

Operadora:

Bom dia, senhoras e senhores. Sejam bem-vindos à teleconferência dos resultados referentes ao 1T09 da Multiplan. Estão presentes conosco o Sr. José Isaac Peres, Presidente, Sr. Armando d'Almeida Neto, Diretor Vice-Presidente e Diretor de Relações com Investidores, Sr. Marcello Barnes, Diretor 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.

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 esta 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 futuras.

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

José Isaac Peres:

Prezados amigos, caros investidores, bom dia. Eu tenho a satisfação de comunicar a vocês que o 1T09 foi bastante positivo para a Multiplan. As vendas em nossos shoppings subiram 21% em comparação ao 1T08, alcançando a cifra de R\$1,3 bilhão, o que confirma o sucesso do nosso portfólio.

O EBITDA cresceu 17,8%, atingindo R\$60 milhões, enquanto o lucro líquido da Multiplan chegou a R\$44,2 milhões, acusando um crescimento de 240% em relação ao trimestre passado.

Destacamos, ainda, que a receita de locação cresceu 31% em comparação com o 1T08, impulsionada pelas novas áreas inauguradas no ano passado e pelo ótimo desempenho das vendas dos lojistas nos últimos trimestres. A receita de merchandising também foi muito expressiva, alcançando a cifra de 35%.

Na parte operacional nós implementamos, nesse 1T09, nosso novo sistema de gerenciamento empresarial, com o objetivo de melhor processar as informações geradas

pela Empresa. Esse sistema vai integrar todas as áreas da Empresa, aumentando consideravelmente a eficiência dos processos administrativos.

Por outro lado, os projetos já inaugurados no ano passado já operam com sucesso e começam a render resultados para a Empresa. O mais novo integrante da nossa família, o Barra Shopping Sul, é motivo de muito orgulho para toda a nossa equipe. Inaugurado em novembro de 2008, o empreendimento já se consolida como uma das principais referências de compra e lazer em Porto Alegre.

Iniciamos, também, dentro desse mesmo projeto, a construção do Cristal Tower, que já conta com 70% de suas unidades vendidas. Destinada a prestadores de serviços, esta torre será interligada por uma passarela ao Barra Shopping Sul, buscando promover um efeito sinérgico entre os dois empreendimentos. Trabalho, serviços, compras, lazer lado a lado, o que tem sido uma estratégia bem sucedida da Empresa.

Em mais de 30 anos à frente da Multiplan, tive a felicidade de participar e testemunhar transformações importantes nas principais capitais do País. Foi assim na zona sul de Belo Horizonte, com a construção do BH Shopping, na zona oeste do Rio de Janeiro, com a criação do Barra Shopping, na Barra da Tijuca, foi assim também em outras grandes cidades como São Paulo, Ribeirão Preto e Brasília.

Vejo agora a zona sul de Porto Alegre com mais um motivo de orgulho, de fator muito promissor para o desenvolvimento da região no futuro. É profundamente gratificante e inspirador saber que os nossos shoppings centers contribuem para revolucionar e acelerar o desenvolvimento das grandes cidades e regiões do País, mas acelerar e impulsionar positivamente, de uma forma construtiva, que é o que tem acontecido.

Por essa razão, nós continuamos a desenvolver projetos, principalmente nesta época mais crítica, estamos usando muito mais a nossa massa cinzenta, trabalhando em cima dos projetos, aguardando novas oportunidades quando os financiamentos se tornarem mais viáveis, para lançar novos projetos e novos empreendimentos.

É expressivo, também, ressaltar que, com a redução já anunciada pelo Governo da taxa de juros e as mudanças na regra da caderneta de poupança, é provável que o nosso ativo se valorize ainda mais, uma vez que somos grandes geradores de renda real. Nosso fluxo de caixa, que antes eram descontados a uma taxa de 6%, 7%, imagino que, com a queda do rendimento da poupança, eles passarão a ter outra visibilidade, outro potencial de valor, considerando que é previsível que a taxa de juros nominal e real caia expressivamente. Nós estimamos que a taxa real de juros este ano fique em torno de 4% a 4,5%, o que é muito bom para o nosso negócio.

Finalmente, cabe ressaltar que cerca de 600 lojas serão abertas em nossos shoppings até 2010, aliás provavelmente até o 1T10, e isto demonstra um potencial de crescimento da Empresa e a demanda de novos espaços em nossos empreendimentos. Esses espaços estão praticamente todos comercializados, nós não temos vacância, sob o ponto de vista de locações.

Já no 2T09 nós vamos inaugurar mais um shopping em São Paulo, que é o Vila Olímpia, que já tem 87% das suas lojas locadas.

Eu agradeço o apoio e a confiança dos senhores investidores. Reitero que a nossa equipe está empenhada em fazer de 2009 mais um ano de crescimento significativo e resultados

gratificantes. Apesar da crise, vamos bater na madeira três vezes aqui, nós continuamos crescendo. Passo a palavra agora ao Armando, para dar continuidade à nossa apresentação.

Armando D’Almeida Neto:

Obrigado, Dr. Peres. Bom dia a todos. Seguindo a nossa apresentação, vamos iniciar com os destaques operacionais na página dois. Nesse trimestre, nós continuamos fazendo um ajuste fino no *mix* de lojas. Com uma visão de longo prazo, estamos focados em trazer as melhores operações para os nossos shoppings, atendendo às necessidades e demandas dos consumidores. Isso acaba se refletindo em vendas; vendas não somente nas áreas originais dos empreendimentos, como podemos ver nos resultados de 5,1% das vendas nas mesmas lojas, e 8,5% das vendas nas mesmas áreas, tendo esse último, inclusive, superado a inflação medida pelo IPCA. Mas também de R\$110 milhões em vendas oriundas dos projetos entregues durante o último trimestre de 2008. A soma de tudo nos dá um crescimento de 21% em vendas nos nossos shoppings, comparados a 3,8% do crescimento do varejo, divulgado pelo IBGE nesta manhã, e conforme a tabela do canto direito acima, na apresentação.

Esse desempenho histórico de vendas foi um dos principais fatores que nos permitiu trazer um forte crescimento na receita de aluguel, de 13,2%, quando medida pelo aluguel nas mesmas lojas, e 12,6%, pelo aluguel nas mesmas áreas. Outra vez as novas áreas recém adicionadas não somente performaram em vendas, mas também trouxeram para a Multiplan R\$9 milhões em aluguel durante o 1T09.

Esse crescimento também se reflete no nosso próximo slide, o número três. A receita bruta cresceu 32% nesse 1T, crescendo fortemente em todas as receitas relacionadas a shopping center, conforme os senhores podem ver na tabela da esquerda, no alto. A receita de aluguel, que representa 67% da receita da Multiplan, aumentou 31%. O aluguel fixo apresentou um crescimento de 33%, alavancado pelas novas áreas e adicionadas ao aumento de 16,6% no aluguel das áreas originais.

A receita de merchandising também trouxe uma contribuição expressiva, especialmente se considerarmos o atual ambiente econômico. Quando comparadas ao 1T08, a receita de estacionamento uma vez mais apresentou um forte crescimento, beneficiando-se também das novas operações adicionadas. Eu aproveito até para informar que duas novas operações de estacionamento terão início em breve, ainda em maio.

Neste trimestre, estamos trazendo uma maior abertura de informação, que ajudará os investidores e analistas a compreenderem melhor a operação da Multiplan, em especial no que se refere ao resultado operacional líquido, ou o NOI, e ao EBITDA. Algumas dessas informações estão no próximo slide, número quatro.

O nosso NOI alcançou R\$73 milhões, crescendo 41%, com um aumento de margem de 357 b.p., chegando a 81,6%. A melhora na margem é decorrente de um crescimento de receita de 35% e um aumento das despesas de shopping de 13%, apesar de o crescimento da ABL própria ter sido de 29%. Esse é um bom exemplo do benefício de escala e do nosso esforço em reduzir despesas, mas somente se a possível redução de despesas de shopping não for comprometer em nenhum momento a qualidade e os serviços que oferecemos aos consumidores nos *malls*.

Levando em consideração que a Multiplan, além do seu principal negócio, o de shopping center, também tem uma atividade de incorporação imobiliária, nós estamos trazendo

também um EBITDA demonstrado de uma maneira ajustada, chamado de *core* EBITDA. Nesse cálculo, nós excluímos todas as receitas imobiliárias, nós consideramos o valor total dos contratos de cessão de direitos assinados no trimestre, nós separamos os impostos de acordo com o tipo de operação e incluímos 100% das despesas de sede. Maiores detalhes os senhores vão encontrar no nosso relatório trimestral.

Nosso resultado líquido alcançou R\$44 milhões, mais do que o triplo do apresentado no 1T08. O principal impacto é decorrente da nova legislação contábil, preparando para a convergência com o IFRS em 2010, que eliminou a amortização de ágio, adicionando R\$31 milhões ao resultado desse trimestre. É importante destacar que, de acordo com as regras hoje em vigor, a amortização de ágio é dedutível para efeitos fiscais.

Para facilitar a comparação, nós também apresentamos o resultado líquido ajustado. A redução é basicamente consequência das despesas financeiras que financiam o nosso crescimento futuro.

Vamos passar agora para o status financeiro, no slide número cinco, onde nós seguimos com uma baixa alavancagem, uma dívida bruta de R\$364 milhões e uma dívida líquida de R\$177 milhões, ambas apresentando uma redução quando comparadas a fechamento do ano passado, devido à forte geração de caixa medida pelo SFO, de R\$54 milhões nos três primeiros meses deste ano.

A nossa relação dívida líquida/EBITDA está em menos de 1x, na verdade a 0,7x, e a nossa expectativa é de que vá aumentar nos próximos trimestres, enquanto seguimos no desenvolvimento dos projetos apresentados no próximo slide.

Em nossas apresentações, nós costumamos demonstrar os custos dos projetos, o aumento da DL, o número de lojas, mas normalmente nós não damos muito destaque para como estamos gerando valor para os nossos acionistas. Baseado no valor já investido e a ser investido no *pipeline* dos projetos descritos, a nossa expectativa é de gerar um retorno real do NOI na ordem dos 16% ao ano. Comparando esse retorno com as taxas de juros esperadas no Brasil, ou mesmo com a taxa de desconto utilizada no passado recente para aquisições, dá uma boa idéia de como nós podemos adicionar valor aos nossos acionistas.

Por favor, gostaria que os senhores não se esquecessem de levar em consideração que essas taxas de retorno são reais, indexadas, e que temos contratos de locação de longo prazo. 84% do total de novas lojas, como já foi dito pelo Dr. Peres, que serão entregues até o próximo ano, já foram alugadas, reduzindo assim o nosso risco de desenvolvimento nesse cenário ainda de incertezas, além de, é claro, nos motivar para novos projetos.

Passando agora para o nosso último slide, número sete, para mostrar o status do nosso *pipeline* de desenvolvimento. Nós teremos sete projetos em construção em 2009 e mais de 69.000 m² de ABL a serem entregues até o final de 2010, sendo 72% dessa área, ou aproximados 50.000 m², esperados ainda para 2009, ainda para este ano. Nós não estamos parando por aqui: aproveitamos esse último trimestre para melhorar, dedicar ainda mais aos projetos futuros. No momento que tivermos um cenário econômico mais instável e com financiamentos apropriados à nossa atividade, nós estaremos confortáveis para anunciar novos projetos.

Queria agradecer a participação de todos, passar agora para a sessão de perguntas, e lembrar que, além do Dr. Peres, nós temos também o Marcello Barnes, nosso Vice-

Presidente de desenvolvimento, o Hans Melcher, Gerente de Planejamento e Relações com Investidores, e eu. Muito obrigado.

Marcello Milman, Banco Santander:

Bom dia a todos. A minha pergunta é referente à parte de custo de shopping, principalmente. A gente viu que, já no 1T08, o desempenho nessa linha especificamente tinha sido proporcionalmente o pior do ano. Ele melhorou ao longo do ano, desde então, e no 1T09 de novo, quer dizer, foi um número que surpreendeu, pelo menos a mim, negativamente, essa questão de custo de shopping. É normal que sempre o 1T vai ser bem maior do que o resto? Ou se teve alguma coisa específica que o fez subir, que proporcionalmente esse custo subiu em relação aos outros três trimestres de 2008, que não seja o 1T?

Armando D'Almeida Neto:

Marcello, bom dia. Bem, nós temos maiores detalhes no *earnings*, na página 11, se não me engano, a gente fala das despesas de shoppings, mas basicamente foram três fatores que aumentaram as despesas de shoppings, pode ser até que a gente pense se isso é sazonal ou não, não acho que seja em si.

O número 1 foi uma contribuição maior para o fundo de promoção, novos shoppings, novas áreas, é natural, no momento econômico de instabilidade é normal que se aporte mais dinheiro para promover esses empreendimentos. Número 2, o Shopping Santa Úrsula, que é o nosso caso de gestão, em Ribeirão Preto, tem uma vacância maior, então consome mais dinheiro nosso em termos de condomínio e outros encargos comuns.

E o terceiro ponto, que eu acho que é um ponto extremamente positivo, que é a questão da corretagem paga. Isso mostra novas lojas, novos projetos, melhora no *mix* e um aumento futuro de ABL.

Marcello Milman:

É que pareceu um pouco estranho é que na verdade a vacância caiu, então, mas se de repente tiver caído porque vocês estavam locando muitas lojas e aí está incluída muita corretagem, então faz um pouco mais de sentido. Mas como a vacância tem caído, me pareceu um pouco estranho com menos vacância você ter mais custo de shopping.

Armando D'Almeida Neto:

Marcello, olha só, o teu ponto faz sentido, uma vez que a gente tem que adicionar duas coisas novas aí. Uma são os novos projetos, então a corretagem nem sempre é corretagem do que tem na loja, até o Dr. Peres está falando que tem em operação e de novos projetos, com certeza são muito mais futuras. Mas se você olhar o *turnover* também você vai ver que o nosso *turnover* aumentou, ou seja, naquela procura de ter as melhores operações, as melhores lojas no shopping, adequadas ao perfil do consumidor. Além disso, como a despesa de merchandising veio mais forte nesse trimestre do que foi o 1T08, há também uma despesa de corretagem em si paga em questão de merchandising.

Marcello Milman:

Você consegue abrir quanto é de corretagem, dentro desse custo?

Armando D'Almeida Neto:

Nós abrimos no *earnings*, uma das coisas quando eu mencionei agora há pouco, de maiores informações, exatamente um dos pontos específicos é a despesa de corretagem, que foi de R\$3,5 milhões nesse 1T09. Mas tem detalhes adicionais que estão no *earnings*, a gente não queria poluir demais a apresentação com tantos detalhes, mas o *earnings* está com bastante informação nossa.

José Isaac Peres:

Queria acrescentar um ponto, respondendo ao Marcello. Toda vez que a gente paga muita comissão a corretor é um bom sinal, é sinal que estamos fazendo muitos negócios, muitas locações. De fato, com tantos projetos, várias expansões e crescimento muito grande no número de lojas, nós tivemos a felicidade de conseguir locar muito disso no final do ano passado e no começo deste ano, de maneira que essas despesas de pagamento de comissões a corretores foram mais acentuadas.

Mas eu diria o seguinte, eu, como um velho vendedor, que eu comecei a minha vida como vendedor, como corretor de imóveis e tal, fico sempre feliz quando eu pago comissão aos corretores, é só isso.

Marcello Milman:

Perfeito, obrigado. Desculpe a ignorância, mas o 1T geralmente é o trimestre de *turnover* mais alto? Ou não necessariamente? Pode ser que outro trimestre também tenha um *turnover* tão alto quanto?

Armando D'Almeida Neto:

Se você olhar no ano passado, a gente teve um *turnover* mais alto por todos os trimestres. Obviamente a grande temporada no shopping é dezembro, é Natal, então a gente procura ficar ali. Então, você vai procurar fazer modificações para o Natal, que vão atacar positivamente no Natal, ou depois disso.

Marcello Milman:

Perfeito. Obrigado e desculpe eu me alongar no tema.

Gabriella Antici, Goldman Sachs:

Bom dia a todos. Parabéns pelos ótimos resultados. Eu tenho uma pergunta, Armando, acho que você comentou na sua exposição, que vocês pretendem aumentar um pouco a dívida líquida sobre o EBITDA, que obviamente está bastante baixa, para financiar o crescimento, e acho que você no passado sempre falou que o limite seria 2x e tal. A minha pergunta é, vocês pensaram, ao invés de emitir dívida, em emitir ações para melhorar a liquidez do papel, que é bastante baixa, e o *float* também é baixo? Quer dizer, o *float* até não é tão baixo, mas a liquidez é baixa e na minha percepção uma liquidez maior poderia trazer muitos novos investidores para o papel. Então, eu queria entender um pouco se vocês consideraram isso. Como vocês vêem hoje o custo de emitir dívidas versus o custo de emitir ações? Obrigada.

Armando D'Almeida Neto:

Eu só queria fazer uma correção, normalmente a gente falava de até 3x o EBITDA, mas sempre dizendo que isso é um número mágico, a gente tem sido muito mais conservador do que isso. Eu vou continuar a resposta, mas o Dr. Peres, como acionista e controlador, pode responder bem a pergunta sobre vender ações.

José Isaac Peres:

Gabriela, você sabe que, como grande acionista da Empresa, eu acho que muito raramente na minha vida eu vendi ações da Empresa, a não ser quando fiz o IPO. Então, eu queria dizer a você o seguinte: nós achamos que o valor de mercado ainda é muito baixo, vis-à-vis o que a Empresa tem como patrimônio, como capital e potencial. Se você analisar friamente você vai ver o seguinte: o nosso ativo, se eu fosse vender os nossos ativos, ativo por ativo, pegando a participação da Multiplan e mais os terrenos que nós temos em estoque, estou falando tudo à base de valor de mercado, mas não é inflado não, é valor real, para vender mesmo, nós chegaríamos a quase R\$7 bilhões. Ora, o nosso preço em Bolsa, hoje, está na casa de R\$2 bilhões e pouco, agora chegou a R\$3 bilhões, a nossa ação teve um desempenho melhor. Então, eu, como maior acionista da Empresa, não me sinto estimulado nesse momento a emitir mais ações.

Agora, eu acho que você tem toda razão, isso é uma preocupação nossa, aumentar o *free float*. Isso eu acho fundamental, a Empresa tem, sim, que buscar o momento e a oportunidade para emitir mais ações e aumentar o *free float*. Pode acontecer muito brevemente. Nós temos várias hipóteses, hipótese de emitir debêntures, debêntures conversíveis, de poder realmente fazer também uma nova emissão de ações, mas isso tudo está em estudo, compreende? Quer dizer, nós estamos conscientes de que o nosso *free float* é muito baixo e precisa crescer.

Armando D'Almeida Neto:

Completando o que o Dr. Peres está dizendo, felizmente nós temos bastante espaço para alavancar a Companhia e também temos espaço para amanhã fazer outras emissões de ações, muito focado exatamente na liquidez, quer dizer, ter uma liquidez maior, acho que uma das coisas que poderia acontecer é ter mais ações no mercado, um tamanho um pouco maior no mercado.

O que eu queria colocar em relação à minha apresentação é que nós temos um investimento planejado já acontecendo. Como nós falamos, nós vamos ter sete operações em construção este ano de 2009, tem duas que ainda não entraram, esperamos entrar em breve, que é o Cristal Tower de Porto Alegre, a torre comercial, e o pátio de expansão do ParkShopping Barigui em Curitiba. Outras cinco já estão em construção, isso obviamente vai consumir mais o caixa. Então, hoje temos uma liquidez bastante confortável e que obviamente deverá ser uma grande parte consumida por conta dessas obras, por isso que eu falei em aumento da dívida líquida.

Gabriella Antici:

Obrigada.

Rafael Pinho, Banco Safra:

Bom dia a todos. Na verdade, queria pedir uma indicação de vocês a respeito de performance já agora no 2T09. A gente tem visto alguns indicadores importantes, especialmente a FECOMERCIO soltando vendas no varejo com um crescimento de 2% no ano contra ano no comércio em geral, o que é um dado bom, dado o momento econômico, e a gente que shoppings em geral, não só vocês, costumam performar bastante esse tipo de indicador.

Então, se vocês pudessem dar algum tipo de indicação de como está no ano contra ano, o que vocês estão vendo em termos de *same-store sales* para o 2T09. Enfim, se vocês puderem falar um pouco de demanda nesse período.

José Isaac Peres:

O que eu observo é o seguinte: o Brasil entrou um pouco na onda da crise, pelos números divulgados pela Confederação das Indústrias e pela FIESP, nós vemos que a atividade industrial caiu muito. E eu já sabia mais ou menos o que ia acontecer, é que a compra de apartamentos, os grandes investimentos seriam adiados nesse cenário. Compra de carros provavelmente também diminuiria, mas o dia-a-dia do shopping center não diminuiu; o fluxo de pessoas não diminuiu, as pessoas continuam, até acho que em alguns shoppings nossos nós tivemos um efeito inverso, aumentou o fluxo. Por quê? Muitas pessoas que iam viajar deixaram de viajar, ficam mais dentro da cidade, e finalmente vou dizer a você o seguinte: toda vez que há uma crise, existe uma coisa chamada "efeito transferência", sempre os mais fracos perdem em favor daqueles que são mais estruturados, mais fortes.

Então, eu diria o seguinte: se você pegar o comércio de rua, esse vai sofrer muito mais. Os shoppings que estão consolidados, que não são shoppings muito fortes, vão perder alguma coisa. Mas os shoppings muito consolidados, esses são muito mais demandados. É o que está acontecendo, porque o nosso portfólio é expressivo no tamanho dos shoppings, no tamanho dos empreendimentos, e nós fomos expandindo muito, consolidando cada vez mais as suas posições dentro do mercado, então hoje nós temos uma posição confortável.

Eu acho que evidentemente nós já demonstramos que crescemos no 1T09 as vendas, e eu posso dizer a você, pelos sinais que eu já tenho de abril, que também vai ser bom. Eu gostaria de entender melhor a crise no nosso setor também, mas eu acho, pela minha experiência ao longo de muitos anos nesse setor, nós já vivemos muitas crises e nós vemos que os shoppings muito consolidados são mais resistentes a crise. Creio que essa é a resposta.

Além do que, o seguinte: shopping center é um antídoto contra a solidão. Você pode fazer tudo com a sua mulher, menos proibi-la de ir ao shopping.

Rafael Pinho:

Obrigado pela resposta, Peres. Bom dia.

Marcello Milman, Banco Santander:

Aproveitando a oportunidade de fazer outra pergunta, foi noticiado ontem uma coisa sobre emissão de debêntures. Queria saber, vocês até comentaram um pouco disso na resposta anterior, mas queria saber em que pé está? Se tem alguma coisa de concreto, ou se é uma

intenção, uma das possibilidades para financiar esse plano que vocês mencionaram de investimentos? Ou se ainda tem alguma coisa mais engatilhada na questão de taxa?

Armando D’Almeida Neto:

Marcello, antes de falar sobre a sua pergunta, vou falar sobre a nossa visão em relação ao mercado. A gente acha que dinheiro, no Brasil, ainda é muito caro, quer dizer, até a crise fez com que ficasse mais caro, porém a liquidez ainda requer um prêmio, quer dizer, você ficar líquido é um negócio que dá um conforto, dá oportunidade para uma série de oportunidades de investimentos que a gente acha que vale a pena pagar um prêmio por isso. Não necessariamente você vai aumentar a dívida líquida, você pode estar só mantendo a liquidez, mas essa é a nossa visão.

Quanto à sua pergunta, a única coisa que eu posso te dizer é que foi aprovada na nossa reunião do Conselho, recentemente, a emissão das debêntures até R\$100 milhões, no entanto dentro da resolução 476 da CVM. Só isso que eu posso te falar.

Marcello Milman:

Perfeito, obrigado.

Operadora:

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

José Isaac Peres:

Eu queria agradecer a atenção de vocês, a confiança na Empresa, e dizer a vocês que podem confiar, sim, que esse nosso negócio é tranquilo, é negócio de viúva, receber aluguel é uma coisa muito tranquila. Nós vamos continuar crescendo e crescendo consistentemente. É isso aí. Muito obrigado.

Operadora:

Obrigada. A teleconferência dos resultados do 1T09 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.”