

**Operadora:**

Bom dia, senhoras e senhores. Sejam bem-vindos à teleconferência dos resultados referentes ao 2T08 da Multiplan. Estão presentes conosco o Sr. José Isaac Peres, Presidente; Sr. Armando d'Almeida Neto, Diretor Financeiro e de Relações com Investidores; Sr. Marcello Barnes, Vice-Presidente de Desenvolvimento; e o Sr. Hans Melchers, Gerente de Planejamento e de RI.

Informamos a todos os participantes que a apresentação que será realizada a seguir está disponível para download no site [www.multiplan.com.br/ri](http://www.multiplan.com.br/ri). Informamos também que os participantes estarão apenas ouvindo a teleconferência durante a apresentação da Empresa, e em seguida iniciaremos a sessão de perguntas e respostas, quando mais instruções serão fornecidas. Caso algum dos senhores necessite de alguma assistência durante a conferência, queira, por favor, solicitar a ajuda de um operador digitando \*0.

Antes de prosseguir, gostaríamos de esclarecer que eventuais declarações que possam ser feitas durante essa teleconferência, relativas às perspectivas de negócios da Companhia, projeções e metas operacionais e financeiras, constituem-se em crenças e premissas da diretoria da Multiplan, bem como em informações atualmente disponíveis para a Companhia. Considerações futuras não são garantias de desempenho e envolvem riscos, incertezas e premissas. Estas se referem a eventos futuros e, portanto, dependem de circunstâncias que podem ou não ocorrer.

Investidores devem compreender que condições econômicas gerais, condições da indústria e outros fatores operacionais, podem afetar os resultados futuros da Empresa e podem conduzir a resultados que diferem, materialmente, daqueles expressos em tais considerações.

Gostaria agora de passar a palavra ao Sr. Isaac Peres, Presidente, que iniciará a apresentação. Por favor, Sr. Peres, pode prosseguir.

**Isaac Peres:**

Bom dia, senhores investidores. É com grande satisfação que apresentamos os resultados da Multiplan do 2T08. Neste último trimestre, tivemos expressivos resultados operacionais que comprovam a melhora substancial na administração dos nossos shopping centers.

Continuamos a investir também no desenvolvimento de novos empreendimentos e expertise; a marca registrada de nossa Empresa. Na verdade nós somos sempre mais fabricantes do que compradores, embora nunca deixemos de perder boas oportunidades de aquisição. Passarei rapidamente alguns números que exemplificam o acréscimo da nossa eficiência.

Em comparação do 2T do ano passado, nossa receita líquida cresceu 32%, alcançando R\$104 milhões. O lucro líquido ajustado à Multiplan aumentou 48%, e o nosso IBTDA ajustado, 38%. O fluxo de caixa operacional cresceu quase 50%, ou seja, 49% em relação ao mesmo período de 2007, atingindo cerca de R\$62 milhões.

Na parte operacional, o nosso Vice-Presidente de Operações, Eduardo Kaminitz Peres, e sua equipe, garantiram grandes resultados. Nossos shoppings centers tiveram vendas aumentadas na ordem de 20,4%, chegando a R\$1,170 bilhão. A receita de estacionamento cresceu 52% e foi impulsionada por novas operações no shoppings Anália franco e no

Parque Shopping Barigüi. A receita de merchandising também teve um excelente resultado, atingindo um crescimento expressivo de 67% em relação ao 2T07.

Marcelo Barnes, nosso Vice-Diretor de Desenvolvimento junto à sua equipe, fez a Multiplan crescer não apenas em números, mas também fisicamente. Anunciamos neste último trimestre o lançamento do Cristal Tower, uma torre comercial com 12.000 m<sup>2</sup> integrada ao Barra Shopping Sul, o mais novo Shopping da Multiplan e o maior da região sul do País, com a inauguração prevista para outubro deste ano.

No total, a Multiplan tem, além dos shoppings em operação, dois shoppings em construção, dois em desenvolvimento, outros cinco em expansão. Até 2009 mais de 800 novas lojas serão adicionadas ao nosso portfólio. E é importante notar que 80% das locações dessas lojas já foram realizadas.

Com muito esforço e dedicação, muitos projetos vêm sendo desenvolvidos e em breve novos empreendimentos serão anunciados, gerando novas receitas operacionais para a Empresa. Nosso Diretor Vice-Presidente de Relações com Investidores, Armando d'Almeida, trouxe uma nova estrutura para a Empresa com a contratação e novos talentos, a reestruturação da equipe de RI e o lançamento de um novo web site, estreitando os laços entre a Companhia e os investidores.

Construímos também uma nova filial em São Paulo no Centro Empresarial Morumbi Shopping – edifício recentemente concluído por nossa Empresa – aumentando a nossa equipe para nos dedicarmos ainda mais aos vários projetos na região, que concentra os nossos maiores investimentos no País.

No início deste mês a Standard & Poor's concedeu à Empresa a melhor classificação do setor de shopping centers e imobiliário até este momento, que também foi compartilhada com outras duas companhias. Gostaria muito de agradecer a Cadillac Fairview, nosso parceiro e sócio, pelas grandes contribuições que tem nos dado, destacando, ainda, que se trata de um dos maiores operadores de shopping centers da América do Norte e do Canadá.

A troca de conhecimento com a sócia canadense nos permitiu aprimorar a governança corporativa da nossa Empresa assim como o desenvolvimento de diversas outras áreas. Queria dizer também que estamos orgulhosos por a Multiplan ter sido eleita a melhor Companhia do Brasil no setor de construção e engenharia.

Segundo o jornal Valor Econômico, foi a empresa brasileira que teve o maior crescimento de sua receita líquida em 2007, cerca de 93%. Pelo esforço reconhecido pelo mercado é algo que nos motiva ainda mais para seguir fortemente o nosso caminho de crescimento e aumento de nossa eficiência, fazendo com que nossos shoppings sejam uma excelência em compras e um permanente centro de prazer para nossos clientes.

Os resultados desse trimestre são uma demonstração do esforço com o compromisso de toda a equipe da Multiplan em superar as metas e as nossas metas de crescimento já são ousadas; inovar, perpetuar a nossa marca, buscando sempre altos retornos para os nossos acionistas.

Gostaria de dizer finalmente que os nossos ativos correspondem a valor extremamente superior ao valor de mercado em Bolsa hoje. Naturalmente estamos atravessando uma conjuntura diversa, mas eu quero dizer aos senhores que a Companhia é uma companhia

que vale muito mais do que aquilo que está representado na Bolsa, e o futuro virá confirmar isso brevemente. Passo agora ao Armando, que dará continuidade a nossa apresentação. Muito obrigado.

**Armando d'Almeida Neto:**

Obrigado, Peres. Vou repetir algumas das suas palavras, que é um prazer grande estar aqui fazendo a apresentação desse 2T, mostrando o nosso crescimento e também o esforço no dia-a-dia da gestão do nosso shopping.

Passando para o slide número dois, o primeiro slide, para mostrar um pouco da nossa estrutura. Liderada pelo Dr. Peres, nosso presidente, nós temos três áreas integradas: nosso Vice-Presidente de Operações, Eduardo Peres; nosso Vice-Presidente de Desenvolvimento e Investimento, Marcelo Barnes; e eu, como Vice-Presidente Administrativo e Financeiro.

Além de nós, nós temos um grupo de profissionais experientes chefiando as diferentes divisões e áreas da Empresa. Nós estamos sempre buscando pessoas que possam agregar ao nosso grupo, trazendo experiência, trazendo área de atuação, assim como um paralelo; treinando, buscando e treinando novos profissionais que vão dar continuidade ao dia-a-dia da Companhia.

Começando agora pela área de operações, eu queria pedir para vocês mudarem para o slide quatro, por favor. Este aqui é uma tradução um pouco das perguntas mais frequentes respondidas. Apesar da redução na atividade de vendas, que é esperada com o aperto do ciclo econômico que nós estamos começando ou passando neste momento, as vendas dos nossos shoppings cresceram 20,4% quando comparado com o 2T07, e superando as vendas do varejo brasileiro, anunciadas pelo IBGE nesta manhã, de 9,40%.

Os nossos aluguéis nas mesmas lojas cresceram 9% neste trimestre, adicionando 179 b.p. em cima da inflação no mesmo período. Esse crescimento fica ainda mais destacado quando você compara com o crescimento de aluguel nas mesmas lojas de 9,6% no ano de 2007. Isso acho que valida a qualidade dos nossos shopping centers.

Se você fizer um *breakdown* da receita de aluguel, vamos ver que merchandising teve a maior contribuição percentual. Nos últimos anos, a Multiplan tem feito um esforço muito grande de capturar as oportunidades, na mídia, nos canais de mídia alternativa, que traduzi isso em uma receita na nossa linha que chama-se, nos Estados Unidos, *specialty* ou de mídia alternativa merchandising. A nova legislação tem também alavancando o resultado desse esforço, resultando em um crescimento de 67% nesse trimestre quando comparado com o 2T07. Mas ainda tem mais: vamos passar para o slide cinco, por favor.

A nossa receita bruta foi positivamente impactada por um crescimento em todas as linhas de receitas relacionadas a shopping centers. Os principais fatores para isso foram o crescimento de vendas, a redução da inadimplência, a manutenção de uma taxa de ocupação bastante alta, o sucesso na locação nas lojas, das expansões e dos novos desenvolvimentos e no *turnover* das lojas dos nossos shoppings devido à busca constante de um melhor *mix*; isso fazendo com que nossa receita bruta crescesse 32% nesse trimestre.

A receita de aluguel cresceu 26,5% e se você fizer uma análise mais detalhada vão ver que um dos maiores aumentos de receita veio da região de Belo Horizonte e de Ribeirão Preto; as duas cidades onde nós adquirimos shopping centers de terceiros esse ano, nesses

últimos 12 meses, destacando, com isso, o potencial de crescimento do Shopping Pátio Savassi e do Shopping Santa Úrsula.

As vendas nas mesmas lojas, o conceito de venda nas mesmas lojas subiram 11,4 % trimestre a trimestre. Um crescimento muito forte, considerando que no ano passado nós crescemos, pelo mesmo conceito, 16%.

Passando agora para o próximo slide, número seis. Acho que as palavras de relacionamento, “antecipar a nossa atitude de buscar outras receitas e inovação”, são provavelmente as palavras que melhor descrevem o sucesso do nosso time de merchandising. Nos nossos shoppings, as mais importantes companhias do Brasil estão olhando para um fluxo de consumidores específicos com a renda relativa ao público *target* dos nossos shoppings e buscando um conceito de *share of mind* e também de *share of pocket*; ou seja, buscando um impacto na receita, buscando ter um maior reforço nos seus *markets* devido ao público qualificado que circula em nossos shopping centers.

A receita líquida de estacionamento também teve um aumento bastante significativo. Uma combinação de um número maior de carros, uma permanência maior em nossos shoppings, e duas novas operações – no shopping Anália Franco, em São Paulo, e no ParkShopping Barigüi, em Curitiba – resultaram em um crescimento de 75,4% nesse trimestre. Olhando para frente nós ainda temos dois shoppings que não cobramos estacionamento e pretendemos estar cobrando em um futuro próximo. Com isso, a gente termina a parte de shopping centers, de operações e eu queria passar agora para a área de Marcelo de desenvolvimento.

#### **Marcelo Barnes:**

O slide oito é um slide bastante conhecido de todos nós, mas acho que ele resume bem tudo o que nós estamos fazendo neste momento. As sete expansões já em andamento, os dois shoppings em construção e os dois shoppings que estão no processo de planejamento e aprovação. E esse valor que nós temos indicado para CAPEX reflete somente os shoppings e os empreendimentos que já foram anunciados. Passando para a próxima página, página nove.

#### **Isaac Peres:**

Armando, eu queria chamar a atenção para o seguinte: sobre o banco de terrenos que nós temos hoje, que alcança mais ou menos 905.198 m<sup>2</sup>, quase um 1 milhão de m<sup>2</sup>, localizados nas melhores regiões, nos melhores pontos do Brasil. Isto vai refletir também em um grande potencial de crescimento. Eu queria só registrar isso.

#### **Marcelo Barnes:**

Obrigado, Dr. Peres. Passando para o próximo slide, o slide nove, por favor. A gente queria demonstrar o quanto essa Empresa Multiplan, o nosso time, está dedicado no desenvolvimento do nosso *pipeline* de projetos. Somente neste trimestre nós colocamos, investimos R\$90 milhões, para o desenvolvimento de novos shoppings e dez expansões, ou seja; o equivalente a 80% de todo o valor investido durante o ano de 2007.

Nós fizemos do zero quase todos os nossos shoppings. Somente dois shoppings foram aquisições, os outros nove foram desenvolvidos por nós. E nós estamos usando toda a experiência adquirida nesses longos anos da Multiplan para fazer dos próximos *malls*, dos próximos shoppings, desses que estão vindo agora, um tremendo sucesso.

E como um incentivo para esse trabalho duro de levantar os shoppings, nosso time, nossa equipe comercial, já alugaram 82% das 813 lojas que nós vamos adicionar nos shoppings até o final de 2009.

Resumindo, se eu agregar a isso toda a renovação que está acontecendo em vários de nossos shoppings, aquisição de terra e aquisição de shopping centers, nós investimos R\$140 milhões nesse 2T08. Passando para a página 10:

Passando para a página dez, nós queríamos falar um pouco da aquisição que nós fizemos em junho de 2007, há um ano, quando nós decidimos 83,8% do Shopping Pátio Savassi, que consolidava a nossa posição em uma das cidades mais ricas e a terceira maior cidade no Brasil, que é Belo Horizonte.

Como os senhores podem ver nesse gráfico, essa aquisição e consolidação nos levou a crescimentos muito fortes nos nossos *malls*; acima da média da Multiplan. Temos o Diamond Mall crescendo acima dos 32% em vendas por m<sup>2</sup>; o Pátio Savassi cresceu quase 36%, também em vendas por m<sup>2</sup>; e mesmo o BH Shopping, crescendo acima dos 16%, quando a média do nosso portfólio foi de 13,5%.

O *cap-in*, a taxa de desconto inicialmente utilizada nesse shopping foi 6,90% ao ano. Nesse primeiro ano o nosso retorno já foi de 7,6%. E olhando a expectativa de crescimento de aluguel, ainda o espaço que tem para crescimento de aluguel no Pátio Savassi, quando comparado ao BH Shopping e ao Diamond Mall, nós continuamos buscando uma taxa interna de retorno de 14% para esse projeto.

No nosso último slide da parte de desenvolvimento, eu queria falar do nosso Cristal Tower, um pré-lançamento anunciado aos senhores em meados de junho. Esse é um outro projeto multiuso, nosso shopping integrado ao nosso BarraShopping Sul, que vai vir para o mercado agora nesse 2S, dentro da nossa linha na Multiplan de aproveitar o crescimento que o shopping traz para aquela região mesmo antes de ter sido inaugurado.

E eu aproveitei também para destacar – apesar de ter sido feito pelo Dr. Peres – o nosso *land bank*, o nosso estoque de terrenos, acima dos 900.000 m<sup>2</sup> que ainda vai permitir muitos desenvolvimentos e projetos futuros.

Passando agora para a parte financeira no slide 13. Queria falar sobre algumas mudanças que foram implementadas pela nossa área de RI. Nós fizemos um estudo de percepção e decidimos mudar a forma de cálculo do nosso NOI. Nós queríamos um *approach* mais fácil, *user friendly*, alguma coisa que pudesse dar ainda mais transparência para os nossos investidores e analistas.

Esse modelo muda por uma visão do shopping center, buscando, baseado no resultado do shopping center, que coloca a parte de gestão e corretagem como despesa, e agora com um *approach*, com uma visão mais da Companhia baseado nos nossos resultados anunciados e excluindo a receita de gestão e corretagem.



Esse modelo a gente espera que faça mais fácil criar os modelos da Multiplan e também fazendo ainda mais fácil comparar o NOI da Multiplan com os seus parceiros de shopping centers. Com isso nós estamos reportando um NOI também com *key money* e apresentando um crescimento de 31,5% nesse 2T08. O nosso resultado líquido ajustado alcançou R\$54 milhões nesse trimestre, 42% de crescimento, enquanto o nosso EBITDA ajustado cresceu 38%, alcançando R\$63 milhões.

Na página 14, a nossa dívida bruta está em R\$241 milhões, e o nosso FFO teve um crescimento muito próximo dos 50% durante esse 2T acumulando R\$119 milhões nos seis primeiros meses do ano. Aproveitando para falar da geração de caixa, nós esperamos que o FFO da Empresa possa ser suficiente para financiar o CAPEX já anunciado e, de qualquer maneira, a Empresa se prepara e está pronta para alavancar até 3x o EBITDA se for necessário, conforme os nossos projetos sejam anunciados.

Nesse último slide. Nós estamos muito contentes em ter sido premiado pelo Valor1000 como a melhor empresa no setor de construção e engenharia. E também esse outro prêmio de marketing, que nós recebemos recentemente pelos 20 anos de campanha de marketing da Multiplan, só nos lembra que o negócio de shopping centers, assim como qualquer outro negócio, nós temos que fazer no dia-a-dia; a dedicação o esforço da nossa equipe no dia-a-dia dos shopping centers, sempre focando no consumidor e nos nossos lojistas.

Queria agradecer a participação de todos, passando para a sessão de perguntas, e lembrando que além do Dr. Peres e de mim, nós temos presentes o Eduardo Peres, o Marcelo Barns, e o Hans Melchers para responder qualquer pergunta que os senhores tenham. Obrigado

**Valdir Milani, Euro Ipo:**

Bom dia a todos, parabéns pela apresentação. A minha dúvida se refere a um quadro que aparece no slide 12 sobre o detalhamento da dívida da Empresa no 2T08. Ali aparecem duas informações, tanto no curto prazo quanto no longo prazo, de taxas de juro zero; eu gostaria de entender se houve um erro de grafia ou se realmente vocês têm empréstimos hoje a zero taxa de juros. Muito Obrigado.

**Armando d'Almeida Neto:**

Na verdade, só para esclarecer para todos os outros investidores que nos escutam, esse quadro da página 12 não está na apresentação, mas nos nossos resultados. E o que nós fizemos ali, Valdir, foi juntar várias outras dívidas menores que temos com diversos indicadores, e o zero foi colocado pela impossibilidade de transmitir alguma coisa quando você soma os juros de diferentes indicadores; não ia ser algo que desse a transparência, foi por isso.

**Valdir Milani, Euro Ipo:**

OK. Muito obrigado.

**Operadora:**

Encerramos neste momento a sessão de perguntas e respostas. Gostaria de passar a palavra ao Sr. Armando d'Almeida Neto para as considerações finais.

**Armando d'Almeida Neto:**

Na verdade, a palavra vai ser passada para o Dr. José Isaac Peres.

**José Isaac Peres:**

Vocês que nos escutaram, tiveram paciência de nos ouvir, queria agradecer mais uma vez essa oportunidade de a Empresa estabelecer esse contato mais próximo, ressaltando sempre que nós estamos sempre disponíveis inteiramente a qualquer momento para responder qualquer pergunta ou qualquer esclarecimento.

Se qualquer dúvida ou qualquer pergunta não foi suficientemente bem respondida, o nosso gerente de RI, Hans Melchers, está aqui permanentemente na Empresa para esclarecer qualquer ponto. Finalmente dizer que nossos planos para o futuro continuam apontando para as nossas previsões de um crescimento acelerado independentemente da conjuntura econômica, uma vez que o endividamento da Companhia é praticamente zero, então nós temos um fluxo de caixa que nos permite sustentar todos os investimentos futuros.

**Operadora:**

Obrigada. A teleconferência dos resultados do 2T08 da Multiplan está encerrada. Por favor, desconectem suas linhas agora.

"Este documento é uma transcrição produzida pela MZ. A MZ faz o possível para garantir a qualidade (atual, precisa e completa) da transcrição. Entretanto, a MZ não se responsabiliza por eventuais falhas, já que o texto depende da qualidade do áudio e da clareza discursiva dos palestrantes. Portanto, a MZ não se responsabiliza por eventuais danos ou prejuízos que possam surgir com o uso, acesso, segurança, manutenção, distribuição e/ou transmissão desta transcrição. Este documento é uma transcrição simples e não reflete nenhuma opinião de investimento da MZ. Todo o conteúdo deste documento é de responsabilidade total e exclusiva da empresa que realizou o evento transcrito pela MZ. Por favor, consulte o website de relações com investidor (e/ou institucional) da respectiva companhia para mais condições e termos importantes e específicos relacionados ao uso desta transcrição."