



Multiplan

Divulgação de Resultados 1T09

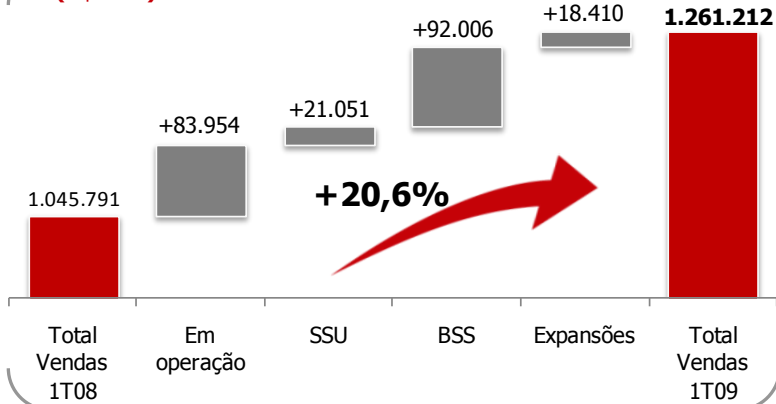
Teleconferência
Português

14 de maio de 2009
11:00 (horário de Brasília)
10:00 (horário de NY)
Tel.: +55 (11) 2188-0188
Replay: +55 (11) 2188-0188
Código: Multiplan

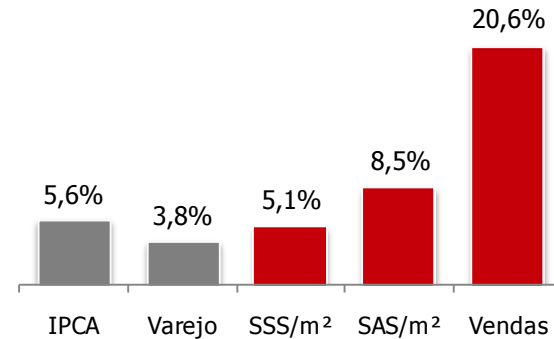


Destaque Operacionais¹

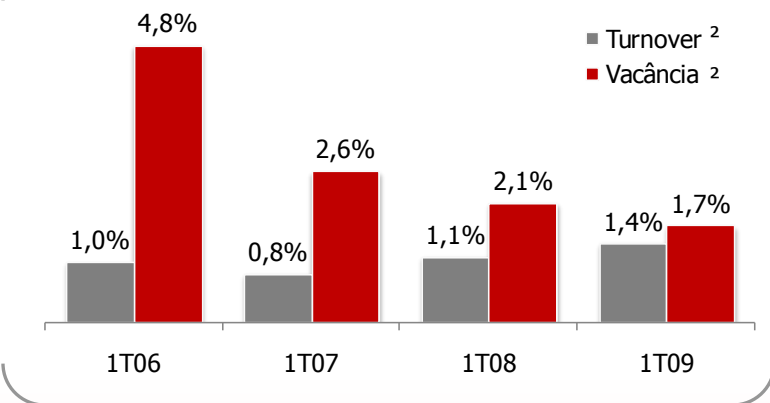
Impacto dos Novos Projetos nas Vendas (R\$ '000)



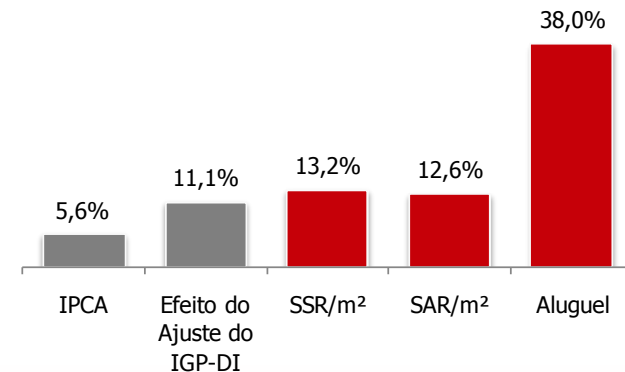
Vendas Multiplan vs. IPCA vs. Varejo



Turnover vs. Vacância



Crescimento SSR vs. SAR vs. IGP-DI



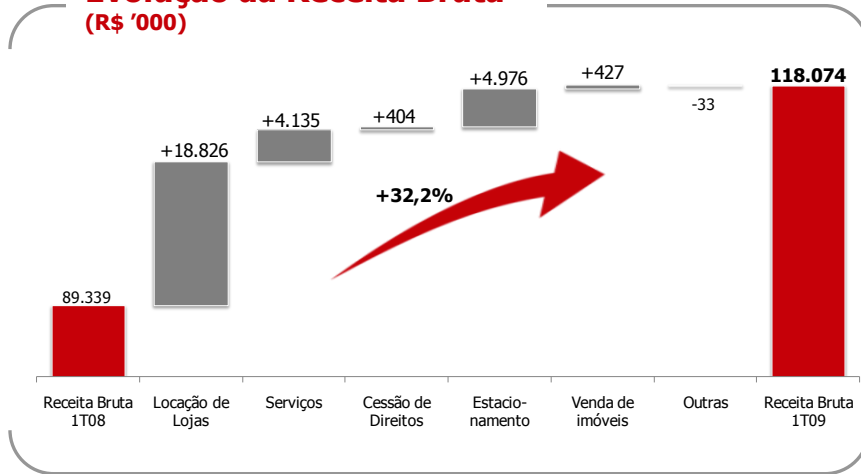
¹ Considerando 100% dos shopping centers

² Não inclui BarraShoppingSul e Shopping Santa Úrsula

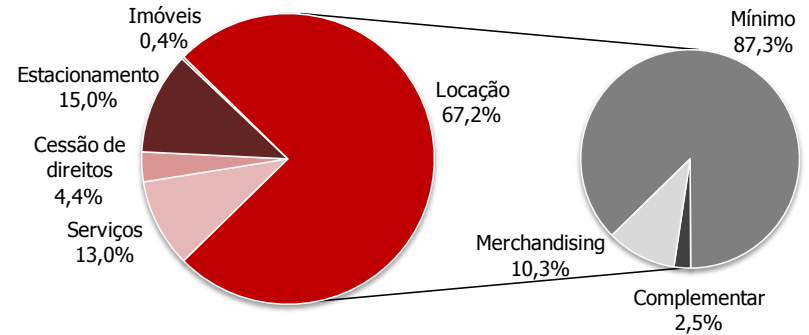


Detalhamento da Receita

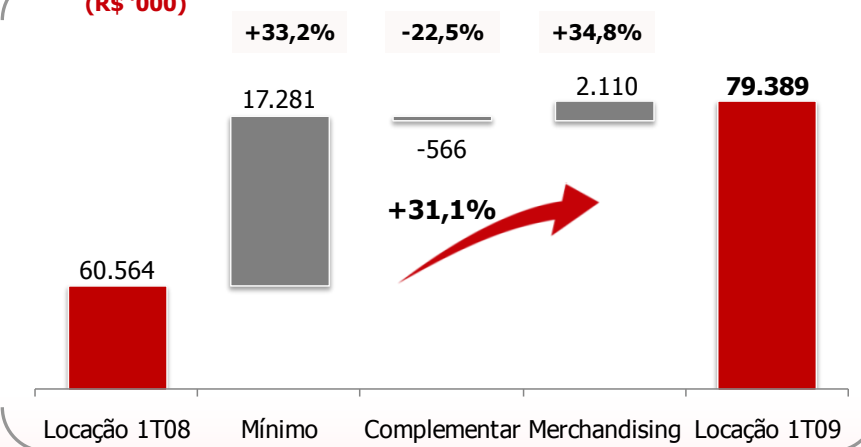
Evolução da Receita Bruta (R\$ '000)



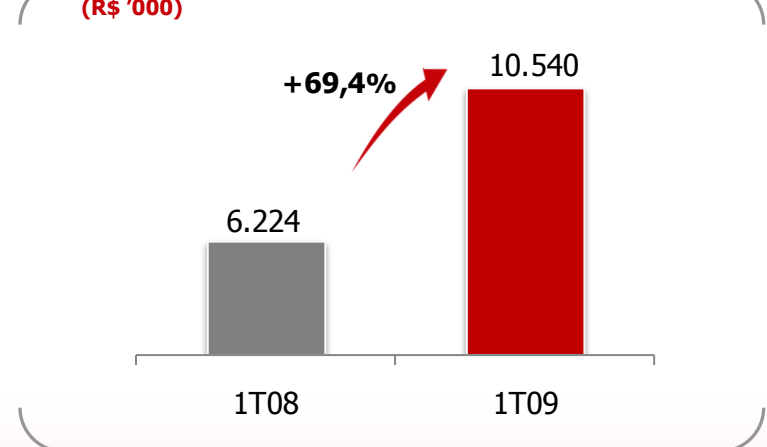
Abertura de Receita Bruta e de Locação (1T09)



Evolução da Receita de Locação (R\$ '000)



Resultado de estacionamento (R\$ '000)

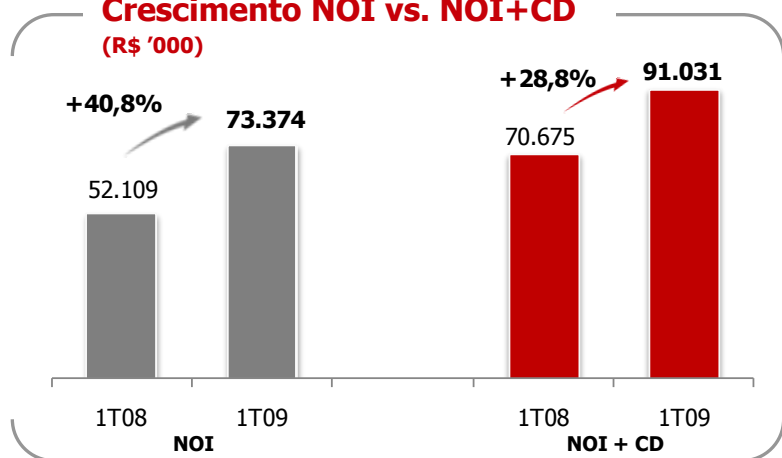




Resultados da Empresa

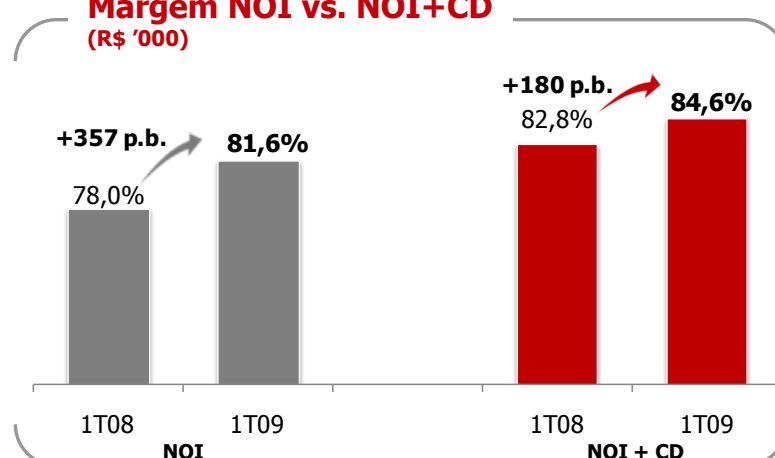
Crescimento NOI vs. NOI+CD

(R\$ '000)



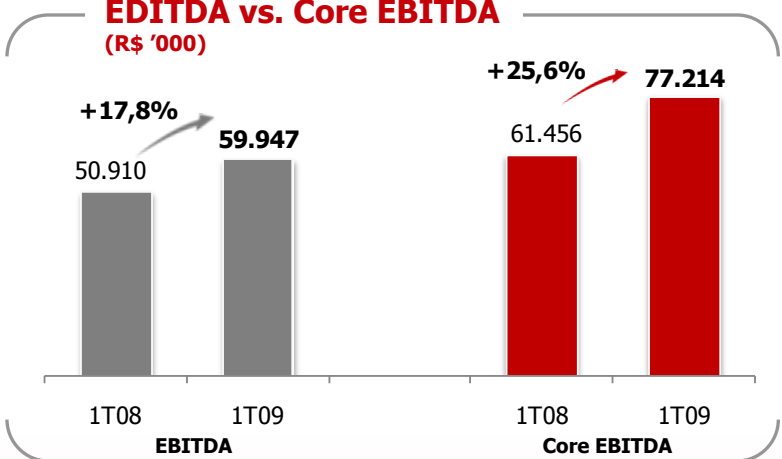
Margem NOI vs. NOI+CD

(R\$ '000)



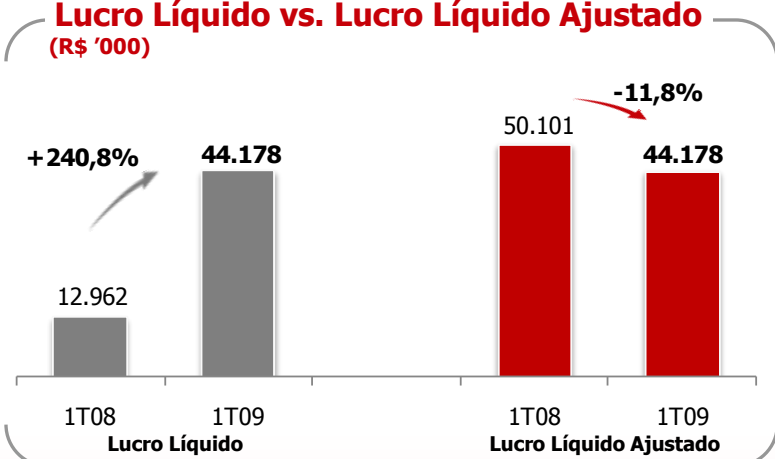
EDITDA vs. Core EBITDA

(R\$ '000)



Lucro Líquido vs. Lucro Líquido Ajustado

(R\$ '000)



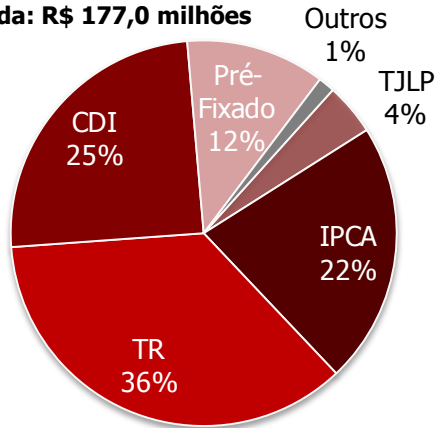


Dívida Líquida/EBITDA de 0,7x

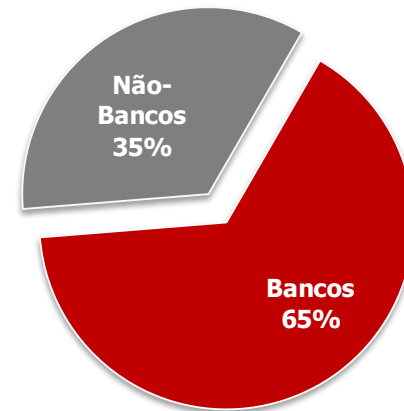
**STANDARD
& POOR'S**
**brAA-
BB**

Detalhamento da Dívida

Dívida Bruta: R\$ 364,3 milhões
Dívida Líquida: R\$ 177,0 milhões

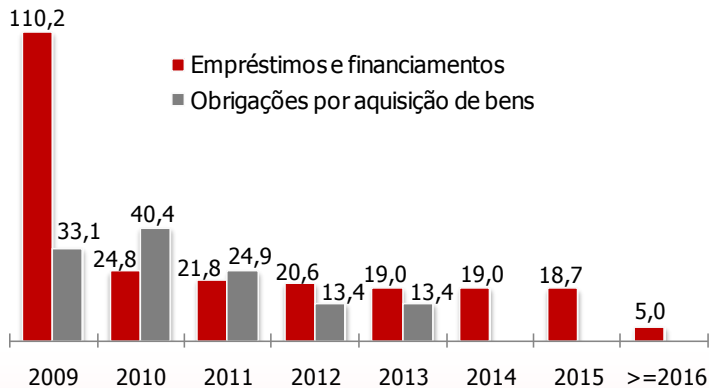


Dívida: Bancos vs. Não-Bancos



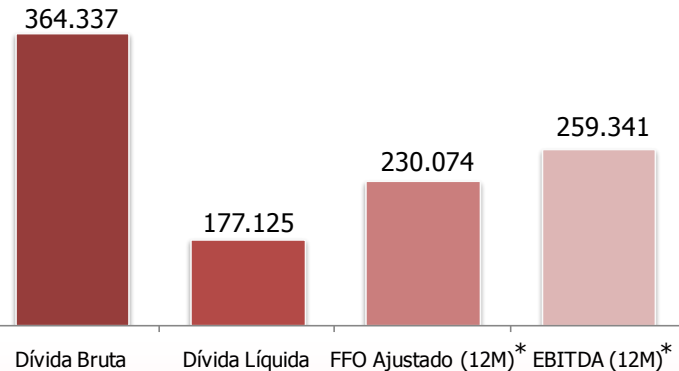
Amortização da Dívida

(R\$ milhões)



Dívida vs. Geração de Caixa

(R\$ '000)

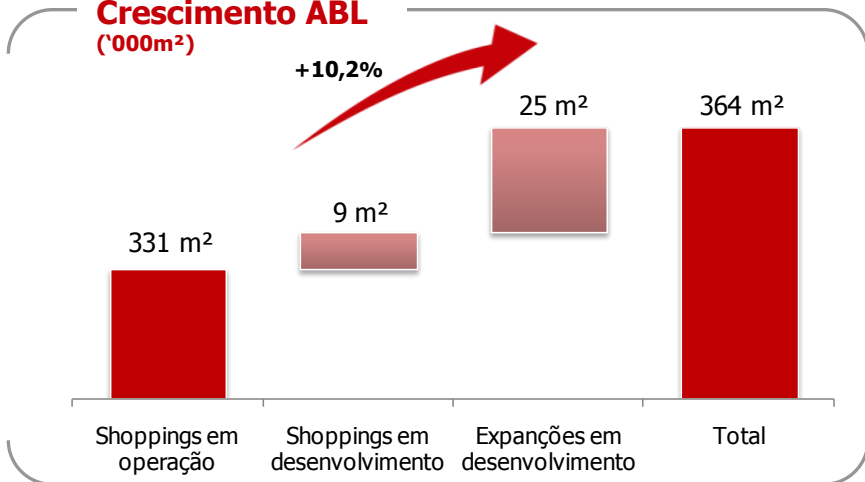


* De abril de 2008 a março de 2009

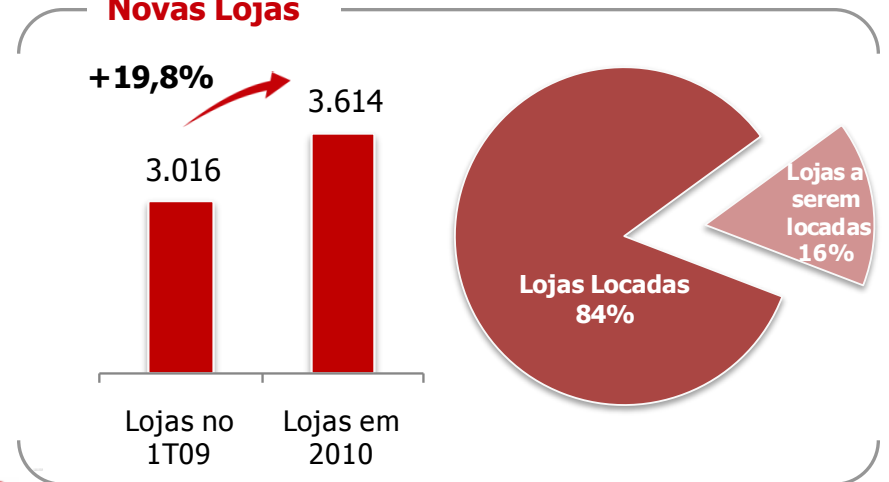


Gerando Valor 1

Crescimento ABL ('000m²)



Novas Lojas

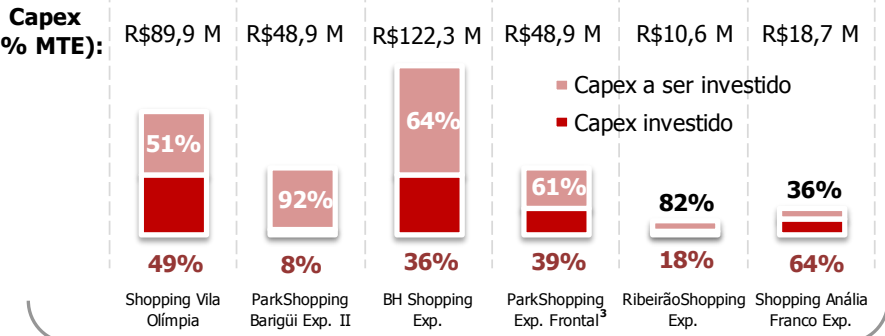
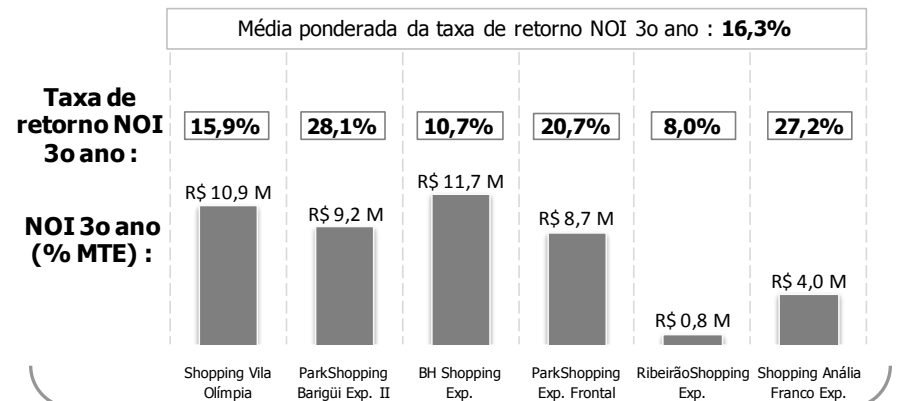


Capex dos Projetos (R\$ milhões)

Capex Total (% MTE): **R\$339,3 M**; Capex Investido (% MTE): **R\$123,8 M**



NOI e Retorno 2 (R\$ '000)



¹ A expansão do ParkShoppingBarigüi foi incluída já que sua construção está programada para iniciar neste ano. Shopping Maceió não foi considerado pois a data de início da construção ainda não foi anunciada.

² A taxa de retorno é calculada pelo NOI do 30 ano dividido pelo Capex subtraído da cessão de direitos do projeto.

³ Este projeto não inclui o novo deck-parking que está sendo desenvolvido junto ao shopping, em um investimento estimado em R\$49 milhões, e que adicionará 1.600 vagas de estacionamento.

Todas as informações relacionadas aos projetos acima são estimativas da Multiplan e estão sujeitas a alteração sem aviso prévio.



Seis Projetos 84% Locados !

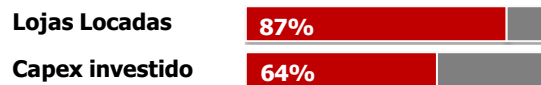
Shopping Anália Franco Expansão



Abertura: Jul-09

ABL: 11,667 m²
Lojas: 93

OBRA



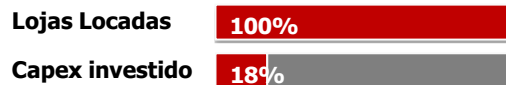
Ribeirão Shopping Expansão (Parte 2)



Abertura: Ago-09

ABL: 466 m²
Lojas: 6

OBRA



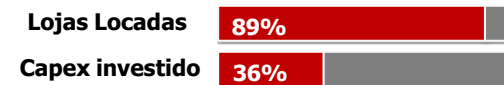
BH Shopping Expansão



Abertura: 2010

ABL: 11,010 m²
Lojas: 104

OBRA



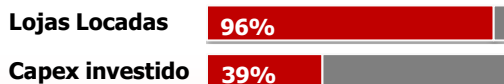
ParkShopping Frontal Expansão



Abertura: Out-09

ABL: 8,591 m²
Lojas: 91

OBRA



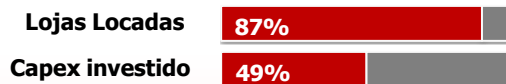
Shopping Vila Olímpia



Abertura: Nov-09

ABL: 29,586 m²
Lojas: 211

OBRA



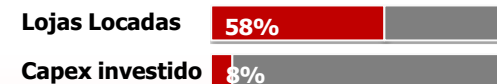
ParkShopping Barigui Expansão



Abertura: 2010

ABL: 8,075 m²
Lojas: 93

Projeto





Destaques

Indicadores (R\$ '000)			
Financeiros (MTE %)	1T09	1T08	Var. %
Receita Bruta	118.074	89.339	▲32,2%
Receita Líquida	108.102	80.892	▲33,6%
Despesas de Sede	18.761	11.712	▲60,2%
Receita de Locação	79.389	60.564	▲31,1%
Receita de Locação/m ²	251 R\$/m ²	249 R\$/m ²	▲0,7%
EBITDA	59.947	50.910	▲17,8%
Margem EBITDA	55,5%	62,9%	▼748 p.b
Core EBITDA	77.214	61.456	▲25,6%
Margem Core EBITDA	68,3%	69,7%	▼140 p.b
Receita Líquida Operacional (NOI)	73.374	52.109	▲40,8%
Receita Líquida Operacional/m ²	232 R\$/m ²	214 R\$/m ²	▲8,1%
Margem Receita Líquida Operacional	81,6%	78,0%	▲357 p.b
FFO Ajustado	53.835	57.685	▼6,7%
FFO Ajustado/m ²	170	237	▼28,3%
Performance (100%)	1T09	1T08	Var. %
ABL Total Final	484.894 m ²	392.015 m ²	▲23,7%
ABL Própria Final	330.786 m ²	257.063 m ²	▲28,7%
ABL Total Ajustada (média)	470.488 m ²	377.981 m ²	▲24,5%
ABL Própria Ajustada (média)	316.378 m ²	242.963 m ²	▲30,2%
Receita de Locação	133.022	96.407	▲38,0%
Receita de Locação /m ²	283 R\$/m ²	255 R\$/m ²	▲10,9%
Vendas Totais	1.261.212	1.045.791	▲20,6%
Vendas Totais/m ²	2.681 R\$/m ²	2.767 R\$/m ²	▼3,1%
Vendas nas Mesmas Lojas/m ²	2.961 R\$/m ²	2.817 R\$/m ²	▲5,1%
Vendas na Mesma Área/m ²	2.878 R\$/m ²	2.653 R\$/m ²	▲8,5%
Aluguel nas Mesmas Lojas/m ²	258 R\$/m ²	228 R\$/m ²	▲13,2%
Aluguel na Mesma Área/m ²	263 R\$/m ²	234 R\$/m ²	▲12,6%
Custos de Ocupação *	14,6%	13,6%	▲102 p.b
Aluguel como % das Vendas	8,8%	8,4%	▲41 p.b
Outros como % das Vendas	5,8%	5,2%	▲60 p.b
Turnover *	1,4%	1,1%	▲23 p.b
Taxa de Ocupação *	98,3%	97,9%	▲40 p.b
Inadimplência (Atraso 25 dias)	5,8%	3,2%	▲256 p.b
Perda de Aluguel	0,4%	1,0%	▼65 p.b

*Não inclui BSS e SSU



Contatos de RI

Armando d'Almeida Neto

Diretor Vice-Presidente e de Relações com Investidores

Hans Christian Melchers

Gerente de Planejamento e Relações com Investidores

Rodrigo Tiraboschi

Analista de Relações com Investidores Sênior

Franco Carrion

Analista de Relações com Investidores

Tel.: +55 (21) 3031-5224

Fax: +55 (21) 3031-5322

E-mail: ri@multiplan.com.br

<http://www.multiplan.com.br/ri>

Disclaimer

Considerações referentes às perspectivas do negócio, estimativas de resultados operacionais e financeiros, e às perspectivas de crescimento da Multiplan Empreendimentos Imobiliários S.A. eventualmente expressas neste relatório, se constituem apenas em projeções e, como tal, baseiam-se exclusivamente nas expectativas da administração da Multiplan em relação ao futuro do negócio e seu contínuo acesso a capitais para financiar o plano de negócios da Companhia. Tais considerações dependem, substancialmente, de mudanças nas condições de mercado, regras governamentais, pressões da concorrência, do desempenho do setor e da economia brasileira, entre outros fatores e estão, portanto sujeitas a mudanças sem aviso prévio.