	▲13,1%	3,5 M	3,2 M	▲12,0%
Shopping Anália Franco	5,7 M	5,1 M	▲11,9%	11,0 M	9,9 M	▲10,8%
ParkShoppingBarigüi	11,0 M	10,3 M	▲6,9%	21,3 M	19,6 M	▲8,5%
Pátio Savassi	5,7 M	5,2 M	▲9,3%	11,2 M	10,3 M	▲8,5%
Shopping Santa Úrsula	1,4 M	1,3 M	▲10,0%	2,8 M	2,4 M	▲12,5%
BarraShoppingSul	11,1 M	10,5 M	▲5,8%	22,0 M	20,0 M	▲9,8%
Shopping Vila Olímpia	4,3 M	4,5 M	▼6,5%	8,9 M	9,5 M	▼6,8%
ParkShoppingSãoCaetano	8,2 M	8,0 M	▲2,2%	16,8 M	16,1 M	▲4,2%
JundiaíShopping	6,5 M	-	n.a.	12,7 M	-	n.a.
ParkShoppingCampoGrande	7,2 M	-	n.a.	14,7 M	-	n.a.
VillageMall	6,1 M	-	n.a.	12,1 M	-	n.a.
<b>Subtotal gerencial</b>	<b>153,1 M</b>	<b>126,9 M</b>	<b>▲20,7%</b>	<b>307,6 M</b>	<b>248,9 M</b>	<b>▲23,6%</b>
Linearidade	<b>9,0 M</b>	<b>6,7 M</b>	<b>▲34,7%</b>	<b>18,6 M</b>	<b>18,6 M</b>	-
<b>Total gerencial</b>	<b>162,1 M</b>	<b>133,6 M</b>	<b>▲21,4%</b>	<b>326,2 M</b>	<b>267,4 M</b>	<b>▲22,0%</b>

A receita de locação do portfólio mensal por m<sup>2</sup>, que não inclui linearidade, atingiu R\$112 no 2T13. Considerando o portfólio consolidado, o desempenho foi de R\$123 por m<sup>2</sup> por mês, destacando o potencial de crescimento dos shoppings novos ao longo do tempo.

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



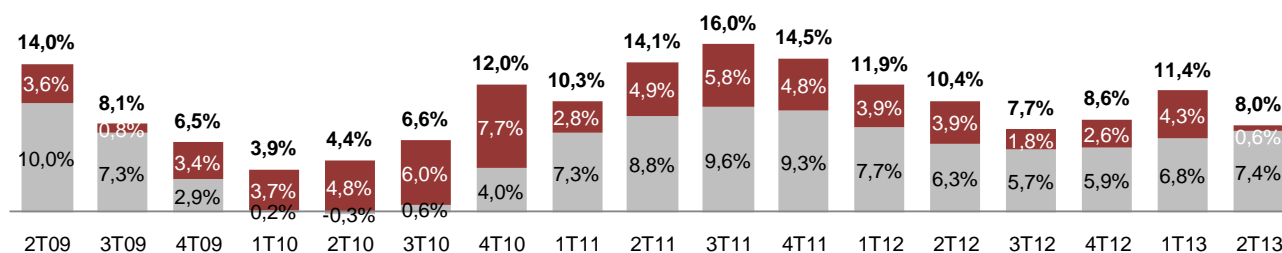
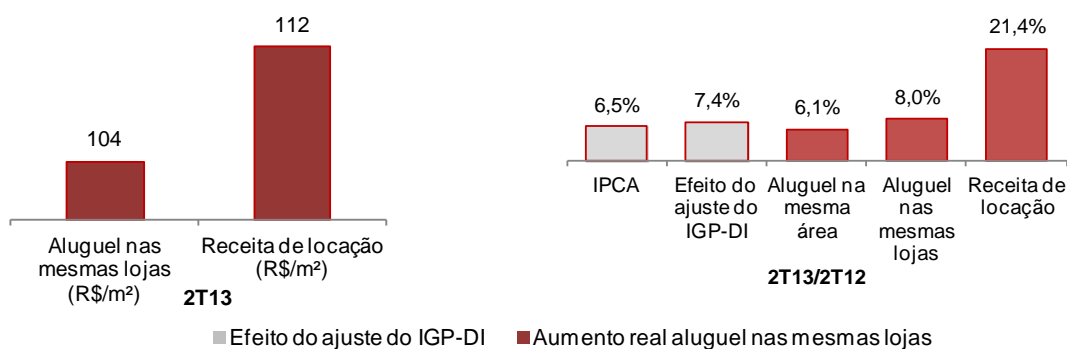
**Receita de locação por m<sup>2</sup>/mês no 2T13**  
<sup>1</sup>Shopping centers em operação há mais de 5 anos.  
<sup>2</sup>Shopping centers em operação há menos de 5 anos.



**Abertura do crescimento da receita de locação no 2T13 (A/A) (R\$)**

SSR continua apresentando forte crescimento, atingindo 8,1% no 2T13

Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR) aumentou 8,0% no 2T13, atingindo R\$104/m<sup>2</sup>, acima tanto do efeito do ajuste do IGP-DI e IPCA, que foram de 7,4% e 6,5%, respectivamente. O Aluguel na Mesma Área (SAR) aumentou 6,3% no mesmo período de comparação. A diferença entre o SSR e o SAR é explicada principalmente pelo período de carência normalmente concedido aos lojistas no início do contrato de locação e o maior tempo que alguns lojistas levaram para construir suas lojas.



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

## 7.2 Receita de Estacionamento

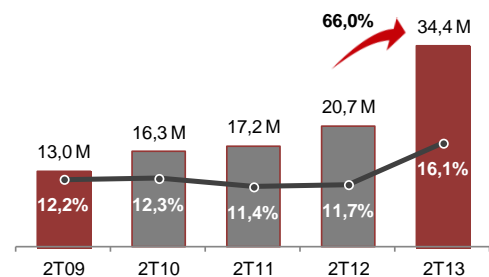
Alta de 22.6% na receita de estacionamento para R\$30,9 milhões no 2T13

A receita de estacionamento atingiu R\$30,9 milhões no 2T13, 22,6% maior do que no 2T12. Junto ao crescimento orgânico, os shopping centers inaugurados recentemente, JundiaíShopping, ParkShoppingCampoGrande e VillageMall e o novo deck parking no RibeirãoShopping contribuíram para este desempenho, adicionando 7,7 mil novas vagas de estacionamento, aumentando o total no portfólio para 46,2 mil. Os novos shoppings representaram juntos 11,9% da receita de estacionamento no 2T13.

## 7.3 Despesas de Shopping Center

Como esperado, as despesas de shopping center aumentaram, principalmente, devido ao crescimento de 24,3% da ABL própria, atingindo R\$34,4 milhões no 2T13 contra R\$20,7 milhões no 2T12.

É válido mencionar que novos shopping centers demandam mais recursos para promovê-los, visando a aumentar o tráfego de visitantes. Conforme estas áreas forem maturando, as margens deverão aumentar e convergir em direção às dos shoppings consolidados.



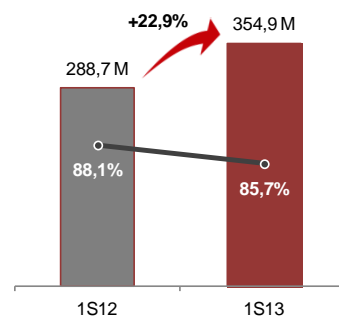
**Evolução das despesas de Shopping center (R\$)**  
**E como percentual da receita líquida de shopping center**  
 (não inclui receita e impostos com venda de imóveis)

## 7.4 Resultado Operacional Líquido – NOI

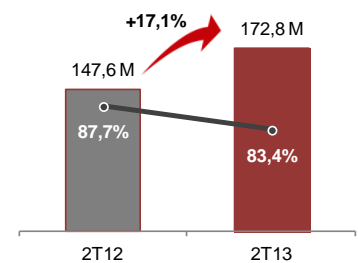
NOI + Cessão de Direitos 22,9% maior no 1S13

A Multiplan divulgou resultado operacional líquido (NOI) + cessão de direitos (CD) de R\$172,8 milhões no 2T13, 17,1% maior do que no 2T12.

No 1S13, o NOI + CD somou R\$354,9 milhões, 22,9% maior do que no 1S12.



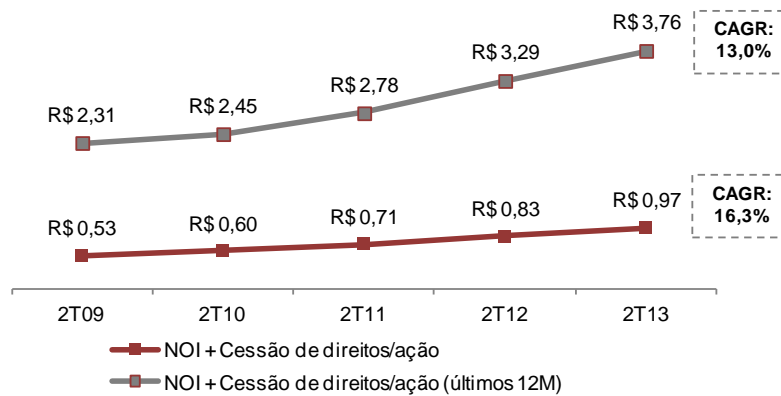
**NOI + cessão de direitos e margem**  
 (1S13/1S12) - (R\$)



**NOI + cessão de direitos e margem**  
 (2T13/2T12) - (R\$)

Cálculo do NOI (R\$)	2T13	2T12	Var. %	1S13	1S12	Var. %
Locação de lojas	153,1 M	126,9 M	▲20,7%	307,6 M	248,9 M	▲23,6%
Linearidade	9,0 M	6,7 M	▲34,7%	18,6 M	12,8 M	▲45,0%
Receita de estacionamento	30,9 M	25,2 M	▲22,6%	61,1 M	47,6 M	▲28,3%
<b>Receita operacional</b>	<b>193,1 M</b>	<b>158,8 M</b>	<b>▲21,6%</b>	<b>387,2 M</b>	<b>309,3 M</b>	<b>▲25,2%</b>
Despesas de shopping centers	(34,4 M)	(20,7 M)	▲66,0%	(59,3 M)	(39,1 M)	▲51,7%
<b>NOI</b>	<b>158,7 M</b>	<b>138,1 M</b>	<b>▲14,9%</b>	<b>327,9 M</b>	<b>270,2 M</b>	<b>▲21,4%</b>
Margem NOI	82,2%	87,0%	▼476 p.b.	84,7%	87,4%	▼268 p.b.
Cessão de direitos	14,2 M	9,5 M	▲48,5%	27,0 M	18,4 M	▲46,2%
Receita operacional + Cessão de direitos	207,2 M	168,3 M	▲23,1%	414,2 M	327,7 M	▲26,4%
<b>NOI + Cessão de direitos</b>	<b>172,8 M</b>	<b>147,6 M</b>	<b>▲17,1%</b>	<b>354,9 M</b>	<b>288,7 M</b>	<b>▲22,9%</b>
Margem NOI + Cessão de direitos	83,4%	87,7%	▼429 p.b.	85,7%	88,1%	▼239 p.b.

O NOI + CD por ação atingiu R\$0,97 no 2T13, levando a um CAGR de cinco anos de 16,3%. Nos últimos doze meses, o NOI + CD por ação aumentou para R\$3,76 no 2T13 de R\$3,29 no 2T12.



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

\*Ações em circulação no final de cada ano, líquido das ações em tesouraria (no 2T13: 188.862.917 ações).

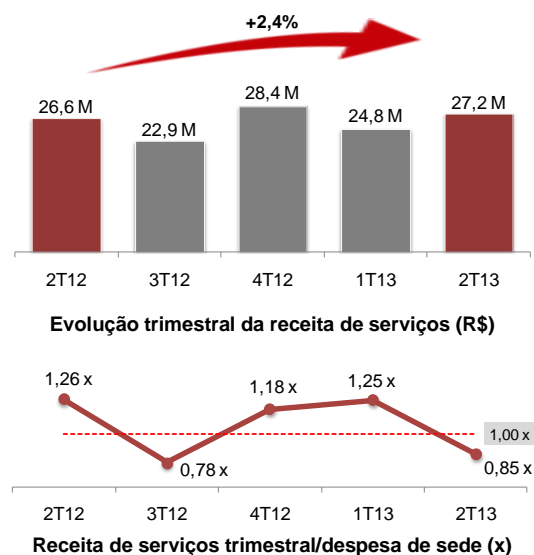
## 8. Resultado da Administração de Shopping Centers

### 8.1 Receita de Serviços

Aumento de 2,4% na receita de serviços para R\$27.2 milhões

A receita de serviços - composta principalmente por taxas de administração dos shopping centers, corretagem e transferência - apresentou aumento de 2,4% no 2T13 quando comparada ao 2T12. A receita de serviços foi equivalente a 85,0% das despesas gerais e administrativas do trimestre e 102,0% nos últimos 12 meses.

Na comparação semestral, a receita de serviços aumentou 10,7% quando comparada ao 1S12.

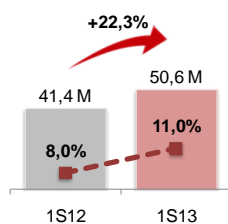
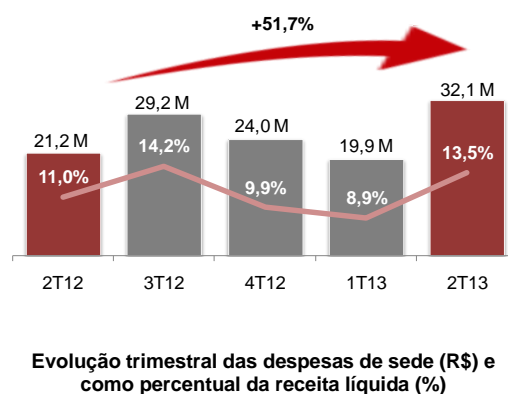


### 8.2 Despesas Gerais e Administrativas (Sede)

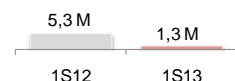
Despesas pontuais e não recorrentes elevam despesas de sede 51,7% no 2T13. As despesas de sede foram 11,2% maiores no 1S13

No 2T13, as despesas de sede aumentaram 51,7%, devido principalmente a um evento pontual e a despesas não recorrentes, totalizando R\$8,7 milhões. Ao longo do primeiro semestre de 2013, a normalização das despesas sem o impacto desses eventos pontuais resultou em um aumento de 11,2% da despesa de sede.

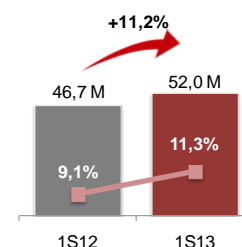
Itens não recorrentes apresentaram um aumento de R\$1,3 milhão nas despesas de sede no 1S13, comparado a R\$5,3 milhões no 1S12. Excluindo o impacto destes itens não recorrentes, e somente para fins de análise, as despesas de sede teriam aumentado 22,3% no 1S13, quando comparadas ao 1S12.



(+)



=



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

Itens não recorrentes (R\$)

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

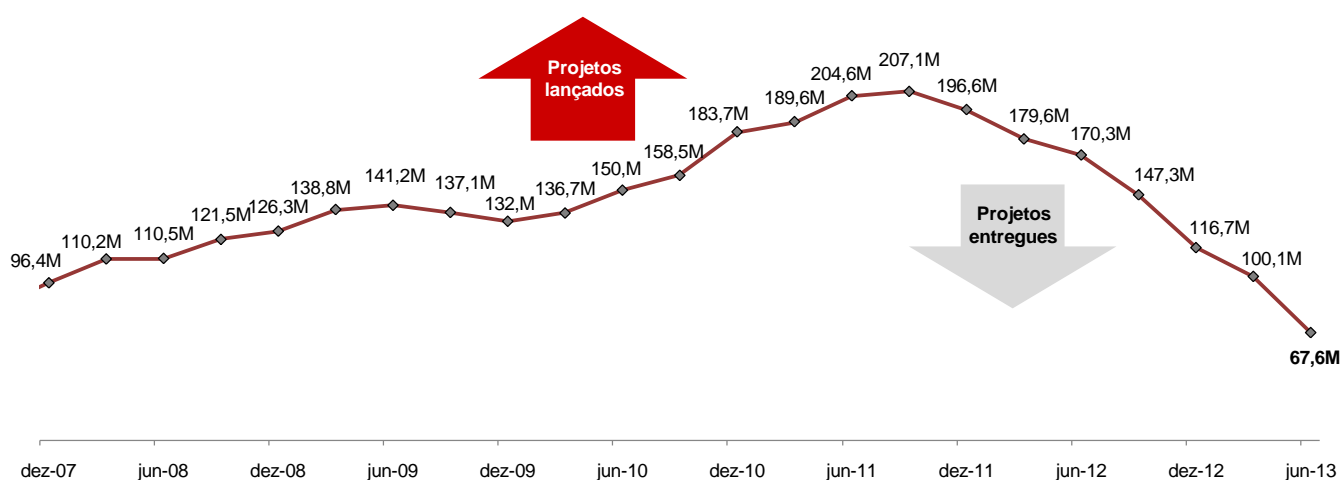
## 9. Resultados do Desenvolvimento de Shopping Centers

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

*Inaugurações contribuíram para um aumento de 48,5% na receita de cessão de direitos*

No 2T13, o saldo da receita diferida reduziu de R\$100,1 milhões, em março de 2013, para R\$67,6 milhões em junho de 2013. A linha de receita diferida foi impactada principalmente pelo (i) reconhecimento de receitas de cessão de direitos, após as inaugurações do JundiaíShopping, ParkShoppingCampoGrande e VillageMall, (ii) menor volume de novos contratos de locação assinados no 2T13, devido ao volume elevado de contratos assinados na pré-locação dos projetos anunciados, e (iii) pela recompra de áreas locadas para serem utilizadas nas mudanças de mix dos shopping centers.

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



Evolução da receita e custos diferidos (R\$)



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



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

### 9.2 Receita de Cessão de Direitos

Receita de Cessão de Direitos (R\$)	2T13	2T12	Var. %	1S13	1S12	Var. %
Operacional (Recorrente)	2,1 M	1,5 M	▲42,3%	3,8 M	3,2 M	▲15,8%
Projetos abertos nos últimos 5 anos (Não-recorrente)	12,1 M	8,1 M	▲49,6%	23,2 M	15,2 M	▲52,7%
<b>Receita de Cessão de Direitos</b>	<b>14,2 M</b>	<b>9,5 M</b>	<b>▲48,5%</b>	<b>27,0 M</b>	<b>18,4 M</b>	<b>▲46,2%</b>

*Aumento de 48,5% na receita de cessão de direitos no 2T13*

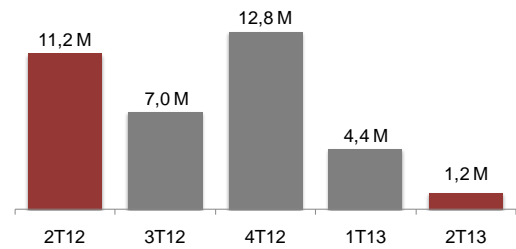
A receita de cessão de direitos aumentou 48,5% no 2T13, de R\$9,5 milhões para R\$14,2 milhões, devido à inauguração de três novos shopping centers e uma expansão no final de 2012. A receita não recorrente aumentou 49,6% no 2T13 quando comparada ao 2T12.

A receita de cessão de direitos é composta por (i) receita recorrente ou operacional, relacionada à cessão de direitos reconhecida nos shopping centers que estão em operação há mais de cinco anos quando a área é locada novamente, e reflete o esforço da Companhia para melhorar o mix de lojas em seus shopping centers; e (ii) receita não recorrente, relacionada à cessão de direitos de contratos de locação relativos a lojas novas em greenfields e expansões inauguradas nos últimos cinco anos.

### 9.3 Despesas com Novos Projetos para Locação

As despesas com novos projetos para locação reduziram para R\$1,2 milhões no 2T13, comparado a R\$11,2 milhões no 2T12, devido principalmente à abertura dos projetos Jundiaí Shopping, ParkShoppingCampoGrande e do VillageMall, todos entregues no 4T12.

Essas despesas ocorrem principalmente nas fases de lançamento e entrega de projetos, e são uma ferramenta importante para a implementação da estratégia da Companhia, que consiste em atrair os melhores lojistas para formar o mix mais apropriado para cada shopping center com o objetivo de atrair fluxo de clientes em seus primeiros anos de maturação.



**Despesas com novos projetos para locação (R\$)**

## 10. Resultados de Empreendimentos Imobiliários

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

#### *Receita de Venda de Imóveis*

A Multiplan reportou receita de venda de imóveis de R\$26,6 milhões no 2T13, 70,8% acima do 2T12. A apropriação da receita de venda de imóveis, segundo o método de apropriação físico-financeiro (PoC), foi composta principalmente pela apropriação de receitas dos projetos do complexo BarraShoppingSul, que inclui o prédio comercial Diamond Tower (82,4% vendido) e o residencial Résidence du Lac (96,5% vendido), ambos projetos com as obras evoluindo de acordo com o planejado.

#### *Custo de Imóveis Vendidos*

A Companhia reportou custo de imóveis vendidos de R\$17,2 milhões no 2T13, em linha com a evolução da construção, e composta principalmente por custos com os projetos imobiliários localizados no complexo BarraShoppingSul.

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

As despesas com novos projetos para venda reduziram 8,4% para R\$3,1 milhões no 2T13, comparado a R\$3,4 milhões no 2T12. No 2T13, as despesas com novos projetos para venda foram compostas principalmente por (i) esforços de marketing, (ii) despesas com corretagem, e (iii) impostos sobre propriedades ("IPTU") referentes a terrenos em estoque. As despesas com novos projetos para venda no 2T13 são compostas principalmente por despesas com os projetos do Complexo BarraShoppingSul.

## 11. Resultados Financeiros

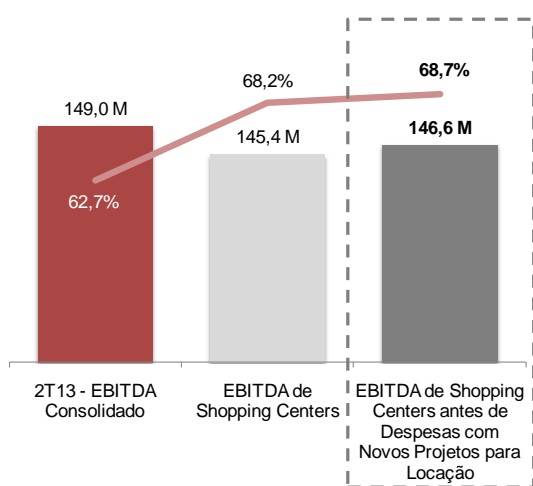
### 11.1 EBITDA

*Shopping Center EBITDA sobe 18,4% no 2T13*

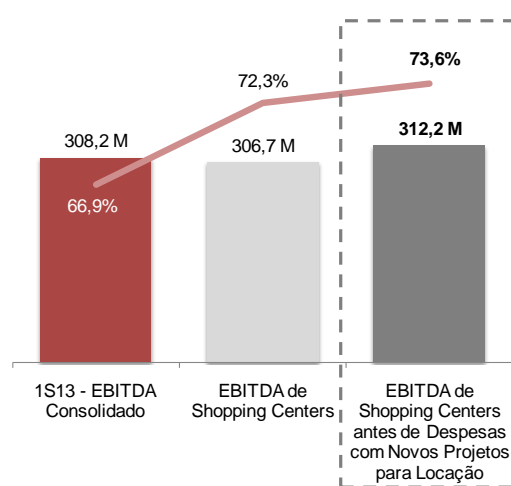
A Multiplan apresentou um crescimento de 18,4% no EBITDA de Shopping Centers no 2T13, como resultado do aumento nas receitas de locação e de estacionamento, atingindo R\$145,4 milhões. A margem do EBITDA de Shopping Centers reduziu 98 bps, de 69,1% no 2T12 para 68,2% no 2T13, com a redução das despesas com novos projetos para locação sendo compensadas pelos aumentos em despesas de sede e de shopping centers.

Para fins de análise, se excluídas as despesas com novos projetos para locação do cálculo do EBITDA de Shopping Centers, a margem seria de 68,7% no 2T13.

EBITDA de Shopping Center (R\$)	2T13	2T12	Var. %	1S13	1S12	Var. %
<b>Receita Bruta de Shopping Centers <sup>1</sup></b>	<b>236,2 M</b>	<b>196,0 M</b>	<b>▲20,5%</b>	<b>468,0 M</b>	<b>376,0 M</b>	<b>▲24,5%</b>
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços	(22,8 M)	(18,3 M)	▲24,5%	(44,0 M)	(28,6 M)	▲53,5%
<b>Receita Líquida</b>	<b>213,4 M</b>	<b>177,7 M</b>	<b>▲20,1%</b>	<b>424,1 M</b>	<b>347,3 M</b>	<b>▲22,1%</b>
Despesas de sede	(32,1 M)	(21,2 M)	▲51,7%	(52,0 M)	(46,7 M)	▲11,2%
Despesas baseadas em opções de ações	(2,4 M)	(2,8 M)	▼12,3%	(4,8 M)	(4,9 M)	▼2,5%
Despesas de shopping centers	(34,4 M)	(20,7 M)	▲66,0%	(59,3 M)	(39,1 M)	▲51,7%
Despesas com novos projetos para locação	(1,2 M)	(11,2 M)	▼89,4%	(5,6 M)	(13,6 M)	▼58,9%
Outras receitas (despesas) operacionais	2,2 M	1,0 M	▲109,3%	4,2 M	1,9 M	▲124,7%
<b>EBITDA de Shopping Centers <sup>2</sup></b>	<b>145,4 M</b>	<b>122,8 M</b>	<b>▲18,4%</b>	<b>306,7 M</b>	<b>244,9 M</b>	<b>▲25,2%</b>
Margem EBITDA de Shopping Centers	68,2%	69,1%	▼98 p.b.	72,3%	70,5%	▲179 p.b.
(+) Despesas com novos projetos para locação	1,2 M	11,2 M	▼89,4%	5,6 M	13,6 M	▼58,9%
<b>EBITDA SC antes de Desp. de Novos Projetos <sup>3</sup></b>	<b>146,6 M</b>	<b>134,0 M</b>	<b>▲9,4%</b>	<b>312,2 M</b>	<b>258,5 M</b>	<b>▲20,8%</b>
% EBITDA SC antes de Desp. de Novos Projetos	68,7%	75,4%	▼673 p.b.	73,6%	74,4%	▼80 p.b.



**2T13: EBITDA (R\$) e margens (%)**



**1S13: EBITDA (R\$) e margens (%)**

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

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

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

O EBITDA Consolidado aumentou 23,7% no 2T13

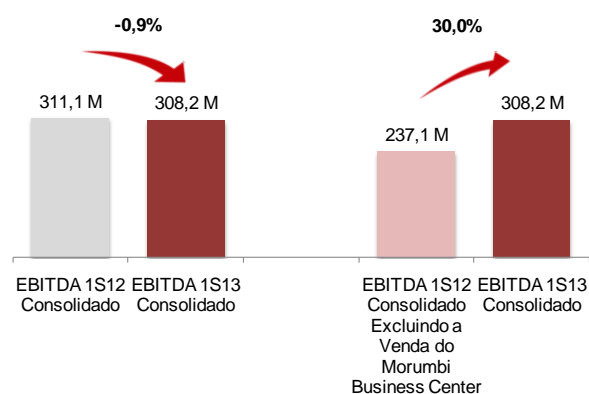
O EBITDA Consolidado aumentou 23,7% no 2T13, acompanhando o aumento nas receitas de locação e de venda de imóveis, que resultaram em um aumento de 23,8% da receita líquida no período. A margem de EBITDA Consolidado apresentou o mesmo nível do 2T12, 62,8% no 2T12 e 62,7% no 2T13.

A margem de EBITDA Consolidado da Companhia é tradicionalmente menor que a margem EBITDA de Shopping Centers porque reflete as margens mais baixas da atividade imobiliária para venda, quando comparada com a margem dos projetos para locação.

O elevado nível do EBITDA Consolidado no 1S12 dificulta comparação com o 1S13

O EBITDA Consolidado do 1S12 foi impulsionado pela venda da torre comercial Morumbi Business Center por R\$165,0 milhões. A receita de venda de imóveis foi equivalente 33,0% da receita bruta do 1S12, resultando em uma base de comparação muito elevada para a análise de 1S13/1S12. O EBITDA Consolidado no 1S13 foi de R\$308,2 milhões, 0,9% menor quando comparado com o pico do 1S12.

Para fins de comparação, se excluído o impacto da venda do Morumbi Business Center, o EBITDA Consolidado teria aumentado 30,0% no 1S13.



EBITDA Consolidado (R\$)	2T13	2T12	Var. %	1S13	1S12	Var. %
<b>Receita Líquida</b>	<b>237,4 M</b>	<b>191,8 M</b>	<b>▲23,8%</b>	<b>461,0 M</b>	<b>515,1 M</b>	<b>▼10,5%</b>
Despesas de sede	(32,1 M)	(21,2 M)	▲51,7%	(52,0 M)	(46,7 M)	▲11,2%
Despesas baseadas em opções de ações	(2,4 M)	(2,8 M)	▼12,3%	(4,8 M)	(4,9 M)	▼2,5%
Despesas de shopping centers	(34,4 M)	(20,7 M)	▲66,0%	(59,3 M)	(39,1 M)	▲51,7%
Despesas com novos projetos para locação	(1,2 M)	(11,2 M)	▼89,4%	(5,6 M)	(13,6 M)	▼58,9%
Despesas com novos projetos para venda	(3,1 M)	(3,4 M)	▼8,4%	(5,6 M)	(9,4 M)	▼40,2%
Custo de imóveis vendidos	(17,2 M)	(12,9 M)	▲32,9%	(29,0 M)	(93,1 M)	▼68,8%
Resultado de equivalência patrimonial	(0,2 M)	(0,2 M)	▲9,8%	(0,7 M)	0,9 M	na
Outras receitas (despesas) operacionais	2,2 M	1,0 M	▲109,3%	4,2 M	1,9 M	▲124,7%
<b>EBITDA Consolidado</b>	<b>149,0 M</b>	<b>120,4 M</b>	<b>▲23,7%</b>	<b>308,2 M</b>	<b>311,1 M</b>	<b>▼0,9%</b>
Margem de EBITDA Consolidado	62,7%	62,8%	▼6 p.b.	66,9%	60,4%	▲647 p.b.

Conciliação do EBITDA Consolidado com as demonstrações financeiras

EBITDA (R\$'000)	2T13	2T12	Var. %	1S13	1S12	Var. %
<b>Lucro Líquido</b>	<b>70,3 M</b>	<b>63,1 M</b>	<b>▲11,5%</b>	<b>140,8 M</b>	<b>187,6 M</b>	<b>▼25,0%</b>
Participação dos acionistas minoritários	0,0 M	0,0 M	▼52,6%	0,0 M	1,3 M	▼98,7%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	9,8 M	13,1 M	▼25,4%	13,2 M	31,6 M	▼58,2%
Imposto de renda e contribuição social	11,8 M	20,4 M	▼42,1%	38,8 M	42,5 M	▼8,8%
Depreciações e amortizações	29,3 M	17,7 M	▲65,9%	57,4 M	34,9 M	▲64,4%
Despesas financeiras	41,5 M	23,9 M	▲73,3%	81,5 M	51,1 M	▲59,4%
Receitas financeiras	(13,8 M)	(17,8 M)	▼22,7%	(23,4 M)	(37,9 M)	▼38,2%
<b>EBITDA</b>	<b>149,0 M</b>	<b>120,4 M</b>	<b>▲23,7%</b>	<b>308,2 M</b>	<b>311,1 M</b>	<b>▼0,9%</b>

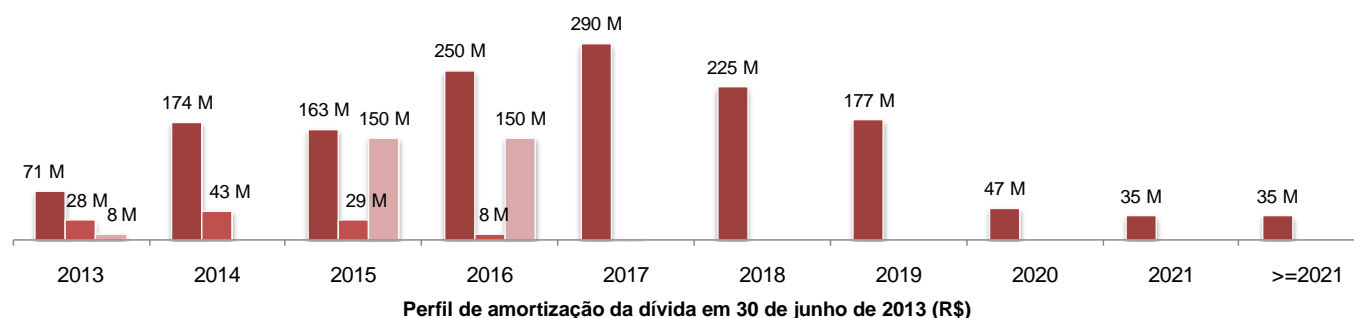
## 11.2 Resultados Financeiros, Dívida e Disponibilidades

A Multiplan fechou o 2T13 com uma dívida líquida de R\$1.431,5 milhões, comparada a R\$1.643,6 milhões no trimestre anterior, beneficiando-se dos recursos provenientes do *follow on* realizado em 2013. O número atual representa uma relação dívida líquida/EBITDA (últimos 12 meses) de 2,34x. No 2T13, o saldo entre o rendimento do caixa investido e as despesas financeiras gerou um resultado financeiro negativo de R\$27,7 milhões.

	30 de junho de 2013	31 de março de 2013	Var. %
<b>Passivo Circulante</b>	<b>213,5 M</b>	<b>171,5 M</b>	<b>▲24,4%</b>
Empréstimos e financiamentos	157,6 M	125,6 M	▲25,5%
Debêntures	7,7 M	1,6 M	▲390,9%
Obrigações por aquisição de bens	48,1 M	44,4 M	▲8,5%
<b>Passivo não Circulante</b>	<b>1,671,3 M</b>	<b>1,701,3 M</b>	<b>▼1,8%</b>
Empréstimos e financiamentos	1,309,4 M	1,357,3 M	▼3,5%
Debêntures	300,0 M	300,0 M	▲0,0%
Obrigações por aquisição de bens	61,9 M	44,0 M	▲40,6%
<b>Dívida Bruta</b>	<b>1,884,8 M</b>	<b>1,872,9 M</b>	<b>▲0,6%</b>
<b>Caixa e Equivalentes de Caixa</b>	<b>453,2 M</b>	<b>229,2 M</b>	<b>▲97,7%</b>
<b>Dívida Líquida</b>	<b>1,431,5 M</b>	<b>1,643,6 M</b>	<b>▼12,9%</b>

A dívida líquida no 2T13 foi impactada principalmente pelas saídas de caixa referentes a (i) CAPEX de R\$186,0 milhões no período, (ii) pagamento total de R\$183,7 milhões em dividendos e juros sobre o capital próprio referentes ao ano fiscal de 2012, (iii) amortização de R\$26,5 milhões referentes a obrigações por aquisição de bens, (iv) amortização de R\$16,5 milhões referentes a empréstimos e financiamentos, e (v) R\$34,9 milhões em investimentos em terrenos e imobiliário para venda; parcialmente compensados pela (vi) geração de caixa das operações atuais e (vii) pela entrada de R\$602,8 milhões em recursos líquidos do *follow on* de 2013.

■ Empréstimos e financiamentos (bancos) ■ Obrigações por aquisição de bens (terrenos e participações) ■ Debêntures



A queda na dívida líquida resultou na variação da relação dívida líquida/EBITDA (últimos 12 meses) de 2,81x no 1T13 para 2,34x no 2T13. A relação dívida bruta/EBITDA (últimos 12 meses) caiu de 3,21x no 1T13 para 3,08x no 2T13, devido ao aumento do EBITDA dos últimos doze meses terminados em junho de 2013.

No 2T13, o prazo médio de amortização da dívida bruta apresentou o mesmo nível do 1T13, com 45 meses.

Indicadores Financeiros*	30 de junho de 2013	31 de março de 2013	Var. %
Dívida Líquida/EBITDA	2,34x	2,81x	▼17,0%
Dívida Bruta/EBITDA	3,08x	3,21x	▼4,0%
Dívida Líquida/FFO (12M)	3,03x	3,59x	▼15,8%
Dívida Bruta/FFO	3,99x	4,10x	▼2,7%
Dívida Líquida/Patrimônio Líquido	37,4%	50,3%	▼25,6%
Prazo Médio de Amortização (Meses)	45	48	▼6,3%
Passivo/Ativo	37,8%	42,7%	▼11,5%
Dívida Bruta/Passivo	81,2%	77,0%	▲5,4%

\* EBITDA e FFO acumulado nos últimos 12 meses.

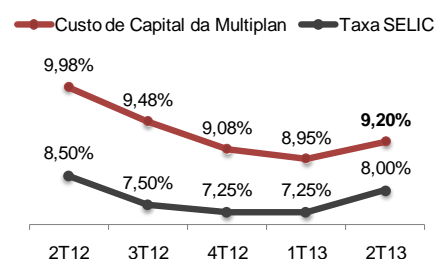
78 p.b. de redução no custo da dívida nos últimos 12 meses, 25 p.b. acima no trimestre

O custo médio ponderado de dívida da Companhia aumentou 25 p.b. de 8,95% a.a. em 31 de março de 2013 para 9,20% a.a. em 30 de junho de 2013. Nos últimos 12 meses, o custo médio ponderado da dívida foi reduzido em 78 p.b., saindo de 9,98% a.a. em 30 de junho de 2012.

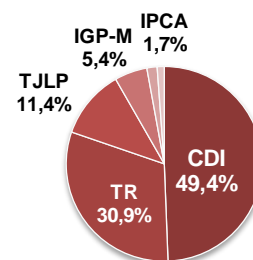
A Multiplan aumentou o peso da dívida indexada ao CDI para 49,4% do endividamento total no 2T13, saindo de 38,0% no 2T12. Durante este período, a taxa básica de juros caiu de 8,50% a.a. em 30 de junho de 2012 para 8,00% a.a. em 30 de junho de 2013.

A dívida indexada a TR, que era equivalente a 38,0% do endividamento total no 2T12, reduziu sua participação para 30,9% no 2T13.

A TJLP, que é o principal indexador utilizado pelo BNDES, apresentou uma leve queda do seu peso no endividamento total, de 12,0% no 2T12 para 11,4% no 2T13. Este indexador, que ficou em 6,00% a.a. entre julho de 2009 e junho de 2012, caiu para 5,50% a.a. em julho de 2012 e 5,00% a.a. em janeiro de 2013.



Custo da dívida médio ponderado (% a.a.)



Indexadores da dívida da Multiplan em 30 de junho de 2013

#### Indexadores de endividamento em 30 de junho de 2013

	Desempenho dos indexadores	Taxa de juros média <sup>1</sup>	Custo da dívida	Saldo da dívida (R\$)
CDI	8.00%	0.93%	8.93%	930.9 M
TR <sup>2</sup>	0.03%	9.71%	9.74%	581.9 M
TJLP	5.00%	3.27%	8.27%	215.8 M
IGP-M <sup>2</sup>	6.22%	3.17%	9.39%	102.2 M
IPCA <sup>2</sup>	6.50%	7.46%	13.96%	32.1 M
Outros	0.00%	7.95%	7.95%	22.0 M
<b>Total</b>	<b>4.98%</b>	<b>4.22%</b>	<b>9.20%</b>	<b>1,884.8 M</b>

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

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

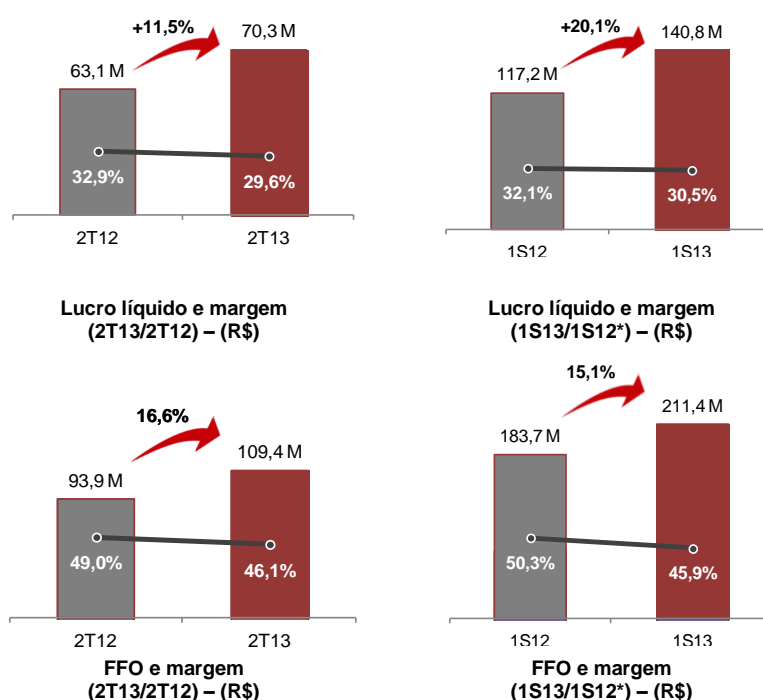
### 11.3 Lucro Líquido e Fluxo de Caixa Operacional (FFO)

Aumento de 16,5% no FFO para R\$109,4 milhões no 2T13

No 2T13, o lucro líquido foi de R\$70,3 milhões, 11,5% maior do que no 2T12, apesar do aumento da alavancagem, medida pela dívida líquida/EBITDA (últimos 12 meses) de 1,55x para 2,34x. FFO somou R\$109,4 milhões no 2T13, 16,6% maior do que no 2T12.

No 1S13, o lucro líquido foi de R\$140,8 milhões e o FFO de R\$211,4 milhões, representando um aumento de 20,1% e 15,1%, respectivamente, excluindo a venda do Morumbi Business Center em 2012, conforme mencionado anteriormente.

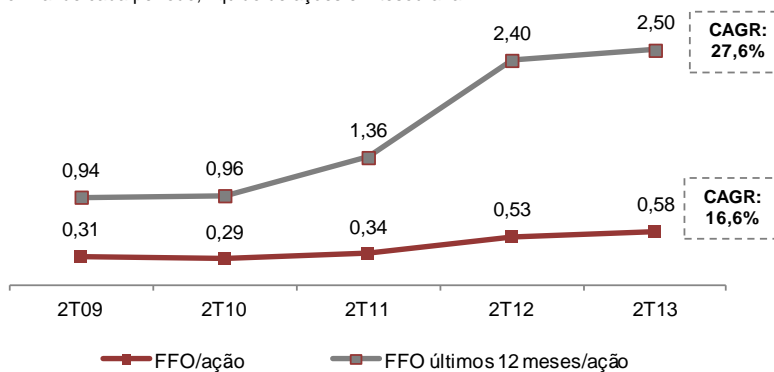
Em 27 de junho de 2013, a Multiplan anunciou o pagamento de juros sobre capital próprio de R\$45,0 milhões antes de impostos, baseado nas demonstrações financeiras de 31 de maio de 2013.



\*Exclui o impacto da venda do Morumbi Business Center.

Cálculo do Lucro Líquido e FFO	2T13	2T12	Var. %	1S13	1S12	Var. %
Receita líquida	237,4 M	191,8 M	▲23,8%	461,0 M	515,1 M	▼10,5%
Despesas operacionais	(88,5 M)	(71,4 M)	▲24,0%	(152,7 M)	(204,0 M)	▼25,1%
Resultado financeiro	(27,7 M)	(6,1 M)	▲353,6%	(58,1 M)	(13,2 M)	▲339,5%
Depreciação e amortização	(29,3 M)	(17,7 M)	▲65,9%	(57,4 M)	(34,9 M)	▲64,4%
Imposto de renda e contribuição social	(11,8 M)	(20,4 M)	▼42,1%	(38,8 M)	(42,5 M)	▼8,8%
Participações minoritárias	(0,0 M)	(0,0 M)	▼51,1%	(0,0 M)	(1,3 M)	▼98,7%
<b>Lucro líquido ajustado</b>	<b>80,1 M</b>	<b>76,2 M</b>	<b>▲5,1%</b>	<b>154,0 M</b>	<b>219,2 M</b>	<b>▼29,8%</b>
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(9,8 M)	(13,1 M)	▼25,4%	(13,2 M)	(31,6 M)	▼58,2%
<b>Lucro líquido</b>	<b>70,3 M</b>	<b>63,1 M</b>	<b>▲11,5%</b>	<b>140,8 M</b>	<b>187,6 M</b>	<b>▼25,0%</b>
Depreciação e amortização	29,3 M	17,7 M	▲65,9%	(57,4 M)	(34,9 M)	▲64,4%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	9,8 M	13,1 M	▼25,4%	(13,2 M)	(31,6 M)	▼58,2%
<b>Fluxo de caixa operacional</b>	<b>109,4 M</b>	<b>93,9 M</b>	<b>▲16,6%</b>	<b>211,4 M</b>	<b>254,2 M</b>	<b>▼16,8%</b>
<b>Fluxo de caixa operacional por ação</b>	<b>0,58</b>	<b>0,53</b>	<b>▲10,1%</b>	<b>1,12</b>	<b>1,42</b>	<b>▼21,4%</b>

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



Evolução do FFO (R\$) por ação





**12. Portfólio**

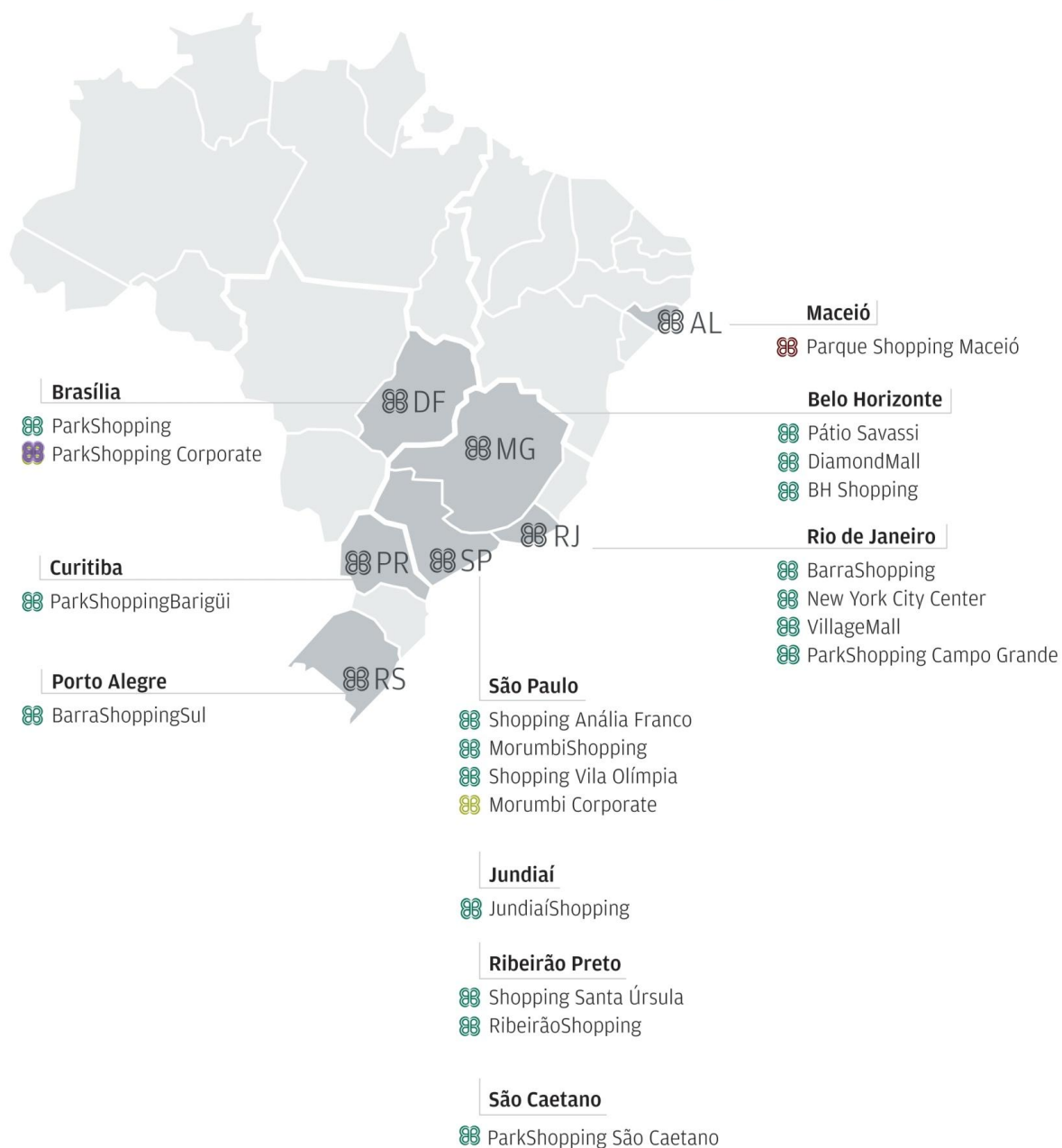
Portfólio – 2T13	Inauguração	Estado	Multiplan %	ABL total	Locação (mês) <sup>1</sup>	Vendas (mês) <sup>2</sup>	Tx de ocupação média
<b>SCs em operação</b>							
BHShopping	1979	MG	80,0%	47.565 m <sup>2</sup>	147 R\$/m <sup>2</sup>	1.810 R\$/m <sup>2</sup>	97,4%
RibeirãoShopping	1981	SP	76,7%	49.972 m <sup>2</sup>	75 R\$/m <sup>2</sup>	1.041 R\$/m <sup>2</sup>	99,2%
BarraShopping	1981	RJ	51,1%	69.294 m <sup>2</sup>	167 R\$/m <sup>2</sup>	2.124 R\$/m <sup>2</sup>	99,7%
MorumbiShopping	1982	SP	65,8%	55.091 m <sup>2</sup>	188 R\$/m <sup>2</sup>	2.201 R\$/m <sup>2</sup>	96,1%
ParkShopping	1983	DF	61,7%	53.455 m <sup>2</sup>	116 R\$/m <sup>2</sup>	1.521 R\$/m <sup>2</sup>	97,8%
DiamondMall	1996	MG	90,0%	21.386 m <sup>2</sup>	147 R\$/m <sup>2</sup>	2.059 R\$/m <sup>2</sup>	98,7%
New York City Center	1999	RJ	50,0%	22.271 m <sup>2</sup>	47 R\$/m <sup>2</sup>	755 R\$/m <sup>2</sup>	100,0%
Shopping AnáliaFranco	1999	SP	30,0%	50.427 m <sup>2</sup>	114 R\$/m <sup>2</sup>	1.474 R\$/m <sup>2</sup>	99,6%
ParkShoppingBarigüi	2003	PR	84,0%	50.182 m <sup>2</sup>	91 R\$/m <sup>2</sup>	1.398 R\$/m <sup>2</sup>	98,9%
Pátio Savassi	2004	MG	96,5%	17.291 m <sup>2</sup>	105 R\$/m <sup>2</sup>	1.620 R\$/m <sup>2</sup>	99,4%
Shopping Santa Úrsula	1999	SP	62,5%	23.057 m <sup>2</sup>	37 R\$/m <sup>2</sup>	695 R\$/m <sup>2</sup>	95,4%
BarraShoppingSul	2008	RS	100,0%	68.212 m <sup>2</sup>	121 R\$/m <sup>2</sup>	1.151 R\$/m <sup>2</sup>	96,5%
Shopping Vila Olímpia	2009	SP	60,0%	28.363 m <sup>2</sup>	94 R\$/m <sup>2</sup>	1.071 R\$/m <sup>2</sup>	88,8%
ParkShoppingSãoCaetano	2011	SP	100,0%	39.274 m <sup>2</sup>	71 R\$/m <sup>2</sup>	990 R\$/m <sup>2</sup>	98,2%
JudiaiShopping	2012	SP	100,0%	34.429 m <sup>2</sup>	69 R\$/m <sup>2</sup>	785 R\$/m <sup>2</sup>	97,9%
ParkShoppingCampoGrande	2012	RJ	90,0%	42.820 m <sup>2</sup>	66 R\$/m <sup>2</sup>	659 R\$/m <sup>2</sup>	98,6%
VillageMall	2012	RJ	100,0%	25.437 m <sup>2</sup>	106 R\$/m <sup>2</sup>	1.156 R\$/m <sup>2</sup>	92,4%
<b>Subtotal SCs em operação</b>			<b>74,7%</b>	<b>698.528 m<sup>2</sup></b>	<b>112 R\$/m<sup>2</sup></b>	<b>1.391 R\$/m<sup>2</sup></b>	<b>97,6%</b>
<b>Torre comercial em operação</b>							
ParkShopping Corporate	2012	DF	50,0%	13.360 m <sup>2</sup>	-	-	Em fase de locação
<b>Subtotal torre comercial em operação</b>			<b>50,0%</b>	<b>13.360 m<sup>2</sup></b>			
<b>Expansões em desenvolvimento</b>							
BarraShopping	2014	RJ	51,10%	5.275 m <sup>2</sup>	-	-	-
RibeirãoShopping	2013	SP	76,20%	15.469 m <sup>2</sup>	-	-	-
<b>Subtotal expansões em desenvolvimento</b>			<b>69,8%</b>	<b>20.744 m<sup>2</sup></b>			
<b>SC em desenvolvimento</b>							
Parque Shopping Maceió	2013	AL	50,0%	37.222 m <sup>2</sup>	-	-	-
<b>Subtotal SC em desenvolvimento</b>			<b>50,0%</b>	<b>37.222 m<sup>2</sup></b>			
<b>Torre comercial em desenvolvimento</b>							
Morumbi Corporate	2013	SP	100,0%	74.198 m <sup>2</sup>	-	-	-
BarraShopping Office	2014	RJ	51,1%	4.204 m <sup>2</sup>	-	-	-
<b>Subtotal torres em desenvolvimento</b>			<b>97,4%</b>	<b>78.402 m<sup>2</sup></b>			
<b>Total portfólio</b>			<b>75,2%</b>	<b>848.256 m<sup>2</sup></b>	<b>112 R\$/m<sup>2</sup></b>	<b>1.391 R\$/m<sup>2</sup></b>	<b>97,6%</b>

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

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

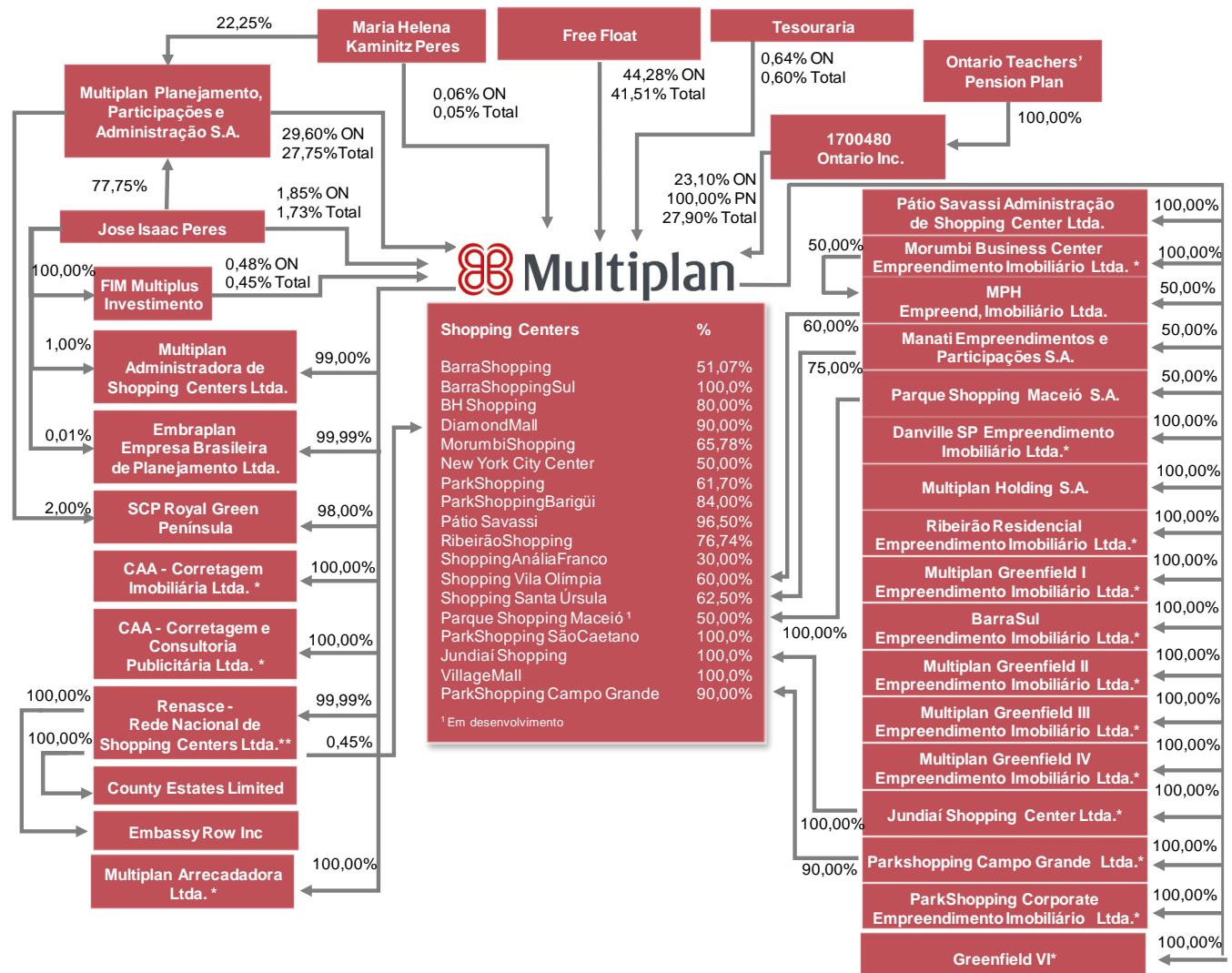
# Mapa de atuação

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



### 13. Estrutura Societária

A estrutura societária da Multiplan em 30 de junho de 2013 está descrita no gráfico abaixo. De um total de 189.997.214 ações emitidas, 178.138.867 são ordinárias e 11.858.347 preferenciais detidas exclusivamente pela Ontario Teachers' Pension Plan e não são listadas ou negociadas em nenhuma bolsa de valores.



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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

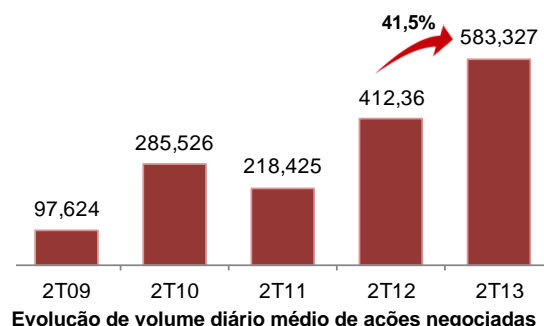
**Park Shopping Campo Grande Ltda.:** SPE criada para o desenvolvimento do ParkShoppingCampoGrande.

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

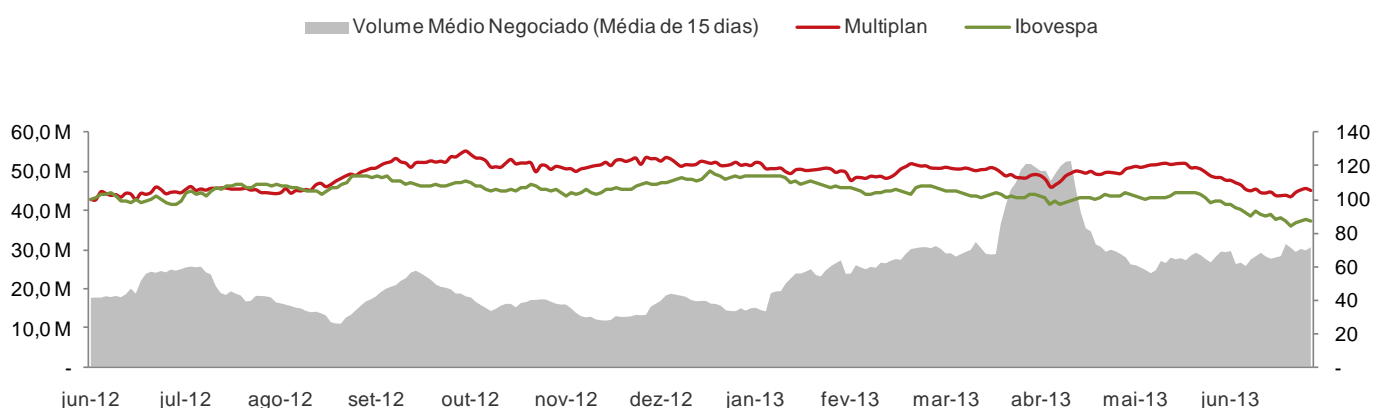
#### 14. MULT3 e Mercado de Ações

Liquidez diária da Multiplan atinge R\$32,4 milhões no 2T13, alta de 73,2%

A ação da Multiplan (MULT3 na BM&FBOVESPA; MULT3 BZ no Bloomberg) fechou o 2T13 cotada a R\$51,79/ação, um aumento de 5,3% quando comparado ao 2T12, representando um desempenho superior ao Ibovespa, que depreciou 12,7% no mesmo período. No 2T13, o volume financeiro diário médio negociado da Multiplan aumentou 73,2%, atingindo uma média de R\$32,4 milhões/dia, comparado a R\$18,7 milhões no 2T12. Considerando a média diária do número de ações negociadas no 2T13, o volume aumentou 41,5% sobre o 2T12.



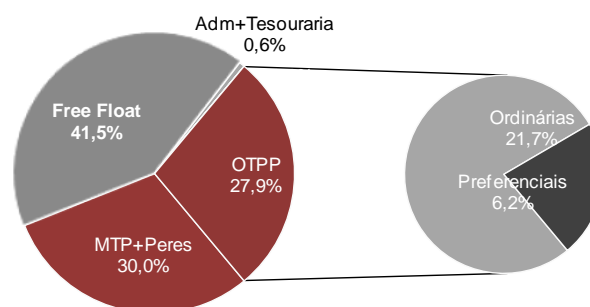
As ações da Multiplan fazem parte dos seguintes índices: índice Brasil (IBRX), Índice Tag Along (ITAG), Índice de Ações com Governança Corporativa (IGC), Índice Imobiliário (IMOB), Índice Mid-Large Cap (MLCX), Índice MSCI Brazil Fund, FTSE EPRA/NAREIT Global Index, FTSE All World Emerging Index, FTSE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



Varição: MULT3, volume MULT3 e Ibovespa  
 Base 100 = 30 de junho de 2012

MULT3 na BM&FBOVESPA	2T13	2T12	Var.%	1S13	1S12	Var.%
Preço de fechamento médio	55,61	45,41	▲22,5%	56,72	42,62	▲33,1%
Preço de fechamento	51,79	49,16	▲5,3%	51,79	49,16	▲5,3%
Volume diário médio negociado	R\$ 32,4 M	R\$ 18,7 M	▲73,2%	R\$ 30,4 M	R\$ 17,3 M	▲75,8%
Valor de mercado	R\$ 9.840 M	R\$ 8.809 M	▲11,7%	R\$ 9.840 M	R\$ 8.809 M	▲11,7%

Em 30 de junho de 2013, 30,0% das ações da Companhia pertenciam direta ou indiretamente ao Sr. e Sra. Peres. A Ontario Teachers' Pension Plan (OTPP) detinha 27,9% e o free-float era equivalente a 41,5%. As ações detidas pela administração e em tesouraria totalizaram 0,6% das ações em circulação. O número total de ações emitidas era de 189.997.214.



Abertura da estrutura societária em 30 de junho de 2013  
 OTPP – Ontario Teachers' Pension Plan

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

<b>Desempenho</b>						
<b>Desempenho Financeiro (MTE %)</b>	<b>2T13</b>	<b>2T12</b>	<b>Var.%</b>	<b>1S13</b>	<b>1S12</b>	<b>Var.%</b>
Receita bruta R\$'000	262.838	211.579	▲24,2%	508.761	557.605	▼8,8%
Receita líquida R\$'000	237.422	191.777	▲23,8%	460.968	515.126	▼10,5%
Receita líquida R\$/m <sup>2</sup>	466,5	472,5	▼1,3%	906,1	1.273,7	▼28,9%
Receita líquida US\$/pé	19,4	21,8	▼10,9%	37,8	58,8	▼35,8%
Receita de locação (com efeito da linearidade) R\$'000	162.149	133.582	▲21,4%	326.151	267.430	▲22,0%
Receita de locação R\$/m <sup>2</sup>	318,6	329,1	▼3,2%	641,1	661,3	▼3,0%
Receita de locação US\$/pé	13,3	15,2	▼12,6%	26,7	30,5	▼12,5%
Receita de locação mensal R\$/m <sup>2</sup>	106,2	109,7	▼3,2%	106,8	110,2	▼3,0%
Receita de locação mensal US\$/pé	4,4	5,1	▼12,6%	4,5	5,1	▼12,5%
Resultado Operacional Líquido (NOI) R\$'000	158.665	138.077	▲14,9%	327.946	270.224	▲21,4%
Resultado Operacional Líquido R\$/m <sup>2</sup>	311,8	340,2	▼8,3%	644,6	668,2	▼3,5%
Resultado Operacional Líquido US\$/pé	13,0	15,7	▼17,3%	26,9	30,9	▼12,9%
Margem NOI	82,2%	87,0%	▼476 p.b	84,7%	87,4%	▼268 p.b
NOI por ação R\$	0,84	0,77	▲8,6%	1,74	1,51	▲14,7%
NOI + CD R\$'000	172.829	147.617	▲17,1%	354.912	288.671	▲22,9%
NOI + CD R\$/m <sup>2</sup>	339,6	363,7	▼6,6%	697,6	713,8	▼2,3%
NOI + CD US\$/pé	14,2	16,8	▼15,7%	29,1	33,0	▼11,8%
Margem NOI + CD	83,4%	87,7%	▼429 p.b	85,7%	88,1%	▼239 p.b
NOI + CD por ação R\$	0,92	0,83	▲10,6%	1,88	1,62	▲16,1%
Despesas de sede R\$'000	32.123	21.170	▲51,7%	51.983	46.731	▲11,2%
Despesas de sede/Receita líquida	13,5%	11,0%	▲249 p.b	11,3%	9,1%	▲221 p.b
EBITDA R\$'000	148.949	120.423	▲23,7%	308.236	311.140	▼0,9%
EBITDA R\$/m <sup>2</sup>	292,7	296,7	▼1,3%	605,9	769,3	▼21,2%
EBITDA US\$/pé	12,2	13,7	▼11,0%	25,3	35,5	▼28,9%
Margem EBITDA	62,7%	62,8%	▼6 p.b	66,9%	60,4%	▲647 p.b
EBITDA por ação R\$	0,79	0,67	▲16,8%	1,63	1,74	▼6,4%
Lucro líquido ajustado R\$'000	80.125	76.221	▲5,1%	153.990	219.240	▼29,8%
Lucro líquido ajustado R\$/m <sup>2</sup>	157,4	187,8	▼16,2%	302,7	542,1	▼44,2%
Lucro líquido ajustado US\$/pé	6,6	8,7	▼24,3%	12,6	25,0	▼49,6%
Margem líquida ajustada	33,75%	39,74%	▼600 p.b	33,41%	42,56%	▼915 p.b
Lucro líquido ajustado por ação R\$	0,42	0,43	▼0,7%	0,82	1,23	▼33,6%
FFO R\$'000	109.420	93.877	▲16,6%	211.389	254.159	▼16,8%
FFO R\$/m <sup>2</sup>	215,0	231,3	▼7,0%	415,5	628,4	▼33,9%
FFO US\$'000	49.094	46.670	▲5,2%	94.844	126.353	▼24,9%
FFO US\$/pé	9,0	10,7	▼16,1%	17,3	29,0	▼40,3%
Margem FFO	46,1%	49,0%	▼5,9%	45,9%	49,3%	▼7,1%
FFO por ação R\$	0,58	0,53	▲10,1%	1,12	1,42	▼21,4%
Dólar (US\$) final do trimestre	2,2288	2,0115	▲10,8%	2,2288	2,0115	▲10,8%

**Destques Operacionais e Financeiros**

Desempenho						
Desempenho do Mercado	2T13	2T12	Var.%	1S13	1S12	Var.%
Número de ações	189.997.214	179.197.214	▲6,0%	189.997.214	179.197.214	▲6,0%
Ações ordinárias	178.138.867	167.338.867	▲6,5%	178.138.867	167.338.867	▲6,5%
Ações preferenciais	11.858.347	11.858.347	▲0,0%	11.858.347	11.858.347	▲0,0%
Preço médio da ação R\$	55,61	45,41	▲22,5%	56,72	42,62	▲33,1%
Preço de fechamento da ação R\$	51,79	49,16	▲5,3%	51,79	49,16	▲5,3%
Volume médio diário negociado (R\$ '000)	32.436	18.725	▲73,2%	30.403	17.297	▲75,8%
Valor de mercado (R\$ '000)	9.839.956	8.809.335	▲11,7%	9.839.956	8.809.335	▲11,7%
Dívida bruta (R\$ '000)	1.884.773	1.310.414	▲43,8%	1.884.773	1.310.414	▲43,8%
Caixa (R\$ '000)	453.224	445.938	▲1,6%	453.224	445.938	▲1,6%
Dívida líquida (R\$ '000)	1.431.549	864.476	▲65,6%	1.431.549	864.476	▲65,6%
P/FFO (Últimos 12 meses)	20,8 x	20,6 x	▲1,0%	20,8 x	20,6 x	▲1,0%
EV/EBITDA (Últimos 12 meses)	18,4 x	17,4 x	▲5,8%	18,4 x	17,4 x	▲5,8%
Dívida Líquida/EBITDA (Últimos 12 meses)	2,3 x	1,6 x	▲50,4%	2,3 x	1,6 x	▲50,4%

Desempenho						
Operacional (100%)	2T13	2T12	Var.%	1S13	1S12	Var.%
ABL total final (m²)	698.528	592.489	▲17,9%	698.528	592.489	▲17,9%
ABL própria final (m²)	522.671	420.377	▲24,3%	522.671	420.377	▲24,3%
ABL própria %	74,8%	71,0%	▲387 p.b	74,8%	71,0%	▲387 p.b
ABL total ajustada (med.) <sup>1</sup> (m²)	684.857	578.066	▲18,5%	684.740	577.951	▲18,5%
ABL própria ajustada (med.) <sup>1</sup> (m²)	508.908	405.907	▲25,4%	508.738	404.425	▲25,8%
Vendas totais R\$'000	2.614.187	2.254.494	▲16,0%	5.059.801	4.305.069	▲17,5%
Vendas totais R\$'000 R\$/m²	3.817	3.900	▼2,1%	7.389	7.449	▼0,8%
Vendas totais US\$/pé	159	180	▼11,7%	308	344	▼10,5%
Vendas nas Mesmas Lojas	▲5,8%	▲8,1%	▼230 p.b	▲6,8%	▲8,1%	▼130 p.b
Vendas na Mesma Área	▲5,7%	▲9,5%	▼380 p.b	▲7,1%	▲9,6%	▼250 p.b
Aluguel nas Mesmas Lojas	▲8,0%	▲10,4%	▼245 p.b	▲10,1%	▲11,1%	▼100 p.b
Aluguel na Mesma Área	▲6,1%	▲10,4%	▼430 p.b	▲8,4%	▲11,0%	▼260 p.b
Custos de ocupação	13,7%	13,1%	▲60 p.b	14,2%	13,5%	▲67 p.b
Aluguel como % das vendas	7,7%	7,6%	▲10 p.b	8,0%	7,9%	▲13 p.b
Outros como % das vendas	6,0%	5,5%	▲50 p.b	6,1%	5,6%	▲54 p.b
Turnover	▲1,4%	▲1,3%	▲10 p.b	▲1,8%	▲2,2%	▼40 p.b
Taxa de ocupação	97,6%	97,8%	▼22 p.b	97,5%	97,6%	▼7 p.b
Inadimplência (25 dias de atraso)	▲2,0%	▲1,7%	▲33 p.b	▲2,1%	▲1,9%	▲22 p.b
Perda de aluguel	▲0,2%	▲0,3%	▼13 p.b	▲0,3%	▲0,3%	▲1 p.b

<sup>1</sup> ABL ajustado corresponde ao ABL médio do período, excluindo a área de 14.400 m² do supermercado BIG no BarraShoppingSul.

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

(R\$'000)	2T13	2T12	Var. %	1S13	1S12	Var. %
Locação de lojas	153,123	126,883	▲20.7%	307,559	248,857	▲23.6%
Serviços	27,234	26,592	▲2.4%	52,061	47,039	▲10.7%
Cessão de direitos	14,164	9,540	▲48.5%	26,966	18,447	▲46.2%
Receita de estacionamento	30,902	25,213	▲22.6%	61,098	47,631	▲28.3%
Venda de imóveis	26,612	15,583	▲70.8%	40,723	181,637	▼77.6%
Apropriação de receita de aluguel linear	9,027	6,699	▲34.8%	18,573	12,814	▲44.9%
Outras	1,778	1,069	▲66.3%	1,783	1,180	▲51.1%
<b>Receita Bruta</b>	<b>262,840</b>	<b>211,579</b>	<b>▲24.2%</b>	<b>508,763</b>	<b>557,605</b>	<b>▼8.8%</b>
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços prestados	(25,417)	(19,802)	▲28.4%	(47,794)	(42,479)	▲12.5%
<b>Receita Líquida</b>	<b>237,423</b>	<b>191,777</b>	<b>▲23.8%</b>	<b>460,969</b>	<b>515,126</b>	<b>▼10.5%</b>
Despesas de sede	(32,123)	(21,170)	▲51.7%	(51,983)	(46,731)	▲11.2%
Despesas remuneradas baseadas em opções de ações	(2,439)	(2,782)	▼12.3%	(4,763)	(4,883)	▼2.5%
Despesas de shopping centers	(34,386)	(20,718)	▲66.0%	(59,283)	(39,078)	▲51.7%
Despesas com novos projetos para locação	(1,192)	(11,207)	▼89.4%	(5,563)	(13,550)	▼58.9%
Despesas com novos projetos para venda	(3,090)	(3,375)	▼8.4%	(5,599)	(9,357)	▼40.2%
Custo de imóveis vendidos	(17,186)	(12,929)	▲32.9%	(29,027)	(93,094)	▼68.8%
Resultado de equivalência patrimonial	(235)	(214)	▲9.8%	(685)	850	na
Outras receitas (despesas) operacionais	2,179	1,041	▲109.3%	4,172	1,857	▲124.7%
<b>EBITDA</b>	<b>148,951</b>	<b>120,423</b>	<b>▲23.7%</b>	<b>308,238</b>	<b>311,140</b>	<b>▼0.9%</b>
Receitas financeiras	13,777	17,822	▼22.7%	23,442	37,907	▼38.2%
Despesas financeiras	(41,465)	(23,926)	▲73.3%	(81,503)	(51,119)	▲59.4%
Depreciações e amortizações	(29,295)	(17,656)	▲65.9%	(57,399)	(34,919)	▲64.4%
<b>Lucro Antes do Imposto de Renda</b>	<b>91,968</b>	<b>96,663</b>	<b>▼4.9%</b>	<b>192,778</b>	<b>263,009</b>	<b>▼26.7%</b>
Imposto de renda e contribuição social	(11,832)	(20,423)	▼42.1%	(38,770)	(42,502)	▼8.8%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(9,783)	(13,118)	▼25.4%	(13,226)	(31,646)	▼58.2%
Participação dos acionistas minoritários	(9)	(19)	▼52.6%	(16)	(1,267)	▼98.7%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>70,344</b>	<b>63,103</b>	<b>▲11.5%</b>	<b>140,766</b>	<b>187,594</b>	<b>▼25.0%</b>

(R\$'000)	2T13	2T12	Var. %	1S13	1S12	Var. %
<b>NOI</b>	<b>158,666</b>	<b>138,077</b>	<b>▲14.9%</b>	<b>327,947</b>	<b>270,224</b>	<b>▲21.4%</b>
<i>Margem NOI</i>	82.2%	87.0%	▼476 p.b.	84.7%	87.4%	▼268 p.b.
<b>NOI + Cessão de Direitos</b>	<b>172,830</b>	<b>147,617</b>	<b>▲17.1%</b>	<b>354,913</b>	<b>288,671</b>	<b>▲22.9%</b>
<i>Margem NOI + Cessão de Direitos</i>	83.4%	87.7%	▼429 p.b.	85.7%	88.1%	▼239 p.b.
<b>EBITDA de Shopping Centers</b>	<b>145,423</b>	<b>122,816</b>	<b>▲18.4%</b>	<b>306,652</b>	<b>244,941</b>	<b>▲25.2%</b>
<i>Margem EBITDA de Shopping Centers</i>	68.2%	69.1%	▼98 p.b.	72.3%	70.5%	▲179 p.b.
<b>EBITDA (Shopping Center + Imobiliário)</b>	<b>148,951</b>	<b>120,423</b>	<b>▲23.7%</b>	<b>308,238</b>	<b>311,140</b>	<b>▼0.9%</b>
<i>Margem de EBITDA</i>	62.7%	62.8%	▼6 p.b.	66.9%	60.4%	▲647 p.b.
<b>Lucro Líquido</b>	<b>70,344</b>	<b>63,103</b>	<b>▲11.5%</b>	<b>140,766</b>	<b>187,594</b>	<b>▼25.0%</b>
<i>Margem de Lucro Líquido</i>	29.6%	32.9%	▼328 p.b.	30.5%	36.4%	▼588 p.b.
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>80,127</b>	<b>76,221</b>	<b>▲5.1%</b>	<b>153,992</b>	<b>219,240</b>	<b>▼29.8%</b>
<i>Margem de Lucro Líquido Ajustado</i>	33.7%	39.7%	▼600 p.b.	33.4%	42.6%	▼915 p.b.
<b>FFO</b>	<b>109,422</b>	<b>93,877</b>	<b>▲16.6%</b>	<b>211,391</b>	<b>254,159</b>	<b>▼16.8%</b>
<i>Margem FFO</i>	46.1%	49.0%	▼286 p.b.	45.9%	49.3%	▼348 p.b.

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

<b>ATIVO</b>	<b>6/31/2013</b>	<b>3/31/2013</b>	<b>% Variação</b>
<b>Ativo Circulante</b>			
Disponibilidades e valores equivalentes	173,200	229,222	▼24.4%
Aplicações financeiras	280,025	2,178	▲12,757.0%
Contas a receber	182,035	174,262	▲4.5%
Terrenos e imóveis a comercializar	228,702	195,116	▲17.2%
Partes relacionadas	6,103	6,803	▼10.3%
Impostos e contribuições sociais a compensar	14,746	5,649	▲161.0%
Outros	39,166	66,491	▼41.1%
<b>Total do Ativo Circulante</b>	<b>923,976</b>	<b>679,721</b>	<b>▲35.9%</b>
<b>Ativo não Circulante</b>			
Contas a receber	58,084	58,226	▼0.2%
Terrenos e imóveis a comercializar	337,734	335,532	▲0.7%
Partes relacionadas	15,167	15,523	▼2.3%
Depósitos judiciais	25,494	25,816	▼1.2%
Outros	3,645	4,752	▼23.3%
Investimentos	3,800	4,330	▼12.2%
Propriedades para investimento	4,419,542	4,215,348	▲4.8%
Imobilizado	17,338	17,114	▲1.3%
Intangível	342,131	342,875	▼0.2%
<b>Total do Ativo não Circulante</b>	<b>5,222,936</b>	<b>5,019,516</b>	<b>▲4.1%</b>
<b>Total do Ativo</b>	<b>6,146,912</b>	<b>5,699,237</b>	<b>▲7.9%</b>
<b>PASSIVO</b>	<b>6/31/2013</b>	<b>3/31/2013</b>	<b>% Variação</b>
<b>Passivo Circulante</b>			
Empréstimos e financiamentos	157,637	125,621	▲25.5%
Debêntures	7,732	1,575	▲390.9%
Contas a pagar	154,779	184,322	▼16.0%
Obrigações por aquisição de bens	48,102	44,350	▲8.5%
Impostos e contribuições a recolher	34,106	23,013	▲48.2%
Dividendos a pagar	38,416	106,997	▼64.1%
Receitas e custos diferidos	41,716	55,485	▼24.8%
Adiantamentos de clientes	-	9,913	na
Outros	3,775	5,062	▼25.4%
<b>Total Passivo Circulante</b>	<b>486,263</b>	<b>556,338</b>	<b>▼12.6%</b>
<b>Passivo não Circulante</b>			
Empréstimos e financiamentos	1,309,396	1,357,301	▼3.5%
Debêntures	300,000	300,000	▲0.0%
Imposto de renda e contribuições social diferidos	114,333	106,075	▲7.8%
Obrigações por aquisição de bens	61,906	44,020	▲40.6%
Parcelamento de impostos	747	510	▲46.5%
Provisão para riscos	22,740	22,880	▼0.6%
Receitas e custos diferidos	25,877	44,500	▼41.8%
<b>Total do Passivo não Circulante</b>	<b>1,835,000</b>	<b>1,875,286</b>	<b>▼2.1%</b>
<b>Patrimônio Líquido</b>			
Capital social	2,388,062	1,761,662	▲35.6%
Reserva de capital	959,012	967,597	▼0.9%
Reserva de lucros	570,280	568,725	▲0.3%
Gasto com emissão de ações	(37,156)	(21,016)	▲76.8%
Ações em tesouraria	(58,266)	(47,584)	▲22.4%
Efeitos em transação de capital	(89,996)	(89,996)	▲0.0%
Dividendos propostos	-	58,726	na
Lucros acumulados	93,560	69,361	▲34.9%
Participação dos acionistas minoritários	154	138	▲11.3%
<b>Total do Patrimônio Líquido</b>	<b>3,825,649</b>	<b>3,267,613</b>	<b>▲17.1%</b>
<b>Total do Patrimônio Líquido e Passivos</b>	<b>6,146,912</b>	<b>5,699,237</b>	<b>▲7.9%</b>

## Glossário

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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