



*Pioneirismo, Qualidade e Inovação.*



# Relatório de Resultados **3T11**

Relações com Investidores

*Armando d'Almeida Neto*  
Vice-Presidente e DRI

*Rodrigo Krause dos Santos Rocha*  
Superintendente de RI

*Leonardo Oliveira*  
Analista Sênior de RI

*Franco Carrion*  
Analista de RI

*Diana Litewski*  
Analista de RI

*Hans Melchers*  
Gerente de Planejamento

Teleconferência (Em português)

Data: 10 de novembro de 2011 (quinta-feira)

Horário: 11h00min (horário de Brasília)

08h00min (EST Nova York)

Telefone de conexão:

+55 (11) 4688-6361

Código de acesso: Multiplan

Replay: No site:

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

[ri@multiplan.com.br](mailto:ri@multiplan.com.br)

Tel: +55 (21) 3031-5224

Fax: +55 (21) 3031-5322



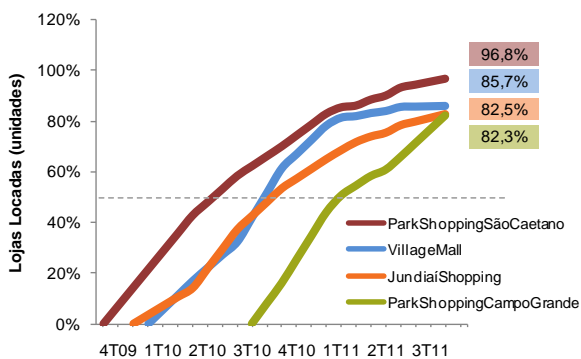
# EBITDA de Shopping Centers da Multiplan cresce 74% para R\$116 milhões e alcança margem de 74,4% no 3T11

Rio de Janeiro, 9 de novembro de 2011 – A Multiplan Empreendimentos Imobiliários S.A. (BM&F Bovespa: MULT3), anuncia os resultados do terceiro trimestre de 2011. As informações trimestrais consolidadas foram elaboradas e estão apresentadas de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil, que compreendem as normas e pronunciamentos emitidos pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM) e pelo Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC), em conformidade com as normas internacionais de contabilidade aplicáveis a entidades de incorporação imobiliária no Brasil e aprovadas pelo Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC), pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM) e pelo Conselho Federal de Contabilidade (CFC).

## Destaques 3T11 (R\$'000)

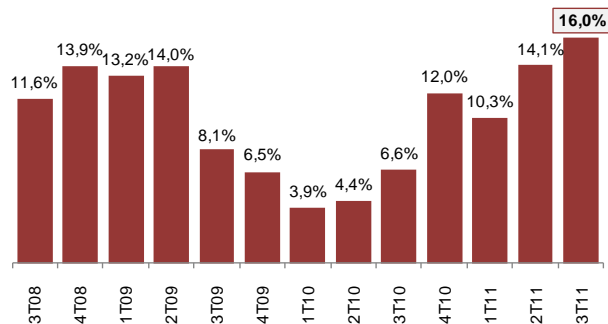
### Projetos de Qualidade

**87% de lojas locadas nos quatro shoppings em construção**



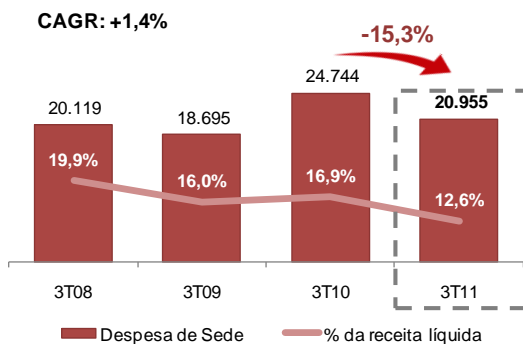
### Crescimento Sustentável

**Maior Aluguel nas Mesmas Lojas em 3 anos: 16% resulta em aumento de 19% no aluguel mínimo**

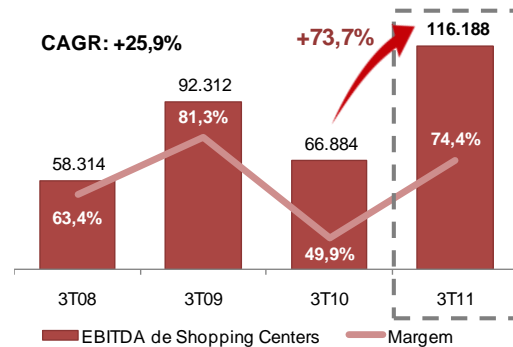


### Melhora no Desempenho e na Eficiência

**Despesa de Sede diminui 15% e despesas com novos projetos caem 49%**

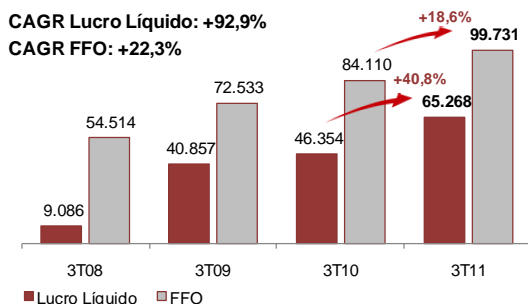


**EBITDA de Shopping Center cresceu 74% e margem expande para 74,4%**

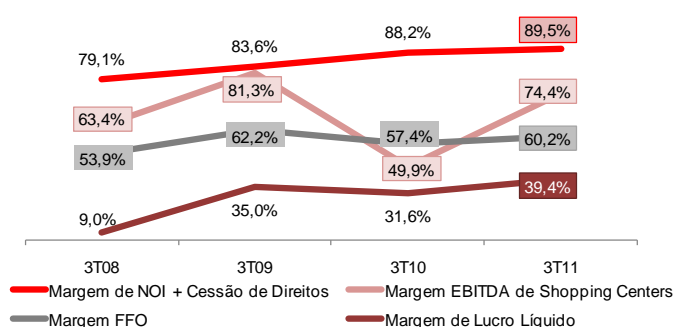


### Resultam em Retornos Sólidos

**Lucro Líquido cresce 41% e FFO é 19% superior**



**Margens Recordes de NOI + Key Money e Lucro Líquido no 3º Trimestre**



Destques (A/A)					
	Vendas nos Shopping Centers	Receita de Locação	Resultado Operacional Líquido (NOI)	EBITDA Shopping Center	Lucro Líquido
3T11	+11,8%	+18,7%	+17,2%	+73,7%	+40,8%
9M11	+13,1%	+17,0%	+16,7%	+42,6%	+30,1%

## PROJETOS EM DESENVOLVIMENTO

☞ **Demanda por espaços** nos projetos em desenvolvimento da Multiplan **continua forte**, com **86,8% das lojas nos novos projetos já locadas**. O destaque no trimestre foi o **ParkShoppingCampoGrande** com **82,3% das lojas locadas**.

## OPERACIONAL E FINANCEIRO

☞ Com um **aumento de 11,8%**, as **vendas** dos shopping centers da Multiplan atingiram **R\$2,0 bilhões** no 3T11. **Vendas na mesma área cresceram 7,7%** no período, mostrando um forte desempenho dos shopping centers da Multiplan.

☞ **Novo recorde de alta**, o **aluguel em mesmas lojas** registrou alta de **+16,0%** no 3T11, com um **crescimento real de 5,8%** acima do ajuste pela inflação. **A receita de locação aumentou 18,7%** no mesmo período.

☞ **Margem de shopping center maior**, derivada de um forte desempenho dos shopping centers da Multiplan shopping centers e uma de **despesas de shopping center ficando abaixo da inflação**. **Receita bruta de shopping center cresceu 17,1%**, enquanto **despesas de shopping center** apresentaram um **modesto aumento de 2,6% no 3T11** versus 3T10.

☞ **Avanço de 131 p.p. na margem do Resultado Operacional Líquido (NOI) + Cessão de Direitos (CD)**, atingindo **89,5% no 3T11**, acima dos **88,2% no 3T10**. NOI + CD registrou **R\$131,6 milhões** ou um **aumento de 17,1%** quando comparado ao 3T10. No **9M11**, NOI + CD atingiu **R\$383,3 milhões**, um **aumento de 16,4%**.

☞ **Redução de 15,3% nas despesas de sede (G&A) no 3T11**, caindo para **12,6% como percentual da receita líquida no 3T11 de 16,9% no 3T10**. No **9M11**, as **despesas de sede caíram 10,7%** para R\$62,7 milhões.

☞ **Aumento de 73,7% no EBITDA** de shopping centers e **margem de 74,4%**, acima dos **49,9% no 3T10**, como resultado do **forte crescimento da receita e despesas enxutas**. No **9M11** o **EBITDA de shopping center aumentou 42,6%** para **R\$330,6 milhões**.

☞ **Aumento de 40,8% no lucro líquido**, apesar do aumento da dívida bruta, registrando **R\$65,3 milhões**. Este resultado é consequência do **foco da Multiplan em gerar valor para os seus acionistas**, através de um **forte desempenho das vendas, ganho de eficiência e diluição de despesas**. No **9M11**, o **lucro líquido atingiu R\$190,1 milhões**, um **aumento de 30,1%**.

☞ O **FFO atingiu R\$ 99,7 milhões** e a **margem registrou um ganho** de aproximadamente **280 p.p.**. No **9M11**, o **FFO foi de R\$283,6 milhões**, um aumento de **8,2%**.

☞ Como consequência de **investimentos totalizando R\$198,0 milhões**, a **posição de dívida líquida da Multiplan atingiu R\$62,7 milhões** ou **0,14x dívida líquida / EBITDA** últimos doze meses.

## EVENTOS RECENTES

☞ **ENTREGUE!** **ParkShoppingSãoCaetano** foi inaugurado em **9 de novembro de 2011**, como **anunciado originalmente**. O shopping center está **96,8% locado** e tem expectativa de gerar **R\$47,1 milhões** no NOI 3º ano, levando a um **yield de 21,1%**.

☞ A **Multiplan anunciou um VGV de R\$223,5 milhões**, de um **projeto multiuso integrado ao BarraShoppingSul**, composto por uma torre comercial (Diamond Tower) e um edifício residencial (Résidence du Lac), com expectativa de entrega no 2S14.

☞ Em outubro de 2011, a Multiplan emitiu **debêntures não-conversíveis equivalentes a R\$300 milhões a CDI + 1,01% por ano**.

☞ A **Multiplan assinou**, em outubro de 2011, um **financiamento de R\$99,8 milhões de 7 anos** com o (Banco Nacional de Desenvolvimento) BNDES para financiar a **construção do ParkShoppingCampoGrande**.

☞ **Pela segunda vez consecutiva o BarraShopping foi eleito o melhor shopping center no Rio de Janeiro** em qualidade, respeito ao cliente, identidade e evolução da marca. A pesquisa foi encomendada por um dos jornais mais reconhecidos no Brasil.

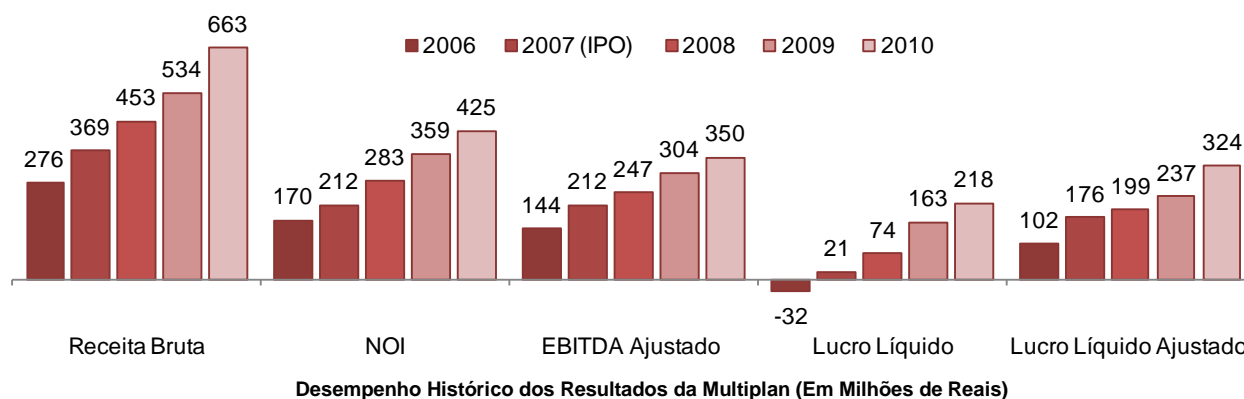
**Evolução dos Indicadores Financeiros da Multiplan**

Em Milhões de Reais	2006	2007 (IPO)	2008	2009	2010	Variação % (2010/2006) <sup>1</sup>	CAGR % (2010/2006) <sup>1</sup>
Receita Bruta	276,5	368,8	452,9	534,4	662,6	▲ 139,7%	▲ 24,4%
Resultado Operacional Líquido (NOI)	169,6	212,1	283,1	359,4	424,8	▲ 150,4%	▲ 25,8%
EBITDA Ajustado <sup>2</sup>	143,8	212,2	247,2	304,0	350,2	▲ 143,5%	▲ 24,9%
Lucro Líquido	(32,2)	21,2	74,0	163,3	218,4	▲ 932,2%	▲ 117,7%
Lucro Líquido Ajustado <sup>3</sup>	101,9	176,5	199,4	236,8	323,5	▲ 217,6%	▲ 33,5%

<sup>1</sup> Para o lucro líquido, a tabela compara o ano de 2010 com 2007.

<sup>2</sup> Ajustado pelas despesas referentes ao processo de abertura de capital.

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


**Visão Geral**

A Multiplan Empreendimentos Imobiliários S.A é uma das maiores empresas de shopping centers do Brasil. Fundada como uma empresa full service, responsável pelo planejamento, desenvolvimento, propriedade e administração de um dos maiores e melhores portfólios de shopping centers do país. A companhia também participa estrategicamente do setor de desenvolvimento de imóveis comerciais e residenciais, gerando sinergias para operações relacionadas a shopping centers ao criar projetos multiuso em áreas adjacentes. No final do terceiro trimestre de 2011, a Multiplan detinha – com uma média de participação de 67,4% – e administrava 13 shopping centers com ABL total de 551.759 m<sup>2</sup>, mais de 3.600 lojas e tráfego anual de consumidores estimado em 159 milhões.

**Índice**

01. Demonstração de Resultados .....	4
02. Desenvolvimento de Projetos .....	5
03. Indicadores Operacionais .....	11
04. Receita Bruta .....	13
05. Resultados da Participação em Shopping Centers .....	14
06. Resultados da Administração de Shopping Centers .....	17
07. Resultados do Desenvolvimento de Shopping Centers .....	18
08. Resultados de Empreendimentos Imobiliários .....	20
09. Resultados Financeiros .....	21
10. Portfólio .....	26
11. Estrutura Societária .....	27
12. Indicadores MULT3 & Mercado de Capitais .....	28
13. Anexos .....	29

**1. Demonstração de Resultados Consolidados**

(R\$ '000)	3T11	3T10	Var. %	9M11	9M10	Var. %
Locação de lojas	111.301	93.765	▲18,7%	325.202	278.039	▲17,0%
Serviços	23.644	18.347	▲28,9%	64.056	54.133	▲18,3%
Cessão de direitos	9.802	8.384	▲16,9%	29.009	25.913	▲11,9%
Receita de estacionamento	19.775	16.825	▲17,5%	57.374	48.325	▲18,7%
Venda de imóveis	10.515	13.719	▼23,4%	32.575	34.975	▼6,9%
Apropriação de receita de aluguel linear	6.050	8.319	▼27,3%	19.807	23.762	▼16,6%
Outras	731	591	▲23,7%	1.453	2.140	▼32,1%
<b>Receita Bruta</b>	<b>181.818</b>	<b>159.950</b>	<b>▲13,7%</b>	<b>529.476</b>	<b>467.287</b>	<b>▲13,3%</b>
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços prestados	(16.160)	(13.438)	▲20,3%	(47.323)	(41.300)	▲14,6%
<b>Receita Líquida</b>	<b>165.658</b>	<b>146.512</b>	<b>▲13,1%</b>	<b>482.153</b>	<b>425.987</b>	<b>▲13,2%</b>
Despesas de sede	(20.955)	(24.744)	▼15,3%	(62.652)	(70.136)	▼10,7%
Despesas remuneradas baseadas em opções de ações	(2.040)	(1.382)	▲47,6%	(5.549)	(3.926)	▲41,3%
Despesas de shopping centers	(15.378)	(14.990)	▲2,6%	(48.054)	(46.571)	▲3,2%
Despesas com novos projetos para locação	(2.537)	(13.145)	▼80,7%	(9.278)	(30.192)	▼69,3%
Despesas com novos projetos para venda	(4.497)	(795)	▲465,7%	(6.973)	(1.566)	▲345,3%
Custo de imóveis vendidos	(9.852)	(7.420)	▲32,8%	(33.234)	(19.797)	▲67,9%
Resultado de equivalência patrimonial	141	1.777	▼92,1%	1.523	(3.174)	na
Outras receitas (despesas) operacionais	1.020	(12.801)	na	3.614	(11.401)	na
<b>EBITDA</b>	<b>111.560</b>	<b>73.012</b>	<b>▲52,8%</b>	<b>321.550</b>	<b>239.224</b>	<b>▲34,4%</b>
Receitas financeiras	18.406	24.567	▼25,1%	65.112	66.908	▼2,7%
Despesas financeiras	(9.593)	(9.208)	▲4,2%	(37.128)	(31.979)	▲16,1%
Depreciações e amortizações	(15.134)	(10.755)	▲40,7%	(44.392)	(31.750)	▲39,8%
<b>Lucro Antes do Imposto de Renda</b>	<b>105.239</b>	<b>77.616</b>	<b>▲35,6%</b>	<b>305.142</b>	<b>242.403</b>	<b>▲25,9%</b>
Imposto de renda e contribuição social	(17.313)	(1.676)	▲933,0%	(57.867)	(4.590)	▲1,160,7%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(19.329)	(27.001)	▼28,4%	(49.144)	(84.409)	▼41,8%
Participação dos acionistas minoritários	(3.329)	(2.585)	▲28,8%	(8.069)	(7.369)	▲9,5%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>65.268</b>	<b>46.354</b>	<b>▲40,8%</b>	<b>190.062</b>	<b>146.035</b>	<b>▲30,1%</b>

(R\$ '000)	3T11	3T10	Var. %	9M11	9M10	Var. %
<b>NOI</b>	<b>121.748</b>	<b>103.919</b>	<b>▲17,2%</b>	<b>354.329</b>	<b>303.555</b>	<b>▲16,7%</b>
<i>Margem NOI</i>	<i>88,8%</i>	<i>87,4%</i>	<i>▲139 p.b</i>	<i>88,1%</i>	<i>86,7%</i>	<i>▲136 p.b</i>
<b>NOI + Cessão de Direitos</b>	<b>131.550</b>	<b>112.303</b>	<b>▲17,1%</b>	<b>383.338</b>	<b>329.468</b>	<b>▲16,4%</b>
<i>Margem NOI + Cessão de Direitos</i>	<i>89,5%</i>	<i>88,2%</i>	<i>▲131 p.b</i>	<i>88,9%</i>	<i>87,6%</i>	<i>▲125 p.b</i>
<b>EBITDA de Shopping Centers</b>	<b>116.188</b>	<b>66.884</b>	<b>▲73,7%</b>	<b>330.570</b>	<b>231.877</b>	<b>▲42,6%</b>
<i>Margem EBITDA de Shopping Centers</i>	<i>74,4%</i>	<i>49,9%</i>	<i>▲2.451 p.b</i>	<i>73,1%</i>	<i>58,8%</i>	<i>▲1.422 p.b</i>
<b>EBITDA (Shopping Center + Imobiliário)</b>	<b>111.560</b>	<b>73.012</b>	<b>▲52,8%</b>	<b>321.550</b>	<b>239.224</b>	<b>▲34,4%</b>
<i>Margem de EBITDA</i>	<i>67,3%</i>	<i>49,8%</i>	<i>▲1.751 p.b</i>	<i>66,7%</i>	<i>56,2%</i>	<i>▲1.053 p.b</i>
<b>Lucro Líquido</b>	<b>65.268</b>	<b>46.354</b>	<b>▲40,8%</b>	<b>190.062</b>	<b>146.035</b>	<b>▲30,1%</b>
<i>Margem de lucro líquido</i>	<i>39,4%</i>	<i>31,6%</i>	<i>▲776 p.b</i>	<i>39,4%</i>	<i>34,3%</i>	<i>▲514 p.b</i>
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>84.597</b>	<b>73.355</b>	<b>▲15,3%</b>	<b>239.206</b>	<b>230.444</b>	<b>▲3,8%</b>
<i>Margem de lucro líquido ajustado</i>	<i>51,1%</i>	<i>50,1%</i>	<i>▲100 p.b</i>	<i>49,6%</i>	<i>54,1%</i>	<i>▼448 p.b</i>
<b>FFO</b>	<b>99.731</b>	<b>84.110</b>	<b>▲18,6%</b>	<b>283.598</b>	<b>262.194</b>	<b>▲8,2%</b>
<i>Margem FFO</i>	<i>60,2%</i>	<i>57,4%</i>	<i>▲279 p.b</i>	<i>58,8%</i>	<i>61,5%</i>	<i>▼273 p.b</i>

## 2. Desenvolvimento de Projetos

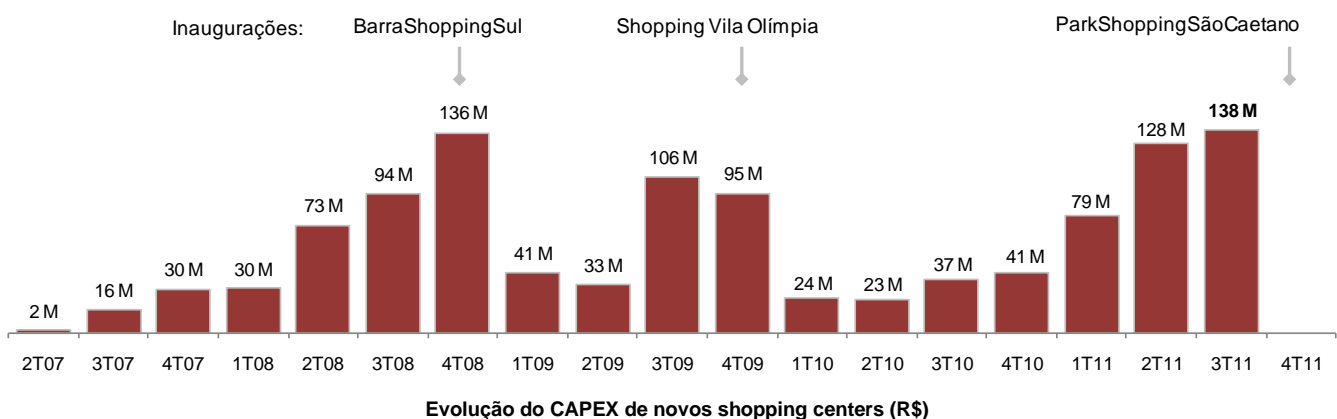
Aproximadamente R\$200 milhões investidos durante o 3T11

A Companhia investiu R\$198,0 milhões no 3T11, dos quais 86,5% foram destinados aos oito projetos para locação em construção. O investimento acumulado nos primeiros nove meses de 2011 é de R\$468,1 milhões, e um adicional de R\$996,1 milhões deverá ser investido até 2013 nos projetos já anunciados.

CAPEX (R\$ '000)	3T11	9M11
Novos shopping centers	137.743	345.203
Expansões	19.549	30.806
Novas torres para locação	33.427	64.993
Revitalizações e outros	7.258	27.088
<b>Total</b>	<b>197.977</b>	<b>468.090</b>

### Abertura do CAPEX

O gráfico a seguir mostra o desembolso trimestral dos investimentos somente em novos shopping centers, que cresce à medida que se aproximam as inaugurações. O CAPEX de desenvolvimento de novos shopping centers atingiu um novo recorde no 3T11, refletindo o estágio atual de crescimento robusto da Companhia com cinco shopping centers em construção.



A área bruta locável (ABL) própria estimada da Companhia após a entrega de um shopping center em 2011, três shopping centers e dois projetos de torres comerciais em 2012, e ainda um shopping center e um projeto de torres comerciais em 2013, está representada no gráfico abaixo.

Os novos projetos adicionarão 245.371 m<sup>2</sup> de ABL própria até 2013, um crescimento de 66,0% quando comparado a ABL própria final no 3T10, de 371.730 m<sup>2</sup>.

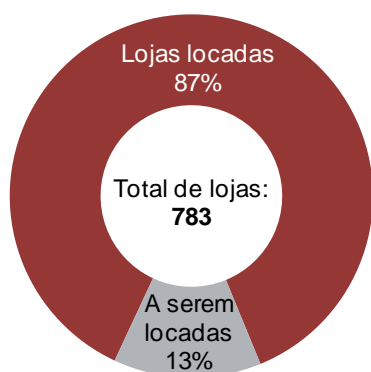


*Forte demanda por espaços nos novos shopping centers: 87% das lojas locadas!*

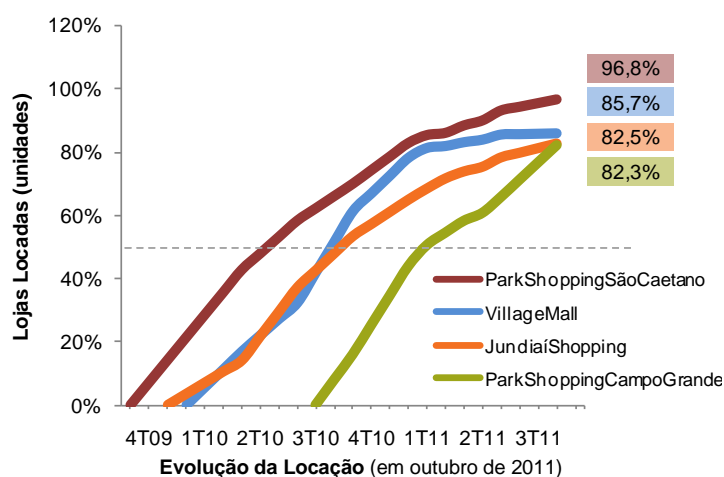
A demanda por espaços nos shopping centers da Multiplan em construção continuou forte durante o 3T11. Até outubro de 2011 86,8% dos espaços estavam locados, mostrando que os esforços da empresa na fase pré-operacional dos projetos converteram-se em resultados. A rápida comercialização do ParkShoppingCampoGrande foi o destaque no trimestre: doze meses após o início da fase de locação e a mais de um ano da inauguração, o shopping center conta com 82,3% de seus espaços locados.

Na fase final do processo de locação, a Multiplan aproveita os últimos espaços para fazer uma alocação focada em aperfeiçoar a distribuição de lojistas conforme planejado: é a fase em que se fazem os ajustes finos no mix pretendido para os empreendimentos.

O Parque Shopping Maceió deu início a sua fase de locação em setembro de 2011, e rapidamente registrou 50% de sua ABL locada.



Status de locação (em outubro de 2011)



A Companhia estima que os cinco shopping centers deverão gerar R\$157,2 milhões em receita de Cessão de Direitos, e R\$175,6 milhões de resultado operacional líquido (NOI) no 3º ano. Parte dos projetos teve o CAPEX reajustado em linha com a correção do INCC dos doze meses anteriores. A tabela abaixo mostra informações atualizadas dos projetos greenfield.



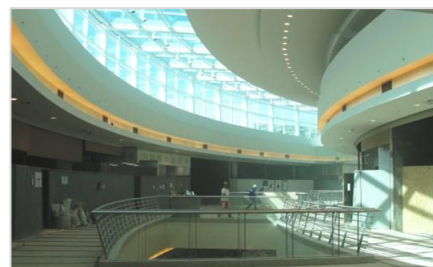
Shopping centers em construção			Participação Multiplan (R\$'000)						
Projeto	Abertura	ABL (100%)	%Mult.	CAPEX <sup>1</sup>	CAPEX Investido	Cessão de Direitos	NOI 1º ano	NOI 3º ano	NOI Yield 3º ano (%)
1 ParkShoppingSãoCaetano	Nov-11	38.660 m <sup>2</sup>	100,0%	260.579	89%	37.083	35.296	47.111	21,1%
2 JundiaíShopping	Out-12	35.754 m <sup>2</sup>	100,0%	271.006	45%	24.763	27.876	34.331	13,9%
3 VillageMall	Nov-12	23.583 m <sup>2</sup>	100,0%	426.620	54%	40.975	41.093	46.855	12,1%
4 ParkShoppingCampoGrande <sup>2</sup>	Nov-12	42.016 m <sup>2</sup>	90,0%	229.000	27%	45.075	25.562	34.147	18,6%
5 Parque Shopping Maceió	Abr-13	36.092 m <sup>2</sup>	50,0%	93.333	13%	9.259	10.432	13.184	15,7%
<b>Total</b>		<b>176.106 m<sup>2</sup></b>	<b>87,4%</b>	<b>1.280.539</b>	<b>51%</b>	<b>157.155</b>	<b>140.259</b>	<b>175.627</b>	<b>15,6%</b>

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

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



ParkShoppingSãoCaetano – foto aérea (em setembro de 2011)



Fotos internas (em outubro de 2011)

*ParkShoppingSãoCaetano: um novo shopping está chegando na cidade!*

Inaugurado no dia 9 de novembro de 2011, o ParkShoppingSãoCaetano contava, em outubro do mesmo ano, com 96,8% de suas lojas já locadas. Enquanto a Multiplan focava nos últimos detalhes para a abertura do shopping center, os lojistas preparavam suas lojas visando ao natal. O ParkShoppingSãoCaetano deverá gerar um NOI no 3º ano de R\$47,1 milhões, que comparado ao CAPEX de R\$260,6 milhões e à receita de Cessão de Direitos de R\$37,1 milhões, resulta em um NOI yield de 21,1%.

*Construindo a todo vapor*

As obras do JundiaíShopping, VillageMall e ParkShoppingCampoGrande avançam rapidamente, como mostram as fotos abaixo. A área do Parque Shopping Maceió foi devidamente preparada para a construção do empreendimento, que iniciará as obras assim que o shopping atingir um percentual de locação satisfatório. Ao final do 3T11, os quatro shopping centers mencionados contavam com 42% dos investimentos previstos realizados, incluindo o custo de aquisição dos terrenos. Com o ParkShoppingSãoCaetano, os investimentos nos cinco projetos acumulam até o 3T11 mais da metade do total estimado.



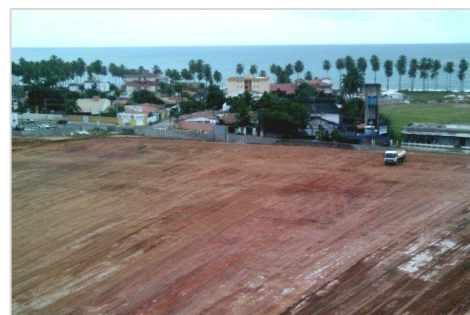
JundiaíShopping



VillageMall



ParkShoppingCampoGrande



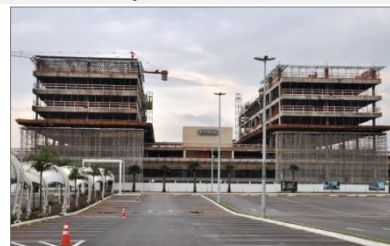
Parque Shopping Maceió

**2.2 Torres Comerciais para Locação**
**Ilustrações artísticas**

**Morumbi Business Center**

**ParkShopping Corporate**

**Morumbi Corporate Center**
**Construções – Fotos Recentes**

**Morumbi Business Center**

**ParkShopping Corporate**

**Morumbi Corporate Center**


A construção de três projetos de torres comerciais para locação avançou de maneira importante no 3T11. Até o momento, o percentual do CAPEX investido é de 73%, 24% e 27% no Morumbi Business Center, ParkShopping Corporate e Morumbi Corporate, respectivamente. Os projetos, juntos, deverão gerar um NOI anual estabilizado de R\$102,3 milhões, com yield de 18,3%. O primeiro dos três projetos a ser entregue será o Morumbi Business Center, em março de 2012.

Torres Comerciais para Locação			Participação Multiplan (R\$'000)				
Projeto	Abertura	ABL (100%)	%Mult.	CAPEX (R\$'000)	CAPEX Investido	NOI Estabilizado (R\$'000)	NOI Yield Estabilizado
Morumbi Business Center	Mar-12	10.635 m <sup>2</sup>	100,0%	74.391	73%	11.486	15,4%
ParkShopping Corporate	Nov-12	13.360 m <sup>2</sup>	50,0%	38.629	24%	7.152	18,5%
Morumbi Corporate	Set-13	74.198 m <sup>2</sup>	100,0%	445.759	27%	83.701	18,8%
<b>Total</b>		<b>98.193 m<sup>2</sup></b>	<b>93,2%</b>	<b>558.779</b>	<b>33%</b>	<b>102.339</b>	<b>18,3%</b>

## 2.3 Torres para Venda

### *BarraShoppingSul: a essência do multiuso*

Com a entrega do Cristal Tower em agosto de 2011, a torre comercial integrada ao BarraShoppingSul, em Porto Alegre, o shopping center viu aumentar o seu fluxo diário de consumidores. Em linha com o plano master de desenvolvimento do shopping center e devido à forte demanda vista durante as vendas das unidades do Cristal Tower, a Multiplan anunciou o lançamento de duas novas torres para venda: uma de escritórios e uma residencial, ambas integradas ao shopping center.

Diamond Tower, a torre comercial, terá 13.855 m<sup>2</sup> de área para venda, com 273 unidades e um valor geral de vendas (VGV) estimado de R\$121,9 milhões. O prédio residencial, Résidence du Lac, terá 200 apartamentos, com 9.960 m<sup>2</sup> de área para venda e um VGV estimado de R\$101,6 milhões. Ambos os projetos tem entrega prevista para o 2S14. A Companhia acredita que o complexo BarraShoppingSul continuará a impulsionar o desenvolvimento da região.



Complexo BarraShoppingSul: Shopping center, Cristal Tower e ilustrações da Diamond Tower e Résidence du Lac



Cristal Tower entregue



Passarela suspensa conectando a Cristal Tower ao BarraShoppingSul

Após a entrega da Cristal Tower, a Multiplan optou por vender unidades adicionais da torre, que haviam sido retidas para uso da Companhia. As 17 unidades restantes deverão gerar um VGV adicional de R\$6,4 milhões.

#### *Construção de torre em Ribeirão Preto avança ligeiramente*

O desenvolvimento do Centro Profissional RibeirãoShopping, torre comercial integrada ao RibeirãoShopping, no estado de São Paulo, ocorre conforme o planejado e a construção já se encontra em estágio avançado. O projeto conta com 96% das unidades vendidas.



**Centro Profissional RibeirãoShopping**

Torres para Venda					%Multiplan	VGV <sup>1</sup> (R\$'000)	Preço médio/m <sup>2</sup>
Projeto	Localização	Tipo	Abertura	Área			
Cristal Tower	BarraShoppingSul	Escritórios	Ago-11	11.912 m <sup>2</sup>	100,0%	82.237	6.904
Centro Profissional RBS	RibeirãoShopping	Escritórios	Dez-12	12.563 m <sup>2</sup>	100,0%	75.040	5.973
Diamond Tower	BarraShoppingSul	Escritórios	2S14	13.855 m <sup>2</sup>	100,0%	121.924	8.800
Résidence du Lac	BarraShoppingSul	Residencial	2S14	9.960 m <sup>2</sup>	100,0%	101.592	10.200
<b>Total</b>				<b>48.290 m<sup>2</sup></b>	<b>100,0%</b>	<b>380.793</b>	<b>7.886</b>

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

## 2.4 Banco de Terrenos

*Mais de meio milhão de metros quadrados para desenvolvimentos futuros*

Localização	% Multiplan	Tipo	Área do Terreno
BarraShoppingSul	100%	Hotel	4.396 m <sup>2</sup>
Campo Grande	90%	Residencial, Comercial	141.480 m <sup>2</sup>
Maceió	50%	Residencial, Comercial, Hotel	140.000 m <sup>2</sup>
Jundiaí	100%	Comercial	4.500 m <sup>2</sup>
ParkShoppingBarigüi	84%	Apart-Hotel	843 m <sup>2</sup>
ParkShoppingBarigüi	94%	Comercial	27.370 m <sup>2</sup>
Pátio Savassi	97%	Comercial	2.606 m <sup>2</sup>
RibeirãoShopping	100%	Residencial, Comercial, Centro Médico	207.092 m <sup>2</sup>
São Caetano	100%	Comercial	24.948 m <sup>2</sup>
Shopping AnáliaFranco	36%	Residencial	29.800 m <sup>2</sup>
<b>Total</b>	<b>82%</b>		<b>583.035 m<sup>2</sup></b>

A tabela acima lista os diferentes terrenos detidos pela Multiplan, assim como os respectivos potenciais de utilização. A construção das torres para venda, lançadas recentemente em Porto Alegre, utilizará um terreno de 7.704 m<sup>2</sup>, reduzindo de 12.099 m<sup>2</sup> para 4.396 m<sup>2</sup> a área a disposição da Companhia no entorno do BarraShoppingSul.

O banco de terrenos será utilizado para fomentar a principal estratégia da Companhia, baseada no desenvolvimento de shopping centers, assim como de empreendimentos multiuso no seu entorno, adicionando torres comerciais e residenciais, com o objetivo de capturar o valor gerado pelo shopping center e fortalecer o portfólio existente.

### 3. Indicadores Operacionais

#### 3.1 Venda dos Lojistas

Sólido desempenho das vendas: crescimento de 11,8% no 3T11 em relação ao 3T10

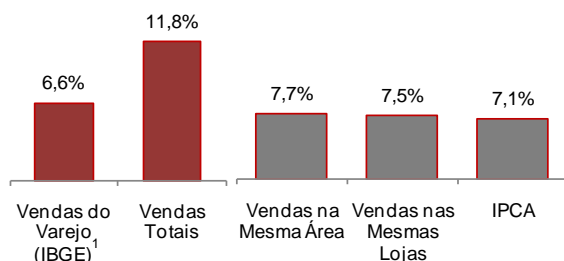
Os shopping centers da Multiplan divulgaram vendas de R\$2,0 bilhões e continuaram apresentando forte desempenho no 3T11, com aumento de 11,8% em relação ao 3T10. Nos 9M11 as vendas foram de R\$5,7 bilhões, representando um aumento de 13,1% sobre o mesmo período em 2010.

Vendas 100%						
Shopping Centers	3T11	3T10	Var. %	9M11	9M10	Var. %
BH Shopping	213,9 M	169,0 M	▲26,6%	615,9 M	492,7 M	▲25,0%
RibeirãoShopping	115,1 M	112,3 M	▲2,5%	346,3 M	325,8 M	▲6,3%
BarraShopping	349,8 M	319,1 M	▲9,6%	1.016,9 M	915,9 M	▲11,0%
MorumbiShopping	285,6 M	266,6 M	▲7,1%	846,0 M	780,9 M	▲8,3%
ParkShopping	187,2 M	182,0 M	▲2,9%	550,5 M	527,8 M	▲4,3%
DiamondMall	108,2 M	105,4 M	▲2,7%	311,0 M	302,2 M	▲2,9%
New York City Center	47,6 M	41,0 M	▲16,2%	140,2 M	127,7 M	▲9,8%
Shopping Anália Franco	179,9 M	157,4 M	▲14,3%	527,4 M	458,7 M	▲15,0%
ParkShoppingBarigüi	157,1 M	119,3 M	▲31,7%	459,7 M	355,6 M	▲29,3%
Pátio Savassi	73,1 M	68,8 M	▲6,2%	215,4 M	195,6 M	▲10,1%
Shopping Santa Úrsula	32,2 M	28,1 M	▲14,9%	92,9 M	73,7 M	▲26,2%
BarraShoppingSul	136,3 M	123,6 M	▲10,2%	388,6 M	348,1 M	▲11,6%
Shopping VilaOlímpia	64,8 M	52,4 M	▲23,5%	193,1 M	140,5 M	▲37,4%
<b>Total</b>	<b>1.950,7 M</b>	<b>1.744,9 M</b>	<b>▲11,8%</b>	<b>5.703,8 M</b>	<b>5.045,1 M</b>	<b>▲13,1%</b>

A combinação entre crescimento orgânico e expansões que agregaram valor para a Companhia se traduziram no forte crescimento das vendas divulgado pela Multiplan no 3T11. Considerando crescimento orgânico, os destaques do trimestre foram o Shopping AnáliaFranco, o New York City Center e o BarraShopping, que reportaram um aumento nas vendas totais de 14,3%, 16,2% e 9,6% , respectivamente. É válido notar que o BarraShopping continua reportando fortes vendas, apesar de ter completado seu 30º aniversário em 27 de outubro de 2011, o que reforça a estratégia da Multiplan de possuir e desenvolver ativos de alta qualidade. Além disso, no quesito expansões que agregaram valor, o BH Shopping e o ParkShoppingBarigüi tiveram aumento nas vendas totais de 26,6% e 31,7%, respectivamente, decorrente da contribuição positiva das expansões inauguradas no 4T10.

Entre os novos shopping centers, o Shopping Vila Olímpia continua apresentando um ótimo desempenho, em decorrência do aperfeiçoamento do seu mix e do processo natural de consolidação em uma das cidades mais competitivas do Brasil. No 3T11, as vendas totais do Shopping Vila Olímpia aumentaram 23,5% em relação ao 3T10. Adicionalmente o Shopping SantaÚrsula continua apresentando forte progresso nas vendas, reportando crescimento de 14,9%.

De acordo com o IBGE, as vendas do varejo cresceram 6,6% no período de julho a agosto de 2011, quando comparado aos mesmos meses em 2010. O dado de setembro de 2011 não havia sido divulgado até a data da publicação deste relatório.



**Análise das vendas (3T11/3T10)**

<sup>1</sup> julho e agosto de 2011, comparado ao mesmo período de 2010

Vendas nas Mesmas Lojas	Âncoras	Satélites	Total
Vestuário	▲ 7,3%	▲ 5,5%	▲ 5,9%
Artigos do lar e escritório	▼ 2,1%	▲ 11,5%	▲ 5,5%
Artigos diversos	▲ 1,4%	▲ 9,9%	▲ 6,8%
Alimentação e área gourmet	n.d.	▲ 11,9%	▲ 11,9%
Serviços	▲ 16,3%	▲ 23,6%	▲ 19,2%
<b>Total</b>	<b>▲ 3,8%</b>	<b>▲ 9,0%</b>	<b>▲ 7,5%</b>

**Crescimento de Vendas nas Mesmas Lojas (SSS) (3T11/3T10)**

*Venda na Mesma Área Robusta: aumento de 7,7% no 3T11*

Vendas nas Mesmas Lojas (SSS) e Vendas na mesma Área (SAS) registraram aumentos de 7,5% e 7,7% respectivamente no 3T11. Alimentação e área gourmet, junto com o segmento de serviços, continuaram apresentando um crescimento significativo, com vendas 11,9% e 19,2% maiores do que no 3T10, respectivamente. No segmento de serviços os destaques de vendas foram cinemas, academias de ginástica, salões de beleza e agências de viagem. Mais uma vez, as lojas satélites reportaram um crescimento sólido do SSS, atingindo 9,0%.

### 3.2 Taxa de Ocupação e Inadimplência

A taxa de ocupação média permaneceu estável no 3T11 em 98,1%, quando comparada ao 2T11. O Shopping SantaÚrsula continuou apresentando evolução em sua operação, com um aumento na taxa de ocupação de 92,8% no 2T11 para 93,3% no 3T11. Após o final do trimestre, o Shopping Vila Olímpia assinou um novo contrato de locação com uma loja âncora, devendo resultar em um impacto positivo nos números do 4T11.

A inadimplência (atraso de mais de 25 dias no pagamento do aluguel) registrou 0,9% no 3T11, caindo de 1,9% no 2T11. Já a perda de aluguel (inadimplência superior a seis meses) foi de 2,4%, aumentando de 1,0% no 2T11, devido principalmente ao encerramento de um antigo processo legal num shopping center específico.

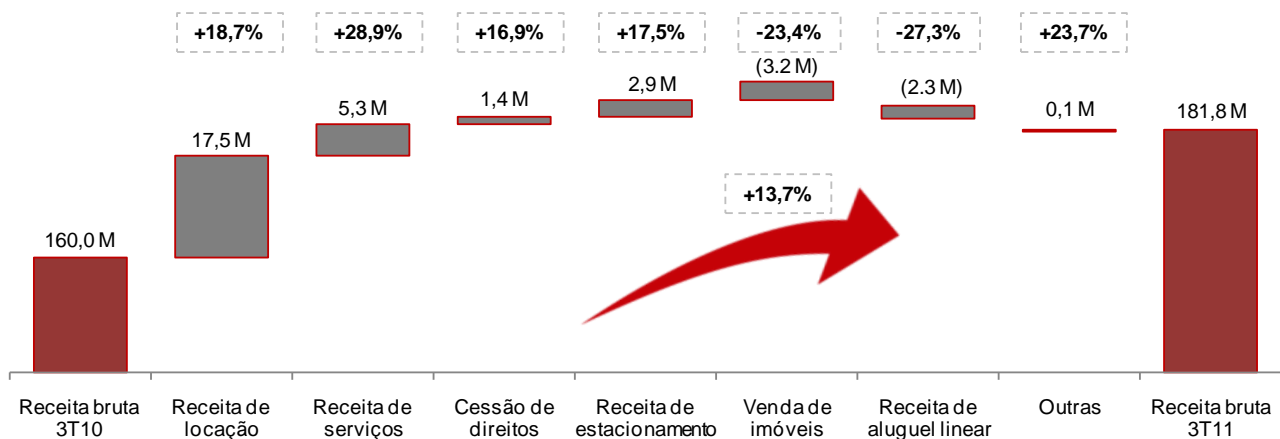
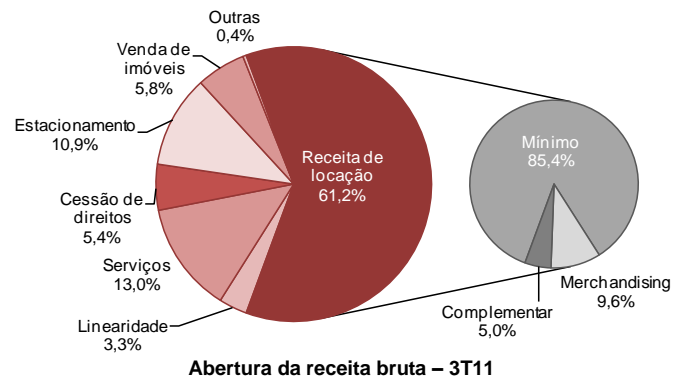
#### 4. Receita Bruta

*Crescimento consistente de dois dígitos da receita bruta*

A receita bruta cresceu 13,7%, totalizando R\$181,8 milhões no 3T11, quando comparada ao 3T10. A receita de serviços, que aumentou 28,9%, apresentou o maior crescimento dentre os demais segmentos e representou 13,0% da receita bruta da Multiplan (ver página 17). A receita de locação atingiu 61,2% da receita bruta total.

Nos primeiros 9 meses, a receita bruta totalizou R\$529,5 milhões, representando um aumento de 13,3% sobre 9M10, devido principalmente ao crescimento de 17,0% na receita de locação, 18,3% na de serviços e 18,7% na de estacionamento.

O gráfico à direita mostra a abertura da receita para o trimestre.



Abertura do crescimento da receita bruta (A/A)

## 5. Resultados da Participação em Shopping Centers

### 5.1 Receita de Locação

*Crescimento da receita de locação acelera no 3T11*

A receita de locação da Multiplan totalizou R\$111,3 milhões no 3T11, aumentando 18,7%, quando comparado ao 3T10. Este resultado é consequência do crescimento acima do ajuste da inflação nos contratos de locação. Além das expansões recentes, o BarraShopping e o BarraShoppingSul foram os destaques no que se refere a crescimento orgânico, reportando um aumento da receita de locação de 15,5% e 24,1%, respectivamente. Incluindo no cálculo o efeito da linearidade, a receita de locação cresceu para R\$117,4 milhões. No 9M11, a receita de locação foi de R\$325,2 milhões, representando um crescimento de 17,0%, quando comparado ao mesmo período do ano anterior.

Receita de Locação (R\$)	3T11	3T10	Var. %	9M11	9M10	Var. %
BH Shopping	14,7 M	10,3 M	▲42,8%	43,2 M	31,5 M	▲36,9%
RibeirãoShopping	7,1 M	6,8 M	▲4,3%	21,4 M	20,1 M	▲6,5%
BarraShopping	17,5 M	15,2 M	▲15,5%	51,5 M	45,1 M	▲14,0%
MorumbiShopping	19,5 M	17,8 M	▲9,6%	56,5 M	52,9 M	▲6,7%
ParkShopping	9,1 M	7,9 M	▲14,6%	26,2 M	23,4 M	▲12,1%
DiamondMall	7,4 M	7,1 M	▲3,9%	21,9 M	21,1 M	▲4,2%
New York City Center	1,5 M	1,4 M	▲9,1%	4,4 M	4,1 M	▲8,0%
Shopping AnáliaFranco	4,7 M	4,2 M	▲13,2%	14,0 M	12,3 M	▲13,7%
ParkShoppingBarigüi	9,3 M	5,9 M	▲56,7%	26,9 M	18,1 M	▲48,6%
Pátio Savassi <sup>1</sup>	5,0 M	4,8 M	▲3,8%	14,6 M	12,4 M	▲17,2%
Shopping Santa Úrsula <sup>2</sup>	1,2 M	0,5 M	▲114,5%	3,4 M	1,4 M	▲146,9%
BarraShoppingSul	9,7 M	7,8 M	▲24,1%	27,9 M	22,8 M	▲22,3%
Shopping Vila Olímpia	4,6 M	4,0 M	▲15,6%	13,4 M	12,8 M	▲4,5%
<b>Subtotal</b>	<b>111,3 M</b>	<b>93,8 M</b>	<b>▲18,7%</b>	<b>325,2 M</b>	<b>278,0 M</b>	<b>▲17,0%</b>
Efeito da linearidade	6,0 M	8,3 M	▼27,3%	19,8 M	23,8 M	▼16,6%
<b>Total</b>	<b>117,4 M</b>	<b>102,1 M</b>	<b>▲15,0%</b>	<b>345,0 M</b>	<b>301,8 M</b>	<b>▲14,3%</b>

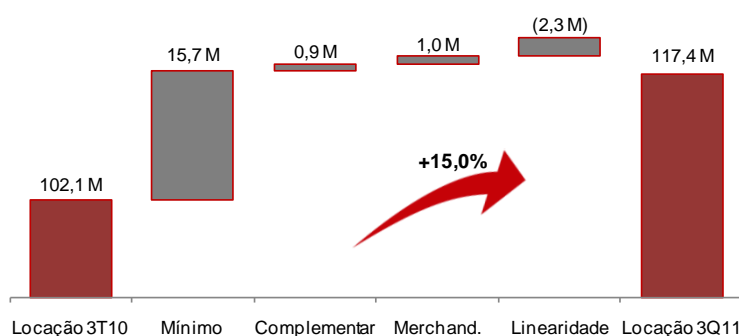
<sup>1</sup> Após a aquisição de participação minoritária de 16,5% em agosto de 2010, a participação da Multiplan no Pátio Savassi aumentou para 96,5%.

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

O aluguel mínimo, excluindo o efeito da linearidade, cresceu 19,8% no 3T11, atingindo R\$95,0 milhões, contribuindo com 85,4% da receita de locação da Multiplan no trimestre, enquanto representou 84,6% no 3T10. O aluguel complementar apresentou um forte crescimento de 18,4%, enquanto a receita de merchandising aumentou 9,8% no trimestre.

Dados complementares sobre os resultados dos shopping centers podem ser encontrados na Planilha de Fundamentos no site da Multiplan ([www.multiplan.com.br/ri](http://www.multiplan.com.br/ri)).

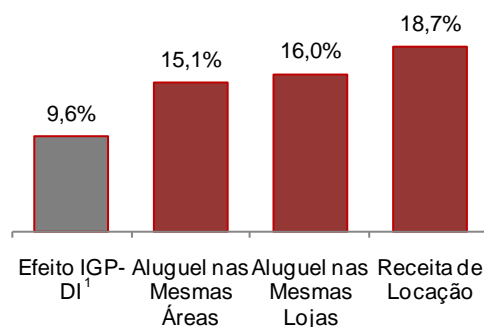
Receita de Locação				3T11
(R\$ '000)	Mínimo	Complementar	Merchandising	Total
Subtotal Portfolio	95.031	5.587	10.683	111.301
Efeito da linearidade	6.050	-	-	6.050
<b>Total</b>	<b>101.081</b>	<b>5.587</b>	<b>10.683</b>	<b>117.350</b>
				3T10
Subtotal Portfolio	79.315	4.719	9.731	93.765
Efeito da linearidade	8.319	-	-	8.319
<b>Total</b>	<b>87.634</b>	<b>4.719</b>	<b>9.731</b>	<b>102.084</b>
<b>Var. do total %</b>	<b>15,3%</b>	<b>18,4%</b>	<b>9,8%</b>	<b>15,0%</b>



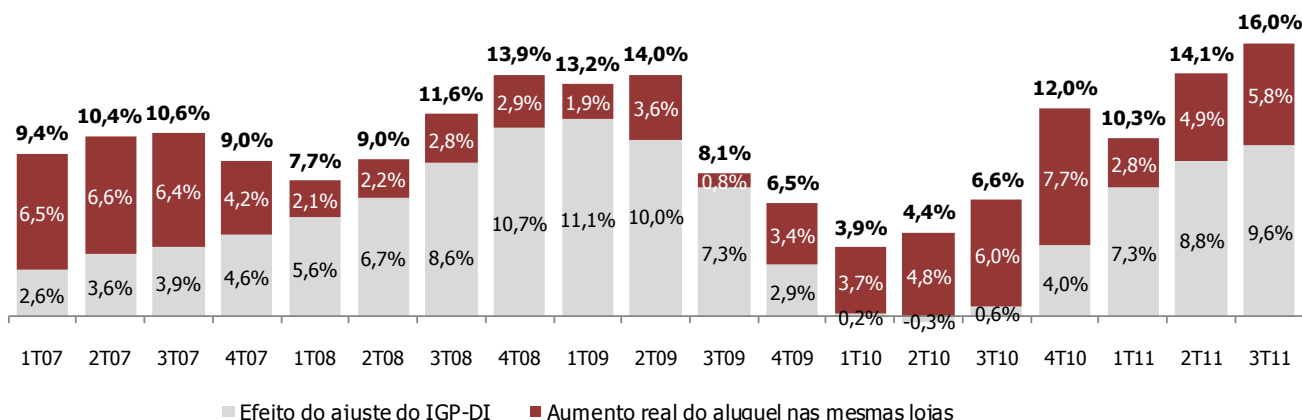
Abertura do crescimento da receita de locação (A/A) (R\$)

### Maior SSR dos últimos 3 anos

O Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR) apresentou um forte crescimento de 16,0% no 3T11, o maior crescimento reportado nos últimos três anos. Novamente, a Multiplan divulgou crescimento real no SSR, registrando um crescimento real de locação de 5,8%, acima do efeito do ajuste do IGP-DI de 9,6%. O Aluguel na Mesma Área (SAR) também apresentou um crescimento robusto de 15,1%.



**Análise da receita de locação (3T11/3T10)**  
<sup>1</sup> Ver glossário para definição



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

## 5.2 Receita de Estacionamento

*Aumento no fluxo de consumidores se reflete em maior receita de estacionamento no Shopping Vila Olímpia*

A receita de estacionamento da Multiplan alcançou R\$19,8 milhões no 3T11, 17,5% maior que no 3T10. Mais uma vez, o Shopping Vila Olímpia foi o destaque, reportando um aumento de 279%, quando comparado ao mesmo período no em 2010. Esse resultado reflete o progresso do shopping rumo a sua consolidação. Destacam-se como outros vetores de crescimento desta receita a criação de novas vagas de estacionamento, com as expansões entregues em 2010.

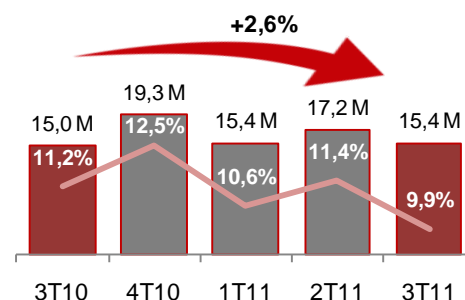
## 5.3 Despesas de Shopping Centers

*Melhores margens com menores despesas*

O modesto crescimento de 2,6% das despesas de shopping centers no 3T11 em relação ao 3T10 resultou numa despesa total de R\$15,4 milhões. Este pequeno aumento resultou principalmente de menores despesas com marketing.

No mesmo período, a receita líquida de shopping center (receita líquida sem receita com venda de imóveis) e a inflação, medida pelo IPCA, avançaram 16,5% e 7,1%, respectivamente.

A combinação desses eventos reduziram as despesas de shopping center como percentual da receita líquida de 11,2% no 3T10 para 9,9% no 3T11.

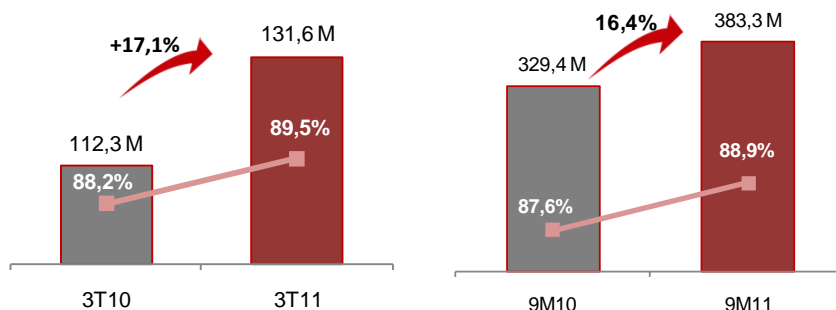


**Evolução das despesas de shopping center e como percentual (%) da receita líquida**  
 (excluindo receita de venda de imóveis e seus impostos)

#### 5.4 Net Operating Income – NOI

NOI + Cessão de direitos cresce 17,1% e margem aumenta 131 p.p.

A Multiplan registrou um Resultado Operacional Líquido (NOI) + Cessão de Direitos de R\$131,6 milhões no 3T11, um crescimento de 17,1% em relação ao 3T10. O desempenho operacional mais forte (receita de locação, estacionamento e cessão de direitos), comparado ao crescimento muito menor das despesas de shopping center resultaram em um ganho de 131 p.p. na margem, atingindo 89,5% no 3T11 acima dos 88,2% divulgados no 3T10. No 9M11, o NOI + cessão de direitos atingiu margem de 88,9% e R\$383,3 milhões, um crescimento de 16,4% sobre o 9M10.



**Evolução do NOI + Cessão de direitos**  
e margem NOI + Cessão de direitos

Cálculo do NOI (R\$'000)	3T11	3T10	Var. %	9M11	9M10	Var. %
Receita de locação	111.301	93.765	▲ 18,7%	325.202	278.039	▲ 17,0%
Linearidade	6.049	8.319	▼ 27,3%	19.806	23.762	▼ 16,6%
Resultado de estacionamento	19.775	16.825	▲ 17,5%	57.374	48.325	▲ 18,7%
<b>Resultado operacional</b>	<b>137.125</b>	<b>118.909</b>	<b>▲ 15,3%</b>	<b>402.383</b>	<b>350.126</b>	<b>▲ 14,9%</b>
Despesa de shopping center	(15.377)	(14.989)	▲ 2,6%	(48.054)	(46.570)	▲ 3,2%
<b>NOI</b>	<b>121.748</b>	<b>103.921</b>	<b>▲ 17,2%</b>	<b>354.329</b>	<b>303.556</b>	<b>▲ 16,7%</b>
Margem NOI	88,8%	87,4%	▲ 139 b.p	88,1%	86,7%	▲ 136 b.p
Cessão de direitos	9.802	8.383	▲ 16,9%	29.009	25.913	▲ 12,0%
<b>NOI + CD</b>	<b>131.550</b>	<b>112.304</b>	<b>▲ 17,1%</b>	<b>383.339</b>	<b>329.469</b>	<b>▲ 16,4%</b>
<b>Margem NOI + CD</b>	<b>89,5%</b>	<b>88,2%</b>	<b>▲ 131 b.p</b>	<b>88,9%</b>	<b>87,6%</b>	<b>▲ 125 b.p</b>

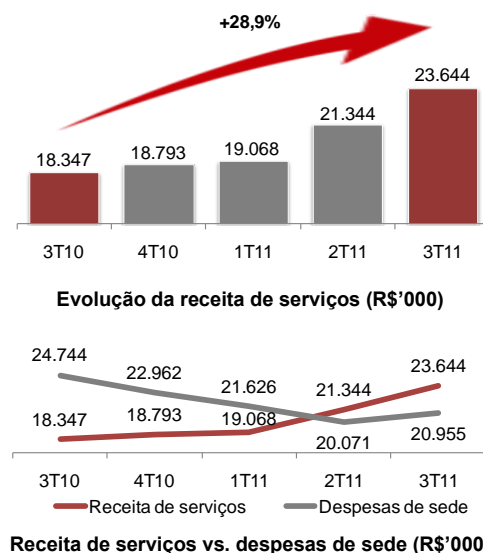
## 6. Resultados da Administração de Shopping Centers

### 6.1 Receita de Serviços

Receita de serviços cresceu 28,9% no 3T11

A receita de serviços – composta principalmente por taxas de administração, corretagem e transferência - aumentou 28,9% no 3T11, quando comparado ao 3T10. Este crescimento resultou de maiores receitas com corretagem na locação de lojas e taxas de transferência devido, principalmente, a mudanças no mix de lojas no BarraShopping, MorumbiShopping, Shopping AnáliaFranco e Shopping Vila Olímpia. No 3T11, a Companhia apresentou receita de serviços 12,8% maiores que as despesas de sede.

No período de nove meses terminado em 30 de setembro de 2011, a receita de serviços aumentou 18,3% quando comparado ao mesmo período do ano anterior. A receita de serviços como percentual da receita bruta aumentou de 11,6% nos 9M10 para 12,1% nos 9M11.



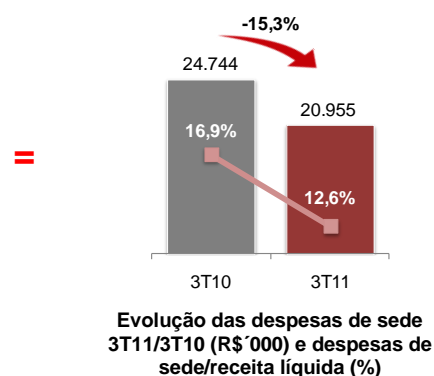
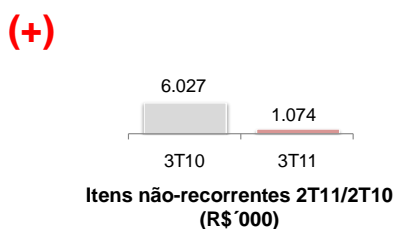
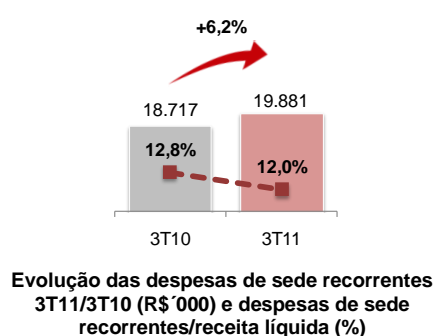
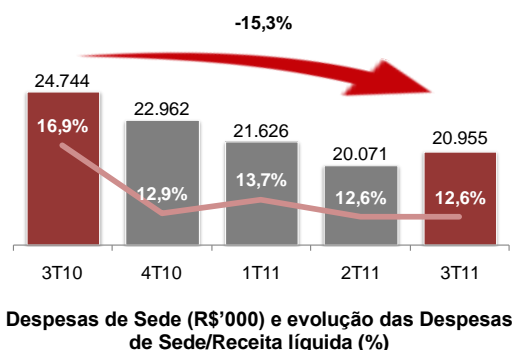
### 6.2 Despesas Gerais e Administrativas (Sede)

Redução de 430 pontos-base na relação despesas de sede/receita líquida, de 16,9% para 12,6%

A Companhia continuou a beneficiar-se dos esforços para redução de despesas de sede como percentual da receita líquida pela combinação de aumento de receitas com redução de despesas de sede. No 3T11, a receita líquida cresceu 13,1% enquanto as despesas gerais e administrativas (sede) foram 15,3% menores, levando à redução da relação despesas de sede/receita líquida, de 16,9% no 3T10 para 12,6% no 3T11.

As despesas de sede foram menores no 3T11 devido, principalmente, à redução em itens não recorrentes, caindo de R\$6,0 milhões no 3T10 para R\$1,1 milhões no 3T11.

Excluído o impacto desses eventos não-recorrentes, **somente para fins de análise**, as despesas de sede teriam subido 6,2% no 3T11 em comparação com o 3T10, ficando abaixo da inflação de 7,1%, medida pelo IPCA do período.



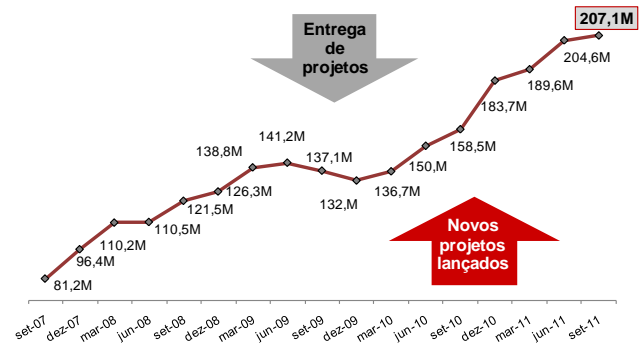
## 7. Resultados do Desenvolvimento de Shopping Centers

### 7.1 Passivo Diferido e Contratos de Cessão de Direitos Assinados

30,6% de aumento no saldo da Receita Diferida em 12 meses

A Companhia continuou seu processo de locação com a assinatura de 70 novos contratos no 3T11, representando 10.266 m<sup>2</sup> de ABL e R\$12,1 milhões em contratos de cessão de direitos assinados, com origem principalmente na locação de novas áreas em desenvolvimento. Como resultado, o saldo de receita diferida aumentou 30,6% em setembro de 2011 em comparação com setembro de 2010, alcançando R\$207,1 milhões.

O saldo da receita diferida será reconhecido como receita de cessão de direitos linearmente ao longo da vigência do contrato de locação.



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



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

O saldo da receita diferida (cessão de direitos) diminui conforme é reconhecida a receita de cessão de direitos de acordo com o prazo do contrato (ou caso o lojista entregue a loja antes do reconhecimento da receita).

### 7.2 Receita de Cessão de Direitos

Receita de Cessão de Direitos (R\$'000)	3T11	3T10	Var. %	9M11	9M10	Var. %
Operacional (Recorrente)	2.210	1.472	▲50,1%	6.386	6.037	▲5,8%
Projetos abertos nos últimos cinco anos	7.592	6.912	▲9,8%	22.623	19.876	▲13,8%
<b>Receita de Cessão de Direitos</b>	<b>9.802</b>	<b>8.384</b>	<b>▲16,9%</b>	<b>29.009</b>	<b>25.913</b>	<b>▲11,9%</b>

A receita da cessão de direitos aumentou 16,9% no 3T11, beneficiando-se principalmente (i) das expansões do ParkShoppingBarigüi e do BH Shopping, inaugurados no segundo semestre de 2010, e (ii) receita de cessão de direitos recorrente resultantes principalmente do turnover de lojistas do BarraShopping e MorumbiShopping. A receita de cessão de direitos é composta por (i) receita recorrente (ou operacional), relacionada à cessão de direitos reconhecida nos shopping centers que estão em operação há mais de cinco anos, e reflete o esforço da Companhia para melhorar o mix de lojas em seus shopping centers; e (ii) receita não recorrente, relacionada à cessão de direitos de contratos de locação relativos a lojas em greenfields e expansões inauguradas nos últimos cinco anos.

### 7.3 Despesas com Novos Projetos para Locação

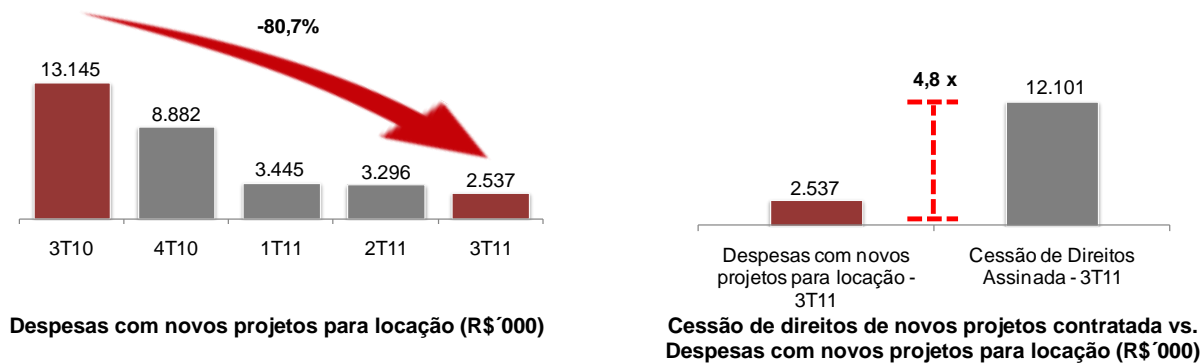
*Queda de 80,7% em despesas com novos projetos para locação no 3T11*

As despesas com novos projetos para locação diminuíram 80,7% no 3T11 em comparação com o 3T10, caindo de R\$13,1 milhões no 3T10 para R\$2,5 milhões no 3T11.

No período de nove meses terminado em 30 de setembro de 2011, as despesas com novos projetos para locação alcançaram R\$9,3 milhões, dos quais (i) R\$8,3 milhões referentes a projetos já considerados nas estimativas da Companhia para o ano de 2011, e (ii) R\$1,0 milhão referentes a novos projetos anunciados durante o ano. Vale ressaltar que as estimativas de despesas com novos projetos para locação da Companhia para o ano de 2011, mencionados no Relatório de Resultados do 4T10, são referentes a projetos já anunciados naquela data, e podem mudar caso novos projetos sejam anunciados.

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

No 3T11, o volume de contratos de cessão de direitos assinados alcançou R\$12,1 milhões, 4,8 vezes maior que as despesas com novos projetos para locação no mesmo trimestre.



## **8. Resultados de Empreendimentos Imobiliários**

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

---

#### *Receita de Venda de Imóveis*

No 3T11, a Multiplan registrou uma receita de R\$10,5 milhões relativa a empreendimentos imobiliários para venda, segundo o método de apropriação físico-financeiro (PoC), nos projetos Cristal Tower e Centro Profissional RibeirãoShopping.

#### *Custo de Imóveis Vendidos*

Durante o mesmo período, a Companhia registrou um custo de propriedades vendidas de R\$9,9 milhões, de acordo com o andamento das obras.

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

A Multiplan anunciou recentemente o lançamento de dois projetos imobiliários para venda localizados no Complexo BarraShoppingSul, em Porto Alegre, Rio Grande do Sul. Esses projetos, em conjunto com despesas com estudos de viabilidade e despesas legais de projetos ainda não anunciados, elevaram para R\$4,5 milhões as despesas com novos projetos para venda no 3T11, comparado com R\$0,8 milhão no 3T10.

No período de nove meses terminado em 30 de setembro de 2011, as despesas com novos projetos para venda alcançaram R\$6,9 milhões, dos quais (i) R\$3,3 milhões referentes a projetos já considerados nas estimativas da Companhia para o ano de 2011, e (ii) R\$3,6 milhões referentes a projetos anunciados durante o ano.

## 9. Resultados Financeiros

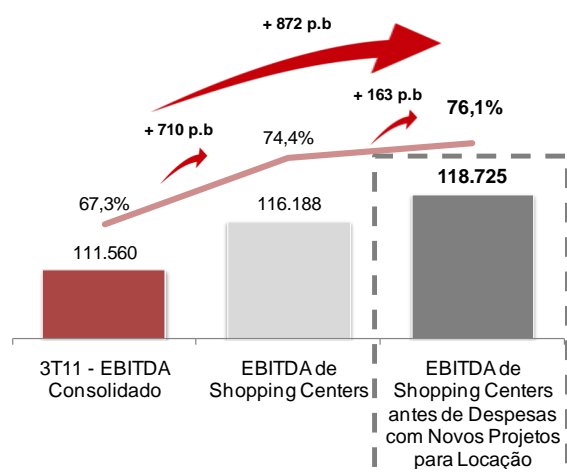
### 9.1 EBITDA

EBITDA de Shopping Centers cresceu 73,7% e alcança margem de 74,4% no 3T11

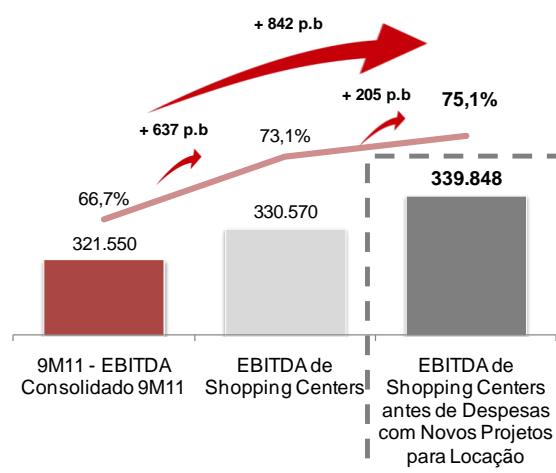
No 3T11, a Multiplan registrou um aumento de 73,7% no EBITDA de Shopping Centers (excluindo atividade imobiliária para venda), enquanto a receita líquida de shopping centers cresceu 16,5% no mesmo período. Como resultado de despesas menores, a margem EBITDA de Shopping Centers aumentou expressivos 2.451 pontos-base, passando de 49,9% no 3T10 para 74,4% no 3T11. Essa melhoria de resultado deveu-se principalmente a reduções nas despesas de sede e em despesas com novos projetos para locação.

Somente para fins de análise, se forem excluídas as despesas com novos projetos para locação do cálculo do EBITDA de shopping centers, a margem teria subido para 76,1% no 3T11, 1.632 pontos-base maior que no 3T10.

EBITDA de Shopping Centers (R\$'000)	3T11	3T10	Var. %	9M11	9M10	Var. %
<b>Receita Bruta de Shopping Centers <sup>1</sup></b>	<b>171.303</b>	<b>146.231</b>	<b>▲17,1%</b>	<b>496.901</b>	<b>432.312</b>	<b>▲14,9%</b>
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços	(15.225)	(12.285)	▲23,9%	(44.412)	(38.209)	▲16,2%
<b>Receita Líquida</b>	<b>156.078</b>	<b>133.946</b>	<b>▲16,5%</b>	<b>452.489</b>	<b>394.103</b>	<b>▲14,8%</b>
Despesas de sede	(20.955)	(24.744)	▼15,3%	(62.652)	(70.136)	▼10,7%
Despesas baseadas em opções de ações	(2.040)	(1.382)	▲47,6%	(5.549)	(3.926)	▲41,3%
Despesas de shopping centers	(15.378)	(14.990)	▲2,6%	(48.054)	(46.571)	▲3,2%
Despesas com novos projetos para locação	(2.537)	(13.145)	▼80,7%	(9.278)	(30.192)	▼69,3%
Outras receitas (despesas) operacionais	1.020	(12.801)	na	3.614	(11.401)	na
<b>EBITDA de Shopping Centers <sup>2</sup></b>	<b>116.188</b>	<b>66.884</b>	<b>▲73,7%</b>	<b>330.570</b>	<b>231.877</b>	<b>▲42,6%</b>
Margem EBITDA de Shopping Centers	74,4%	49,9%	▲2451 p.b	73,1%	58,8%	▲1422 p.b
(+) Despesas com novos projetos para locação	2.537	13.145	▼80,7%	9.278	30.192	▼69,3%
<b>EBITDA SC antes de Desp. de Novos Projetos <sup>3</sup></b>	<b>118.725</b>	<b>80.029</b>	<b>▲48,4%</b>	<b>339.848</b>	<b>262.069</b>	<b>▲29,7%</b>
% EBITDA SC antes de Desp. de Novos Projetos	76,1%	59,7%	▲1632 p.b	75,1%	66,5%	▲861 p.b



**3T11: EBITDA Consolidado, EBITDA de Shopping Centers e EBITDA de Shopping Centers antes de Despesas com Novos Projetos para Locação (R\$'000) e margens (%)**



**9M11: EBITDA Consolidado, EBITDA de Shopping Centers e EBITDA de Shopping Centers antes de Despesas com Novos Projetos para Locação (R\$'000) 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, adicionando despesas com novos projetos para locação, uma vez que essas despesas referem-se a shopping centers que ainda não estão em operação.

EBITDA Consolidado cresceu 52,8% no 3T11, chegando a R\$111,6 milhões

A margem de EBITDA Consolidada alcançou 67,3% no 3T11, 1.751 pontos-base maior que no 3T10. A margem EBITDA Consolidada da Companhia reflete as margens mais baixas da atividade imobiliária para venda, em comparação com os projetos para locação.

EBITDA Consolidado (R\$'000)	3T11	3T10	Var. %	9M11	9M10	Var. %
<b>Receita Líquida</b>	<b>165.658</b>	<b>146.512</b>	<b>▲13,1%</b>	<b>482.153</b>	<b>425.987</b>	<b>▲13,2%</b>
Despesas de sede	(20.955)	(24.744)	▼15,3%	(62.652)	(70.136)	▼10,7%
Despesas baseadas em opções de ações	(2.040)	(1.382)	▲47,6%	(5.549)	(3.926)	▲41,3%
Despesas de shopping centers	(15.378)	(14.990)	▲2,6%	(48.054)	(46.571)	▲3,2%
Despesas com novos projetos para locação	(2.537)	(13.145)	▼80,7%	(9.278)	(30.192)	▼69,3%
Despesas com novos projetos para venda	(4.497)	(795)	▲465,7%	(6.973)	(1.566)	▲345,3%
Custo de imóveis vendidos	(9.852)	(7.420)	▲32,8%	(33.234)	(19.797)	▲67,9%
Resultado de equivalência patrimonial	141	1.777	▼92,1%	1.523	(3.174)	na
Outras receitas (despesas) operacionais	1.020	(12.801)	na	3.614	(11.401)	na
<b>EBITDA Consolidado</b>	<b>111.560</b>	<b>73.012</b>	<b>▲52,8%</b>	<b>321.550</b>	<b>239.224</b>	<b>▲34,4%</b>
Margem EBITDA Consolidado	67,3%	49,8%	▲1.751 p.b	66,7%	56,2%	▲1.053 p.b

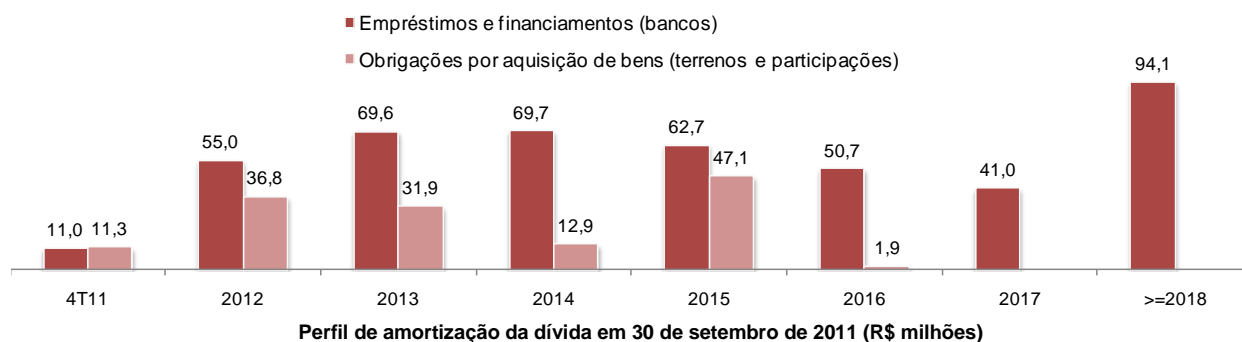
## 9.2 Resultados Financeiros, Dívida e Disponibilidades

Abertura do Endividamento (R\$'000)	30/9/2011	30/6/2011	Var. %
<b>Dívidas de Curto Prazo</b>	<b>89.981</b>	<b>86.990</b>	<b>▲3,4%</b>
Empréstimos e financiamentos	51.089	46.629	▲9,6%
Obrigações por aquisição de bens	38.892	40.361	▼3,6%
<b>Dívidas de Longo Prazo</b>	<b>505.571</b>	<b>431.382</b>	<b>▲17,2%</b>
Empréstimos e financiamentos	402.622	320.036	▲25,8%
Obrigações por aquisição de bens	102.949	111.346	▼7,5%
<b>Dívida Bruta</b>	<b>595.552</b>	<b>518.372</b>	<b>▲14,9%</b>
<b>Caixa</b>	<b>532.860</b>	<b>559.467</b>	<b>▼4,8%</b>
<b>Dívida Líquida (Caixa Líquido)</b>	<b>62.692</b>	<b>(41.095)</b>	<b>na</b>

A Multiplan encerrou o 3T11 com uma dívida líquida de R\$62,7 milhões, comparado com uma posição de caixa líquido de R\$41,1 milhões do trimestre anterior. No 3T11, a aplicação do caixa gerou um resultado financeiro positivo de R\$8,8 milhões, líquido de despesas financeiras.

A posição de caixa do 3T11 foi impactada principalmente pelas saídas de caixa referentes a (i) CAPEX, que totalizou R\$198,0 milhões no período, e (ii) pagamento de R\$23,2 milhões referente a dívidas de curto prazo, parcialmente compensados pela (iii) entrada de novos recursos de financiamento bancário no valor de R\$100,4 milhões, divididos em R\$40,4 milhões para o desenvolvimento do Jundiá Shopping, R\$39,4 milhões para o VillageMall e R\$20,6 milhões para o ParkShoppingSãoCaetano.

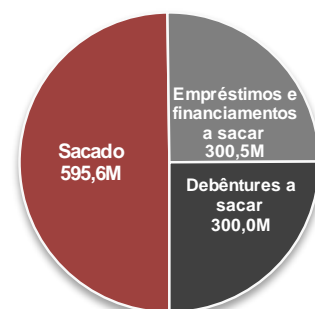
A redução de R\$103,8 milhões na posição de caixa da Companhia contribuiu para a variação no indicador de dívida líquida/EBITDA (12 meses) de (-0.1x) negativo no 2T11 para 0.1x positivo no 3T11. A relação dívida bruta/EBITDA (12 meses) ficou praticamente inalterada, apresentando 1,4 vezes no 3T11. A medida em que a Companhia efetue os saques de seus empréstimos e financiamentos para a realização dos seus investimentos planejados, a sua dívida bruta deverá aumentar.



*Preparada financeiramente para crescer: R\$1,2 bilhão já contratado, dos quais R\$600,5 milhões a serem sacados*

A posição de caixa atual, geração futura de caixa e empréstimos e financiamentos já contratados da Multiplan devem sustentar suas necessidades de financiamento planejadas.

Em 30 de setembro de 2011, a Companhia apresentava dívida bruta de R\$595.6 milhões e, adicionalmente, um volume de R\$600,5 milhões ainda não sacados, composto por (i) R\$300,5 milhões em financiamentos já assinados e ainda não sacados, e (ii) R\$300,0 milhões da nova emissão de debêntures. A Companhia continua analisando alternativas competitivas para financiar o desenvolvimento de seus projetos.



**Disponibilidade de recursos da Multiplan em 30 de setembro de 2011 (R\$)**

*Emissão de R\$300 milhões em debêntures com prazo de 5 anos e custo de CDI + 1,01% ao ano*

Em outubro de 2011, a Multiplan completou emissão de 30.000 debêntures não conversíveis em ações, equivalentes a R\$300 milhões. Embora a emissão contasse com garantia firme de colocação a CDI mais um prêmio limitado a 1,15% a.a., a emissão foi realizada a uma taxa de CDI +1,01% a.a após o processo de *bookbuilding*. O processo de emissão seguiu os padrões da instrução CVM número 476.

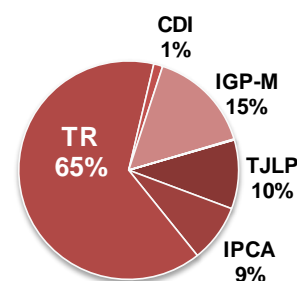
*Assinado contrato de R\$99,8 milhões com o BNDES para financiar a construção do ParkShoppingCampoGrande*

Em outubro de 2011, a Companhia assinou contrato de financiamento com o BNDES no valor de R\$99,8 milhões e prazo de 7 anos para financiar a construção do ParkShoppingCampoGrande. O financiamento é composto por quatro sub-créditos, dos quais (i) R\$77,5 milhões com custo anual equivalente a TJLP +3,32% a.a., (ii) R\$19,4 milhões com custo anual com base no retorno médio das NTN-B (Notas do tesouro Nacional Série B), aplicável ao prazo médio de amortização do sub-crédito, +2,32% a.a., (iii) R\$1,0 milhão com custo anual equivalente a TJLP, e (iv) R\$1,9 milhão com custo anual equivalente a TJLP +1,42% a.a..

*Estendendo os prazos e reduzindo os custos de financiamento*

No 3T11, a Multiplan mais uma vez obteve sucesso na redução de seu custo de captação de recursos. O custo ponderado de captação da Companhia caiu para 11,18% a.a. em 30 de setembro de 2011, 82 pontos base abaixo da taxa básica de juros vigente em 30 de setembro de 2011, de 12,00% ao ano definida pelo COPOM (Comitê de Política Monetária).

A participação da dívida indexada à TR no endividamento total da Companhia aumentou para 65% no 3T11. Com base na TR acumulada dos últimos doze meses, de 1,22% a.a., a dívida referente a este indexador apresentava um custo anual de 10,93% no 3T11.



Índices de endividamento em 30 de setembro de 2011

**Indicadores de endividamento em 30 de setembro de 2011**

	Desempenho dos índices (últimos 12 meses) <sup>1</sup>	Taxa de juros média <sup>2</sup>	Custo da dívida	Dívida (R\$'000)
TJLP	6,00%	3,77%	9,77%	60.380
IPCA	7,30%	7,07%	14,37%	50.724
TR	1,22%	9,71%	10,93%	384.101
CDI+	12,00%	1,32%	13,32%	7.949
IGP-M	7,45%	3,84%	11,29%	91.632
Pré-fixado	0,00%	4,50%	4,50%	497
Outros	0,00%	-	0,00%	269
<b>Total</b>	<b>3,32%</b>	<b>7,86%</b>	<b>11,18%</b>	<b>595.552</b>

<sup>1</sup> Desempenho acumulado dos índices nos últimos 12 meses.

<sup>2</sup> Média ponderada da taxa de juros anual.

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

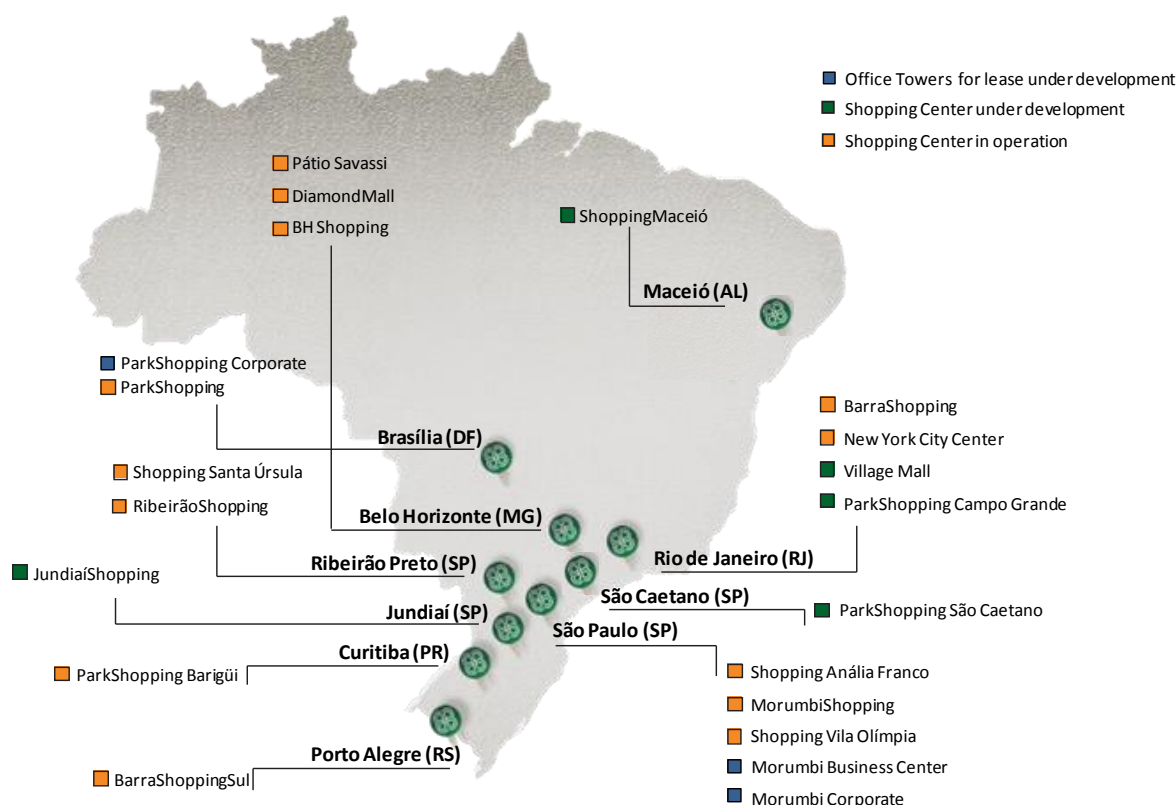
Lucro líquido de R\$190 milhões no 9M11, um aumento de 30,1%

No 3T11, o lucro líquido aumentou 40,8% para R\$65,3 milhões, acima dos R\$46,4 milhões no 3T10, apesar da redução de 42,6% no resultado financeiro e aumento de 40,7% na depreciação e amortização, quando comparado ao mesmo período do ano anterior. A margem líquida atingiu 39,4% no 3T11 e, como resultado do ganho de eficiência junto à diluição de despesas, apresentou um incremento de 776 p.p. em relação ao 3T10. No 9M11, o lucro líquido atingiu R\$190,1 milhões, um aumento de 30,1% em relação ao 9M10.

Lucro Líquido & FFO (R\$ '000)	3T11	3T10	Var. %	9M11	9M10	Var. %
Receita líquida	165.658	146.512	▲13,1%	482.153	425.987	▲13,2%
Custos operacionais	(54.098)	(73.500)	▼26,4%	(160.603)	(186.763)	▼14,0%
Resultado financeiro	8.813	15.359	▼42,6%	27.984	34.929	▼19,9%
Depreciações e amortizações	(15.134)	(10.755)	▲40,7%	(44.392)	(31.750)	▲39,8%
Imposto de renda e contribuição social	(17.313)	(1.676)	▲933,0%	(57.867)	(4.590)	▲1.160,7%
Participação de minoritários	(3.329)	(2.585)	▲28,8%	(8.069)	(7.369)	▲9,5%
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>84.597</b>	<b>73.355</b>	<b>▲15,3%</b>	<b>239.206</b>	<b>230.444</b>	<b>▲3,8%</b>
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(19.329)	(27.001)	▼28,4%	(49.144)	(84.409)	▼41,8%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>65.268</b>	<b>46.354</b>	<b>▲40,8%</b>	<b>190.062</b>	<b>146.035</b>	<b>▲30,1%</b>
Depreciações e amortizações	15.134	10.755	▲40,7%	44.392	31.750	▲39,8%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	19.329	27.001	▼28,4%	49.144	84.409	▼41,8%
<b>FFO</b>	<b>99.731</b>	<b>84.110</b>	<b>▲18,6%</b>	<b>283.598</b>	<b>262.194</b>	<b>▲8,2%</b>

No 3T11, o lucro líquido ajustado atingiu R\$84,6 milhões, enquanto o Fluxo de Caixa Operacional (FFO) foi de R\$99,7 milhões, representando um aumento de 15,3% e 18,6%, respectivamente, quando comparado ao 3T10.

É importante observar que o imposto de renda e contribuição social diferidos são acrescentados ao lucro líquido ajustado e ao FFO, uma vez que não representam uma saída de caixa.

**10. Portfólio**


Portfólio	Estado	Multiplan %	ABL Total	Locação <sup>2</sup> 3T11 (mês)	Vendas 3T11 (mês) <sup>3</sup>	Taxa média de Ocupação 3T11
<b>Shopping Centers em operação</b>						
BHShopping	MG	80,0%	47.520 m <sup>2</sup>	129 R\$/m <sup>2</sup>	1.550 R\$/m <sup>2</sup>	99,7%
RibeirãoShopping	SP	76,2%	46.805 m <sup>2</sup>	67 R\$/m <sup>2</sup>	870 R\$/m <sup>2</sup>	99,0%
BarraShopping	RJ	51,1%	69.585 m <sup>2</sup>	165 R\$/m <sup>2</sup>	1.910 R\$/m <sup>2</sup>	99,5%
MorumbiShopping	SP	65,8%	55.085 m <sup>2</sup>	180 R\$/m <sup>2</sup>	1.835 R\$/m <sup>2</sup>	99,8%
ParkShopping	DF	59,6%	51.526 m <sup>2</sup>	100 R\$/m <sup>2</sup>	1.311 R\$/m <sup>2</sup>	98,6%
DiamondMall	MG	90,0%	21.386 m <sup>2</sup>	129 R\$/m <sup>2</sup>	1.723 R\$/m <sup>2</sup>	99,6%
New York City Center	RJ	50,0%	22.271 m <sup>2</sup>	45 R\$/m <sup>2</sup>	732 R\$/m <sup>2</sup>	99,9%
Shopping AnáliaFranco	SP	30,0%	50.429 m <sup>2</sup>	106 R\$/m <sup>2</sup>	1.282 R\$/m <sup>2</sup>	98,1%
ParkShoppingBarigüi	PR	84,0%	49.935 m <sup>2</sup>	74 R\$/m <sup>2</sup>	1.135 R\$/m <sup>2</sup>	99,2%
Pátio Savassi	MG	96,5%	17.253 m <sup>2</sup>	100 R\$/m <sup>2</sup>	1.455 R\$/m <sup>2</sup>	99,7%
Shopping SantaÚrsula	SP	62,5%	23.334 m <sup>2</sup>	29 R\$/m <sup>2</sup>	506 R\$/m <sup>2</sup>	93,3%
BarraShoppingSul	RS	100,0%	68.431 m <sup>2</sup>	61 R\$/m <sup>2</sup>	937 R\$/m <sup>2</sup>	98,5%
Shopping VilaOlímpia	SP	30,0%	28.201 m <sup>2</sup>	90 R\$/m <sup>2</sup>	953 R\$/m <sup>2</sup>	84,3%
<b>Sub-Total Shoppings em operação</b>		<b>67,4%</b>	<b>551.759 m<sup>2</sup></b>	<b>103 R\$/m<sup>2</sup></b>	<b>1.313 R\$/m<sup>2</sup></b>	<b>98,1%</b>
<b>Shopping Centers em desenvolvimento</b>						
ParkShoppingSãoCaetano	SP	100,0%	38.660 m <sup>2</sup>	-	-	-
JundiaíShopping	SP	100,0%	35.754 m <sup>2</sup>	-	-	-
Village Mall	RJ	100,0%	23.583 m <sup>2</sup>	-	-	-
ParkShoppingCampoGrande <sup>1</sup>	RJ	90,0%	42.016 m <sup>2</sup>	-	-	-
Parque Shopping Maceió	AL	50,0%	36.092 m <sup>2</sup>	-	-	-
<b>Sub-Total SCs em desenvolvimento</b>		<b>87,4%</b>	<b>176.106 m<sup>2</sup></b>			
<b>Torres para locação em desenvolvimento</b>						
Morumbi Business Center	SP	100,0%	10.635 m <sup>2</sup>	-	-	-
ParkShopping Corporate	DF	50,0%	13.360 m <sup>2</sup>	-	-	-
Morumbi Corporate	SP	100,0%	74.198 m <sup>2</sup>	-	-	-
<b>Sub-torres para locação em desenvolvimento</b>		<b>93,2%</b>	<b>98.193 m<sup>2</sup></b>			
<b>Portfólio Total</b>		<b>74,7%</b>	<b>826.058 m<sup>2</sup></b>	<b>103 R\$/m<sup>2</sup></b>	<b>1.233 R\$/m<sup>2</sup></b>	<b>98,1%</b>

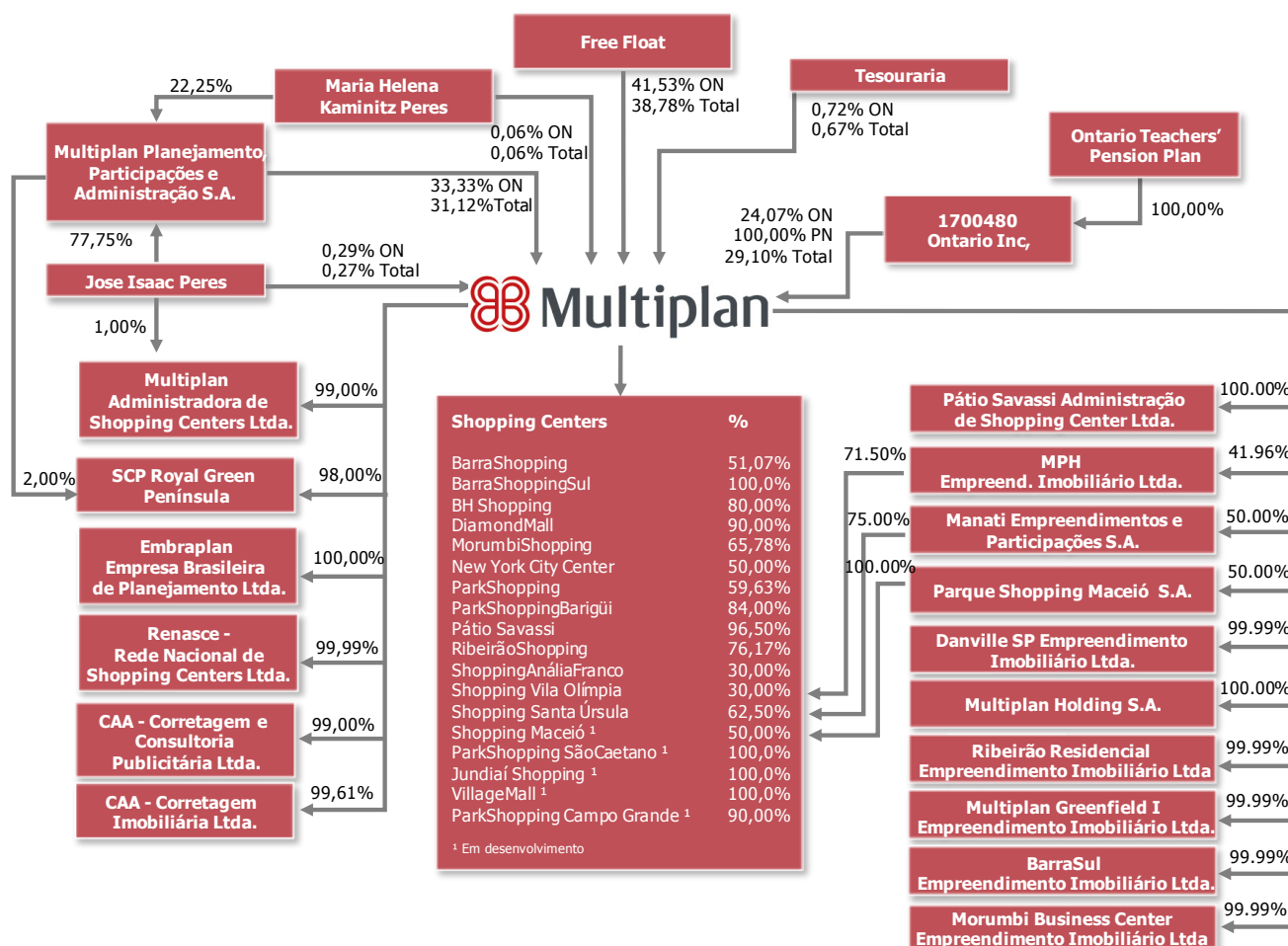
<sup>1</sup> A Multiplan é responsável por 100% do CAPEX

<sup>2</sup> Locação/m<sup>2</sup>/mês divide a receita de locação pela ABL própria ocupada

<sup>3</sup> Vendas/m<sup>2</sup>/mês divide as vendas totais pela área composta por lojas que reportam vendas mensalmente (cerca de 90% da ABL total)

### 11. Estrutura Societária

A estrutura societária da Multiplan está detalhada abaixo. De um total de 179.197.214 ações emitidas, 167.338.867 são ordinárias e 11.858.347 são preferenciais.



A Multiplan detém participações nas Sociedades de Propósito Específico (SPE), MPH, Manati e Haleiwa, Danville e Holding, descritas a seguir:

**MPH Empreendi. Imobiliário Ltda.:** companhia que detém uma participação de 71,5% no Shopping Vila Olímpia. A Multiplan detém participação de 42,0% na MPH, o que resulta em uma participação de 30,0% no capital total do Shopping Vila Olímpia.

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

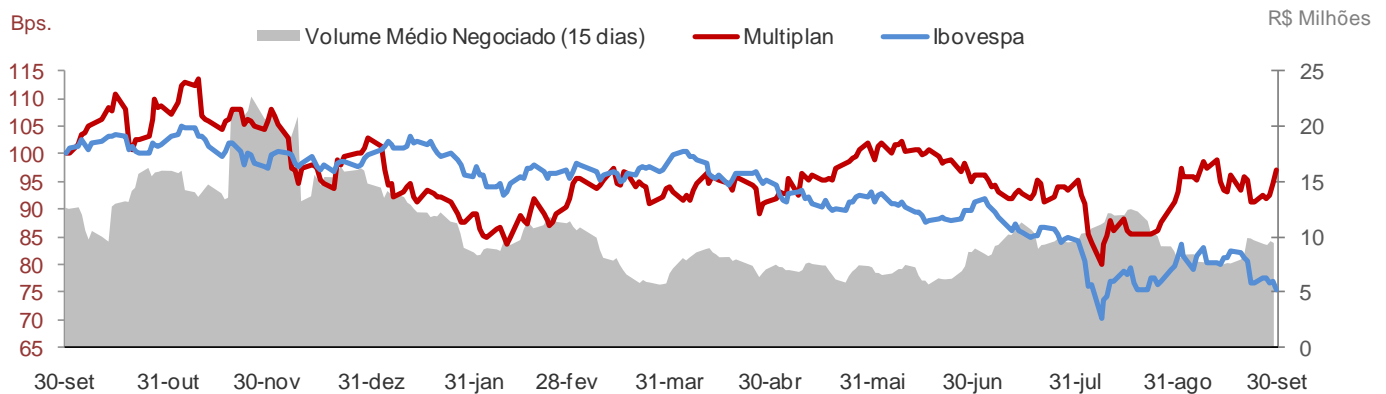
**Multiplan Greenfield I Empreendimento Imobiliário Ltda.:** SPE criada para o desenvolvimento de projeto imobiliário na cidade de Porto Alegre.

**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.

## 12. Indicadores MULT3 & Mercado de Capitais

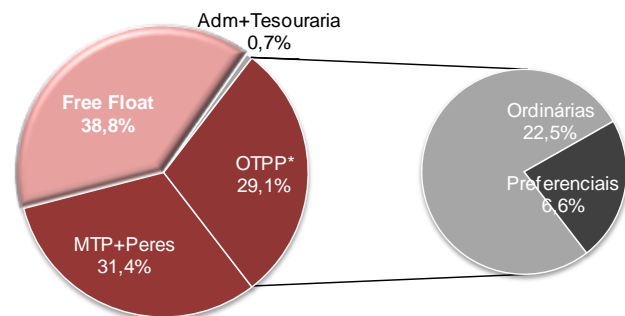
As ações da Multiplan (MULT3 na BM&FBOVESPA: MULT3 BZ no Bloomberg) terminaram o terceiro trimestre de 2011 cotadas a \$34,85/ação, uma queda de 2,9% quando comparado ao fim do 3T10. No mesmo período, o principal índice da bolsa de valores de São Paulo, o Ibovespa, registrou uma queda de 24,6%.



**Varição MULT3, Ibovespa e volume MULT3**

Base 100 = 30 de setembro de 2010

Ao final do terceiro trimestre de 2011, 31,4% das ações da Companhia pertenciam direta e indiretamente ao Sr. e Sra. Peres. A *Ontario Teachers' Pension Plan* (OTPP) detém 29,1% e o free-float é equivalente a 38,8%. O total de ações emitidas é de 179.197.214.



**Estrutura acionária em 30 de setembro de 2011**

(\*) OTPP – Ontario Teachers Pension Plan

MULT3 na BM&FBOVESPA	3T11	3T10	Var. %	9M11	9M10	Var. %
Preço Médio de Fechamento	R\$ 32,96	R\$ 33,27	-0,92%	R\$ 33,51	R\$ 31,61	6,01%
Preço de fechamento	R\$ 34,85	R\$ 35,90	-2,92%	R\$ 34,85	R\$ 35,90	-2,92%
Volume médio diário negociado	R\$ 9,7 M	R\$ 8,7 M	11,32%	R\$ 9,0 M	R\$ 9,5 M	-5,19%
Valor médio de mercado	R\$ 5,9 M	R\$ 6,0 M	-0,92%	R\$ 6,0 M	R\$ 5,7 M	6,01%

**13. Anexos**
**Indicadores Financeiros e Operacionais**

Indicadores (R\$ '000)						
Financeiros (MTE %)	3T11	3T10	Var. %	9M11	9M10	Var. %
<b>Receita Bruta</b>	<b>R\$ 181.818</b>	<b>R\$ 159.948</b>	<b>▲13,7%</b>	<b>R\$ 529.476</b>	<b>R\$ 467.286</b>	<b>▲13,3%</b>
<b>Receita Líquida</b>	<b>R\$ 165.658</b>	<b>R\$ 146.510</b>	<b>13,1%</b>	<b>R\$ 482.153</b>	<b>R\$ 425.986</b>	<b>13,2%</b>
Receita Líquida R\$/m <sup>2</sup>	464 R\$/m <sup>2</sup>	432 R\$/m <sup>2</sup>	▲7,4%	1.350 R\$/m <sup>2</sup>	1.268 R\$/m <sup>2</sup>	▲6,5%
Receita Líquida US\$/pé <sup>2</sup>	23 US\$/sqf	24 US\$/sqf	▼3,6%	67 US\$/sqf	70 US\$/sqf	▼4,4%
<b>Receita de Locação (com linearidade)</b>	<b>R\$ 117.351</b>	<b>R\$ 102.084</b>	<b>▲15,0%</b>	<b>R\$ 345.009</b>	<b>R\$ 301.801</b>	<b>▲14,3%</b>
Receita de Locação R\$/m <sup>2</sup>	328 R\$/m <sup>2</sup>	301 R\$/m <sup>2</sup>	▲9,2%	1.027 R\$/m <sup>2</sup>	898 R\$/m <sup>2</sup>	▲14,3%
Receita de Locação US\$/pé <sup>2</sup>	16,2 US\$/sqf	16,6 US\$/sqf	▼2,0%	47,7 US\$/sqf	49,4 US\$/sqf	▼3,4%
Receita de Locação Mensal R\$/m <sup>2</sup>	109 R\$/m <sup>2</sup>	100 R\$/m <sup>2</sup>	▲9,2%	114 R\$/m <sup>2</sup>	100 R\$/m <sup>2</sup>	▲14,3%
Receita de Locação Mensal US\$/pé <sup>2</sup>	5,4 US\$/sqf	5,5 US\$/sqf	▼2,0%	5,3 US\$/sqf	5,5 US\$/sqf	▼3,4%
<b>Resultado Operacional Líquido (NOI)</b>	<b>R\$ 121.749</b>	<b>R\$ 103.921</b>	<b>▲17,2%</b>	<b>R\$ 354.329</b>	<b>R\$ 303.556</b>	<b>▲16,7%</b>
Resultado Operacional Líquido R\$/m <sup>2</sup>	341 R\$/m <sup>2</sup>	306 R\$/m <sup>2</sup>	▲11,2%	992 R\$/m <sup>2</sup>	903 R\$/m <sup>2</sup>	▲9,8%
Resultado Operacional Líquido US\$/pé <sup>2</sup>	16,8 US\$/sqf	16,9 US\$/sqf	▼0,1%	49,0 US\$/sqf	49,7 US\$/sqf	▼1,4%
Margem NOI	88,8%	87,4%	▲139 b.p	88,1%	86,7%	▲136 b.p
NOI/Ação	R\$ 0,68	R\$ 0,58	▲17,2%	R\$ 1,98	R\$ 1,69	▲16,7%
<b>Despesas de Sede</b>	<b>R\$ 20.955</b>	<b>R\$ 24.743</b>	<b>▼15,3%</b>	<b>R\$ 62.652</b>	<b>R\$ 70.136</b>	<b>▼10,7%</b>
Despesas de sede / Receita Líquida	12,6%	16,9%	▼424 b.p	13,0%	16,5%	▼347 b.p
<b>EBITDA</b>	<b>R\$ 111.562</b>	<b>R\$ 73.010</b>	<b>▲52,8%</b>	<b>R\$ 321.550</b>	<b>R\$ 239.224</b>	<b>▲34,4%</b>
EBITDA R\$/m <sup>2</sup>	312 R\$/m <sup>2</sup>	215 R\$/m <sup>2</sup>	▲45,1%	900 R\$/m <sup>2</sup>	712 R\$/m <sup>2</sup>	▲26,4%
EBITDA US\$/pé <sup>2</sup>	15,4 US\$/sqf	11,8 US\$/sqf	▲30,3%	44,5 US\$/sqf	39,2 US\$/sqf	▲13,5%
Margem de EBITDA	67,3%	49,8%	▲1751 b.p	66,7%	56,2%	▲1053 b.p
EBITDA por Ação	R\$ 0,62	R\$ 0,41	▲52,8%	R\$ 1,79	R\$ 1,33	▲34,4%
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>R\$ 84.598</b>	<b>R\$ 73.354</b>	<b>▲15,3%</b>	<b>R\$ 239.206</b>	<b>R\$ 230.444</b>	<b>▲3,8%</b>
Lucro Líquido Ajustado R\$/m <sup>2</sup>	237 R\$/m <sup>2</sup>	216 R\$/m <sup>2</sup>	▲9,5%	670 R\$/m <sup>2</sup>	686 R\$/m <sup>2</sup>	▼2,4%
Lucro Líquido Ajustado US\$/pé <sup>2</sup>	11,7 US\$/sqf	11,9 US\$/sqf	▼1,7%	33,1 US\$/sqf	37,8 US\$/sqf	▼12,3%
Margem de Lucro Líquido Ajustado	51,1%	50,1%	▲100 b.p	49,6%	54,1%	▼448 b.p
Lucro Líquido Ajustado por Ação	R\$ 0,47	R\$ 0,41	▲15,3%	R\$ 1,33	R\$ 1,29	▲3,8%
<b>FFO</b>	<b>R\$ 99.733</b>	<b>R\$ 84.110</b>	<b>▲18,6%</b>	<b>R\$ 283.598</b>	<b>R\$ 262.196</b>	<b>▲8,2%</b>
FFO R\$/m <sup>2</sup>	279 R\$/m <sup>2</sup>	248 R\$/m <sup>2</sup>	▲12,6%	794 R\$/m <sup>2</sup>	780 R\$/m <sup>2</sup>	▲1,7%
FFO US\$	US\$ 53.072	US\$ 49.840	▲6,5%	US\$ 150.914	US\$ 155.366	▼2,9%
FFO US\$/pé <sup>2</sup>	13,8 US\$/sqf	13,6 US\$/sqf	▲1,1%	39,2 US\$/sqf	43,0 US\$/sqf	▼8,6%
Margem de FFO	60,2%	52,6%	▲762 b.p	58,8%	56,1%	▲271 b.p
FFO por Ação	R\$ 0,56	R\$ 0,47	▲18,6%	R\$ 1,58	R\$ 1,46	▲8,2%

**Indicadores Financeiros e Operacionais**

Indicadores (R\$ '000)						
Performance do Mercado	3T11	3T10	Var. %	9M11	9M10	Var. %
Número de Ações	179.197.214	179.197.214	▲0,0%	179.197.214	179.197.214	▲0,0%
Ações Ordinárias	167.338.867	167.338.867	▲0,0%	167.338.867	167.338.867	▲0,0%
Ações Preferenciais	11.858.347	11.858.347	▲0,0%	11.858.347	11.858.347	▲0,0%
Preço Médio da Ação	R\$ 32,96	R\$ 33,27	▼0,9%	R\$ 33,51	R\$ 31,61	▲6,0%
Preço Final da Ação	R\$ 34,85	R\$ 35,90	▼2,9%	R\$ 34,85	R\$ 35,90	▼2,9%
Volume Médio Diário Negociado	9.669.080	8.685.857	▲11,3%	8.967.410	9.458.091	▼5,2%
Valor de Mercado (R\$ '000)	6.245.023	6.433.180	▼2,9%	6.245.023	6.433.180	▼2,9%
Dólar (US\$) Final do Trimestre	R\$ 1,88	R\$ 1,69	▲11,4%	R\$ 1,88	R\$ 1,69	▲11,4%
Dívida Bruta (R\$ '000)	R\$ 595.552	R\$ 533.155	▲11,7%	R\$ 595.552	R\$ 533.155	▲11,7%
Caixa (R\$ '000)	R\$ 532.860	R\$ 840.118	▼36,6%	R\$ 532.860	R\$ 840.118	▼36,6%
Dívida Líquida (R\$ '000)	62.692	(306.963)	N.D.	62.692	(306.963)	N.D.
P/FFO (últimos 12 meses)	16,0 x	18,2 x	▼11,8%	16,0 x	18,2 x	▼11,8%
EV/EBITDA (últimos 12 meses)	14,6 x	18,4 x	▼20,6%	14,6 x	18,4 x	▼20,6%
Dívida Líquida /EBITDA (últimos 12 meses)	0,14 x	(0,92) x	N.D.	0,14 x	(0,92) x	N.D.

Indicadores (R\$ '000)						
Operacional (100%)	3T11	3T10	Var. %	9M11	9M10	Var. %
ABL Total Final	551.759 m <sup>2</sup>	544.703 m <sup>2</sup>	▲1,3%	551.759 m <sup>2</sup>	544.703 m <sup>2</sup>	▲1,3%
ABL Própria Final	371.730 m <sup>2</sup>	359.921 m <sup>2</sup>	▲3,3%	371.730 m <sup>2</sup>	359.921 m <sup>2</sup>	▲3,3%
ABL Própria %	67,4%	66,1%	▲130 b.p	67,4%	66,1%	▲130 b.p
ABL Total Ajustada (média) <sup>1</sup>	537.359 m <sup>2</sup>	522.663 m <sup>2</sup>	▲2,8%	537.174 m <sup>2</sup>	518.601 m <sup>2</sup>	▲3,6%
ABL Própria Ajustada (média) <sup>1</sup>	357.330 m <sup>2</sup>	339.308 m <sup>2</sup>	▲5,3%	357.220 m <sup>2</sup>	335.996 m <sup>2</sup>	▲6,3%
<b>Vendas Totais</b>	<b>R\$ 1.950.693</b>	<b>R\$ 1.744.895</b>	<b>▲11,8%</b>	<b>R\$ 5.703.835</b>	<b>R\$ 5.045.080</b>	<b>▲13,1%</b>
Vendas Totais R\$/m <sup>2</sup>	3.630 R\$/m <sup>2</sup>	3.338 R\$/m <sup>2</sup>	▲8,7%	10.618 R\$/m <sup>2</sup>	9.728 R\$/m <sup>2</sup>	▲9,1%
Vendas Totais US\$/pé <sup>2</sup>	179,5 US\$/sqf	183,8 US\$/sqf	▼2,3%	524,9 US\$/sqf	535,5 US\$/sqf	▼2,0%
Vendas nas Mesmas Lojas R\$/m <sup>2</sup>	▲7,5%	▲13,7%	▼620 b.p	▲7,9%	▲13,0%	▼510 b.p
Vendas na Mesma Área R\$/m <sup>2</sup>	▲7,7%	▲15,1%	▼740 b.p	▲8,3%	▲14,9%	▼660 b.p
Aluguel nas Mesmas Lojas R\$/m <sup>2</sup>	▲16,0%	▲6,6%	▲940 b.p	▲14,1%	▲4,9%	▲920 b.p
Aluguel na Mesma Área R\$/m <sup>2</sup>	▲15,1%	▲5,9%	▲920 b.p	▲12,6%	▲4,5%	▲810 b.p
<b>Custos de Ocupação</b>	<b>13,1%</b>	<b>13,5%</b>	<b>▼40 b.p</b>	<b>13,2%</b>	<b>13,3%</b>	<b>▼10 b.p</b>
Aluguel como % das Vendas	7,8%	7,8%	00 b.p	7,8%	7,5%	▲30 b.p
Outros como % das Vendas	5,3%	5,7%	▼40 b.p	5,4%	5,8%	▼40 b.p
<b>Turnover</b>	<b>0,6%</b>	<b>1,1%</b>	<b>▼50 b.p</b>	<b>0,5%</b>	<b>3,3%</b>	<b>▼280 b.p</b>
Taxa de Ocupação	98,1%	98,4%	▼30 b.p	98,2%	98,4%	▼20 b.p
Inadimplência (Atraso 25 dias)	0,9%	1,6%	▼70 b.p	0,9%	1,5%	▼60 b.p
Perda de Aluguel	2,4%	1,1%	▲130 b.p	1,3%	0,8%	▲50 b.p

<sup>1</sup> ABL ajustada corresponde a média da ABL do período, excluindo 14.400 m<sup>2</sup> do supermercado BIG, no BarraShoppingSul.

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

(R\$ '000)	3T11	3T10	Var. %	9M11	9M10	Var. %
Locação de lojas	111.301	93.765	▲18,7%	325.202	278.039	▲17,0%
Serviços	23.644	18.347	▲28,9%	64.056	54.133	▲18,3%
Cessão de direitos	9.802	8.384	▲16,9%	29.009	25.913	▲11,9%
Receita de estacionamento	19.775	16.825	▲17,5%	57.374	48.325	▲18,7%
Venda de imóveis	10.515	13.719	▼23,4%	32.575	34.975	▼6,9%
Apropriação de receita de aluguel linear	6.050	8.319	▼27,3%	19.807	23.762	▼16,6%
Outras	731	591	▲23,7%	1.453	2.140	▼32,1%
<b>Receita Bruta</b>	<b>181.818</b>	<b>159.950</b>	<b>▲13,7%</b>	<b>529.476</b>	<b>467.287</b>	<b>▲13,3%</b>
Impostos e contribuições sobre vendas e serviços prestados	(16.160)	(13.438)	▲20,3%	(47.323)	(41.300)	▲14,6%
<b>Receita Líquida</b>	<b>165.658</b>	<b>146.512</b>	<b>▲13,1%</b>	<b>482.153</b>	<b>425.987</b>	<b>▲13,2%</b>
Despesas de sede	(20.955)	(24.744)	▼15,3%	(62.652)	(70.136)	▼10,7%
Despesas remuneradas baseadas em opções de ações	(2.040)	(1.382)	▲47,6%	(5.549)	(3.926)	▲41,3%
Despesas de shopping centers	(15.378)	(14.990)	▲2,6%	(48.054)	(46.571)	▲3,2%
Despesas com novos projetos para locação	(2.537)	(13.145)	▼80,7%	(9.278)	(30.192)	▼69,3%
Despesas com novos projetos para venda	(4.497)	(795)	▲465,7%	(6.973)	(1.566)	▲345,3%
Custo de imóveis vendidos	(9.852)	(7.420)	▲32,8%	(33.234)	(19.797)	▲67,9%
Resultado de equivalência patrimonial	141	1.777	▼92,1%	1.523	(3.174)	na
Outras receitas (despesas) operacionais	1.020	(12.801)	na	3.614	(11.401)	na
<b>EBITDA</b>	<b>111.560</b>	<b>73.012</b>	<b>▲52,8%</b>	<b>321.550</b>	<b>239.224</b>	<b>▲34,4%</b>
Receitas financeiras	18.406	24.567	▼25,1%	65.112	66.908	▼2,7%
Despesas financeiras	(9.593)	(9.208)	▲4,2%	(37.128)	(31.979)	▲16,1%
Depreciações e amortizações	(15.134)	(10.755)	▲40,7%	(44.392)	(31.750)	▲39,8%
<b>Lucro Antes do Imposto de Renda</b>	<b>105.239</b>	<b>77.616</b>	<b>▲35,6%</b>	<b>305.142</b>	<b>242.403</b>	<b>▲25,9%</b>
Imposto de renda e contribuição social	(17.313)	(1.676)	▲933,0%	(57.867)	(4.590)	▲1.160,7%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(19.329)	(27.001)	▼28,4%	(49.144)	(84.409)	▼41,8%
Participação dos acionistas minoritários	(3.329)	(2.585)	▲28,8%	(8.069)	(7.369)	▲9,5%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>65.268</b>	<b>46.354</b>	<b>▲40,8%</b>	<b>190.062</b>	<b>146.035</b>	<b>▲30,1%</b>

(R\$ '000)	3T11	3T10	Var. %	9M11	9M10	Var. %
<b>NOI</b>	<b>121.748</b>	<b>103.919</b>	<b>▲17,2%</b>	<b>354.329</b>	<b>303.555</b>	<b>▲16,7%</b>
<i>Margem NOI</i>	<i>88,8%</i>	<i>87,4%</i>	<i>▲139 p.b</i>	<i>88,1%</i>	<i>86,7%</i>	<i>▲136 p.b</i>
<b>NOI + Cessão de Direitos</b>	<b>131.550</b>	<b>112.303</b>	<b>▲17,1%</b>	<b>383.338</b>	<b>329.468</b>	<b>▲16,4%</b>
<i>Margem NOI + Cessão de Direitos</i>	<i>89,5%</i>	<i>88,2%</i>	<i>▲131 p.b</i>	<i>88,9%</i>	<i>87,6%</i>	<i>▲125 p.b</i>
<b>EBITDA de Shopping Centers</b>	<b>116.188</b>	<b>66.884</b>	<b>▲73,7%</b>	<b>330.570</b>	<b>231.877</b>	<b>▲42,6%</b>
<i>Margem EBITDA de Shopping Centers</i>	<i>74,4%</i>	<i>49,9%</i>	<i>▲2.451 p.b</i>	<i>73,1%</i>	<i>58,8%</i>	<i>▲1.422 p.b</i>
<b>EBITDA (Shopping Center + Imobiliário)</b>	<b>111.560</b>	<b>73.012</b>	<b>▲52,8%</b>	<b>321.550</b>	<b>239.224</b>	<b>▲34,4%</b>
<i>Margem de EBITDA</i>	<i>67,3%</i>	<i>49,8%</i>	<i>▲1.751 p.b</i>	<i>66,7%</i>	<i>56,2%</i>	<i>▲1.053 p.b</i>
<b>Lucro Líquido</b>	<b>65.268</b>	<b>46.354</b>	<b>▲40,8%</b>	<b>190.062</b>	<b>146.035</b>	<b>▲30,1%</b>
<i>Margem de lucro líquido</i>	<i>39,4%</i>	<i>31,6%</i>	<i>▲776 p.b</i>	<i>39,4%</i>	<i>34,3%</i>	<i>▲514 p.b</i>
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>84.597</b>	<b>73.355</b>	<b>▲15,3%</b>	<b>239.206</b>	<b>230.444</b>	<b>▲3,8%</b>
<i>Margem de lucro líquido ajustado</i>	<i>51,1%</i>	<i>50,1%</i>	<i>▲100 p.b</i>	<i>49,6%</i>	<i>54,1%</i>	<i>▼448 p.b</i>
<b>FFO</b>	<b>99.731</b>	<b>84.110</b>	<b>▲18,6%</b>	<b>283.598</b>	<b>262.194</b>	<b>▲8,2%</b>
<i>Margem FFO</i>	<i>60,2%</i>	<i>57,4%</i>	<i>▲279 p.b</i>	<i>58,8%</i>	<i>61,5%</i>	<i>▼273 p.b</i>

**Balço Patrimonial (R\$'000)**

<b>ATIVO</b>	<b>30/9/2011</b>	<b>30/6/2011</b>	<b>Varição %</b>
<b>Ativo Circulante</b>			
Disponibilidades e valores equivalentes	532.860	559.467	▼4,8%
Contas a receber	179.108	168.683	▲6,2%
Empréstimos e adiantamentos diversos	19.162	21.920	▼12,6%
Impostos e contribuições sociais a compensar	66.444	40.472	▲64,2%
Outros	12.929	14.040	▼7,9%
<b>Total do Ativo Circulante</b>	<b>810.503</b>	<b>804.582</b>	<b>▲0,7%</b>
<b>Ativo não Circulante</b>			
Contas a receber	36.767	37.044	▼0,7%
Terrenos e imóveis a comercializar	77.060	71.004	▲8,5%
Empréstimos e adiantamentos diversos	10.038	9.396	▲6,8%
Depósitos judiciais	24.901	23.592	▲5,5%
Outros	85	86	▼1,2%
Investimentos	10.799	10.657	▲1,3%
Propriedades para investimento	2.922.756	2.739.211	▲6,7%
Imobilizado	18.395	18.218	▲1,0%
Intangível	318.218	319.100	▼0,3%
<b>Total do Ativo não Circulante</b>	<b>3.419.019</b>	<b>3.228.308</b>	<b>▲5,9%</b>
<b>Total do Ativo</b>	<b>4.229.522</b>	<b>4.032.890</b>	<b>▲4,9%</b>
<b>PASSIVO</b>	<b>30/9/2011</b>	<b>30/6/2011</b>	<b>Varição %</b>
<b>Passivo Circulante</b>			
Empréstimos e financiamentos	51.089	46.629	▲9,6%
Contas a pagar	104.117	88.380	▲17,8%
Obrigações por aquisição de bens	38.892	40.361	▼3,6%
Impostos e contribuições a recolher	57.301	41.312	▲38,7%
Receitas diferidas	38.326	53.125	▼27,9%
Valores a pagar a partes relacionadas	450	325	▲38,5%
Outros	3.467	1.624	▲113,5%
<b>Total do Passivo Circulante</b>	<b>293.642</b>	<b>271.756</b>	<b>▲8,1%</b>
<b>Passivo não Circulante</b>			
Empréstimos e financiamentos	402.622	320.036	▲25,8%
Impostos diferidos	40.408	21.079	▲91,7%
Obrigações por aquisição de bens	102.949	111.346	▼7,5%
Parcelamento de impostos	952	993	▼4,1%
Provisão para contingências	21.338	21.425	▼0,4%
Receitas diferidas	168.766	151.454	▲11,4%
<b>Total do Passivo não Circulante</b>	<b>737.035</b>	<b>626.333</b>	<b>▲17,7%</b>
<b>Patrimônio Líquido</b>			
Capital social	1.761.662	1.761.662	▲0,0%
Reserva de capital	968.237	966.239	▲0,2%
Reserva de lucros	405.958	340.062	▲19,4%
Gasto com emissão de ações	(21.016)	(21.016)	▲0,0%
Ações em tesouraria	(40.340)	(33.161)	▲21,6%
Participação dos acionistas minoritários	124.344	121.015	▲2,8%
<b>Total do Patrimônio Líquido</b>	<b>3.198.845</b>	<b>3.134.801</b>	<b>▲2,0%</b>
<b>Total do Passivo e Patrimônio Líquido</b>	<b>4.229.522</b>	<b>4.032.890</b>	<b>▲4,9%</b>

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

<b>Fluxo de Caixa</b>	<b>9M11</b>	<b>9M10</b>
<b>Fluxo de caixa operacional</b>		
Lucro antes dos impostos	305.142	242.403
Depreciações e amortizações	44.392	31.752
Atualização de debêntures, empréstimos e obrigações por aquisição de bens	18.464	21.011
Outros ajustes ao lucro líquido	(25.764)	(20.382)
(Aumento) redução de ativo circulante	(88.505)	(16.104)
Aumento (redução) de passivo circulante	34.727	(7.810)
<b>Fluxo de caixa gerado pelas operações</b>	<b>288.456</b>	<b>250.870</b>
<b>Fluxo de caixa de investimentos</b>		
Aumento nos empréstimos e adiantamentos diversos	(1.809)	14.007
(Aumento) redução em propriedades para investimentos	(466.186)	(289.868)
Adições em Imobilizado	(1.259)	(3.684)
Adições em intangíveis	(549)	(9.737)
Outros	2.953	(3.029)
<b>Fluxo de caixa usado nas atividades de investimento</b>	<b>(466.850)</b>	<b>(292.311)</b>
<b>Fluxo de caixa de financiamentos</b>		
Aumento (redução) de empréstimos e financiamentos	162.977	118.960
Amortização de debêntures	(100.000)	-
Pagamento de juros dos empréstimos e financiamentos obtidos	(23.548)	(18.160)
Aumento do valor a pagar a partes relacionadas	(93.824)	2.060
Aumento de capital social	-	16.565
Pagamento de dividendos	(102.938)	(40.520)
Outros	73.748	(25.313)
<b>Fluxo de caixa gerado pelas atividades de financiamento</b>	<b>(83.585)</b>	<b>53.592</b>
<b>Fluxo de caixa</b>	<b>(261.979)</b>	<b>12.151</b>
Disponibilidades e valores equivalentes no início do período	794.839	827.967
Disponibilidades e valores equivalentes no final do período	532.860	840.118
<b>Varição no caixa</b>	<b>(261.979)</b>	<b>12.151</b>

## Glossário e Acrônimos

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

### Acrônimos:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**Aviso Legal**

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

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

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

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

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