

**Operadora:**

Bom dia, senhoras e senhores. Sejam bem-vindos à teleconferência dos resultados referentes ao 2T09 da Multiplan. Estão presentes conosco o Sr. José Isaac Peres, Presidente, Sr. Armando d'Almeida Neto, Diretor Vice-Presidente e de Relações com Investidores, Sr. Hans Melchers, Gerente de Planejamento, e o Sr. Rodrigo Krause, Superintendente de Relações com Investidores.

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).

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

**José Isaac Peres:**

Bom dia a todos vocês. É um prazer estar mais uma vez aqui anunciando os resultados do 2T09. Apesar da crise, nós continuamos crescendo, e isso é muito positivo. Gostaria de começar falando das vendas que, mais uma vez, apresentaram acréscimo de 20% em comparação ao mesmo período do ano passado.

É preciso registrar que, enquanto o mundo inteiro teve suas vendas no consumo diminuídas, nós aqui crescemos 20% em relação ao ano passado. É um desempenho, a meu ver, bem acima do varejo nacional, conforme nós vamos demonstrar. Enquanto os nossos shoppings cresceram 23% em abril e 18% em maio, comparados aos mesmos meses do ano anterior, o desempenho do varejo nacional nesse período foi da ordem de 7% e 4%, respectivamente. Portanto, bem abaixo do nosso desempenho.

As vendas das mesmas lojas no 2T cresceram 10%, e as do varejo nacional cresceram 5,1%, segundo fonte do IBGE. As lojas-âncora, que não tinham tido um desempenho muito positivo no 1T, também se destacaram, crescendo cerca de 14%.

O resultado positivo nas vendas do portfólio da Multiplan se deve, sobretudo, aos nossos shoppings, que são muito consolidados, alguns com cerca de 30 anos, e os novos shoppings também, que conservaram as mesmas características dos nossos shoppings dentro de um padrão que prima pela excelência e pela qualidade.

Já no 2T, eles apresentaram um crescimento de 13% em comparação ao mesmo período do ano passado. A receita total de aluguel, e este é o ponto mais importante, cresceu 25% em relação ao 2T08, beneficiada não só pelas expansões, que foram recentemente inauguradas, mas também pelo bom desempenho das mesmas lojas. Quando comparamos o rendimento dos alugueis das mesmas lojas, verificamos um crescimento de 14%, o que, de certa forma, comprova o aumento da nossa eficiência e sobretudo da nossa capacidade gerencial.

Nossos resultados operacionais mantiveram um crescimento constante: registramos um aumento de 25% no resultado líquido operacional, NOI, correspondendo a R\$80 milhões, com uma margem de 85%. Já o nosso *core* EBITDA, que considera apenas as receitas e despesas relativas aos shopping centers, acumulou R\$68 milhões no 2T09, também com um crescimento de 18% frente ao mesmo período do ano passado.

Queremos registrar também, com satisfação, que ontem nós inauguramos a primeira expansão do shopping Anália Franco, acrescentando à ABL já existente mais 12.000 m<sup>2</sup>. O shopping passa agora a ter 51.000 m<sup>2</sup>. É importante considerar que o shopping inaugurou 100% locado e eu diria que 90% das lojas inauguradas na data, conforme nossa previsão. Com isso, ele se tornou o quarto maior centro comercial do nosso grupo.

No dia 30 de julho nós entregamos as chaves aos lojistas do shopping Vila Olímpia. Quem está aqui em São Paulo e passa pelo bairro já pode ver que o shopping já está quase pronto, e sua inauguração vai acontecer no dia 12 de novembro deste ano.

Em maio fizemos a nossa primeira emissão de debêntures, remuneradas a uma taxa de 117% do CDI, que foi uma taxa muito boa. Isso foi realmente mais uma emissão para testar a credibilidade da nossa Companhia, como o mercado aceitava a emissão desses papéis. São papéis que não tinham garantia, a garantia era apenas da nossa Empresa. Nós começamos com a faixa de 125 e terminamos com 117, e hoje consideramos a Selic em torno de 8,25%, corresponde a um financiamento da ordem de 10,2% ao ano, sem correção, o que nós consideramos um bom resultado.

Quero deixar claro a vocês que a vocação da nossa Companhia é, evidentemente, desenvolver projetos. Nós somos, conforme já disse a vocês, fabricantes. Nós compramos também, mas eu sempre digo o seguinte: quem sabe, faz; quem não sabe, compra. Nós vamos continuar fazendo, criando novos projetos, inovando, o que nos consagrou ao longo desses anos todos como grandes *developers*, permitindo chegar até onde chegamos. Costumamos dizer que o segredo da Multiplan é fazer bem feito. O segredo do sucesso é fazer bem feito.

Para fazer bem feito vocês precisam entender que precisamos gostar do que fazemos, e eu queria dizer a vocês que a nossa Companhia ama aquilo que faz, por isso faz muito bem feito. A sociedade sempre admira, promove e eleva todas as coisas que são realmente bem feitas, e nós vamos continuar aperfeiçoando os nossos projetos e cada nova inauguração nossa vocês vão ver que a Companhia se supera na qualidade de seus projetos.

Queria agradecer a vocês dizendo, finalmente, que a Companhia teve um lucro expressivo também, o Armando vai comentar, um EBITDA também superior à nossa previsão, apesar de nós termos enfrentado esse 1S, que foi um 1S difícil para o mundo inteiro e também para o Brasil, que teve um PIB negativo. Mas o nosso PIB foi positivo. Muito obrigado.

#### **Armando d'Almeida Neto:**

Obrigado, Dr. Peres. Bom dia a todos. Obrigado por participar do nosso *conference call*. Vamos rapidamente passar pelos slides e seguir, então, para a sessão de perguntas. Vamos começar pelo slide número dois, por favor, onde mais uma vez podemos notar que as vendas dos nossos shoppings apresentaram forte crescimento de 20,3% no 2T09 sobre 2T08. Aliás, se olharmos a série histórica, notaremos que há sete anos as vendas aumentam em mais de 10% ao ano.

Conforme mencionado há pouco, pelo Dr. Peres, o crescimento dos nossos primeiros shoppings, que foram o BHShopping, em Belo Horizonte, o RibeirãoShopping, na cidade de Ribeirão Preto, o MorumbiShopping, aqui em São Paulo, o BarraShopping, no Rio de Janeiro, e o ParkShopping, em Brasília, todos com mais de 25 anos em operação, apresentaram um crescimento médio de 14% em vendas nesse trimestre.

Quanto às novas áreas recém-inauguradas, destacamos a forte contribuição do BarraShoppingSul, que só nesse trimestre apresentou vendas acima de R\$100 milhões, superando as nossas estimativas já neste primeiro ano de funcionamento.

Foi anunciado nesta manhã o crescimento do varejo brasileiro de junho, de 5,6%, perfazendo uma média no trimestre de 5,1%, e uma vez mais as nossas vendas têm superado historicamente o crescimento do varejo nacional. Pela análise das mesmas lojas, notamos também um forte crescimento sobre a inflação medida pelo IPCA, um crescimento real de 4% nesse trimestre. Os quase 10% de aumento, seja medido pelas mesmas áreas ou por conceito de mesmas lojas, foram em parte alavancados pela melhor performance das lojas-âncora neste período, conforme podemos notar no slide seguinte, o de número três.

Depois de vários trimestres, as lojas-âncora tiveram um desempenho significativamente melhor do que as satélites. Entre os vários setores, destacamos o bom desempenho das livrarias, lojas de eletro-eletrônico, moda, entretenimento e aquelas beneficiadas pelo postergamento da Páscoa. A boa performance de vendas se reflete também nos nossos alugueis.

Aproveitando para passar ao slide quatro, o crescimento de receita de locação foi de 25%, com aluguel nas mesmas lojas aumentando 14% e os alugueis nas mesmas áreas aumentando 13%. Com uma única exceção, todos os shoppings apresentaram crescimento das mesmas lojas acima de 11%, destacando o nosso shopping em Curitiba, o ParkShoppingBarigüi, com crescimento de 17,5%.

Passemos agora para o slide número cinco, por favor, onde nós vamos falar sobre *mix* de lojas e receitas. As alterações no *mix* das operações no ano passado fizeram com que o 2T08 tivesse uma importante elevação de receitas de cessão de direitos e de serviços, que, agora, com um *turnover* menor apresentado nesse trimestre, de 1%, comparado com os 1,5% do mesmo trimestre do ano passado, teve impactando a receita de cessão de direitos e serviços. Por outro lado, este alinhamento de *mix* foi também importante gerador do aumento de receitas de locação, que superou a contração nessas receitas de cessão de direitos e serviços nesse trimestre.

Outro destaque também foi o aumento na receita de estacionamento, conforme podemos ver no próximo slide, número seis. O movimento de veículos nos nossos shoppings tem sido intenso e, no caso do BarraShoppingSul, como consequência desse forte fluxo de carros, pudemos antecipar a cobrança de estacionamento, praticamente dois anos antes do planejado. A cobrança por estacionamento, junto com o relativo baixo custo de implementação e administração, tem gerado resultados importantes para a Empresa. Temos hoje mais de 30.000 vagas, cuja receita líquida aumentou 57% no comparativo entre o 2T deste ano com o do anterior. Isso representou, só nesse semestre, R\$23 milhões.

Continuamos a investir para melhor atender ao nosso crescente número de clientes, agregando novas vagas e investindo em equipamentos mais modernos e também com menor custo de operação. Recentemente, novas vagas foram adicionadas em nosso shopping em Curitiba, um *deck parking* em Belo Horizonte e em breve um outro *deck parking* no ParkShopping, em Brasília, com 1.600 novas vagas.

Passamos agora para o slide sete, onde notamos que o nosso lucro operacional líquido, ou NOI, alcançou R\$80 milhões, um aumento de 25%, antes de adicionarmos os R\$8 milhões

de cessão de direitos contratados nesse trimestre. A abertura de novas operações e o crescimento de receitas trouxe economias de escala para a nossa Empresa. A receita de shopping centers cresceu 23% enquanto as despesas, 12%, elevando a nossa margem NOI para 85%, o que poderia ter sido ainda melhor devido às despesas de corretagem relacionadas aos projetos que estão em desenvolvimento, ou seja, ao futuro crescimento da Companhia, e também ao *turnaround* do Shopping Santa Úrsula.

No slide oito, eu queria comentar sobre o lucro líquido, que foi, nesse trimestre, de R\$46 milhões, acumulando R\$90 milhões já nos primeiros seis meses do ano, um crescimento muito forte quando comparado com o lucro líquido do ano passado, mas uma redução quando comparamos com o lucro líquido ajustado no 1S08, devido em parte às despesas finais do projeto imobiliário Royal Green Península e também ao aumento nas despesas financeiras por conta do financiamento de projetos em construção, que terão impacto positivo em nossas receitas ao longo dos próximos trimestres.

Aproveito já para esclarecer aqui que as despesas maiores, por conta do projeto imobiliário Royal Green Península, têm também ainda como receita 11 unidades para entrar, onde estimamos um valor de R\$16 milhões e que esperamos que em breve serão vendidas, impactando positivamente as despesas que nós vimos nesses dois últimos trimestres.

Passemos para o slide número nove, por favor. Como o Dr. Peres mencionou, no mês de junho concluímos a nossa primeira emissão de debêntures, no montante de R\$100 milhões. As debêntures contribuíram para o alongamento do prazo de amortização de dívida e também para a redução no nosso custo da dívida, deixando a Empresa em uma situação de caixa ainda mais confortável, conforme podemos detalhar no slide seguinte.

No slide número dez, nós continuamos com baixa alavancagem, menos de 1x o EBITDA. O fluxo de caixa continua forte, sobretudo como resultado do alto índice de ocupação e da inadimplência, que vem diminuindo dentro do previsto, considerando-se que, historicamente, o 1T apresenta níveis mais elevados de atraso por conta do aluguel dobrado do fim de ano. Adicionalmente, o volume de perdas tem diminuído significativamente, de 1,7% para 0,4% nesse trimestre, o que reforça ainda mais a nossa solidez na geração de caixa.

Eu queria muito destacar os investimentos que nós temos feito. O CAPEX econômico que nós temos esperado para este 2S é coberto suficientemente pela nossa geração de caixa, para atender às necessidades de financiamento dos projetos em andamento. Seguimos o nosso ritmo forte de investimentos com R\$150 milhões investidos apenas em shopping centers nesse 1S, e outros R\$180 milhões que estão programados para a segunda parte do ano. Uma vez mais, investimento apenas em shopping centers.

Aliás, passando para o slide 11, onde apresentamos o uso de parte desses investimentos com a entrega da expansão do shopping Anália Franco ontem. O *mix* do projeto conta com diversas lojas exclusivas, em uma expansão que elevou o Anália Franco à posição de quarto maior shopping de nossa rede em ABL. O shopping, que sempre foi um destaque da Região Leste da capital paulista, teve sua expansão 100% locada, contando com 66 novas operações abertas no dia de ontem, de um total de 76. Ontem foi o primeiro dia que a expansão esteve aberta ao público e convidamos todos para conhecer estes mais de 12.000 m<sup>2</sup> de ABL inaugurados.

Nos slides 12 e 13, nós vamos ver que em relação às novas áreas a serem adicionadas, temos 91% já locadas. Fizemos recentemente a entrega das chaves do nosso novo projeto

em São Paulo, o shopping Vila Olímpia, e também da expansão frontal do ParkShopping, em Brasília. Ambos com inauguração prevista para este 2S do ano. Para o próximo ano, temos ainda planejada a expansão do BShopping e do ParkShoppingBarigüi, que, por sinal, terá em breve sua construção iniciada, dado que já atingiu a marca de 70% das lojas locadas.

Por fim, nós estamos bastante positivos quanto a expectativa dos nossos lojistas retomando planos de expansão, bancos oferecendo linhas de créditos mais atrativas, e desenvolvimento de projetos para nosso *land bank*. Gostaria de passar para a sessão de perguntas, e destacar que, além do Dr. Peres, nós temos também o Marcelo Barnes, que é o nosso Vice-Presidente de Desenvolvimento, nós temos o Rodrigo Krause, que começou há duas semanas na Empresa e está liderando a área de Relação com Investidores, e o Hans Melchers, que é o nosso já conhecido, que acumulava as áreas de Planejamento e RI, e agora passa a se dedicar integralmente às demandas internas da Companhia, que tem na área de Planejamento.

Então, muito obrigado a todos. Estamos prontos para as perguntas.

**Rafael Pinho, Banco Safra:**

Bom dia a todos. A pergunta é relativa à questão de avaliação dos ativos. Vocês já tiveram a prática de soltar a avaliação dos ativos, e a gente leu hoje o Valor lembrando ao mercado de que a partir do ano que vem a avaliação dos ativos poderá ser usada para ajustar a questão do valor dos ativos das empresas no balanço.

Está nos planos da Empresa voltar a fazer essa avaliação, especialmente em face das últimas aberturas, inaugurações de expansões e afins, que com certeza aumentaram o valor desses ativos? Eu queria entender um pouco qual é a visão de vocês a respeito dessas mudanças, e, além disso, pegar um pouco de visão do que vocês estão vendo de demanda. A gente viu um 2T bastante forte, acredito que até então a economia ainda estava começando a se estabilizar, e agora do 3T se espera um movimento um pouco mais forte. Queria entender qual é a visão de vocês, ou o que vocês já podem dar de dados factuais a respeito dessa recuperação do consumo.

**José Isaac Peres:**

Rafael, eu quero lhe dizer o seguinte: de fato, nós tomamos a iniciativa já há algum tempo de pedir uma avaliação dos ativos, em uma fase em que evidentemente a Bolsa havia sofrido um impacto muito grande, e evidentemente nós ficávamos meio indignados porque apenas um shopping nosso correspondia ao valor total de mercado da Empresa.

Então, dissemos “bom, vamos mandar fazer uma avaliação”. Pedimos à LaSalle, ela levou meses para fazer um estudo bastante profundo e concluiu realmente, pela avaliação dos ativos, que somando o nosso *land bank* mais a avaliação dos shoppings que estavam em operação, dava um valor próximo de R\$7 bilhões, enquanto, naquela época, a Companhia negociava em torno de R\$2 bilhões. Isso é apenas para mostrar que, realmente, o mercado estava muito distorcido.

De fato, ainda hoje as nossas ações tiveram uma valorização expressiva, mas elas estão ainda a menos da metade do valor de mercado de cada ativo. Se nós vendêssemos cada ativo, certamente apuraríamos muito mais do que consta em Bolsa. Não é o nosso objetivo,

porque não vamos matar a 'galinha dos ovos de ouro'. O nosso negócio é fazer shopping, administrar e receber renda ao longo dos próximos anos.

Com relação a esse 2S, estamos muito positivos. Nós temos inclusive ideia de em breve anunciar novos lançamentos de novos shoppings, estamos estudando as melhores alternativas, mas também voltamos a estar muito otimistas, e o mês de julho demonstrou que nós já ultrapassamos a crise, porque teve um crescimento bastante expressivo também em relação ao ano passado. Não sei se respondi tudo.

**Armando d'Almeida Neto:**

Eu queria só adicionar, Rafael, que nós estamos aguardando os diversos pareceres contábeis. Nossa interpretação é que a Lei 11.638 ainda não permite incorporar a reavaliação ao balanço. Então, por exemplo, o nosso imobilizado hoje é da ordem de R\$1,711 bilhão, comparado com a avaliação que o Dr. Peres acabou de mencionar, feita pela LaSalle. Então, ainda não permite incorporar, embora o parecer contábil número 28, CPC 28, já mande fazer.

Então, estamos aguardando os diversos pareceres e vamos seguir, obviamente, as instruções junto com nossos auditores.

**Rafael Pinho:**

OK. Obrigado, e bom dia para vocês.

**Operadora:**

Não havendo mais perguntas, gostaria de passar a palavra para o Sr. Isaac Peres, para últimas considerações. Sr. Peres, prossiga com suas últimas considerações.

**José Isaac Peres:**

Eu queria agradecer a atenção de vocês e a confiança que têm demonstrado ao longo desses anos, investindo na Companhia. E queria dizer a vocês que podem confiar, podem acreditar que a Multiplan vai crescer muito nos próximos anos, e agora mais ainda, já que consideramos a crise, que se falava tanto, uma coisa do passado. Muito obrigado a vocês.

**Operadora:**

Obrigada. A teleconferência dos resultados do 2T09 da Multiplan está encerrada. Por favor, desconectem suas linhas agora, e tenham um bom dia.

“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.”