

50 ANOS

 Multiplan

2T24

Relatório de resultados

**Contato da Equipe de
Relações com Investidores**

ri.multipplan.com.br
ri@multipplan.com.br
+55 21 3031-5400

Aviso Legal

Aviso Legal

Este documento pode conter considerações futuras que estão sujeitas a riscos e incertezas uma vez que se baseiam nas expectativas e metas da administração da Companhia, bem como nas informações disponíveis. 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. A Companhia esclarece que não divulga projeções e/ou estimativas nos termos do artigo 21 da Resolução CVM nº 80/22 e, dessa forma, eventuais considerações futuras não representam qualquer guidance ou promessa de desempenho futuro. As expectativas da administração 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 inferidos ou sugeridos em tais avaliações. Muitos dos fatores e valores que estabelecem esses resultados estão fora do controle ou da expectativa da Companhia. O leitor/investidor não deve basear-se exclusivamente nas informações contidas neste relatório para tomar decisões com relação à negociação de valores mobiliários de emissão da Multiplan. Este documento contém informações sobre projetos futuros que poderão tornar-se 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. Tais projetos poderão ser modificados no todo ou parcialmente, a critério da Companhia, sem prévio aviso. As informações não contábeis não foram revisadas pelos auditores externos. Neste relatório, a Companhia optou por apresentar os saldos consolidados, de forma gerencial, de acordo com as práticas contábeis vigentes excluindo o CPC 19 (R2). Para maiores informações, favor consultar as Demonstrações Financeiras, o Formulário de Referência e outras informações relevantes disponíveis no nosso site de Relações com Investidores ri.multiplan.com.br

Programas não patrocinados de *depository receipts*

Chegou ao conhecimento da Companhia que bancos estrangeiros implementaram ou pretendem implementar programas não patrocinados de certificados de depósito de valores mobiliários (*depository receipts*), nos EUA ou em outros países, com lastro em ações de emissão da Companhia (os "Programas Não Patrocinados"), tirando proveito do fato de que os relatórios da Companhia são usualmente divulgados no idioma inglês. A Companhia, no entanto, (i) não está envolvida nos Programas Não Patrocinados, (ii) desconhece os termos e condições dos Programas Não Patrocinados, (iii) não tem qualquer relacionamento com potenciais investidores no tocante aos Programas Não Patrocinados, (iv) não consentiu de forma alguma com os Programas Não Patrocinados e não assume qualquer responsabilidade em relação aos mesmos. Ademais, a Companhia ressalta que suas demonstrações financeiras são traduzidas e também divulgadas em inglês exclusivamente para o cumprimento das normas brasileiras, notadamente a exigência contida no item 6.2 do Regulamento de Listagem do Nível 2 de Governança Corporativa da B3 SA - Brasil, Bolsa, Balcão, que é o segmento de listagem do mercado em que as ações da Companhia são listadas e negociadas. Embora divulgadas em inglês, as demonstrações financeiras da Companhia são preparadas de acordo com a legislação brasileira, seguindo os Princípios Contábeis Geralmente Aceitos no Brasil (BR GAAP), que podem diferir dos princípios contábeis geralmente aceitos em outros países. Por fim, a Companhia chama a atenção de potenciais investidores para o artigo 51 do seu Estatuto Social, o qual, em síntese, prevê expressamente que qualquer litígio ou controvérsia que possa surgir entre a Companhia, seus acionistas, membros do Conselho de Administração, diretores e membros do Conselho Fiscal com relação às matérias previstas em tal dispositivo devem ser submetidas à arbitragem perante a Câmara de Arbitragem do Mercado, no Brasil. Portanto, ao optar por investir em qualquer Programa Não Patrocinado, o investidor o faz por seu próprio critério e risco e também estará sujeito ao disposto no artigo 51 do Estatuto Social da Companhia.

Aviso Legal

Relatório Gerencial

Durante o exercício de 2012, o Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC) emitiu os seguintes pronunciamentos que afetam as atividades da Companhia e suas controladas, dentre outros, o CPC 19 (R2) - Negócios em Conjunto.

Esse pronunciamento passou a ter sua aplicação para os exercícios iniciados a partir de 1º de janeiro de 2013. O pronunciamento determina, dentre outras coisas, que empreendimentos controlados em conjunto sejam registrados nas demonstrações financeiras através do método de equivalência patrimonial. Até setembro de 2023, a Multiplan tinha uma joint venture em uma empresa que detinha 100% do Parque Shopping Maceió. Portanto, a Companhia deixa de consolidar proporcionalmente os 50% de participação na Parque Shopping Maceió S.A., empresa detentora de 100% do shopping center do mesmo nome. Desde outubro de 2023, a Companhia não possui Joint Venture, conforme previsto no CPC 19 (R2).

Os relatórios anteriores adotavam o formato de informações gerenciais e, por esse motivo, não consideravam aplicáveis os requisitos do CPC 19 (R2). Assim, as informações e/ou análises de desempenho aqui apresentadas incluem a consolidação proporcional do Parque Shopping Maceió S.A. para o período entre janeiro de 2013 a setembro de 2023. Para informações adicionais, consultar a nota 8.4 das Demonstrações Financeiras de 30 de junho de 2024.

A Multiplan está apresentando seus resultados trimestrais em formato gerencial para fornecer ao leitor dados operacionais mais completos. Favor acessar seu website ri.multiplan.com.br para consultar suas Demonstrações Financeiras de acordo com o Comitê de Pronunciamentos Contábeis - CPC.

Favor consultar a página 59 para uma breve descrição das mudanças determinadas pelo Pronunciamento Contábil CPC 19 (R2), e a conciliação entre os números contábeis e gerenciais.



Sumário

sumário

- 5** Visão Geral
- 6** Destaques
- 11** SOS Rio Grande do Sul
- 12** Inovação Digital
- 14** Relatório Anual de Sustentabilidade 2023
- 17** ESG
- 18** Prêmios e reconhecimentos
- 19** Estudo de caso: Centro de eventos e Teatros
- 21** MULT3 e o Mercado de Ações
- 23** Demonstração Result. Consolidados
- 24** Indicadores Operacionais
- 33** Receitas
- 38** Despesas
- 39** Resultado Operacional Líquido (NOI)
- 41** Resultados de Empreendimentos Imobiliários
- 42** Estudo de caso: O complexo RibeirãoShopping
- 44** Resultados Financeiros
- 49** Capex
- 50** Análise das Propriedades para investimento
- 52** Portfólio de Ativos
- 54** Estrutura Societária
- 57** Anexos
- 63** Glossário

Visão Geral

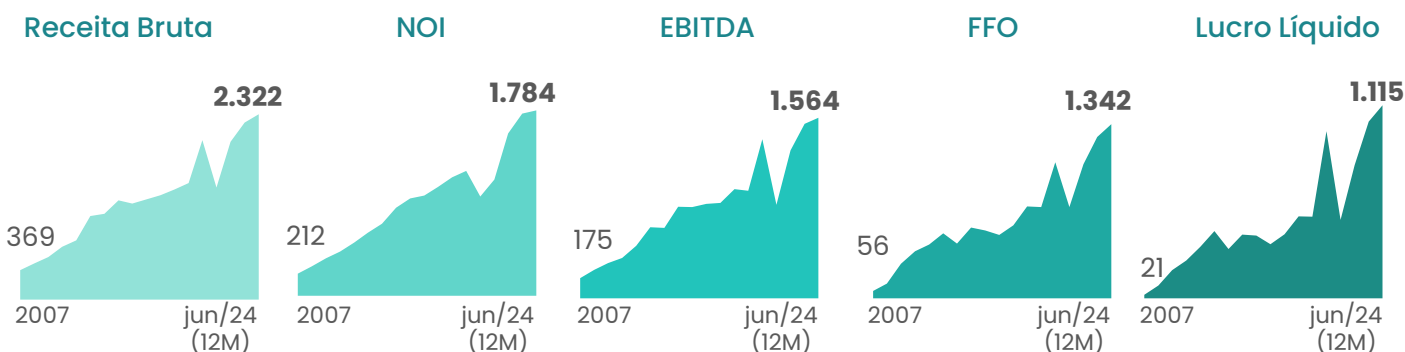
A Multiplan Empreendimentos Imobiliários S.A., é uma das maiores empresas de shopping centers do Brasil, fundada como uma empresa *full service*, responsável pelo planejamento, desenvolvimento, propriedade e administração de um dos maiores e melhores portfólios de shopping centers do Brasil.

A Companhia também participa estrategicamente do setor de desenvolvimento de imóveis comerciais e residenciais, gerando sinergias para seus shopping centers ao criar projetos multiuso em áreas adjacentes.

Ao final do 2T24, a Multiplan possuía e administrava 20 shopping centers totalizando 873.778 m² de ABL, com participação média de 81,5%, abrangendo cerca de 6.000 lojas.

Além disso, a Multiplan possui – com participação média de 92,1% – dois complexos corporativos com ABL total de 50.582 m², levando a uma ABL total do portfólio de 924.360 m².

EVOLUÇÃO FINANCEIRA DE LONGO PRAZO (R\$ Milhões)



R\$ Milhões	2007 ¹ (IPO)	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	jun/24 (12M)	Var. '07-'23	CAGR '07-'23
Vendas²	4.244	5.070	6.109	7.476	8.461	9.723	11.384	12.760	13.338	13.726	14.657	15.470	16.304	10.253	14.598	20.016	21.928	22.744,0	+416,7%	+10,8%
Receita Bruta	368,8	452,9	534,4	662,6	742,2	1.048,0	1.074,6	1.245,0	1.205,2	1.257,5	1.306,2	1.378,9	1.460,2	1.995,1	1.404,5	1.975,1	2.217,0	2.321,7	+501,2%	+11,9%
NOI	212,1	283,1	359,4	424,8	510,8	606,9	691,3	846,1	934,8	964,6	1.045,5	1.138,1	1.201,2	953,4	1.118,9	1.561,2	1.752,2	1.783,5	+726,2%	+14,1%
EBITDA	175,1	247,2	304,0	350,2	455,3	615,8	610,7	793,7	789,2	818,3	825,5	946,9	932,1	1.377,1	810,8	1.280,1	1.510,9	1.564,3	+762,8%	+14,4%
FFO	56,1	112,5	266,6	363,0	414,6	501,0	421,0	543,7	522,8	487,7	561,3	707,4	703,4	1.047,0	702,0	1.032,5	1.243,0	1.341,9	+2.115,7%	+21,4%
Lucro Líquido	21,2	74,0	163,3	218,4	298,2	388,1	284,6	368,1	362,2	311,9	369,4	472,9	471,0	964,2	453,1	769,3	1.020,4	1.114,7	+4.723,2%	+27,4%

¹ Os resultados de 2007 foram calculados de acordo com a metodologia atual. Para mais detalhes, por favor acesse a Planilha de Fundamentos da Companhia.

² Vendas totais dos lojistas (base 100%).

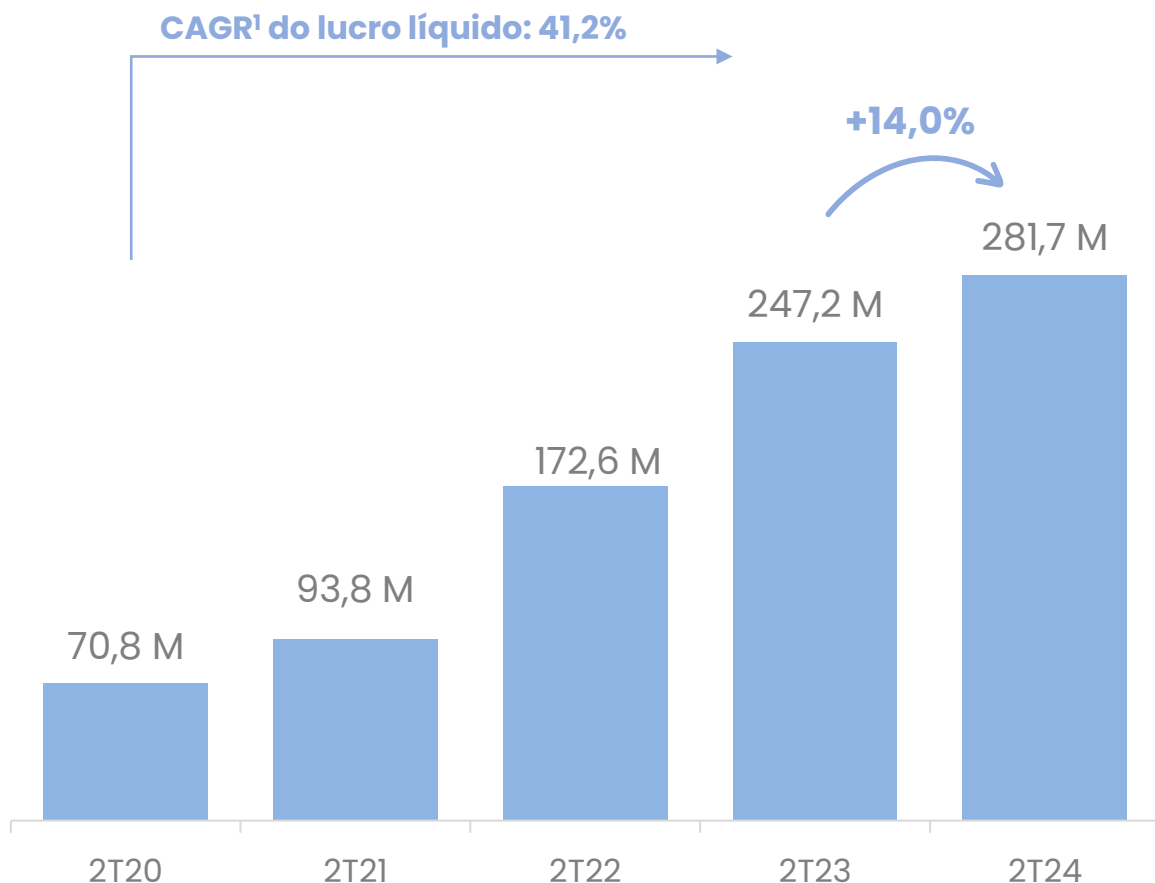
Destaque

Lucro líquido (novamente) se superando com dois dígitos

Mais uma vez, a Multiplan apresentou crescimento de lucro líquido de dois dígitos no 2T24 em relação ao ano anterior, enquanto a inflação nos últimos doze meses levou a um efeito de reajuste do IGP-DI de zero.

Os projetos multiuso da Companhia, junto a estratégia de destravar valor do banco de terrenos e as reduções de custos no trimestre foram alguns dos principais impulsionadores desse crescimento.

Evolução do lucro líquido (R\$)



¹CAGR (Compound Annual Growth Rate) se refere a taxa de crescimento anual composta.



Destaques

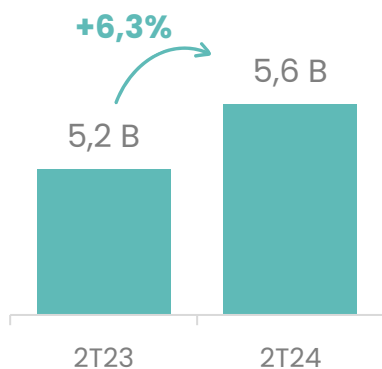
Reação em cadeia: o crescimento das vendas levou a inadimplência líquida negativa que levou a margens recordes

As vendas dos lojistas cresceram 6,3% no 2T24 em relação ao 2T23, diluindo o custo de ocupação para 13,0%, o menor nível para um segundo trimestre dos últimos cinco anos.

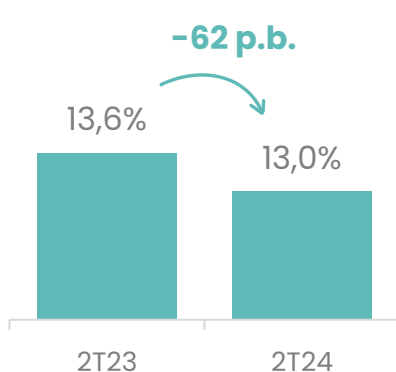
A forte demanda de lojistas por shoppings de alta produtividade permitiu à Companhia recuperar aluguéis vencidos, contribuindo para uma inadimplência líquida negativa de 1,0% no trimestre.

A inadimplência líquida negativa, aliada ao aumento da taxa de ocupação, levou à queda de 29,0% nas despesas de propriedades e a uma margem NOI¹ de 92,0%, um novo recorde para um segundo trimestre.

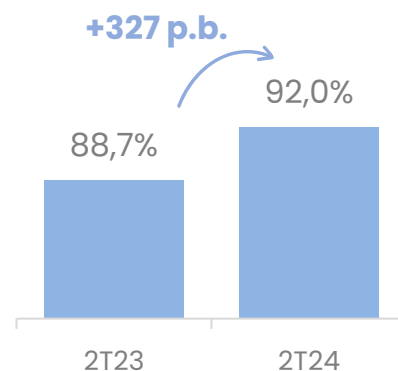
Vendas dos lojistas (R\$)



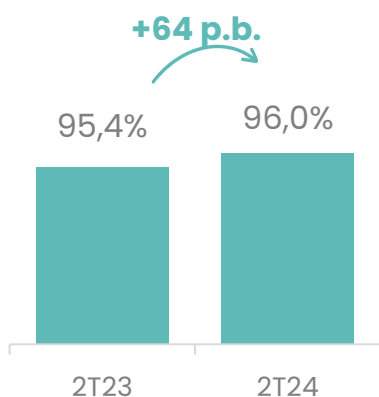
Custo de ocupação



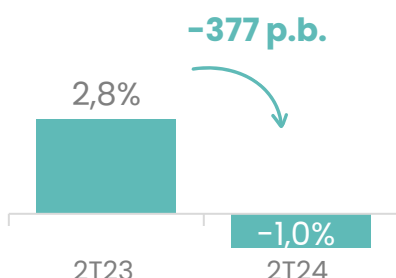
Margem NOI¹



Taxa de ocupação



Inadimplência líquida



¹ NOI (Net Operating Income) se refere ao Resultado Operacional Líquido.

Destaque

R\$270 milhões investidos: construindo, revitalizando, adquirindo, lançando e destravando valor

Os investimentos no 2T24 totalizaram R\$270,1 milhões e incluem quatro projetos de expansão, 14 revitalizações, a aquisição de participação minoritária no ParkJacarepaguá e a construção da primeira fase do Golden Lake.

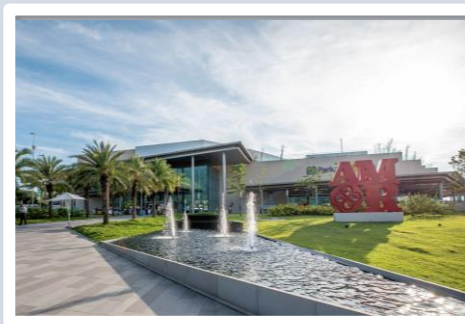
A Companhia também está trabalhando nos futuros lançamentos das expansões do ParkShopping, JundiáShopping e ParkShoppingSãoCaetano, e na segunda fase do empreendimento residencial Golden Lake.

Por último, mas não menos importante, a Multiplan também está focada em destravar o valor do seu banco de terrenos e, no 2T24, anunciou a venda de quatro terrenos na cidade de Ribeirão Preto.

RibeirãoShopping – venda de terrenos no entorno do shopping



ParkJacarepaguá – aquisição de participação minoritária



Golden Lake – obras em andamento



DiamondMall – praça de alimentação revitalizada



New York City Center – fachada, piso e paisagismo revitalizados



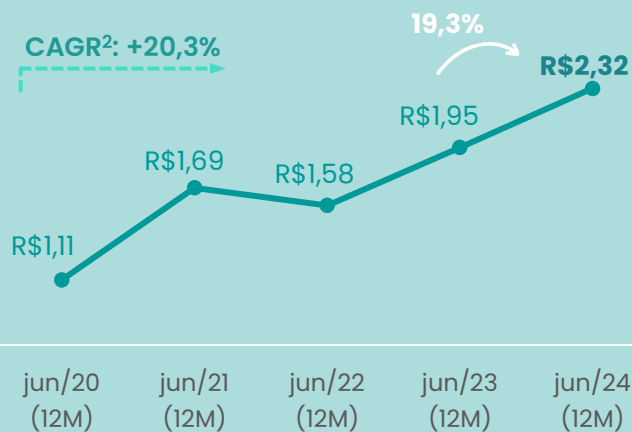
Destques

Resultados e distribuições crescentes

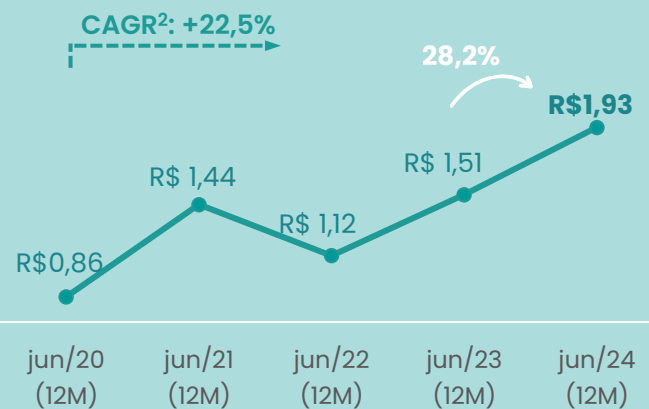
Além dos investimentos realizados no trimestre, a Multiplan recomprou R\$84,5 milhões em ações e anunciou R\$135,0 milhões de juros sobre capital próprio.

A estrutura de capital da Companhia permite que ela continue crescendo, ao mesmo tempo em que retorna capital aos acionistas, seja através da distribuição de juros sobre o capital próprio ou recompra de ações. O resultado: criação de valor.

FFO por ação¹ (R\$)



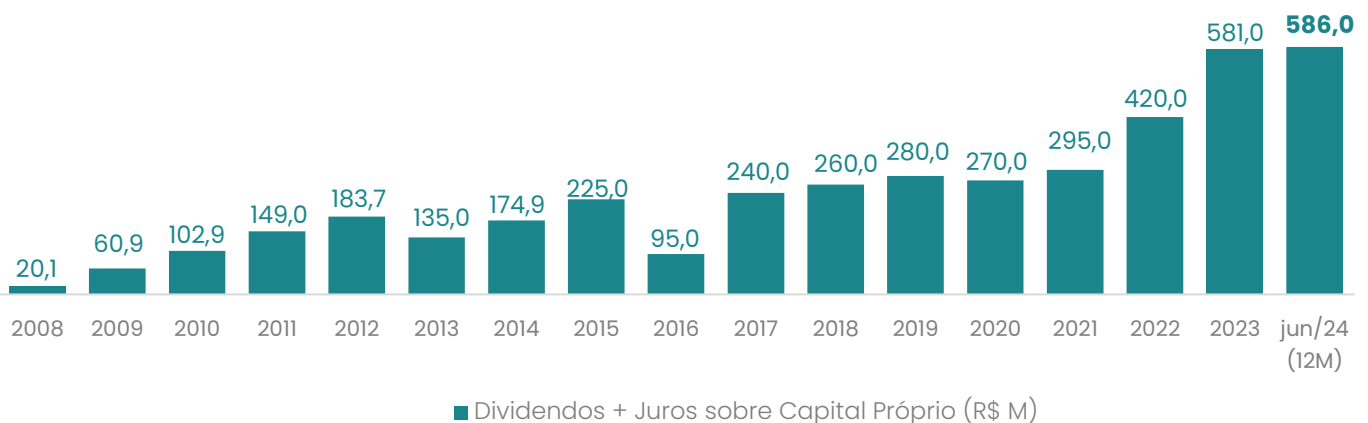
Lucro por ação¹ (R\$)



¹ Considera as ações em circulação ao final de cada período menos as ações mantidas em tesouraria.

² CAGR (Compound Annual Growth Rate) se refere a taxa de crescimento anual composta.

Distribuição de proventos



Destaque

Eventos recentes: criando valor e moldando a estrutura de capital

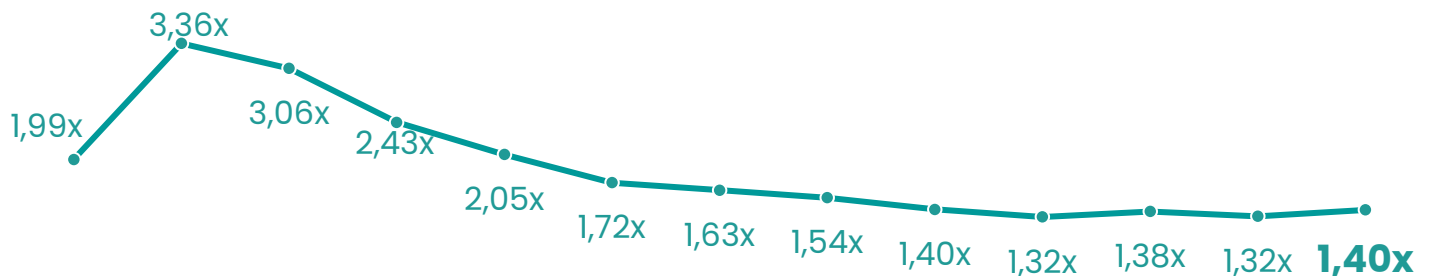
A Multiplan encerrou o 2T24 com posição de caixa de R\$1,0 bilhão e relação Dívida Líquida/EBITDA de 1,4x, após toda a alocação de capital citada.

Em linha com sua estratégia de gestão de passivos, a Companhia emitiu, em mai/24, um Certificado de Recebíveis Imobiliários (CRI) no valor de R\$300 milhões e prazo de 5 anos a um custo abaixo da taxa do CDI (99,5% a.a.).

Adicionalmente, a Companhia ampliou a sua posição de caixa em R\$500,0 milhões em julho, por meio da emissão de uma debênture com prazo de sete anos.

A liquidez de caixa deverá ser fundamental para a estratégia de alocação de capital da Companhia.

Evolução da Dívida Líquida/EBITDA



jun/21 set/21 dez/21 mar/22 jun/22 set/22 dez/22 mar/23 jun/23 set/23 dez/23 mar/24 jun/24



SOS Rio Grande do Sul

SOS Rio Grande do Sul

No dia 27 de abril de 2024, o estado do Rio Grande do Sul começou a sofrer com condições climáticas severas.

O aumento das chuvas resultou na elevação histórica do nível dos rios, especialmente no rio Guaíba, que atingiu seu pico histórico de 5,33 metros nos dias 5 e 6 de maio, superando o recorde anterior de 1941, e dando origem a uma das maiores crises climáticas do Brasil, com cidades inteiras sendo inundadas.

A Multiplan prestou apoio emergencial à população do Rio Grande do Sul.

Em decorrência dessas condições climáticas, entre os dias 7 e 10 de maio, o ParkShopping Canoas, localizado na cidade de Canoas, fechou suas operações e o BarraShoppingSul, localizado em Porto Alegre, permaneceu parcialmente operacional com o objetivo prioritário de dar suporte à população.

Os shoppings forneceram infraestrutura e suprimentos básicos, como banheiros, energia elétrica, internet e água potável. As lojas passaram a funcionar de forma facultativa, priorizando supermercados, farmácias, alimentos e itens de primeira necessidade. Os shoppings também suspenderam todas as cobranças de estacionamento durante algumas semanas de maio.

A Companhia forneceu água potável por meio de poços artesianos ou caminhões-pipa para abastecer hospitais e os pontos mais críticos da região. Os shoppings proporcionaram um local de descanso e alimentação para as equipes que trabalharam incansavelmente nos resgates.



BarraShoppingSul – Distribuição de doações

O aeroporto internacional de Porto Alegre ficou fechado até o dia 14 de julho, quando a cidade foi atingida pelas fortes tempestades. O ParkShopping Canoas prestou, temporariamente, suporte por meio de terminais de *check-in* para voos saindo da base aérea de Canoas, enquanto o aeroporto internacional de Porto Alegre estava fechado.

A Multiplan arrecadou mais de 220 toneladas de doações para as comunidades locais, entre água, alimentos, itens de higiene e limpeza, cobertores e camas para animais de estimação, provenientes de doações diretas da própria Companhia e de arrecadações em todos os seus shoppings e escritórios. Os itens doados foram destinados às famílias atingidas pela tragédia.

A Companhia continua dedicando intensos esforços para apoiar as ações realizadas pelas autoridades locais que atuam em frentes emergenciais. A Multiplan continuará investindo no Rio Grande do Sul.

Mais detalhes sobre os impactos serão compartilhados ao longo deste relatório.

Campanha SOS Rio Grande do Sul

SOS Rio Grande do Sul

Ponto de Arrecadação Multiplan

Alimentos não perecíveis
Itens de higiene pessoal
Água mineral

Ou se preferir:
Pix: mesabrazil@sesc-rs.com.br

Entrega: Arquivo Central | Subsolo



Terminal de embarque no ParkShopping Canoas

Inovação Digital

Superapp Multi

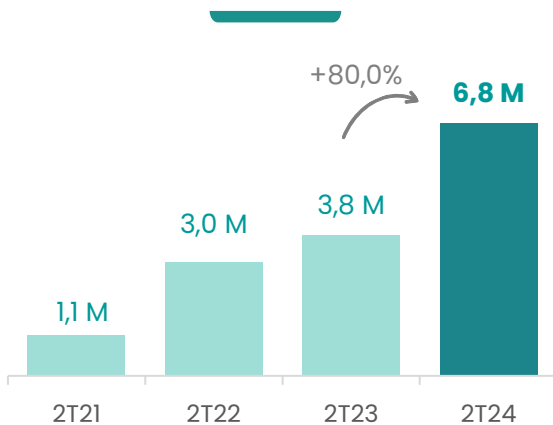
O Multi, *superapp* dos 20 shoppings da Multiplan, apresentou resultados que ratificam a consolidação da estratégia digital da Companhia. Em relação ao 2T23, o número de usuários aumentou mais de 62%, enquanto a quantidade de acessos cresceu 80%.

O objetivo do Multi é claro: enriquecer a experiência do consumidor nos shoppings, tornando sua visita mais prazerosa e conveniente.

Alguns exemplos de ações do aplicativo na jornada do consumidor são: pagar o estacionamento, agendar a participação em eventos, consultar as novidades do shopping e resgatar benefícios no programa de relacionamento MultiVocê.

Em 2024, mais de 2 milhões de clientes (usuários únicos) já usaram o *superapp* para acessar essas e todas as outras funcionalidades disponíveis.

Número de acessos



Mais de **6,7 milhões** de **downloads** acumulados

Acesso Multi

O Acesso Multi, serviço que permite o pagamento automático do estacionamento através do *app* Multi, já está disponível nos shoppings¹ da rede e encontra-se perto de atingir a marca expressiva de 900 mil usuários cadastrados.

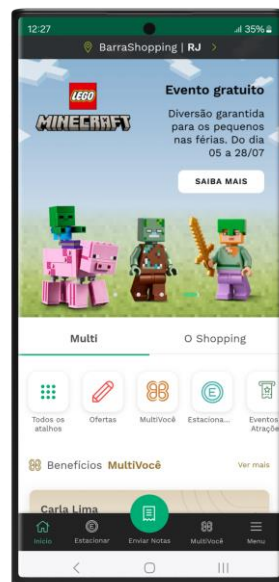
Lançada em 2023, a funcionalidade busca tornar a experiência de estacionar nos shoppings da Multiplan ainda mais fluida e prática. No 2T24, o grande marco do projeto foi a finalização da retirada das cancelas de entrada em todos os shoppings¹, o que foi concluído no final de abril.

Em alguns shoppings, o *share* de pagamentos realizados via Acesso Multi já alcança a marca de 60%. Além disso, as transações via Acesso Multi cresceram 143% (vs. o 1T24).

Para incentivar os consumidores a aderirem ao Acesso Multi, foi oferecido a eles um desconto de 20% no valor do estacionamento até o final de junho. O encerramento do benefício não impactou significativamente os resultados do serviço.

A proposta de valor do Acesso Multi é tornar a experiência de estacionamento mais conveniente e prática. A Companhia estuda a utilização futura de descontos em estacionamento atrelados a ações de incentivo e reconhecimento de seus clientes mais fiéis.

¹O Acesso Multi está disponível em todos os shoppings, exceto o Parque Shopping Maceió.



60% dos **pagamentos** via **Acesso Multi** em alguns shoppings

Aumento de **143%** nas **transações** via **Acesso Multi**

Inovação Digital

MultiVocê

No 2T24, o processo de unificação das bases de usuários do Multi e do programa de relacionamento MultiVocê completou um ano, apresentando sólidos resultados.

O MultiVocê atingiu mais de 2,8 milhões de clientes ativos, um crescimento expressivo de 833% desde sua reestruturação em jul/23. Em termos de GMV (*gross merchandise value*), o aumento foi de 206% no período.

Além disso, o crescimento no número de benefícios resgatados usando pontos também indica o maior engajamento dos clientes com o programa. Nas categorias Silver e Gold, por exemplo, o crescimento de resgates foi de mais de 196% vs. o 1T24.

Com uma base nutrida por milhares de novos clientes e um programa mais robusto em termos de benefícios, a Multiplan também tem se dedicado a valorizar os membros mais ativos.

Um exemplo disso são os benefícios exclusivos oferecidos para clientes da categoria Gold em campanhas promocionais nas datas especiais do varejo (ex: Dia das Mães e Dia dos Namorados), como shows, brindes em lojas e experiências únicas.

Tais iniciativas apresentaram ótimos resultados de engajamento. Na promoção do ParkShoppingSãoCaetano, por exemplo, quase metade das notas fiscais cadastradas no Programa MultiVocê durante o mês da promoção veio de clientes Gold participantes da ação.

O mesmo sucesso foi visto no ParkShopping, em Brasília. Um terço do cadastro de notas fiscais no programa durante o mês da promoção foi feito por clientes participantes.



Relatório Anual de Sustentabilidade 2023

Sustentabilidade social e ambiental gerando resultados financeiros positivos

Durante o trimestre, a Multiplan divulgou a décima sexta edição do seu Relatório Anual de Sustentabilidade, destacando suas principais conquistas nos aspectos sociais, ambientais e de governança ao longo de 2023.

O Relatório segue as diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI), abordando os impactos reais e potenciais, além das práticas adotadas pela Companhia.

Para acessar a versão completa do relatório, clique [aqui](#).



Destaque de 2023

Redução de 42%
nas emissões do Escopo 2

Emissão de quase **18 mil toneladas de CO₂ evitadas**

100% da energia dos shoppings proveniente de **fontes renováveis**

100% dos shoppings com **gestão adequada** de resíduos

Expansão do **Programa de Escolarização** para todos os shoppings

Park Jacarepaguá recebe a **Certificação LEED**

250 ações sociais sob o selo Multiplique o Bem

65% dos shoppings com algum sistema de **captação de água**

1º Programa de Estágio

1.800 colaboradores em **treinamentos de compliance**, com 230 horas de duração

Novo Canal de Ética

34,2% de mulheres em cargos de liderança

Relatório Anual de Sustentabilidade 2023

Ambiental

Energia:

Desde 2010, a Multiplan investe na produção própria de energia solar, e hoje, possui dois complexos de usinas fotovoltaicas, além de painéis solares em quatro shoppings.

Juntos, eles geram 20 mil MWh de energia, o suficiente para abastecer 91 mil residências por mês. Em termos financeiros, isso corresponde a R\$6,5 milhões de economia em 2023, contribuindo para uma redução de 14% nos custos de energia vs. 2022. Para o meio ambiente, 18 mil toneladas de emissões de CO₂ foram evitadas. Além disso, os shoppings da Multiplan atingiram a importante marca de terem 100% de sua energia proveniente de fontes renováveis.

Emissões de Gases de Efeito Estufa:

Em 2023, a Multiplan registrou emissões totais de CO₂ de 28.172 toneladas, uma redução significativa em relação a 2022. Nas emissões de Escopo 2, houve uma redução de 42%, principalmente devido ao uso de Inteligência Artificial nos equipamentos de monitoramento e maior precisão na coleta de dados.

Certificação LEED do ParkJacarepaguá:

O ParkJacarepaguá recebeu o certificado "Leadership in Energy and Environmental Design" (LEED), na categoria "Building Design and Construction".

O shopping conta com claraboias que priorizam o aproveitamento da luz natural, iluminação 100% LED orientada por sistema inteligente, estação própria de tratamento de efluentes e sistema de reaproveitamento de águas pluviais.

A certificação LEED visa avaliar o desempenho ambiental de uma edificação e já foi concedida às torres corporativas ParkShopping Corporate e Morumbi Corporate.

Gestão de resíduos:

Com foco na minimização dos impactos ambientais e no incentivo à reciclagem e ao descarte adequado, a Multiplan possui o Plano Integrado de Gerenciamento de Resíduos Sólidos (PGIRS). Algumas das ações realizadas no ano foram manutenção de equipamentos de reciclagem, campanhas de conscientização com lojistas e segregação de materiais recicláveis.

Em 2023, 100% dos shoppings contavam com gestão adequada de destinação de resíduos.

100%
da energia dos shoppings
proveniente de fontes renováveis

R\$6,5 milhões
de economia nos custos de
energia devido à energia limpa

18.000 toneladas
de redução de emissões de CO₂

42%
de redução nas emissões de
Escopo 2

100%
dos shoppings com gestão
adequada de resíduos



Relatório Anual de Sustentabilidade 2023

Social

Os shoppings da Companhia podem ser considerados polos de desenvolvimento urbano, emprego e lazer.

Por meio das ações realizadas pelo *hub* social “Multiplique o Bem”, a Multiplan pretende transformar essa visão em realidade.



Multiplique o Bem



250 iniciativas sociais em 2023
+530 mil pessoas beneficiadas

Nos shoppings da Companhia:



+4.500

bolsas de sangue doadas



+6.200

doses de vacina administradas



+500

animais de estimação adotados



+186.000

roupas, itens de higiene e
brinquedos doados

Governança

Nova Área de Auditoria Interna:

Criada em 2023 com o objetivo de identificar se os processos estão de acordo com as leis e regulamentos internos, trazendo maior transparência, a área atua com autonomia e imparcialidade, protegida de qualquer interferência não autorizada.

Novo Comitê de Auditoria:

Também criado em 2023, o Comitê de Auditoria tem como função aprovar os planos anuais de atividades a serem desenvolvidos pela área de Auditoria Interna, bem como receber e aprovar os resultados obtidos.

Novo Canal de Ética:

Disponível para o público interno e externo da Companhia, o canal permite o relato de situações que não estejam de acordo com o Código de Conduta da Multiplan e as Leis. A operação é realizada por uma empresa independente, garantindo anonimato e proteção contra retaliações, e as denúncias são analisadas pela área de Compliance.

Treinamento de Compliance:

Mais de 1.800 pessoas participaram nos treinamentos de compliance da Multiplan, totalizando 230 horas de instrução. Alguns dos temas discutidos foram Código de Conduta, legislação anticorrupção, políticas de brindes, gestão de conflitos de interesse e prevenção de assédio moral e sexual.



Treinamento de Compliance

ESG: destaques do 2T24

ESG (Ambiental, Social e Governança)

Cordão de girassol: símbolo de reconhecimento e pertencimento

Após a sanção da Lei 14.624/23, que formaliza o uso nacional de cordões com desenhos de girassol para identificação de pessoas com deficiências ocultas, a Multiplan firmou parceria exclusiva com a empresa HD Sunflower para distribuição de 10 mil cordões de girassol em seus shoppings.

Eles estão disponíveis em shoppings como RibeirãoShopping, ShoppingSantaÚrsula e ParkJacarepaguá, e podem ser retirados gratuitamente.

○ Cordão de Girassol Oficial

é um pedido de **empatia, respeito e ajuda**.
Se vir alguém usando, **ofereça apoio**.



Campanha cordão de girassol

Abril Azul: mês de conscientização sobre o Autismo

Durante o mês de conscientização sobre o Transtorno do Espectro Autista (TEA), a Companhia reafirmou o seu compromisso com a inclusão em seus shoppings.

Algumas das comodidades disponíveis com foco nesse público são amortecedores de ruídos, vagas de estacionamento exclusivas, sessões de cinema “azul” – em que a sala de cinema tem iluminação diferenciada e som mais baixo – e a “Sala do Bem”, no ParkShoppingCampoGrande, espaço projetado para reduzir os efeitos da superestimulação sensorial.

Fortalecimento de iniciativas relacionadas à segurança pública

A Multiplan aderiu ao projeto Firjan/CIRJ-Ministério da Justiça e Segurança Pública (MJSP), que visa melhorar a segurança pública, apoiando ações das forças de segurança federais no Rio de Janeiro.

O Plano de Ação do MJSP visa aumentar a fiscalização das rodovias federais do estado e aumentar as atividades de repressão às organizações criminosas.

JundiaíShopping doa 8,5 toneladas de alimentos ao Fundo Social da cidade

No âmbito da campanha de arrecadação de Natal, o JundiaíShopping entregou mais de 8,5 toneladas de alimentos ao Fundo Social de Solidariedade de Jundiaí.

Os alimentos arrecadados serão doados a famílias em situação de vulnerabilidade.



JundiaíShopping – Doação de alimentos

Prêmios e reconhecimentos

Histórias de sucesso da Multiplan

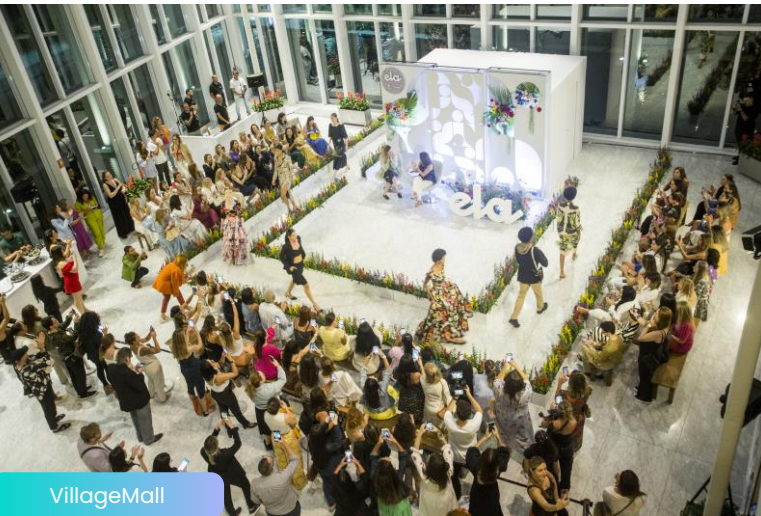
(Mais uma) noite vitoriosa no Prêmio Abrasce

No final de junho aconteceu mais uma edição do Prêmio Abrasce, que reconhece os melhores projetos desenvolvidos por shoppings e grupos empresariais filiados à Associação Brasileira de Shopping Centers (Abrasce).

Como já acontece há muitos anos, a Multiplan e seus shoppings foram premiados em diversas categorias, listadas aqui:

★ Campanha Institucional

VillageMall: Relacionamento no estado da arte



VillageMall

★ Tecnologia e campanhas digitais

Multiplan: Free Flow na Experiência dos shoppings (“Acesso Multi”)



ShoppingSantaÚrsula

★ Campanha Institucional

Parque Shopping Maceió: Campanha de verão “Nordestesse”



Parque Shopping Maceió

★ Eventos e Promoções

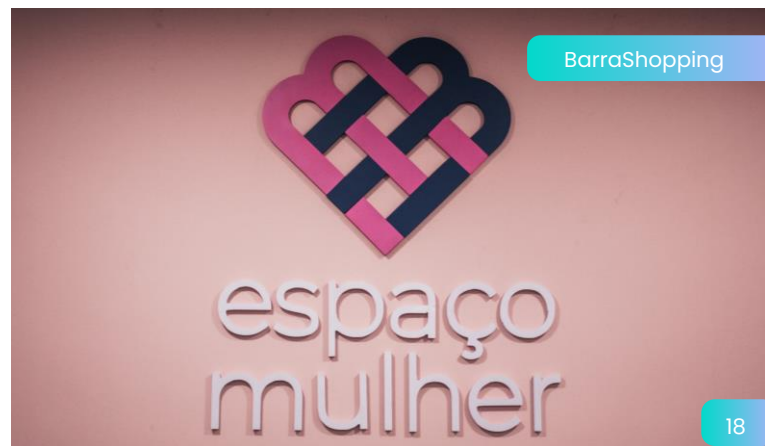
ShoppingVilaOlimpia: “SVO Secreto”



ShoppingVilaOlimpia

★ Sustentabilidade/ESG

BarraShopping: “Espaço Mulher”



BarraShopping

Estudo de caso

Centros de eventos e Teatros: promoção de cultura e lazer



5 Centros de eventos

4 Teatros

Multiplan Hall no ParkShopping Canoas

Centros de eventos e Teatros: promovendo cultura e lazer, gerando fluxo de consumidores

Como parte da estratégia de entregar uma experiência cada vez mais ampla ao consumidor, os centros de eventos e os teatros dos shoppings da Multiplan têm se destacado como importantes polos de cultura e lazer nas regiões onde estão localizados. A Companhia tem investido na criação e modernização desses ambientes que beneficiam a sociedade e transformam a experiência dos frequentadores.

Este ano, a Multiplan unificou a marca dos centros de eventos de seus shoppings, onde todos os espaços passaram a ser chamados de **Multiplan Hall**, fomentando a arte, música, entretenimento e negócios, e com uma estratégia unificada.

Esses espaços não apenas enriquecem a experiência dos frequentadores, mas também trazem benefícios significativos para os shoppings e seus lojistas.

O investimento em experiência e cultura dentro dos shoppings é um foco constante da Companhia, e a estratégia de unificação da nova marca consiste em consolidar a confiança, a fidelidade e o valor junto aos clientes.

Multiplan Hall

Os centros Multiplan Hall estão localizados no BarraShoppingSul, no ParkShopping Canoas, no ParkJacarepaguá, no RibeirãoShopping, e no ParkShoppingSãoCaetano – o último recém-inaugurado no dia 11/jul. Juntos, os cinco espaços possuem capacidade para receber cerca de 10 mil pessoas.

Para além dos centros de eventos, a Multiplan possui o **Teatro Multiplan**, localizado no VillageMall, dois teatros localizados no ShoppingVilaOlímpia e PátioSavassi, que são operados por parceiros, e ainda irá ampliar o investimento em cultura adicionando uma nova operação de teatro ao seu portfólio em breve: no MorumbiShopping, onde o atual teatro está sendo totalmente reformado no âmbito da atual expansão do shopping.

Estudo de caso

Centros de eventos e Teatros: promoção de cultura e lazer

Os centros de eventos e os teatros dos shoppings da Multiplan proporcionam benefícios e sinergias tanto para os lojistas como para os espectadores:

- **Incentivo à cultura:** facilitam acesso e promovem eventos culturais e educativos;
- **Acessibilidade e inclusão:** proporcionam acessibilidade a um público mais amplo em um ambiente seguro e confortável;
- **Curadoria sinérgica:** oferecem eventos alinhados com o perfil dos consumidores de cada shopping;
- **Valorização do shopping e da região:** contribuem para a valorização imobiliária e socioeconômica das áreas onde estão localizados e aumentam a atratividade do shopping para novos lojistas;
- **Exposição da marca:** fortalecem a marca Multiplan como referência em cultura e lazer;
- **Aumento do fluxo de pessoas:** atraem um público diversificado, aumentando o fluxo de pessoas nos shoppings;
- **Flexibilidade de atrativos:** diversificam as opções de lazer, atendendo a diferentes públicos;
- **Ancoragem:** estabelecem o shopping como um destino de entretenimento e cultura, atuando como “âncoras”;
- **Geração de empregos:** geram oportunidades e fomentam o desenvolvimento de habilidades especializadas;
- **E muitos outros...**



Teatro Multiplan no Village Mall

Atualmente, esses espaços contam com mais de 18.500 m², sendo 5.500 m² de teatros e 13.000 m² de centro de eventos, e que representam 2,1% da ABL total do portfólio de shoppings da Companhia – recebendo artistas e eventos nacionais e internacionais, tais como Roberto Carlos, Djavan, o espanhol Júlio Iglesias, os musicais Mamma Mia e Madagascar, o ballet Bolshoi, entre outros. Esses espaços se tornaram verdadeiros motores de crescimento e fortalecimento dos shoppings como um espaço completo de lazer, entretenimento, cultura e consumo, em linha com a estratégia de revitalização e gerenciamento de mix dos shoppings, oferecendo acessibilidade e uma programação diversificada.



MULT3 e o Mercado de ações

MULT3 e o mercado de ações

Free float aumenta para 52,4%

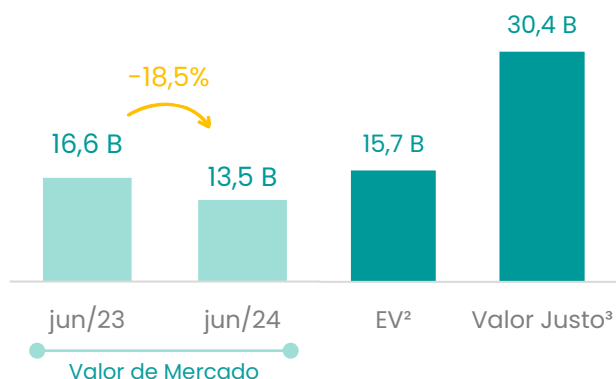
A MULT3 estava cotada a R\$22,54 ao final de jun/24, 18,5% abaixo do final de jun/23. O volume médio diário negociado foi de R\$132,3 milhões no 2T24 (equivalente a US\$25,4 milhões¹), um aumento de 1,7% comparado ao 2T23. A média diária de negócios atingiu 16.167 no 2T24.

Em 30 de junho de 2024, o Sr. e a Sra. Peres detinham 25,2% das ações da Companhia, direta ou indiretamente, e o Ontario Teachers' Pension Plan detinha 18,5%.

O free float era equivalente a 52,4% do total de ações – 766 p.b. superior ao 2T23 (44,7%) – enquanto o somatório da Administração e Tesouraria da Multiplan representava 3,9%.

Ao final do trimestre, a MULT3 estava listado em 127 índices, entre eles o Índice Ibovespa (IBOV), Índice Brasil 50 (IBRX50), Índice Carbono Eficiente (ICO2), Índice Imobiliário B3 (IMOB), Índice de Governança Corporativa Diferenciada (IGCX) e três índices MSCI (Invesco EM, EM IMI e IR SD ACWI ex-US).

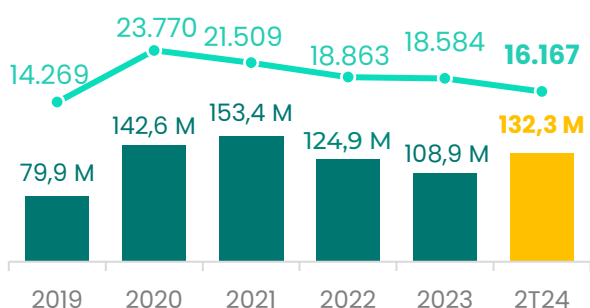
Valor da Multiplan (R\$)



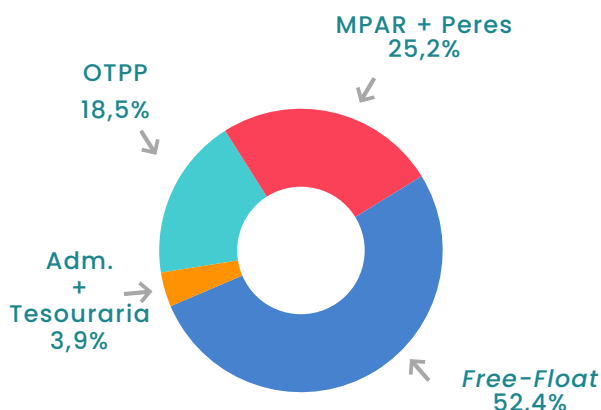
¹Com base na taxa de câmbio média do Banco Central do Brasil de R\$ 5,213/USD no 2T24. ²Valor da Empresa (EV): Valor de mercado + Dívida líquida em 30 de junho de 2024. ³Valor justo das propriedades calculado conforme metodologia detalhada nas Demonstrações Financeiras de 30 de junho de 2024.

MULT3 na B3	2T24	2T23	Var. %	1S24	1S23	Var. %
Preço de fechamento médio (R\$)	23,57	26,45	-10,9%	25,22	24,95	+1,1%
Preço de fechamento (R\$) – fim do período	22,54	27,67	-18,5%	22,54	27,67	-18,5%
Valor médio diário negociado (R\$)	132,3 M	130,1 M	+1,7%	115,0 M	122,4 M	-6,1%
Volume médio diário negociado (nº ações)	5.624.716	4.895.257	+14,9%	4.649.856	4.895.691	-5,0%
Média diária do número de negociações	16.167	22.232	-27,3%	17.378	20.523	-15,3%
Valor de mercado (R\$) – fim do período	13.541,2 M	16.623,1 M	-18,5%	13.541,2 M	16.623,1 M	-18,5%

Evolução do volume médio de ações negociadas⁴



Estrutura societária em 30 de junho de 2024



⁴Ajustado pelo desdobramento de ações na proporção de um para três (1:3) ações do mesmo tipo e classe em 2018.



MULT3 e o Mercado de ações

Recompra de ações supera 2023 inteiro, enquanto o P/L atinge seu nível mais baixo em dez anos

Ao longo do 1S24, a Companhia recomprou 4,9 milhões de ações (0,8% do total de ações), mais do que em todo o ano de 2023.

As recompras de ações no 2T24 ocorreram em um período em que as ações da Companhia foram negociadas a um dos menores índices P/L¹ de sua história (12x), com um *spread* para o P/L² do Ibovespa em um dos menores níveis históricos.

Além disso, o *spread* do FFO Yield da Companhia em relação à NTN-B Principal³ está atualmente em 346 p.b., significativamente maior do que o *spread* médio dos períodos anteriores - conforme tabela abaixo.

Além dos R\$84,5 milhões investidos em recompra de ações no 2T24, a Companhia anunciou a distribuição de R\$135,0 milhões em juros sobre capital próprio (JCP) no trimestre (página 47) e a capitalização das reservas de lucros da Companhia no valor de R\$170,0 milhões.

P/L médio^{1,2} e *spread* histórico

Período	Média P/E MULT3 ¹	Média P/L Ibovespa ²	<i>Spread</i>
Desde o IPO ⁴	30x	17x	13x
2T14 – 2T24	27x	15x	12x
2T19 – 2T24	22x	13x	10x
2T24	12x	9x	3x

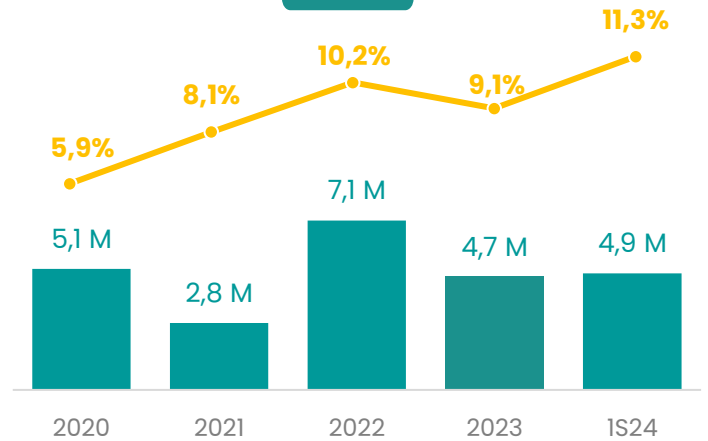
MULT3 maior P/L:

2T14 – 2T24: **50x** (set/17)

MULT3 menor P/L:

2T14 – 2T24: **12x** (nov/20)

Programa de recompra e evolução do *Cap Rate*⁵



- Número de ações recompradas
- *Cap Rate*⁵ (final do período)

Spread do FFO Yield para NTN-B Principal³

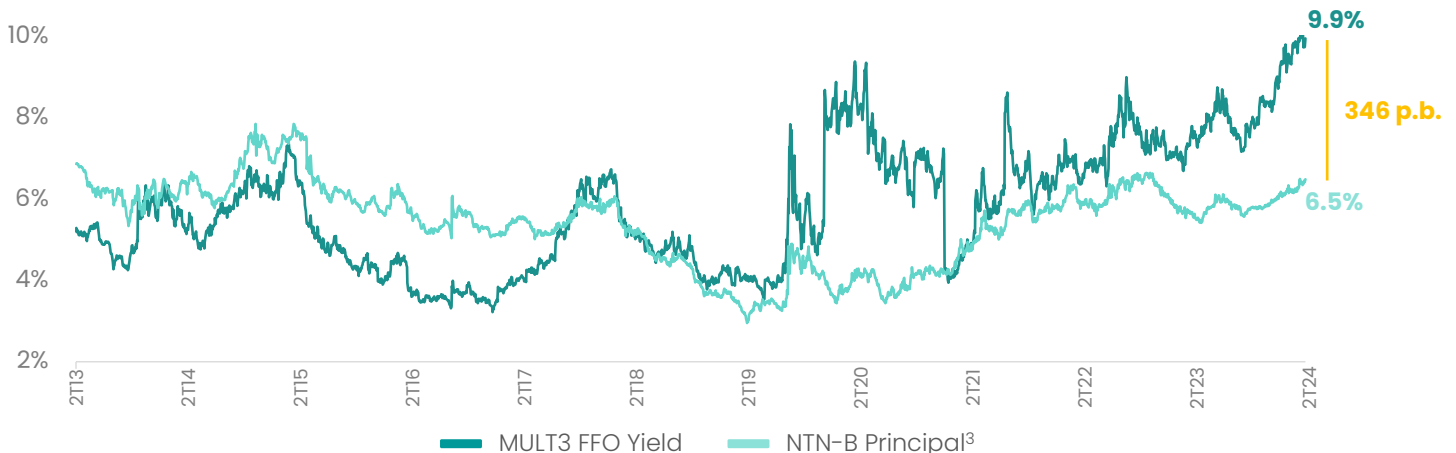
Período	<i>Spread</i> para NTN-B ³ (média)
Desde o IPO ⁴	41 p.b.
2T14 – 2T24	41 p.b.
2T19 – 2T24	168 p.b.
2T24	346 p.b.

Maior *spread*:

2T14 – 2T24: **541 p.b.** (ago/20)

Menor *spread*:

2T14 – 2T24: **-230 p.b.** (mai/17)



¹ O índice P/L (Preço sobre Lucro) foi calculado dividindo-se o valor de mercado da empresa pelo lucro líquido 12M da Companhia.

² O Ibovespa é o principal indicador de desempenho das ações negociadas na B3. Fonte: P/L Ibovespa: Bloomberg.

³ NTN-B é o título do governo brasileiro indexado à inflação. Foi considerado o título de maior duração na data calculada: vencimentos em 2024, 2035 e 2045, calculado pela taxa média diária de compra e venda. Fonte da NTN-B: Tesouro Nacional do Brasil.

⁴ O IPO (abertura de capital) da empresa ocorreu em julho de 2007.

⁵ *Cap Rate* calculado com base no NOI 12M dividido pelo EV (*Enterprise Value*) da empresa no final de cada período.



Demonstração de Resultados Consolidados

Gerencial

Demonstração de resultados

(R\$'000)	2T24	2T23	Var. %	1S24	1S23	Var.%
Receita de locação	394.366	399.080	-1,2%	782.859	783.498	-0,1%
Receita de serviços	36.856	32.531	+13,3%	76.458	68.121	+12,2%
Receita de cessão de direitos	(2.077)	(1.214)	+71,0%	3.271	(2.622)	n.d.
Receita de estacionamento	71.978	72.140	-0,2%	140.146	135.921	+3,1%
Venda de imóveis	72.971	25.409	+187,2%	95.167	35.775	+166,0%
Apropriação de receita de aluguel linear	6.194	1.897	+226,6%	11.685	2.109	+454,2%
Outras receitas	2.281	13.438	-83,0%	36.965	19.044	+94,1%
Receita Bruta	582.569	543.279	+7,2%	1.146.551	1.041.847	+10,0%
Tributos sobre receitas	(42.858)	(40.981)	+4,6%	(83.221)	(67.990)	+22,4%
Receita Líquida	539.711	502.298	+7,4%	1.063.330	973.858	+9,2%
Despesas de sede	(45.909)	(43.800)	+4,8%	(92.102)	(88.018)	+4,6%
Remuneração baseada em ações	(16.168)	(15.386)	+5,1%	(34.246)	(25.283)	+35,4%
Despesas de propriedades	(37.854)	(53.350)	-29,0%	(80.902)	(99.035)	-18,3%
Despesas de projetos para locação	(1.443)	(1.415)	+1,9%	(2.714)	(2.020)	+34,4%
Despesas de projetos para venda	(4.693)	(5.112)	-8,2%	(9.361)	(11.799)	-20,7%
Custo de imóveis vendidos	(33.422)	(14.451)	+131,3%	(50.228)	(21.376)	+135,0%
Resultado de equivalência patrimonial	0	(8)	n.d.	(37)	(8)	+367,5%
Outras receitas (despesas) operacionais	(10.582)	580	n.d.	(13.277)	729	n.d.
EBITDA	389.640	369.354	+5,5%	780.464	727.048	+7,3%
Receitas financeiras	34.613	38.137	-9,2%	83.346	74.455	+11,9%
Despesas financeiras	(77.443)	(95.769)	-19,1%	(162.304)	(199.362)	-18,6%
Depreciações e amortizações	(34.003)	(34.625)	-1,8%	(68.569)	(81.225)	-15,6%
Lucro Antes do Imposto de Renda	312.807	277.097	+12,9%	632.937	520.917	+21,5%
Imposto de renda e contribuição social	(21.831)	(23.473)	-7,0%	(43.495)	(52.629)	-17,4%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(9.201)	(6.350)	+44,9%	(40.598)	(13.774)	+194,7%
Participação dos acionistas minoritários	(36)	(41)	-12,1%	(76)	(78)	-2,5%
Lucro Líquido	281.740	247.233	+14,0%	548.768	454.436	+20,8%

(R\$'000)	2T24	2T23	Var. %	1S24	1S23	Var.%
NOI	434.684	419.766	+3,6%	853.788	822.494	+3,8%
Margem NOI	92,0%	88,7%	+327 p.b.	91,3%	89,3%	+209 p.b.
EBITDA de Propriedades¹	369.371	369.617	-0,1%	764.899	732.846	+4,4%
Margem EBITDA de Propriedades ¹	78,2%	77,2%	+104 p.b.	78,4%	77,9%	+52 p.b.
EBITDA	389.640	369.354	+5,5%	780.464	727.048	+7,3%
Margem EBITDA	72,2%	73,5%	-134 p.b.	73,4%	74,7%	-126 p.b.
Lucro Líquido	281.740	247.233	+14,0%	548.768	454.436	+20,8%
Margem Líquida	52,2%	49,2%	+298 p.b.	51,6%	46,7%	+494 p.b.
Fluxo de Caixa Operacional (FFO)	318.750	286.311	+11,3%	646.250	547.326	+18,1%
Margem FFO	59,1%	57,0%	+206 p.b.	60,8%	56,2%	+457 p.b.

¹ Não considera operações imobiliárias para venda (receitas, impostos, custos e despesas) e despesas relacionadas a desenvolvimentos futuros. Despesa de sede e remuneração baseada em ações proporcionais ao percentual da receita bruta de shopping center com a receita bruta da Companhia.

Indicadores Operacionais

Vendas

Vendas dos lojistas

Todos os shoppings crescendo e superando dois dígitos em junho

No 2T24, as vendas dos lojistas totalizaram R\$5,6 bilhões, um aumento de 6,3% em relação ao 2T23 e o maior valor já registrado para um segundo trimestre.

Além de todos os shoppings terem aumentado as vendas, cinco deles apresentaram crescimento de dois dígitos na comparação anual: New York City Center (+32,3%), ShoppingSantaÚrsula (+22,3%), BarraShoppingSul (+17,7%), DiamondMall (+15,7%) e Parque Shopping Maceió (+14,2%).

É importante ressaltar que o New York City Center passou por uma grande revitalização em 2023, e agora colhe os frutos, enquanto o DiamondMall passou por uma recente revitalização e está trabalhando em uma expansão com inauguração prevista para o segundo semestre.

Olhando para o 1S24, o aumento nas vendas foi de 8,3% em relação ao 1S23, com oito shoppings alcançando crescimento de dois dígitos.

Vendas de jun/24:
+11,1% vs. jun/23

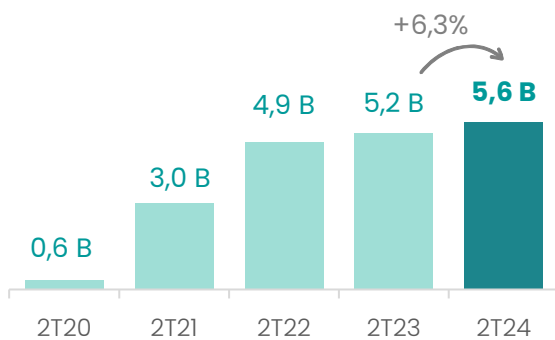
Crescimento contínuo no trimestre

Durante o 2T24, a Companhia obteve crescimento de vendas de 6,3% impactado por eventos não recorrentes, como o calendário da Páscoa, os acontecimentos no estado do Rio Grande do Sul e outros efeitos sazonais.

Em jun/24, as vendas cresceram +11,1% vs. jun/23, terminando o trimestre com um crescimento de vendas de dois dígitos.

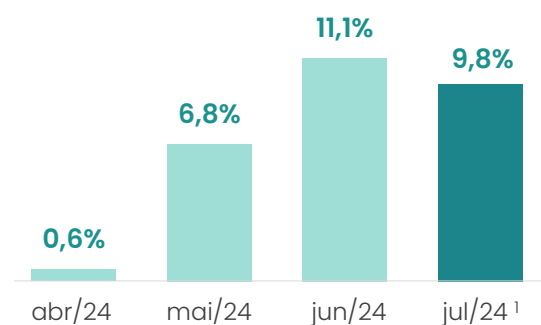
Em relação a jul/24, as vendas continuaram crescendo, atingindo um aumento de 9,8%¹ vs. Jul/23.

Vendas trimestrais dos lojistas (R\$)



Evolução mensal das vendas

(vs. 2023)



¹ Dados preliminares de vendas para julho de 2024.

Indicadores Operacionais

Vendas

Rio Grande do Sul continuou crescendo

No final de abril e durante o mês de maio, o estado do Rio Grande do Sul viveu um dos maiores eventos climáticos de sua história, que afetou parcialmente a operação dos dois shoppings da Multiplan na região.

As lojas do BarraShoppingSul e ParkShopping Canoas funcionaram com horário reduzido e de forma facultativa durante quatro semanas – este último shopping também ficou totalmente fechado por quatro dias. Mesmo assim, ambos apresentaram resultados positivos no trimestre.

O BarraShoppingSul cresceu vendas em 17,7% vs. o 2T23, o terceiro melhor resultado dentro do portfólio da Multiplan.

Adicionalmente, o shopping aumentou sua taxa de ocupação em 166 p.b., atingindo 97,3% no trimestre. Em relação ao ParkShopping Canoas, as vendas cresceram 4,0% vs. o 2T23, impulsionadas principalmente pelos segmentos de Artigos Diversos e Artigos para o Lar.

DiamondMall: mudança de mix beneficiando todos os segmentos

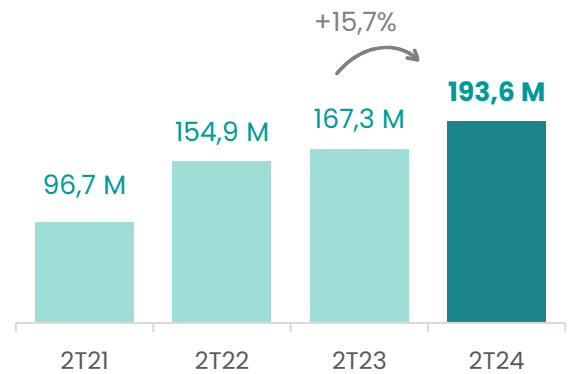
O DiamondMall se destacou, apresentando crescimento de vendas de 15,7% vs. o 2T23.

O crescimento ocorreu em todos os segmentos, sendo Alimentação & Áreas Gourmet (+27,7%) e Serviços (+24,2%) os maiores aumentos, em linha com a estratégia de mudança de mix implementada no shopping.

O resultado também pode ser explicado pela (i) melhora de 434 p.b. na taxa de ocupação do shopping para 97,6% e (ii) pelo aumento de 9,5% no fluxo de veículos, que apresentou a terceira maior variação do portfólio no trimestre.

Vendas no 2T24 vs. o 2T23:
BarraShoppingSul: **+17,7%**
ParkShopping Canoas: **+4,0%**

Vendas do DiamondMall



Indicadores Operacionais

Vendas

New York City Center: renovando seu crescimento

O New York City Center foi mais uma vez o destaque no crescimento de vendas: +32,3% vs. o 2T23, resultado da grande revitalização que o shopping passou em 2023 e de uma gestão proativa de mix com foco em experiência e conveniência.

Em relação à revitalização, a Companhia buscou devolver ao shopping sua alma jovem e pioneira. Mais detalhes sobre este projeto podem ser encontrados no Estudo de Caso do 1T24 ([link](#)).

Maiores vendas, ocupação e fluxo de veículos

No 2T24, as vendas do segmento Alimentação & Áreas Gourmet do New York City Center (+49,1% vs. 2T23) foram beneficiadas pelo aumento nas vendas de três grandes operações de restaurantes que totalizam mais de 3.400 m² de ABL, inauguradas há menos de um ano.

Além disso, a taxa de ocupação do shopping aumentou 1.460 p.b. em relação ao 2T23, atingindo 97,5%.

E por fim, o shopping apresentou o segundo maior aumento de fluxo de veículos de todo o portfólio da Multiplan: +10,5% vs. o 2T23.

New York City Center antes da revitalização



ANTES

New York City Center depois da revitalização



DEPOIS



BarraShopping - Evento de Festa Junina

Indicadores Operacionais

Vendas

Vendas dos lojistas (100%) (R\$)	2T24	2T23	Var. %	1S24	1S23	Var. %
BH Shopping	431,2 M	414,1 M	+4,1%	818,0 M	770,4 M	+6,2%
RibeirãoShopping	323,7 M	301,8 M	+7,3%	621,4 M	561,4 M	+10,7%
BarraShopping	774,3 M	723,8 M	+7,0%	1.500,1 M	1.390,6 M	+7,9%
MorumbiShopping	689,9 M	674,4 M	+2,3%	1.304,1 M	1.246,2 M	+4,7%
ParkShopping	400,8 M	365,8 M	+9,6%	764,0 M	694,6 M	+10,0%
DiamondMall	193,6 M	167,3 M	+15,7%	366,7 M	314,4 M	+16,6%
New York City Center	51,6 M	39,0 M	+32,3%	100,4 M	73,4 M	+36,8%
ShoppingAnáliaFranco	406,9 M	396,9 M	+2,5%	763,7 M	720,1 M	+6,1%
ParkShoppingBarigüi	371,1 M	368,7 M	+0,7%	715,2 M	686,4 M	+4,2%
Pátio Savassi	151,0 M	141,0 M	+7,0%	286,9 M	267,3 M	+7,3%
ShoppingSantaÚrsula	42,6 M	34,8 M	+22,3%	82,5 M	67,6 M	+22,1%
BarraShoppingSul	243,0 M	206,4 M	+17,7%	470,6 M	391,0 M	+20,4%
ShoppingVilaOlímpia	106,1 M	101,0 M	+5,1%	216,2 M	196,5 M	+10,0%
ParkShoppingSãoCaetano	236,6 M	230,7 M	+2,6%	450,7 M	425,0 M	+6,1%
JundiaíShopping	182,7 M	169,4 M	+7,8%	347,0 M	318,4 M	+9,0%
ParkShoppingCampoGrande	181,7 M	171,1 M	+6,2%	353,3 M	324,7 M	+8,8%
VillageMall	262,1 M	250,1 M	+4,8%	494,8 M	478,3 M	+3,5%
Parque Shopping Maceió	185,4 M	162,3 M	+14,2%	371,6 M	317,6 M	+17,0%
ParkShopping Canoas	185,3 M	178,2 M	+4,0%	358,3 M	339,1 M	+5,7%
ParkJacarepaguá	136,5 M	132,5 M	+3,0%	271,4 M	257,9 M	+5,2%
Total	5.556,2 M	5.229,3 M	+6,3%	10.656,9 M	9.840,8 M	+8,3%

Indicadores Operacionais

Vendas nas Mesmas Lojas (SSS)

Vendas nas Mesmas Lojas (SSS)

Vendas nas Mesmas Lojas	2T24 x 2T23		
	Âncora	Satélite	Total
Alimentação & Áreas Gourmet	-	+1,5%	+1,5%
Vestuário	-1,3%	+3,9%	+2,1%
Artigos do Lar & Escritório	+0,5%	+3,9%	+3,2%
Artigos Diversos	+16,2%	+11,9%	+13,2%
Serviços	-8,0%	+8,4%	+4,8%
Total	+3,3%	+5,7%	+5,1%

Vendas nas Mesmas Lojas	1S24 x 1S23		
	Âncora	Satélite	Total
Alimentação & Áreas Gourmet	-	+7,5%	+7,5%
Vestuário	+3,5%	+3,7%	+3,7%
Artigos do Lar & Escritório	-10,2%	+1,6%	-0,8%
Artigos Diversos	+14,8%	+12,3%	+13,0%
Serviços	+1,3%	+7,7%	+6,4%
Total	+6,1%	+7,0%	+6,7%

Crescimento em todos os segmentos

As Vendas nas Mesmas Lojas (SSS) encerraram o 2T24 com crescimento de 5,1% vs. o 2T23, com todos os cinco segmentos apresentando crescimento ano contra ano.

No 2T24, o segmento de Artigos Diversos registrou o maior aumento em relação ao ano anterior: +13,2%. O crescimento foi impulsionado, principalmente, pelas atividades de Supermercado (+22,9%) e Perfumaria/Cosméticos (+17,6%).

O segmento de Serviços apresentou SSS de 4,8% no trimestre, apoiado principalmente pelas atividades de Farmácias e Telefonia.

No 1S24, o segmento que mais cresceu foi o de Artigos Diversos, atingindo +13,0% sobre o 2S23, acompanhando o desempenho do 1T24. O crescimento total do SSS no 1S24 foi de 6,7%.



ParkShoppingSãoCaetano – Evento para pets



Parque Shopping Maceió – Evento de moda

Indicadores Operacionais

Turnover

Turnover (troca de lojas)

No 2T24, a Multiplan apresentou um *turnover* de 1,4% da ABL total (equivalente a 12.433 m²), correspondendo a 124 novas lojas. As lojas satélites foram responsáveis por 87,4% da ABL do *turnover* do 2T24, representando 123 lojas adicionadas ao portfólio da Multiplan.

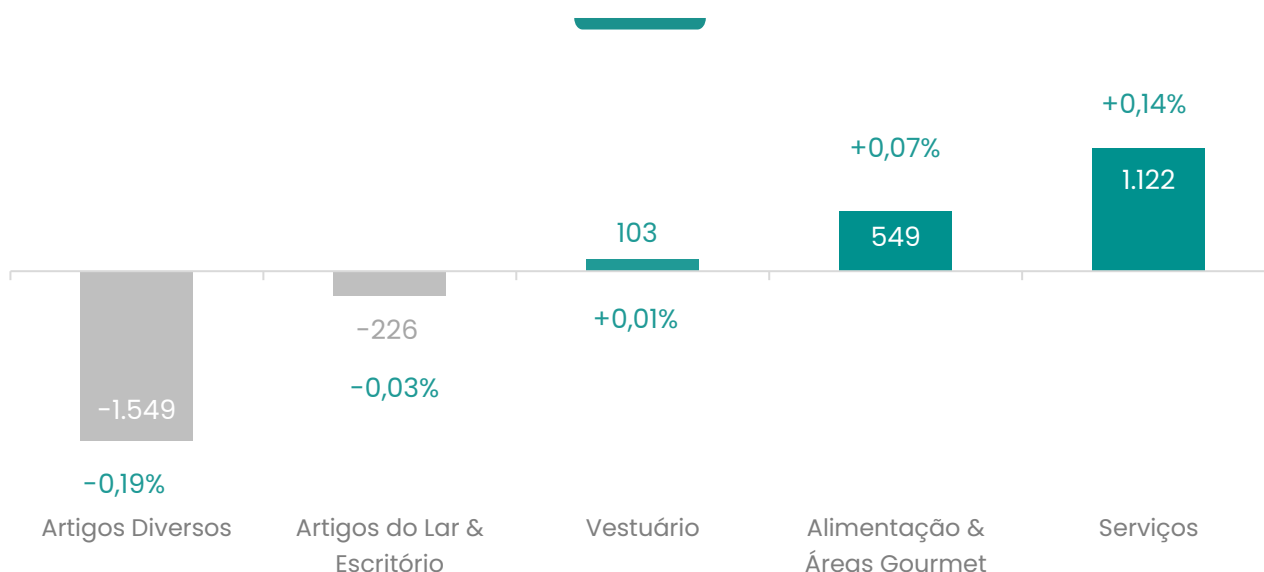
Os destaques do trimestre

- O ParkShopping voltou a ser o destaque do trimestre, respondendo por 9,6% do *turnover* total do 2T24, com oito novas lojas, incluindo três novos restaurantes que representam 58,4% da sua área de *turnover*, promovendo mais opções gastronômicas no shopping.
- O MorumbiShopping foi responsável por 9,3% do *turnover* total. Ele registrou o quarto maior nível de ocupação do portfólio no 2T24, atingindo 98,2%. O *turnover* do shopping foi impulsionado principalmente pela adição de cinco novas operações de alimentação (800 m²).

- O ParkShopping Canoas registrou um *turnover* de 7,8% do *turnover* total. Devido às fortes chuvas e enchentes no final de abr/24 e mai/24, que afetaram gravemente o estado, o shopping alugou uma loja que serviu temporariamente como ponto de *check-in* para a base aérea da cidade.

O segmento de Serviços apresentou o maior *turnover* líquido positivo, atingindo 1.122 m² no 2T24, relacionado principalmente à única loja âncora adicionada no trimestre, localizada no ShoppingSantaÚrsula, que contribuiu para as opções de lazer oferecidas pelo shopping. Essas mudanças no mix seguem o propósito da Multiplan de entregar maior variedade de experiências aos seus consumidores.

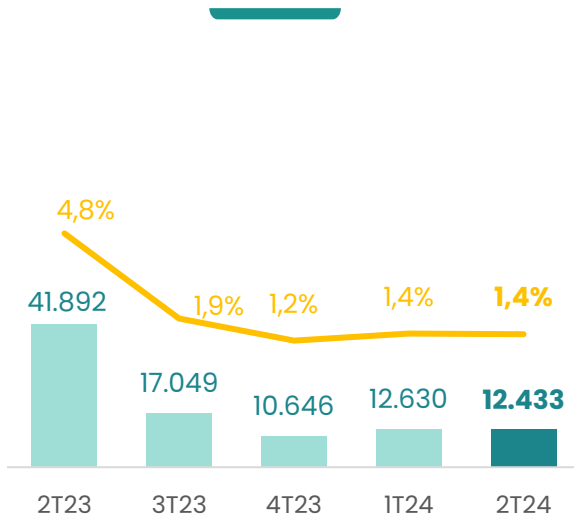
Efeito do *turnover* líquido dos segmentos em m² e % da ABL total – 2T24



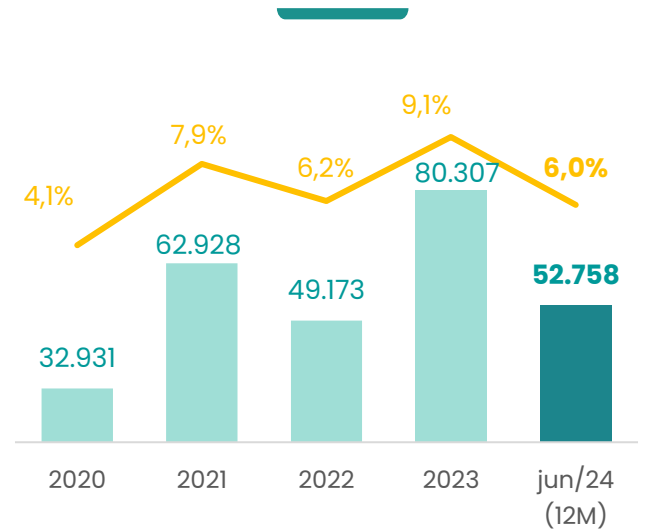
Indicadores Operacionais

Turnover

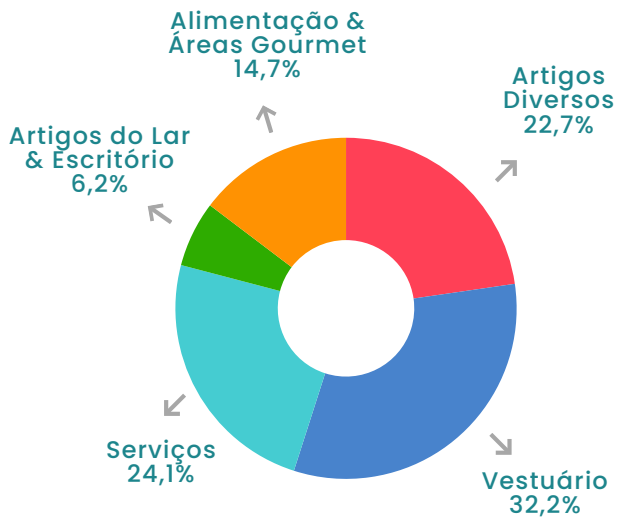
Turnover dos shoppings em ABL (m²) e em % do ABL total (%)



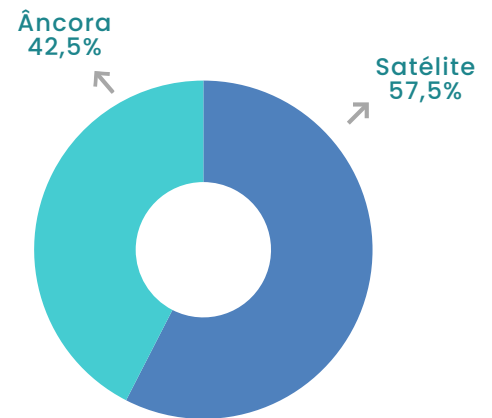
Turnover dos shoppings em ABL (m²) e em % do ABL total (%)



Distribuição de ABL ocupada por segmento - jun/24



Distribuição da ABL ocupada por tipo de loja¹ - jun/24



¹ As lojas âncoras são lojas qualificadas com, pelo menos, 1.000 m² (10.763 pés quadrados). As lojas satélites são lojas com menos de 1.000 m² (10.763 pés quadrados).

Indicadores Operacionais

Taxa de ocupação

Taxa de ocupação

Ocupação continuando a tendência de crescimento

No 2T24, o portfólio de shopping centers da Multiplan apresentou taxa de ocupação média de 96,0%, 64 p.b. superior ao 2T23. Em relação ao 1T24, a taxa de ocupação média registou um aumento de 29 p.b.

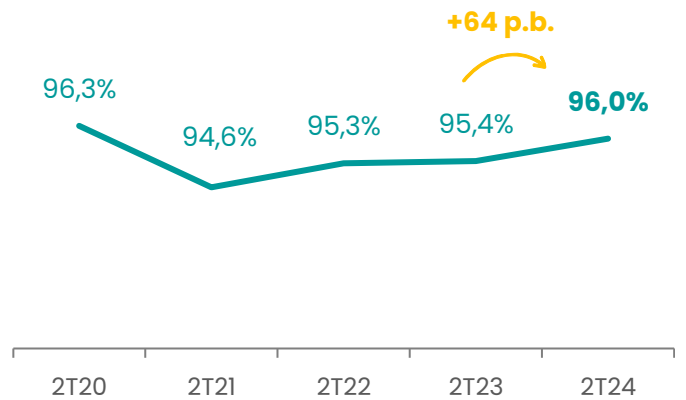
Quatorze shoppings atingiram taxa de ocupação média superior a 96,0%, dos quais quatro reportaram taxa superior a 98,0%.

A taxa de ocupação do New York City Center aumentou 1.460 p.b. vs. o 2T23, atingindo 97,5% no final de jun/24, principalmente devido ao seu processo de revitalização e mudança de mix.

Destaca-se novamente a taxa de ocupação do ShoppingSantaÚrsula (93,7%), apresentando o segundo maior crescimento no 2T24 quando comparado ao mesmo trimestre de 2023 (+694 p.b.).

A taxa de ocupação do ParkShopping atingiu 96,9% no trimestre, um aumento de 489 p.b. vs. o 2T23, principalmente pela adição de um novo espaço de lazer, reforçando a diversificação do mix.

Taxa de ocupação média dos shopping centers



Taxa de ocupação em **96,0% no 2T24**



Indicadores Operacionais

Custo de ocupação

Custo de ocupação

Maiores vendas + baixa inflação + despesas controladas = menor custo de ocupação

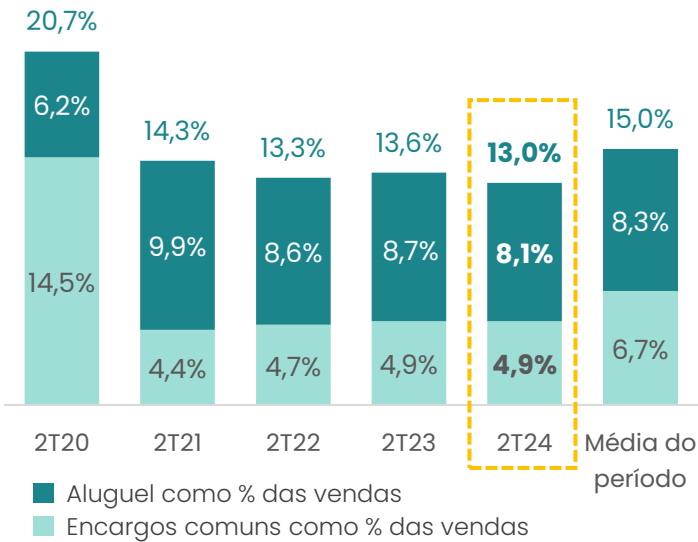
No 2T24, o custo de ocupação dos lojistas foi de 13,0%, uma redução de 62 p.b. em relação ao 2T23 e o menor valor para um segundo trimestre desde 2019 (12,8%).

A tendência de queda pode ser explicada, principalmente, (i) pelo crescimento de 6,3% nas vendas vs. o 2T23, (ii) pela baixa inflação (IGP-DI) nos últimos 12 meses e, (iii) pelo controle dos encargos comuns como % das vendas.

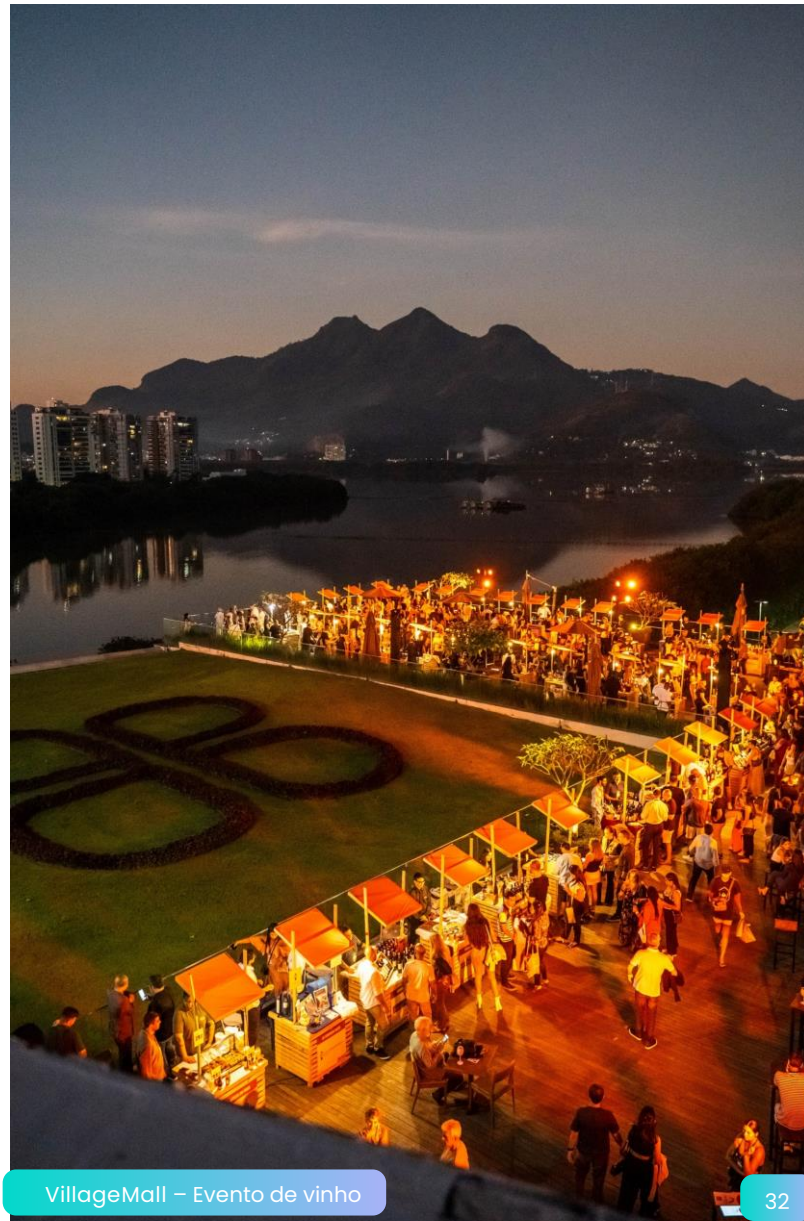
O aumento nas vendas dos lojistas pode ser parcialmente explicado pela estratégia da Multiplan de promover eventos em seus shoppings, que atraem fluxos de consumidores.

No 2T24 foram realizados 308 eventos nos shoppings, 24,7% a mais do que no 2T23, totalizando 629 eventos no 1S24.

Abertura trimestral do custo de ocupação



Custo de ocupação mais baixo para um 2T desde 2019: **13,0%**



Receita Bruta

Vendas de imóveis e receita de serviços lideram a receita bruta

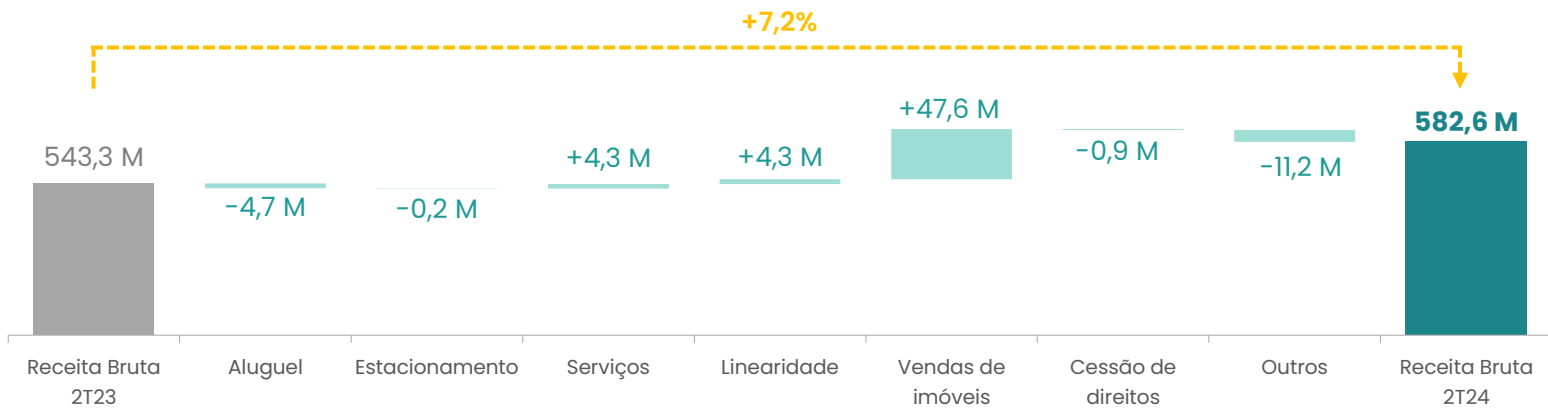
A receita bruta, no 2T24, totalizou R\$582,6 milhões, um aumento de 7,2% vs. o 2T23. O crescimento da receita bruta, apesar do efeito nulo do reajuste do IGP-DI nos últimos 12 meses, demonstra a capacidade da Companhia de gerar receitas nos mais diversos cenários.

A receita de vendas de imóveis totalizou R\$73,0 milhões no 2T24, quase triplicando em relação ao 2T23, impulsionada pelo reconhecimento da venda de um dos quatro terrenos em Ribeirão Preto e pelo reconhecimento das vendas do empreendimento residencial Golden Lake.

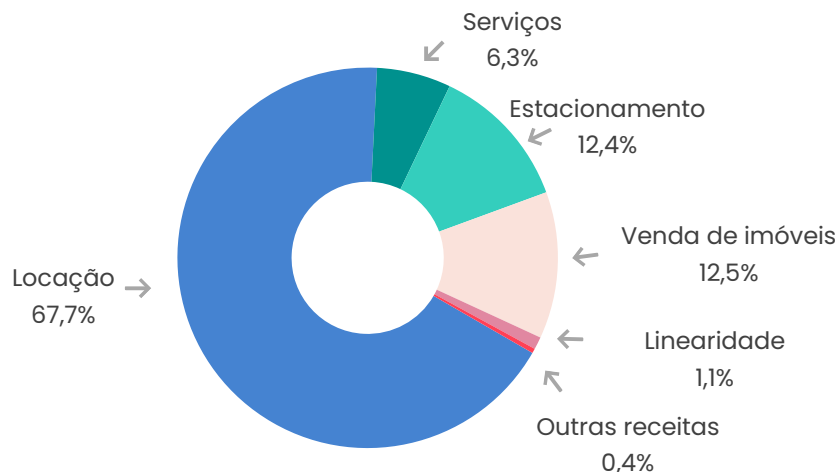
A receita de serviços apresentou aumento de 13,3% vs. o 2T23. A linha foi positivamente impactada por taxas de administração mais altas, impulsionadas pelo crescimento do NOI e por novos contratos de administração.

A receita de estacionamento ficou em linha com o 2T23 (-0,2%), considerando o impacto do fluxo de veículos pelas enchentes no Rio Grande do Sul, e os descontos pontuais oferecidos como incentivo ao cadastro de clientes no aplicativo Multi (página 12).

Evolução da receita bruta (R\$) – 2T24 vs. 2T23



Abertura da receita bruta % – 2T24



Receita de locação

Receita de locação

Crescimento em construção

A receita de locação total da Multiplan (soma de shoppings e torres comerciais) totalizou R\$394,4 milhões no 2T24, 1,2% abaixo do 2T23.

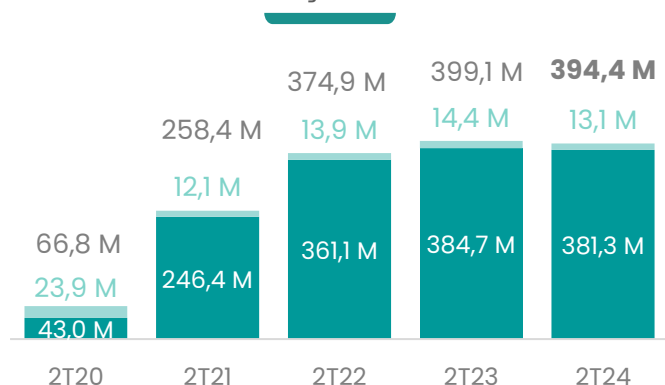
A receita de locação de shoppings apresentou queda de 0,9%, enquanto a receita de Mall e Mídia apresentou queda de 5,3% vs. o 2T23, impactada principalmente por (i) concessões de aluguel dadas aos lojistas do BarraShoppingSul e do ParkShopping Canoas em função das enchentes que atingiram o estado do Rio Grande do Sul em mai/24; e (ii) impactos temporários de obras de revitalização que estão sendo realizadas simultaneamente em 14 shoppings.

Para apoiar os lojistas do BarraShoppingSul e ParkShopping Canoas, a Companhia ofereceu, em mai/24, uma carência de aluguel de 7 dias.

Vale ressaltar que, dada a combinação das fortes vendas registradas no trimestre e o efeito do reajuste do IGP-DI zero, o aluguel complementar cresceu 16,2% vs. o 2T23.

O New York City Center apresentou crescimento de dois dígitos na receita de locação (+20,7% no 2T24), refletindo a grande revitalização que o shopping passou ao longo de 2023, incluindo a abertura de uma grande operação de alimentação, que também impactou positivamente sua taxa de ocupação (97,5% no 2T24, +1.460 p.b. vs. o 2T23). Os resultados da revitalização do New York City Center apoiam a estratégia da Companhia de continuar revitalizando os seus shoppings.

Evolução trimestral da receita de locação (R\$)

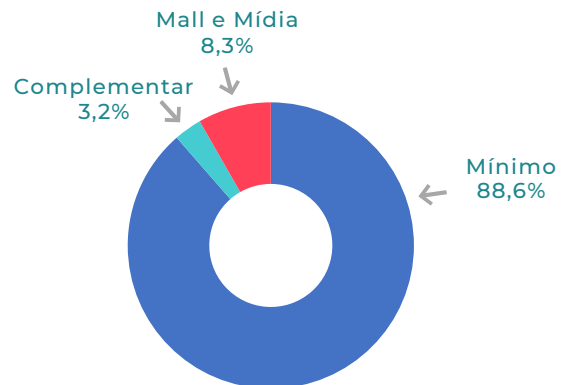


■ Receita de locação de shopping centers
 ■ Receita de locação de torres corporativas



DiamondMall

Abertura da receita de locação % – 2T24





New York City Center

Receita de locação

Receita de locação (R\$)	2T24	2T23	Var. %	1S24	1S23	Var. %
BH Shopping	42,5 M	41,2 M	+3,1%	83,0 M	81,4 M	+1,9%
RibeirãoShopping	24,7 M	20,8 M	+18,5%	47,0 M	41,4 M	+13,7%
BarraShopping	58,0 M	60,8 M	-4,5%	116,4 M	117,3 M	-0,8%
MorumbiShopping	54,4 M	57,1 M	-4,8%	108,2 M	110,7 M	-2,2%
ParkShopping	26,5 M	26,9 M	-1,5%	52,8 M	53,4 M	-1,0%
DiamondMall	15,8 M	15,5 M	+1,7%	32,0 M	31,5 M	+1,8%
New York City Center	3,1 M	2,5 M	+20,7%	6,0 M	5,0 M	+21,1%
ShoppingAnáliaFranco	11,4 M	11,6 M	-2,4%	22,4 M	22,8 M	-1,7%
ParkShoppingBarigüi	26,1 M	26,9 M	-2,8%	51,8 M	52,6 M	-1,5%
Pátio Savassi	14,0 M	14,1 M	-1,1%	28,0 M	28,3 M	-1,0%
ShoppingSantaÚrsula	2,0 M	2,1 M	-3,0%	3,8 M	4,0 M	-4,5%
BarraShoppingSul	17,6 M	19,2 M	-8,3%	36,5 M	37,7 M	-3,3%
ShoppingVilaOlímpia	5,4 M	5,2 M	+4,2%	10,4 M	10,0 M	+3,9%
ParkShoppingSãoCaetano	16,9 M	17,9 M	-5,7%	32,9 M	34,6 M	-4,9%
JundiaíShopping	13,9 M	13,5 M	+2,8%	26,9 M	26,3 M	+2,2%
ParkShoppingCampoGrande	11,0 M	11,2 M	-1,9%	21,9 M	22,5 M	-2,7%
VillageMall	14,6 M	14,3 M	+2,3%	28,8 M	28,2 M	+2,1%
Parque Shopping Maceió	6,6 M	6,4 M	+3,2%	13,0 M	12,4 M	+4,8%
ParkShopping Canoas	7,6 M	7,7 M	-1,8%	15,3 M	15,1 M	+0,8%
ParkJacarepaguá	9,3 M	9,6 M	-3,8%	18,9 M	19,5 M	-3,0%
Subtotal de shoppings	381,3 M	384,7 M	-0,9%	755,8 M	754,5 M	+0,2%
Morumbi Corporate	11,1 M	12,5 M	-11,0%	23,0 M	24,7 M	-6,8%
ParkShopping Corporate	2,0 M	2,0 M	+2,1%	4,0 M	4,3 M	-6,6%
Subtotal de torres corporativas	13,1 M	14,4 M	-9,2%	27,0 M	29,0 M	-6,8%
Total portfólio	394,4 M	399,1 M	-1,2%	782,9 M	783,5 M	-0,1%

Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR)

Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR)

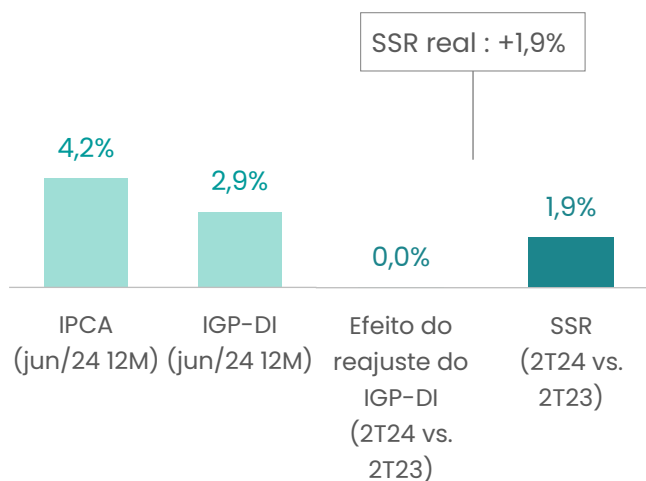
Crescendo em cima do efeito nulo do reajuste do IGP-DI

No 2T24, o portfólio da Multiplan registrou Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR) de 1,9% quando comparado ao 2T23.

A indexação dos contratos da Companhia ao IGP-DI teve efeito de reajuste de 0%, devido ao carregamento da inflação negativa no período. A Companhia entregou um SSR de 1,9% no trimestre, sendo todo o crescimento em termos reais.

É importante notar que a inflação medida pelo IGP-DI foi negativa até abr/24 e passou a ser positiva a partir de mai/24. A inflação medida pelo IGP-DI nos últimos doze meses a partir de jun/24 foi de 2,9%. A inflação positiva medida pelo IGP-DI contribuirá para que o efeito do reajuste do IGP-DI volte a ser positivo.

Índices e SSR – 2T24



Receita de estacionamento & Receita de serviços

Receita de estacionamento

~900 mil placas registradas no Multi

No 2T24, a receita de estacionamento totalizou R\$72,0 milhões, em linha com o 2T23.

Durante o 2T24, o Acesso Multi – serviço que permite aos carros acessarem os estacionamentos sem cancelas por meio da leitura das placas – atingiu cerca de 900 mil usuários.

Até o final de jun/24, foi oferecido um desconto de 20% no estacionamento aos consumidores que aderiram a esta funcionalidade.

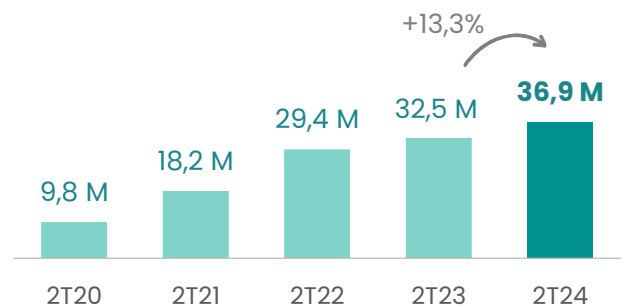
O fluxo de veículos do portfólio foi 0,3% inferior ao 2T23, impactado pelas chuvas que afetaram a região Sul do Brasil e comprometeram temporariamente as operações do BarraShoppingSul e do ParkShopping Canoas, sendo que este último ficou fechado por quatro dias e ambos operaram com horário reduzido em caráter facultativo durante todo o mês de maio. O estacionamento não foi cobrado em ambos os shoppings durante 10 dias.

Receita de serviços

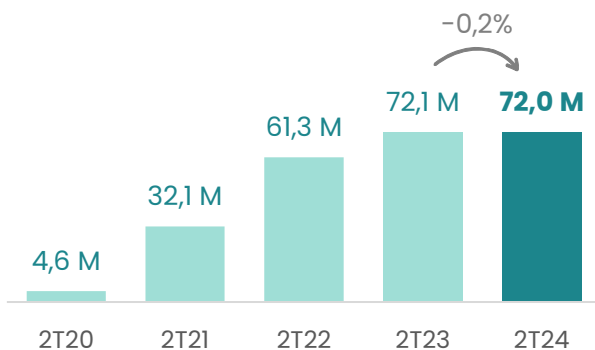
Crescimento de dois dígitos

A receita de serviços totalizou R\$36,9 milhões no 2T24, um aumento de 13,3% em relação ao 2T23, principalmente devido a maiores taxas de administração, impulsionadas pelo crescimento do NOI e novos contratos de administração.

Evolução da receita de serviços (R\$)



Evolução da receita de estacionamento (R\$)



Despesas de propriedades

Despesas de propriedades

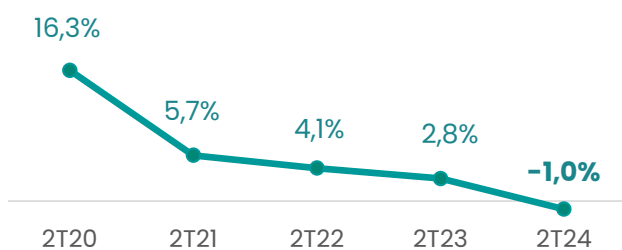
Inadimplência líquida negativa + maior ocupação = redução de 29% nas despesas de propriedades

No 2T24, as despesas de propriedades (soma de shopping center e torre corporativa para locação) totalizaram R\$37,9 milhões, uma redução de 29,0% em relação ao 2T23, impulsionadas principalmente por:

- i. um aumento de 64 p.b. na taxa de ocupação, que atingiu 96,0% no trimestre, reduzindo despesas relacionadas à vacância; e
- ii. a segunda menor taxa de inadimplência líquida (-1,0%) já registrada, contribuindo para a redução das provisões.

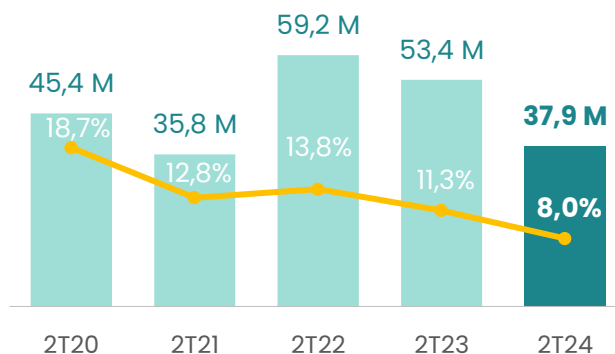
É importante destacar que a proporção das despesas de propriedades como % das receitas de propriedades¹ reduziu consideravelmente no trimestre, atingindo a marca de 8,0%.

Taxa de inadimplência líquida



Segunda menor taxa de inadimplência líquida já registrada: **-1,0%**

Despesas de propriedades (R\$) e como % das receitas de propriedades¹



¹ Inclui receita de locação, receita de estacionamento e a linearidade.





ShoppingAnáliaFranco – Evento geek

Resultado Operacional Líquido (NOI)

Resultado Operacional Líquido (NOI)

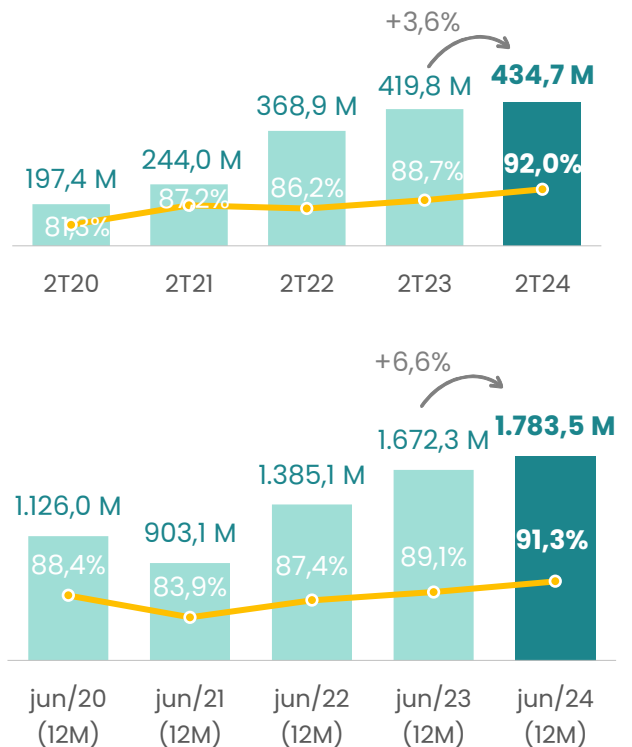
Maior NOI e margem NOI para um 2T atestam eficiência em despesas de propriedades

No 2T24, o Resultado Operacional Líquido (NOI) da Companhia totalizou R\$434,7 milhões, aumento de 3,6% vs. o 2T23, enquanto a margem NOI encerrou o período em 92,0%, +327 p.b. vs. o 2T23 – ambos os maiores já registrados em um segundo trimestre.

O NOI foi beneficiado pela redução de 29,0% nas despesas de propriedades, derivada das menores provisões e menores despesas com vacância.

Além disso, o NOI dos últimos 12 meses totalizou R\$1.783,5 milhões, com margem de 91,3%, também a maior já registrada em 12 meses.

NOI (R\$) e Margem NOI (%)



NOI (R\$)	2T24	2T23	Var.%	jun/24 (12M)	jun/23 (12M)	Var.%
Receita de locação	394,4 M	399,1 M	-1,2%	1.686,2 M	1.660,2 M	+1,6%
Apropriação da receita de aluguel linear	6,2 M	1,9 M	+226,6%	(31,5 M)	(57,6 M)	-45,3%
Receita de estacionamento	72,0 M	72,1 M	-0,2%	298,3 M	275,2 M	+8,4%
Receita operacional	472,5 M	473,1 M	-0,1%	1.953,1 M	1.877,8 M	+4,0%
Despesas de propriedades	(37,9 M)	(53,4 M)	-29,0%	(169,6 M)	(205,5 M)	-17,5%
NOI	434,7 M	419,8 M	+3,6%	1.783,5 M	1.672,3 M	+6,6%
Margem NOI	92,0%	88,7%	+327 p.b.	91,3%	89,1%	+226 p.b.

Despesas G&A & Remuneração baseada em ações

Despesas Gerais & Administrativas

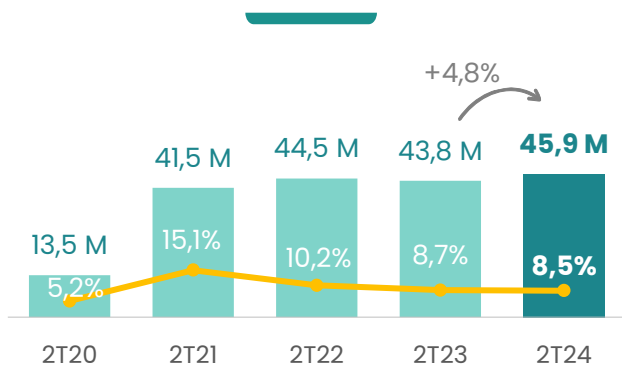
As despesas gerais e administrativas da Multiplan totalizaram R\$45,9 milhões no 2T24, um aumento de 4,8% vs. o 2T23, em linha com o IPCA dos últimos 12 meses (+4,2%), relacionado principalmente ao aumento das despesas com acordos coletivos de trabalho (dissídio).

As despesas da sede representaram 8,5% da receita líquida no 2T24, uma redução de 22 p.b. comparado ao 2T23.

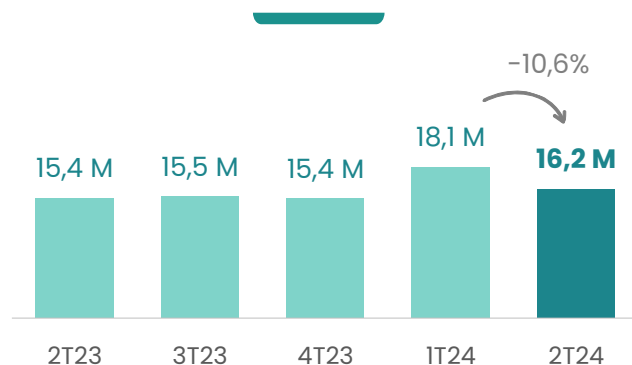
Remuneração baseada em ações

As despesas com remuneração baseada em ações encerraram o trimestre em R\$16,2 milhões, uma redução de 10,6% vs. o 1T24, explicada pelo fim da primeira parcela de provisões relacionadas ao plano concedido em mar/23.

Evolução das despesas de G&A (R\$) e como % da receita líquida



Remuneração baseada em ações (R\$)



Resultados de Empreendimentos Imobiliários

Empreendimentos Imobiliários

Empreendimentos Imobiliários

Fluxo de receita por meio de uma combinação de estratégias

A receita de venda de imóveis foi de R\$73,0 milhões no 2T24, um aumento de 187,2% em relação ao 2T23, impulsionada pela estratégia multiuso da Companhia para desenvolver o entorno de seus shoppings, seja por meio de projetos desenvolvidos pela Multiplan, como o Golden Lake, ou por meio de projetos desenvolvidos por parceiros no banco de terrenos da Companhia.

Até jun/24, 62,8% das 94 unidades da primeira fase do Golden Lake (Lake Victoria) foram vendidas. O projeto gerou R\$35,0 milhões em receitas e R\$24,3 milhões em custos no 2T24.

Conforme mencionado ao longo deste relatório, o estado do Rio Grande do Sul, onde está localizado o projeto Golden Lake, sofreu com fortes chuvas no mês de maio.

A Multiplan reforçou o seu compromisso de investir no estado e planeja entregar a infraestrutura de áreas comuns do empreendimento em 2025, mantendo em andamento as obras da primeira fase. Adicionalmente, a Companhia pretende lançar a segunda fase do projeto no 2S24.



Anúncio da Multiplan sobre enchentes no Rio Grande do Sul

No 2T24, a Multiplan vendeu quatro terrenos na cidade de Ribeirão Preto, São Paulo. Devido às condições precedentes de cada contrato, apenas um deles foi reconhecido no resultado do trimestre: em jun/24, a Multiplan anunciou a venda de um terreno anexo ao RibeirãoShopping, por um total de R\$45,0 milhões, e reconheceu R\$36,0 milhões de receita considerando a sua participação no shopping.



Estudo de caso

O complexo RibeirãoShopping

Durante o 2T24, a Multiplan anunciou a venda de três terrenos adjacentes ao RibeirãoShopping, que juntos totalizam mais de 44 mil m². Além disso, também foi vendido outro terreno de mais de 128 mil m², que não é contíguo ao shopping.

A Companhia buscou rentabilizar o seu banco de terrenos, promovendo o desenvolvimento de empreendimentos imobiliários integrados aos shoppings, um dos pilares estratégicos da história da Multiplan.

O desenvolvimento de projetos multiuso no entorno do shopping – seja para fins comerciais, residenciais ou outros – estabelece uma relação sinérgica, na qual tanto o shopping quanto o empreendimento em seu entorno são beneficiados.

Dentre esses benefícios, podem ser destacados:

Para o projeto multiuso: (i) aumento no valor do imóvel, que pode atrair mais compradores ou locatários, com perspectiva de se morar em uma localização privilegiada; (ii) conveniência e economia de tempo para os clientes, que podem realizar suas atividades diárias em um único lugar; e (iii) melhorias de infraestrutura na região, adequadas para suportar o shopping e o próprio projeto.

Para os shoppings da Multiplan: (i) aumento do fluxo orgânico de pessoas durante a semana; (ii) aumento de consumidores que visitam os shoppings a pé demandando menos vagas de estacionamento; (iii) construção de um público fiel, criando relacionamento com o shopping; e (iv) maior retorno, através de maiores vendas, redução de vacância e aumento de valor da região.

O complexo RibeirãoShopping reúne **lazer, trabalho e comodidade**

No RibeirãoShopping a história não poderia ser diferente. Nos últimos 25 anos, uma série de empreendimentos imobiliários – desenvolvidos pela Multiplan ou por terceiros em terrenos vendidos pela Companhia – deram origem a um complexo multiuso que reúne lazer, trabalho e comodidade em um único local: o complexo RibeirãoShopping.

O complexo abrange as seguintes propriedades, todas desenvolvidas em terrenos pertencentes à Multiplan:

- Hotel (2002): ligado ao shopping por uma faixa de pedestres;
- Ribeirão Office Tower (2005): localizado próximo ao hotel;
- Centro Profissional (2012): torre de escritórios desenvolvida pela Multiplan, interligada ao shopping por meio de passarela coberta; e
- Centro de Eventos (2013): desenvolvido pela Multiplan durante a sétima expansão do shopping, totalmente integrado ao shopping.

E não para por aqui.

O complexo RibeirãoShopping



Estudo de caso

O complexo RibeirãoShopping

Além dos empreendimentos já inaugurados, mencionados na página anterior, os terrenos comercializados pela Companhia no 2T24 contribuirão para a evolução do complexo.

As transações realizadas, bem como os projetos a serem desenvolvidos por terceiros, estão listados aqui:

A**Data do anúncio:** 11/abr/24 ([link](#))**Tamanho da área:** 23.834 m²**Preço:** R\$48,4 milhões**Destinação:** residencial**B****Data do anúncio:** 15/abr/24 ([link](#))**Tamanho da área:** 11.217 m²**Preço:** 14,0% do VGV líquido do empreendimento de R\$500 milhões**Destinação:** residencial e escritório**C****Data do anúncio:** 26/jun/24 ([link](#))**Tamanho da área:** 8.996 m²**Preço:** R\$45,0 milhões ¹**Destinação:** hospital

Parte dos projetos multiuso a serem desenvolvidos nos terrenos vendidos serão interligados ao RibeirãoShopping e ao Parques das Artes por uma área verde de mais de 6.400 m², reforçando ainda mais a sinergia entre lazer, multiuso e shopping.

As sinergias criadas dentro do complexo fazem dele uma solução completa para o cliente.

¹A Companhia detinha 80,0% da propriedade do terreno C, portanto recebeu o valor de R\$36,0 milhões, equivalente a sua participação.

Nota: Adicionalmente aos terrenos citados acima, em 27 de maio, a Multiplan vendeu um terreno em Ribeirão Preto de 128.642 m², localizado a 8,5 km do ShoppingSantaÚrsula e 11,5 km do RibeirãoShopping, no valor total de R\$25,2 milhões. A conclusão dessa aquisição está sujeita a condições precedentes.

**Terrenos vendidos no 2T24****Área verde com 6.406 m²**



MorumbiShopping - Comemoração dos 50 anos da Multiplan

Resultados Financeiros

EBITDA

EBITDA

Banco de terrenos e Golden Lake impulsionam EBITDA para o seu maior valor em um 2T

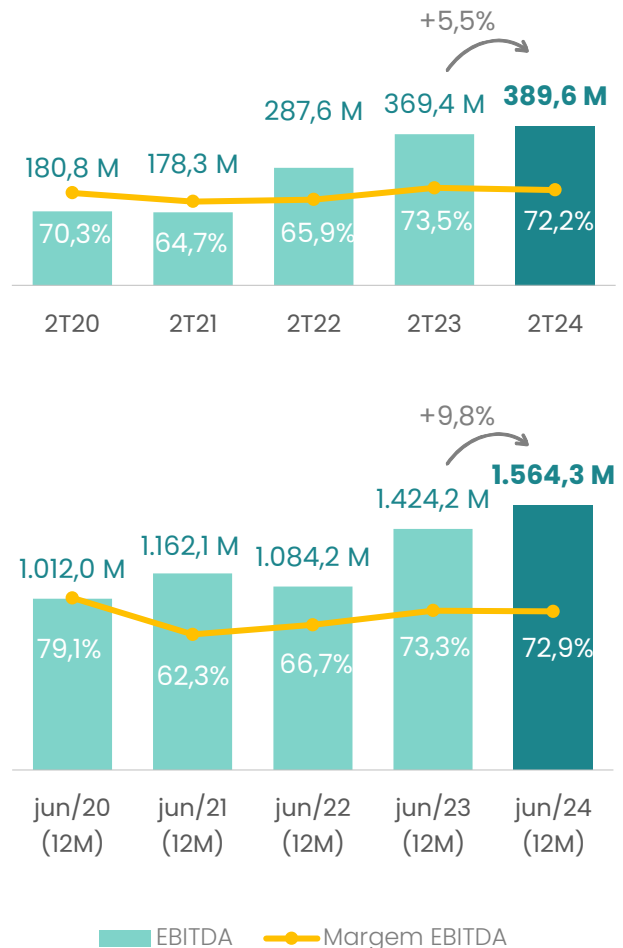
No 2T24, o EBITDA da Multiplan foi de R\$389,6 milhões, o maior valor já reportado em um segundo trimestre, crescendo 5,5% vs. o 2T23, apoiado principalmente pelo aumento na linha de receita de "Venda de Imóveis".

Ao longo do 2T24, a Companhia avançou no reconhecimento de receitas do projeto Golden Lake e de um dos quatro terrenos vendidos na cidade de Ribeirão Preto. Um estudo de caso sobre a monetização deste banco de terrenos está disponível na página 42.

A margem EBITDA atingiu 72,2% no trimestre, 137 p.b. inferior ao 2T23, impactada pela evolução das obras do empreendimento Golden Lake, cujas margens são menores em comparação aos shoppings, e despesas não recorrentes relacionadas à comemoração dos 50 anos da Companhia.

Nos últimos 12 meses, o EBITDA atingiu R\$1.564,3 milhões, um aumento de 9,8% em relação aos últimos 12 meses de jun/23.

EBITDA (R\$) e margem EBITDA (%)



Resultados Financeiros

Endividamento e Disponibilidades

Endividamento e Disponibilidades

Emissão de CRI de R\$300 milhões com custo abaixo do CDI

Ao final do 2T24, a dívida bruta da Companhia totalizava R\$3.189,9 milhões, um pouco abaixo de mar/24.

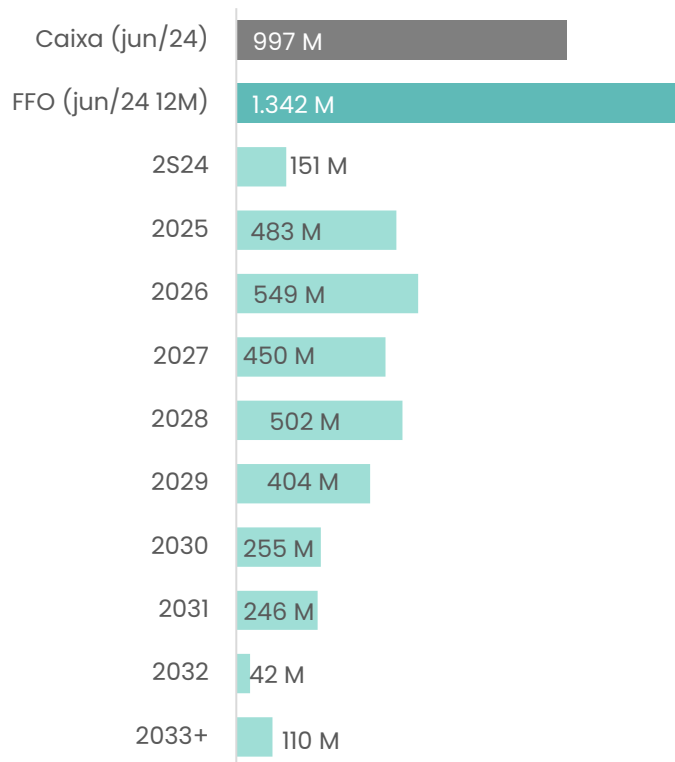
A exposição da Multiplan ao CDI encerrou o período em 88,3%, enquanto à TR e ao IPCA, em 9,3% e 2,4%, respectivamente.

O custo médio da dívida da Companhia no final de jun/24 era de 11,05%, 55 p.b. acima da taxa Selic.

A redução no custo da dívida pode ser explicada, principalmente, pela redução da taxa Selic e pela gestão de passivos eficaz no trimestre: (i) a taxa Selic reduziu 25 p.b. para 10,50% ao final de jun/24, e (ii) em mai/24 a Companhia liquidou sua 6ª Debênture (107,25% do CDI) e emitiu novo Certificado de Recebíveis Imobiliários (CRI) no mesmo valor de R\$300,0 milhões e com custo menor, abaixo do CDI (99,5% a.a.), resultando em uma redução de custos de 73 p.b.

Evento recente: em jul/24, a Multiplan captou R\$500,0 milhões por meio da emissão de debêntures com prazo de sete anos, ao custo de CDI+0,65% a.a. ([link](#)).

Cronograma de amortização da dívida bruta em 30/jun/24 (R\$)



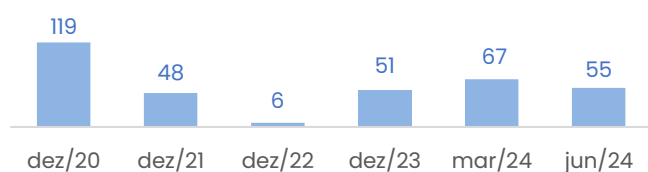
Indexadores do endividamento (a.a.) – jun/24

	Desempenho do Indexador	Taxa de juros média ¹	Custo da dívida	Dívida bruta ² (R\$)
TR	1,09%	8,27%	9,36%	297,9 M
CDI	10,50%	0,90%	11,40%	2.815,8 M
IPCA	4,53%	0,00%	4,53%	76,2 M
Total	9,48%	1,57%	11,05%	3.189,9 M

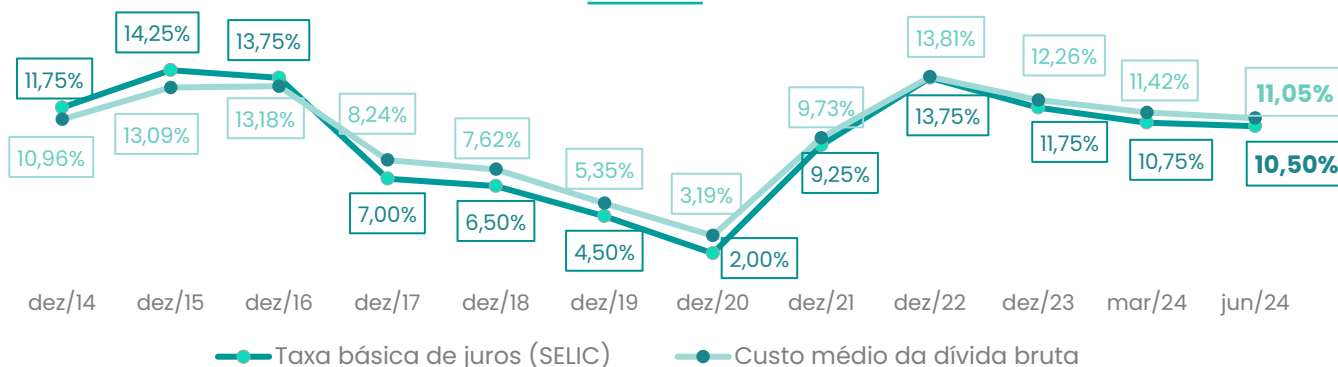
¹ Média ponderada da taxa anual

² A dívida da Companhia é denominada em moeda local

Spread do custo da dívida para Selic (p.b.)



Custo médio da dívida bruta (% a.a.)





Resultados Financeiros

Endividamento e Disponibilidades

Forte desembolso com ligeira realavancagem

A Multiplan encerrou o 2T24 com posição de caixa de R\$996,7 milhões e dívida líquida de R\$2.193,2 milhões, aumento de 7,4% vs. mar/24.

As principais saídas de caixa ao longo do 2T24 foram:

- R\$270,1 milhões em investimentos (CAPEX), relacionados principalmente ao projeto de expansão do ParkShoppingBarigüi e revitalizações no MorumbiShopping, BarraShopping, DiamondMall e PátioSavassi;
- amortizações programadas de dívidas no valor de R\$319,7 milhões e R\$62,7 milhões a título de juros¹;
- desembolso de R\$125,6 milhões a título de Juros sobre Capital Próprio²; e
- R\$84,5 milhões em recompra de ações.

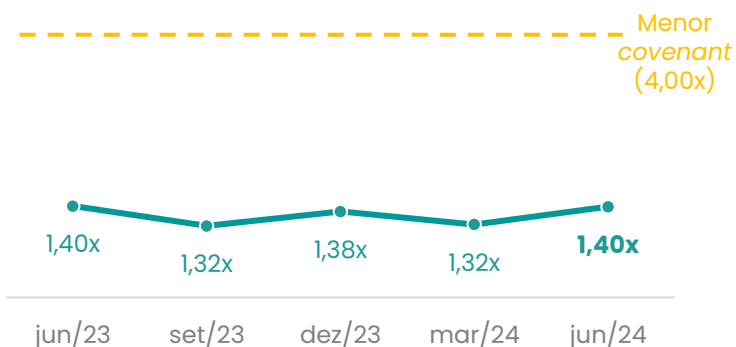
Essas saídas de caixa foram parcialmente compensadas pelo FFO de R\$318,8 milhões no 2T24.

O desembolso de caixa no 2T24 levou a um ligeiro aumento na relação Dívida Líquida/EBITDA, que ficou em 1,40x no final do período, 0,08x acima de mar/24.

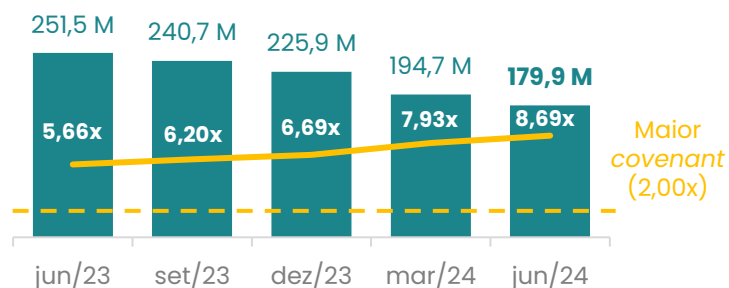
¹ Líquido de impostos retidos na fonte.

² Líquido de receitas financeiras.

Evolução da Dívida Líquida/EBITDA



Despesa financeira líquida (R\$) e índice de cobertura (12M)



■ Despesa financeira líquida
 — EBITDA / Despesa financeira líquida

Financial Position Analysis (R\$)	30/06/2024	31/03/2024	Var. %
Dívida Bruta	3.189,9 M	3.199,8 M	-0,3%
Posição de Caixa	996,7 M	1.157,2 M	-13,9%
Dívida Líquida	2.193,2 M	2.042,6 M	+7,4%
EBITDA 12M	1.564,3 M	1.544,0 M	+1,3%
Valor justo das propriedades para investimentos	30.404 M	29.201 M	+4,1%
Dívida Líquida/EBITDA	1,40x	1,32x	+6,0%
Dívida Bruta/EBITDA	2,04x	2,07x	-1,6%
EBITDA/Despesa Financeira Líquida	8,69x	7,93x	+9,6%
Dívida Líquida/Valor Justo	7,2%	7,0%	+22 p.b.
Dívida Total/Patrimônio Líquido	0,45x	0,45x	-1,4%
Dívida Líquida/Valor de Mercado	16,2%	13,3%	+291 p.b.
Prazo Médio de Amortização (meses)	43	40	+5,9%

Resultados Financeiros

Lucro líquido

Lucro líquido

Crescimento de dois dígitos e maior margem: mais recordes!

No 2T24, o lucro líquido da Companhia teve um aumento de 14,0% vs. o 2T23, totalizando R\$281,7 milhões, enquanto a margem líquida voltou a ficar acima da marca de 50%, situando-se em 52,2% - um crescimento de 298 p.b. vs. o 2T23 - ambos, o maior já registrado para um segundo trimestre.

O lucro líquido dos últimos 12 meses totalizou R\$1.114,7 milhões, um aumento de 26,7% vs. jun/23, um CAGR de 21,4% em um período de cinco anos.

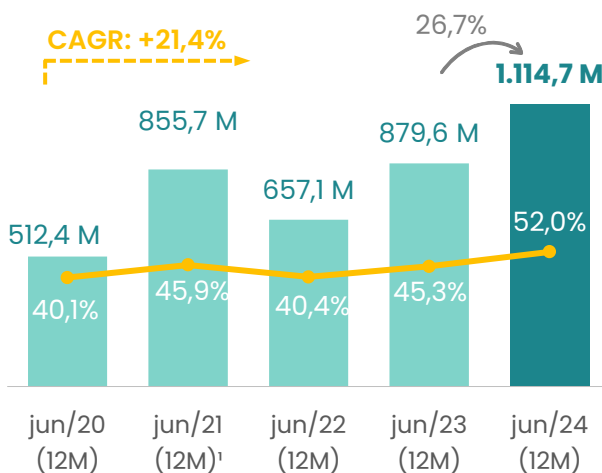
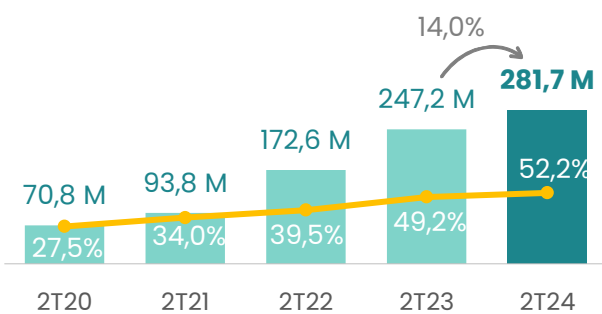
Retornando capital aos acionistas por meio de JCP, recompra de ações e capitalização de reservas de lucros

Em jun/24, a Companhia aprovou R\$135,0 milhões em Juros sobre Capital Próprio (JCP) a serem pagos até junho de 2025. Nos últimos 12 meses (jun/24), o valor total de JCP aprovado pela Companhia foi de R\$586,0 milhões, representando um índice de *payout* de 55,3% no período.

Adicionalmente, no 2T24, a Companhia recomprou 3,6 milhões de ações, equivalentes a R\$84,5 milhões, totalizando R\$215,3 milhões nos últimos doze meses.

Ainda no trimestre, a Companhia aprovou a capitalização das reservas de lucros no valor de R\$170,0 milhões, sem emissão de novas ações ([link](#)).

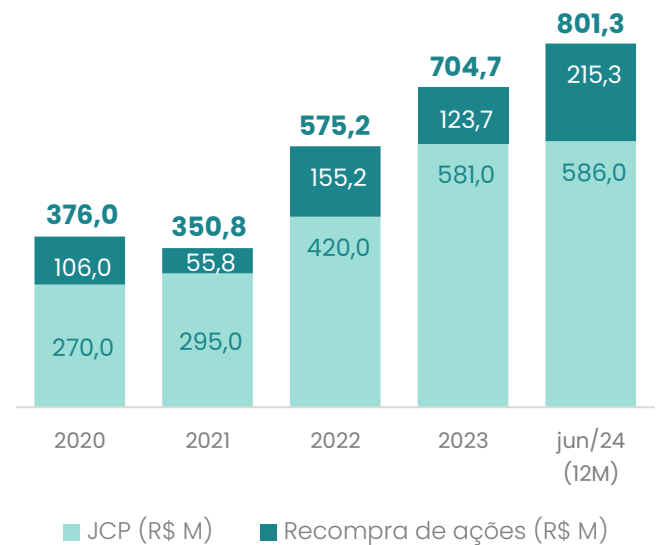
Lucro líquido (R\$) e margem (%)



Lucro Líquido — Margem Líquida

¹ Lucro líquido beneficiado pela venda da Diamond Tower (no 3T20).

Retorno de capital aos acionistas



Resultados Financeiros

Fluxo de caixa operacional (FFO)

Fluxo de caixa operacional (FFO)

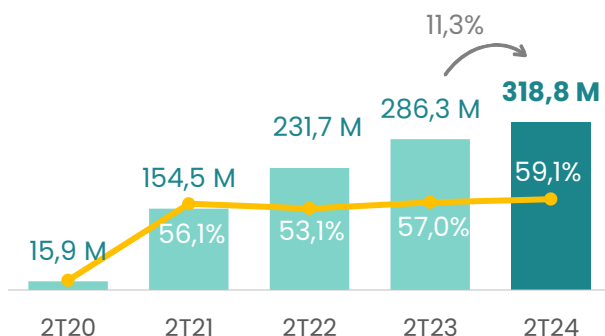
Repetindo o histórico de dois dígitos

No 2T24, o fluxo de caixa operacional (FFO) atingiu R\$318,8 milhões, aumento de 11,3% vs. o 2T23, em linha com o crescimento do lucro líquido.

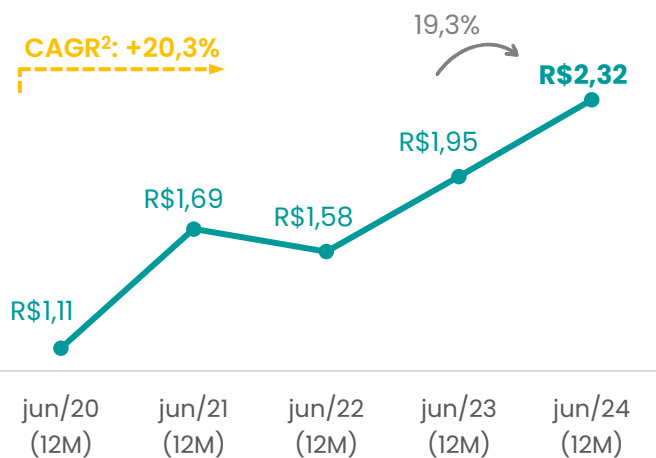
Nos últimos 12 meses, o FFO totalizou R\$1.341,9 milhões, um aumento de 18,0% em relação a jun/23 (12M);

O FFO por ação¹ atingiu R\$2,32 nos últimos 12 meses, um aumento de 19,3% vs. jun/23 (12M).

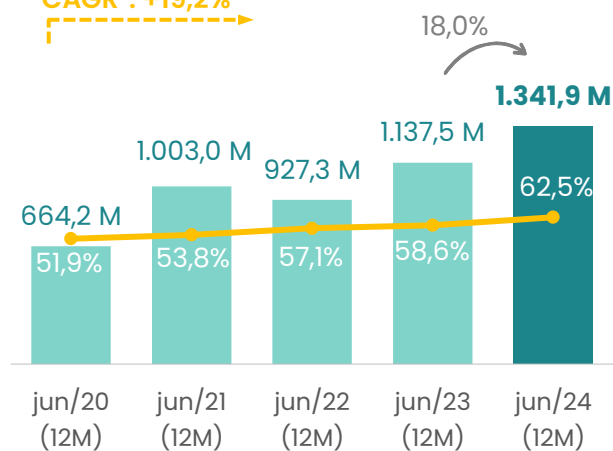
FFO (R\$) and FFO margin (%)



FFO por ação¹ (R\$)



CAGR²: +19,2%



¹Considera as ações em circulação ao final de cada período menos as ações mantidas em tesouraria.

²CAGR significa Taxa de Crescimento Anual Composta.

FFO Margem FFO

FFO (R\$)	2T24	2T23	Var.%	jun/24 (12M)	jun/23 (12M)	Var.%
Lucro Líquido	281,7 M	247,2 M	+14,0%	1.114,7 M	879,6 M	+26,7%
(-) Depreciações e amortizações	(34,0M)	(34,6 M)	-1,8%	(137,0 M)	(185,2 M)	-26,0%
(-) Imposto de renda e contrib. social diferidos	(9,2 M)	(6,3 M)	+44,9%	(58,7 M)	(15,1 M)	+288,4%
(-) Aprop. receita de aluguel linear	6,2 M	1,9 M	+226,6	(31,5 M)	(57,6 M)	-45,3%
FFO	318,8 M	286,3 M	+11,3%	1.341,9 M	1.137,5 M	+18,0%
Margem FFO	59,1%	57,0%	+206 p.b.	62,5%	58,6%	+396 p.b.



Capex

Expansões impulsionando investimentos

A Multiplan investiu R\$270,1 milhões no 2T24 – um aumento de cinco vezes em relação ao 2T23. No 1S24, a Multiplan investiu R\$410,0 milhões, um aumento de 52,1% vs. o 1S23, representando mais de 2/3 do investimento total em 2023.

Em relação às expansões de shoppings, foram investidos R\$190,7 milhões no 1S24, sendo 96,7% referentes ao ParkShoppingBarigüi e DiamondMall.

Já em “Revitalizações, TI, Inovação Digital e Outros”, o investimento totalizou R\$151,3 milhões no 1S24. Revitalizações em 14 shoppings representaram 89,1% desse valor, equivalente a R\$134,7 milhões no 1S24, relacionadas principalmente ao MorumbiShopping, BarraShopping, DiamondMall e PátioSavassi.

Detalhamento do CAPEX

CAPEX (R\$)	2T24	1S24
Expansões	109,5 M	190,7 M
Revitalizações, TI, Inovação Digital e Outros	92,6 M	151,3 M
Aquisição de Participação Minoritária	68,0 M	68,0 M
Total	270,1 M	410,0 M

As revitalizações podem atuar como um catalisador para melhorar o desempenho do shopping, como demonstrado no estudo de caso sobre a revitalização do New York City Center ([link](#)). Vale ressaltar que, em jun/24, a Multiplan concluiu a aquisição de 9,0% do ParkJacarepaguá.

Banco de Terrenos

Desbloqueando o valor do banco de terrenos

No 2T24, a Multiplan anunciou a venda de quatro terrenos em Ribeirão Preto totalizando 172.689 m², sendo dois listados no banco de terrenos da Companhia (35.051 m²).

As vendas estão em linha com a estratégia multiuso da Companhia, que consiste no desenvolvimento de empreendimentos imobiliários integrados aos seus shoppings, criando sinergias e benefícios para todo o complexo e gerando valor ao seu entorno (ver estudo de caso na página 42).

A Multiplan possuía, em jun/24, 682.711 m² de terrenos para futuros projetos multiuso.

Com base nas avaliações internas de projetos em jun/24, a Companhia estima uma área total privativa para venda de 795.138 m² a ser desenvolvida.

Todas as áreas listadas são integradas aos shoppings da Companhia e deverão ser utilizadas para o desenvolvimento de projetos multiuso.

Adicionalmente, a Companhia identifica um potencial de crescimento da sua ABL de quase 200 mil m² através de expansões futuras em seus shopping centers, que não estão incluídos na tabela.

Localização do terreno (shopping próximo)	% Mult. ¹	Área terreno (m ²)	Área potencial para venda (m ²)
BarraShoppingSul ²	100%	155.438	259.875
JundiaíShopping	100%	4.500	8.030
ParkShoppingBarigüi	93%	28.214	26.185
ParkShoppingCampo Grande	53%	317.755	114.728
ParkShopping Canoas	82%	18.721	21.331
ParkShopping SãoCaetano	100%	35.535	81.582
Parque Shopping Maceió	50%	13.713	27.000
RibeirãoShopping	100%	43.035	132.298
ShoppingAnáliaFranco	36%	29.800	92.768
VillageMall	100%	36.000	31.340
Total	74%	682.711	795.138

¹ A participação da Multiplan é calculada pela média ponderada da área total do terreno.

² A primeira fase do projeto Golden Lake (22.162 m² de área de terreno e 34.000 m² de área privativa para venda) foi removida da lista, pois já se encontra em desenvolvimento.

Nota: a tabela não leva em consideração a recente venda de terrenos próximos ao RibeirãoShopping e ao Parque Shopping Maceió, uma vez que a conclusão das transações está sujeita ao cumprimento de condições precedentes.

Análise das Propriedades para investimento

Valor Justo

Valor Justo das propriedades para investimento

De acordo com CPC 28

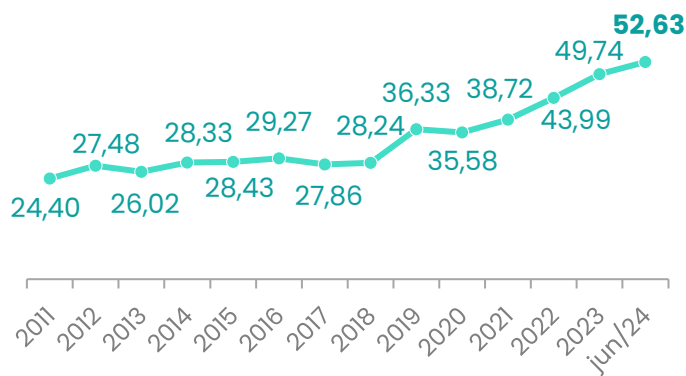
A Multiplan avaliou internamente suas Propriedades para Investimento e determinou seu Valor Justo seguindo a metodologia de Fluxo de Caixa Descontado (DCF). A Companhia calculou o valor presente dos fluxos de caixa utilizando uma taxa de desconto seguindo o modelo CAPM – Capital Asset Pricing Model. Foram consideradas premissas de risco e retorno com base em estudos realizados e publicados por Aswath Damodaran (professor da NYU), o desempenho das ações da Companhia (Beta), projeções macroeconômicas publicadas pelo Banco Central e dados sobre o prêmio de risco país.

Para mais detalhes, consulte as Demonstrações Financeiras da Companhia de 30 de junho de 2024, disponíveis no site de RI da Multiplan.

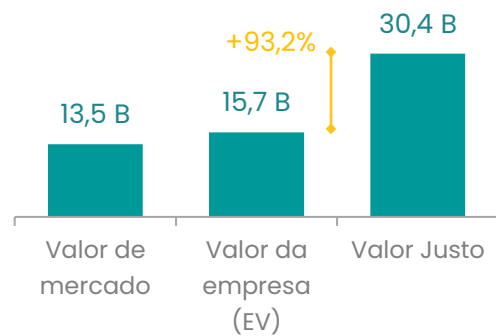


Park Jacarepaguá – Aula de yoga

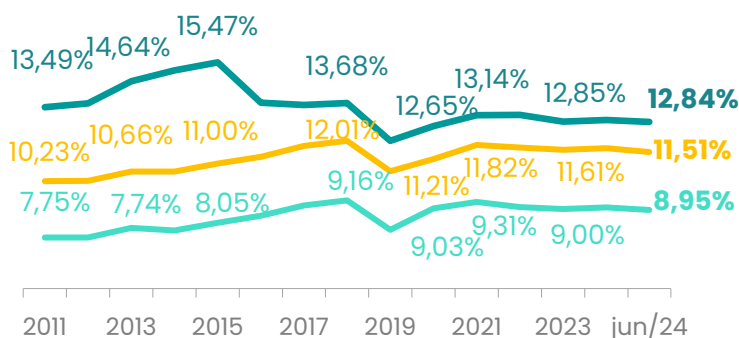
Valor justo por ação (R\$)



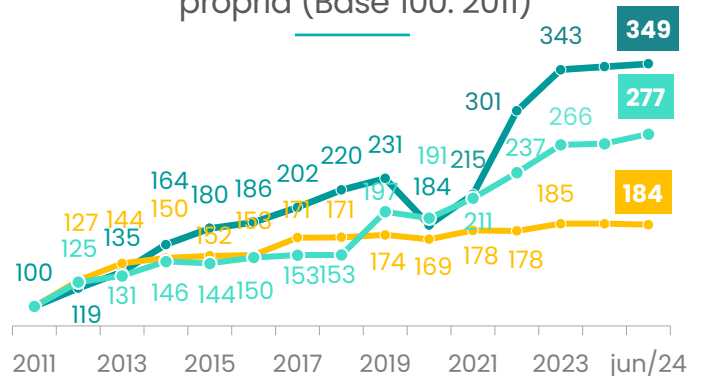
Comparação entre métricas de valor (jun/24)



Evolução das taxas de desconto



Crescimento do Valor Justo, NOI e ABL própria (Base 100: 2011)



- Custo de capital próprio - BRL nominal
- Custo de capital próprio - US\$ nominal
- Custo de capital próprio - Termos reais

- NOI das propriedades em operação
- ABL Própria das propriedades em operação
- Valor Justo das propriedades em operação



ParkShoppingSãoCaetano – Evento infantil

Análise das Propriedades para investimento

Valor Justo

Custo de Capital Próprio	jun/24	2023	2022	2021	2020
Taxa livre de risco (<i>Risk-free rate</i>)	3,30%	3,30%	3,29%	3,28%	3,32%
Prêmio de risco de mercado	6,50%	6,50%	6,34%	6,69%	6,47%
Beta	0,96	0,97	0,98	0,96	0,87
Risco país	197 p.b.	200 p.b.	202 p.b.	194 p.b.	224 p.b.
Prêmio de risco adicional	8 p.b.	7 p.b.	19 p.b.	27 p.b.	27 p.b.
Custo de capital próprio – US\$ nominal	11,51%	11,61%	11,71%	11,82%	11,21%
Premissas de inflação					
Inflação (Brasil) ¹	3,57%	3,54%	3,72%	3,50%	3,32%
Inflação (EUA)	2,35%	2,40%	2,40%	2,30%	2,00%
Custo de capital próprio – R\$ nominal	12,84%	12,85%	13,15%	13,14%	12,65%

¹ A inflação estimada (BR) para o 2T24 e Dezembro de 2023 considera a média dos fluxos de caixa futuros de 10 anos. Os modelos de inflação estimada (BR) para 2020, 2021 e 2022 consideraram a inflação prevista para os 4 anos seguintes.

Valor Justo de Propriedades para Investimento (R\$)	jun/24	2023	2022	2021	2020
Shopping centers e torres comerciais em operação	29.748 M	28.487 M	25.455 M	22.653 M	20.459 M
Projetos em desenvolvimento	504 M	320 M	97 M	54 M	481 M
Projetos futuros	152 M	152 M	193 M	189 M	174 M
Total	30.404 M	28.958 M	25.745 M	22.896 M	21.114 M



Portfólio de ativos

Portfólio (2T24)	Abertura	Estado	Multiplan %	ABL Total	Vendas (mês) ¹	Aluguel (mês) ²	Taxa de ocupação média
<i>Malls</i>							
BH Shopping	1979	MG	100,0%	47.315 m ²	3.042 R\$/m ²	282 R\$/m ²	99,1%
RibeirãoShopping	1981	SP	87,3%	68.278 m ²	1.779 R\$/m ²	151 R\$/m ²	95,2%
BarraShopping	1981	RJ	65,8%	77.697 m ²	3.404 R\$/m ²	376 R\$/m ²	96,7%
MorumbiShopping	1982	SP	73,7%	55.123 m ²	4.285 R\$/m ²	415 R\$/m ²	98,2%
ParkShopping	1983	DF	73,5%	53.226 m ²	2.631 R\$/m ²	229 R\$/m ²	96,9%
DiamondMall	1996	MG	90,0% ³	21.353 m ²	3.100 R\$/m ²	262 R\$/m ²	97,6%
New York City Center	1999	RJ	50,0%	21.695 m ²	875 R\$/m ²	93 R\$/m ²	97,5%
ShoppingAnáliaFranco	1999	SP	30,0%	51.590 m ²	2.837 R\$/m ²	243 R\$/m ²	97,7%
ParkShoppingBarigüi	2003	PR	93,3%	52.306 m ²	2.398 R\$/m ²	169 R\$/m ²	96,8%
Pátio Savassi	2004	MG	96,5%	21.083 m ²	2.530 R\$/m ²	227 R\$/m ²	97,6%
ShoppingSantaÚrsula	1999	SP	100,0%	23.336 m ²	660 R\$/m ²	25 R\$/m ²	93,7%
BarraShoppingSul	2008	RS	100,0%	75.581 m ²	1.169 R\$/m ²	99 R\$/m ²	97,3%
ShoppingVilaOlímpia	2009	SP	60,0%	28.373 m ²	1.566 R\$/m ²	111 R\$/m ²	76,5%
ParkShoppingSão Caetano	2011	SP	100,0%	39.252 m ²	2.191 R\$/m ²	145 R\$/m ²	96,4%
JundiaíShopping	2012	SP	100,0%	36.475 m ²	1.738 R\$/m ²	122 R\$/m ²	96,2%
ParkShoppingCampo Grande	2012	RJ	90,0%	43.776 m ²	1.474 R\$/m ²	88 R\$/m ²	95,2%
VillageMall	2012	RJ	100,0%	28.437 m ²	3.533 R\$/m ²	168 R\$/m ²	98,2%
Parque Shopping Maceió	2013	AL	50,0%	39.891 m ²	1.567 R\$/m ²	102 R\$/m ²	98,8%
ParkShopping Canoas	2017	RS	82,3%	49.062 m ²	1.424 R\$/m ²	64 R\$/m ²	93,4%
ParkJacarepaguá	2021	RJ	100,0%	39.932 m ²	1.281 R\$/m ²	90 R\$/m ²	94,1%
Subtotal shoppings			81,5%	873.778 m²	2.268 R\$/m²	189 R\$/m²	96,0%
<i>Torres corporativas</i>							
ParkShopping Corporate	2012	DF	70,0%	13.302 m ²			83,2%
Morumbi Corporate – Golden Tower	2013	SP	100,0%	37.280 m ² ⁴			90,0%
Subtotal torres corporativas			92,1%	50.582 m²			
Total portfólio			82,1%	924.360 m²			

¹ Vendas por m²: o cálculo de vendas/m² considera apenas a ABL de lojas âncoras e satélites que reportam vendas, e exclui as vendas de quiosques, pois estas operações não estão incluídas na ABL total.

² Aluguel por m²: soma de aluguel mínimo e complementar cobrado dos lojistas dividido pelas respectivas ABL. É válido notar que esta ABL também inclui lojas que já estão locadas, contudo ainda não começaram a operar.

³ Arrendamento até 2030 e 75,05% de participação em diante.

⁴ Inclui 828 m² da área gourmet localizada no Morumbi Corporate.



Portfólio de ativos

Shopping center

Torre para locação

Em construção (empreendimentos imobiliários)



São Paulo – SP

São Paulo

- ShoppingAnália Franco
- MorumbiShopping
- ShoppingVilaOlimpia
- Morumbi Corporate – Golden Tower

Jundiaí

- JundiaíShopping

Ribeirão Preto

- ShoppingSantaÚrsula
- RibeirãoShopping

São Caetano

- ParkShopping SãoCaetano

Paraná – PR

Curitiba

- ParkShopping Barigüi

Rio Grande do Sul – RS

Porto Alegre

- BarraShoppingSul
- Golden Lake
- ### Canoas. RS

- ParkShopping Canoas

Alagoas – AL

Maceió

- Parque Shopping Maceió

Distrito Federal – DF

Brasília

- ParkShopping
- ParkShopping Corporate

Minas Gerais – MG

Belo Horizonte

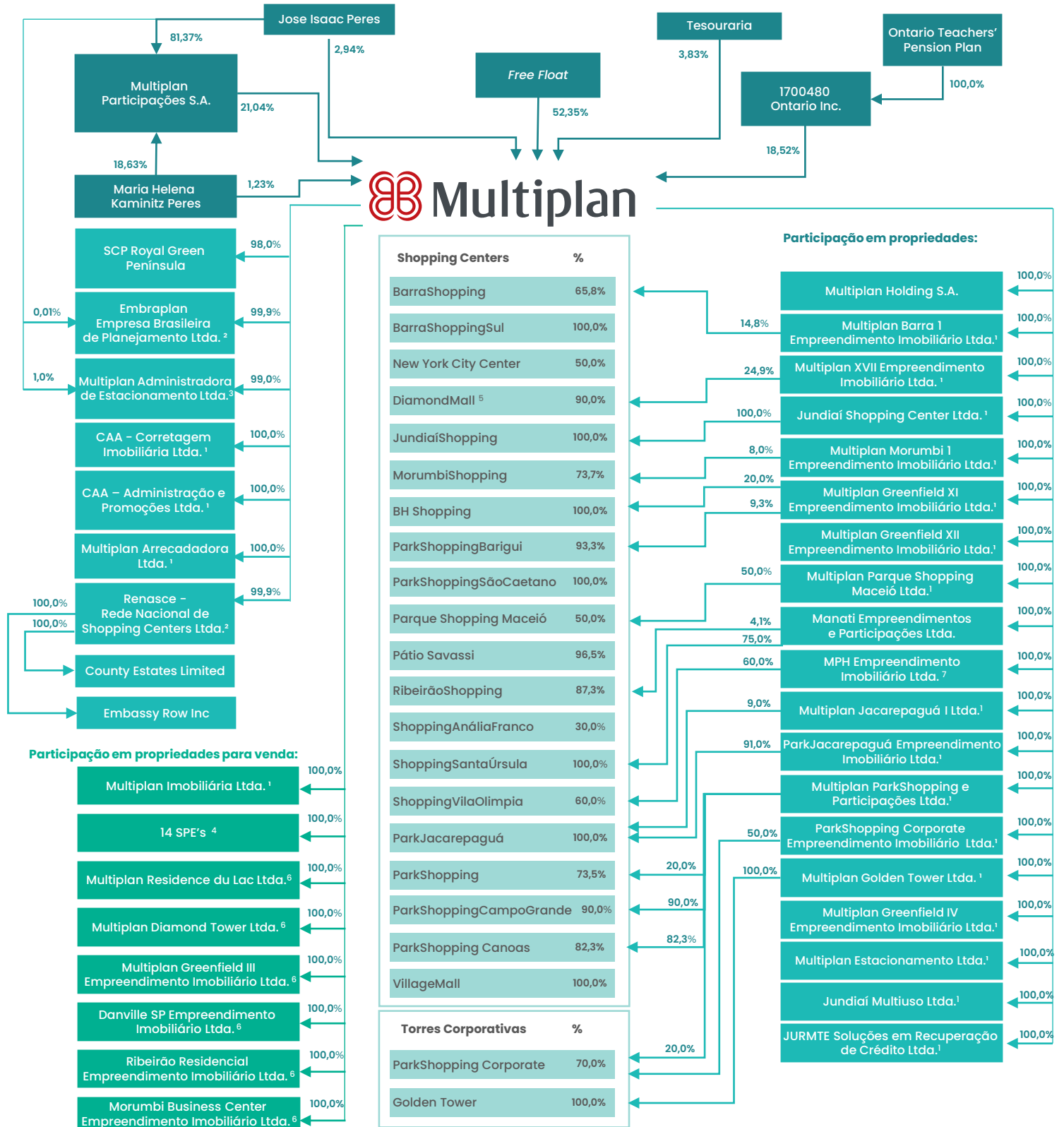
- Pátio Savassi
- DiamondMall
- BH Shopping

Rio de Janeiro – RJ

- BarraShopping
- New York City Center
- VillageMall
- ParkShopping CampoGrande
- ParkJacarepaguá



Estrutura Societária



¹ A Multiplan Holding S.A. possui uma participação igual ou menor que 1,00% nessas sociedades.

² José Isaac Peres possui participação de 0,01% nessas Sociedades.

³ José Isaac Peres possui 1,00% de participação nessa Sociedade.

⁴ 14 SPE's relacionadas a projetos imobiliários para venda em andamento.

⁵ A Multiplan detém 75,05% do DiamondMall, A Companhia assinou contrato de arrendamento e possui 90% das receitas do shopping até novembro de 2026 e 100% de dezembro de 2026 a novembro 2030.

⁶ Multiplan Imobiliária Ltda possui uma participação igual ou menor que 1,00% nessas sociedade.

⁷ Morumbi Business Center Ltda. possui 50% da MPH Empreendimento Imobiliário Ltda.

Estrutura Societária

A Multiplan detém participações nas Sociedades de Propósito Específico (SPE) e nos empreendimentos. Seguem abaixo as principais SPEs da Companhia:

MPH Empreendimento Imobiliário Ltda.: possui 60,0% de participação no ShoppingVilaOlímpia, localizado na cidade de São Paulo, SP. A Multiplan, através de participações direta e indireta, possui 100,0% de participação na MPH.

Manati Empreendimentos e Participações Ltda : possui 75,0% de participação no ShoppingSantaÚrsula, localizado na cidade de Ribeirão Preto, SP, que combinada com a participação de 25,0% detida diretamente pela Multiplan no empreendimento totaliza 100,0%. Possui, ainda, 4,1% de participação no Ribeirão Shopping, que combinada com a participação de 82,5% detida diretamente pela Multiplan no empreendimento totaliza aproximadamente 86,5%. A Multiplan possui uma participação de 100,0% na Manati Empreendimentos e Participações S.A.

Danville SP Empreendimento Imobiliário Ltda.: SPE criada para o desenvolvimento de empreendimento imobiliário na cidade de Ribeirão Preto, SP.

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 empreendimento imobiliário na cidade de Ribeirão Preto, SP.

Multiplan Residence du Lac Ltda.: SPE criada para o desenvolvimento de empreendimento imobiliário na cidade de Porto Alegre, RS.

Morumbi Business Center Empreendimento Imobiliário Ltda.: possui 30,0% de participação indireta no ShoppingVilaOlímpia via 50,0% de participação na MPH, que por sua vez possui 60,0% de participação no ShoppingVilaOlímpia. A Multiplan possui 100,0% de participação na Morumbi Business Center Empreendimento Imobiliário Ltda.

Multiplan Diamond Tower Ltda.: SPE criada para o desenvolvimento de empreendimento imobiliário na cidade de Porto Alegre, RS.

Multiplan Golden Tower Ltda.: possui 100,0% de participação na Golden Tower, parte do Morumbi Corporate, um empreendimento imobiliário comercial na cidade de São Paulo, SP.

Multiplan Greenfield III Empreendimento Imobiliário Ltda.: SPE criada para o desenvolvimento de empreendimento imobiliário na cidade do Rio de Janeiro, RJ.

Multiplan Greenfield IV Empreendimento Imobiliário Ltda.: possui 100,0% de participação no Plaza Gourmet da Diamond Tower e realiza a gestão administrativa, financeira, operacional e comercial de alguns shopping centers do portfólio da Multiplan.

Multiplan Administradora de Estacionamento Ltda.: atua na gestão dos estacionamentos dos shopping centers próprios, bem como na exploração de serviços e negócios de diversões dirigidos ao público infantil, através de espaços de lazer em seus shopping centers, e na prestação de serviços correlatos.

Multiplan Arrecadadora Ltda.: atua na arrecadação de alugueis, encargos comuns, específicos, receitas de fundos de promoção e outras receitas decorrentes da exploração e comercialização de espaços comerciais, especialmente shoppings centers.

Jundiaí Shopping Center Ltda.: possui 100,0% de participação no JundiaíShopping, localizado na cidade de Jundiaí, SP. A Multiplan possui 100,0% de participação na Jundiaí Shopping Center Ltda.

ParkShopping Corporate Empreendimento Imobiliário Ltda.: possui 50,0% de participação no ParkShopping Corporate, um empreendimento imobiliário comercial localizado na cidade de Brasília, DF.

Multiplan ParkShopping e Participações Ltda.: possui 82,25% de participação no ParkShopping Canoas, localizado na cidade de Canoas, RS, 90,00% de participação no ParkShoppingCampoGrande, localizado na cidade do Rio de Janeiro, 20,00% de participação no ParkShopping Corporate e no ParkShopping, ambos em Brasília, Distrito Federal. Multiplan detém uma participação de 100,0% na Multiplan ParkShopping e Participações Ltda.

Multiplan Imobiliária Ltda.: possui participação em outras empresas do grupo Multiplan.

ParkJacarepaguá Empreendimento Imobiliário Ltda.: atua na exploração comercial do ParkJacarepaguá, localizado na cidade do Rio de Janeiro, RJ, no qual possui 91,0% de participação.

Multiplan Barra 1 Empreendimento Imobiliário Ltda.: possui 14,8% de participação no BarraShopping, localizado na cidade do Rio de Janeiro, RJ, que somada às demais participações detidas pela Multiplan no empreendimento totalizam 65,8%. A Multiplan possui 100,0% de participação na Multiplan Barra 1 Empreendimento Imobiliário Ltda.

Multiplan Morumbi 1 Empreendimento Imobiliário Ltda.: possui 8,0% de participação no MorumbiShopping, localizado na cidade de São Paulo, SP, que somada às demais participações detidas pela Multiplan no empreendimento totalizam 73,7%. A Multiplan possui 100,0% de participação na Multiplan Morumbi 1 Empreendimento Imobiliário Ltda.

Multiplan Greenfield XI Empreendimento Imobiliário Ltda.: possui 9,33% de participação no ParkShoppingBarigüi, localizado na cidade de Curitiba, PR, que somada às demais participações detidas pela Multiplan no empreendimento totalizam 93,33%, e uma participação de 20,0% no BH Shopping, localizado em Belo Horizonte, MG. A Multiplan possui 100,0% de participação na Multiplan Greenfield XI Empreendimento Imobiliário Ltda.

Renasce – Rede Nacional de Shopping Centers Ltda.: realiza a gestão administrativa, financeira, operacional e comercial de alguns shopping centers do portfólio da Multiplan.

CAA – Administração e Promoções Ltda.: presta serviços especializados de administração às associações de lojistas de shopping centers do portfólio da Multiplan, incluindo a gestão das taxas de contribuição para o fundo de promoção.

Multiplan XVII Empreendimento Imobiliário Ltda.: possui 24,95% de participação no shopping DiamondMall, localizado na cidade de Belo Horizonte, MG, que somada às demais participações detidas pela Multiplan no empreendimento totalizam 75,05%. A Multiplan possui 100,0% de participação na Multiplan XVII Empreendimento Imobiliário Ltda.



Estrutura Societária

JURMTE Soluções em Recuperação de Crédito Ltda.: atua na cobrança, renegociação e recuperação de créditos do grupo Multiplan.

Jundiaí Multiuso Ltda.: atua na gestão de estacionamentos de shopping centers próprios.

Multiplan Estacionamento Ltda.: atua na gestão de estacionamentos de shopping centers próprios.

Multiplan Jacarepaguá I Ltda.: possui 9% de participação no ParkJacarepaguá, localizado na cidade do Rio de Janeiro, RJ, que somada às demais participações detidas pela Multiplan no empreendimento totalizam 100%.

Multiplan Parque Shopping Maceió Ltda.: possui 50% de participação no Parque Shopping Maceió, localizado na cidade de Maceió, AL.



Dados Operacionais e Financeiros

Destaque operacional e financeiro

Desempenho Financeiro (% Multiplan)	2T24	2T23	Var.%	1S24	1S23	Var.%
Receita bruta R\$'000	582.569	543.279	+7,2%	1.146.551	1.041.847	+10,0%
Receita líquida R\$'000	539.711	502.298	+7,4%	1.063.330	973.858	+9,2%
Receita líquida R\$/m²	728,1	683,4	+6,5%	1.436,8	1.326,6	+8,3%
Receita líquida US\$/pé²	13,0	13,2	-1,5%	25,6	25,6	+0,1%
Receita de locação R\$'000	394.366	399.080	-1,2%	782.859	783.498	-0,1%
Receita de locação R\$/m²	532,0	543,0	-2,0%	1.057,8	1.067,3	-0,9%
Receita de locação US\$/pé²	9,5	10,5	-9,4%	18,9	20,6	-8,4%
Receita de locação mensal R\$/m²	188,8	192,6	-2,0%	188,2	190,7	-1,3%
Receita de locação mensal US\$/pé²	3,4	3,7	-9,4%	3,4	3,7	-8,8%
Resultado Operacional Líquido (NOI) R\$'000	434.684	419.766	+3,6%	853.788	822.494	+3,8%
Resultado Operacional Líquido R\$/m²	586,4	571,1	+2,7%	1.153,7	1.120,5	+3,0%
Resultado Operacional Líquido US\$/pé²	10,5	11,0	-5,1%	20,6	21,6	-4,8%
Margem NOI	92,0%	88,7%	+327 b.p.	91,3%	89,3%	+209 b.p.
NOI por ação R\$	0,75	0,72	+4,7%	1,48	1,41	+5,0%
Despesas de sede R\$'000	(45.909)	(43.800)	+4,8%	(92.102)	(88.018)	+4,6%
Despesas de sede/Receita líquida	-8,5%	-8,7%	+21 b.p.	-8,7%	-9,0%	+38 b.p.
EBITDA R\$'000	389.640	369.354	+5,5%	780.464	727.048	+7,3%
EBITDA R\$/m²	525,7	502,6	+4,6%	1.054,6	990,4	+6,5%
EBITDA US\$/pé²	9,4	9,7	-3,3%	18,8	19,1	-1,6%
Margem EBITDA	72,2%	73,5%	-134 b.p.	73,4%	74,7%	-126 b.p.
EBITDA por ação R\$	0,67	0,63	+6,7%	1,35	1,24	+8,6%
FFO R\$'000	318.750	286.311	+11,3%	646.250	547.326	+18,1%
FFO R\$/m²	430,0	389,6	+10,4%	873,2	745,6	+17,1%
FFO US\$'000	61.150	59.411	+2,9%	123.978	113.572	+9,2%
FFO US\$/pé²	7,7	7,5	+2,1%	15,6	14,4	+8,3%
Margem FFO	59,1%	57,0%	+206 b.p.	60,8%	56,2%	+457 b.p.
FFO por ação (R\$)	0,55	0,49	+12,6%	1,12	0,94	+19,4%
Dólar (US\$) câmbio final do período	5,2126	4,8192	+8,2%	5,2126	4,8192	+8,2%

Desempenho de Mercado	2T24	2T23	Var.%	1S24	1S23	Var.%
Número de ações	600.760.875	600.760.875	+0,0%	600.760.875	600.760.875	+0,0%
Ações ordinárias	600.760.875	565.185.834	+6,3%	600.760.875	565.185.834	+6,3%
Ações preferenciais	0	35.575.041	-100,0%	0	35.575.041	-100,0%
Preço médio da ação (R\$)	23,57	26,45	-10,9%	25,22	24,95	+1,1%
Preço de fechamento da ação (R\$)	22,54	27,67	-18,5%	22,54	27,67	-18,5%
Volume médio diário negociado R\$ '000	132.302	130.124	+1,7%	115.030	122.449	-6,1%
Valor de mercado R\$ '000	13.541.150	16.623.053	-18,5%	13.541.150	16.623.053	-18,5%
Dívida bruta R\$ '000	3.189.904	2.721.642	+17,2%	3.189.904	2.721.642	+17,2%
Caixa R\$ '000	996.707	720.822	+38,3%	996.707	720.822	+38,3%
Dívida líquida R\$ '000	2.193.197	2.000.820	+9,6%	2.193.197	2.000.820	+9,6%
P/FFO (Últimos 12 meses)	10,09 x	14,6 x	-30,9%	10,1 x	14,6 x	-30,9%
EV/EBITDA (Últimos 12 meses)	10,1 x	13,1 x	-23,1%	10,1 x	13,1 x	-23,1%
Dívida Líquida/EBITDA (Últimos 12 meses)	1,40 x	1,40 x	-0,2%	1,40 x	1,40 x	-0,2%



Dados Operacionais e Financeiros

Destques operacionais e financeiros

Operacional (% Multiplan) ¹	2T24	2T23	Var.%	1S24	1S23	Var.%
ABL Shopping Center total final (m ²)	873.778	880.907	-0,8%	873.778	880.907	-0,8%
ABL Shopping Center própria final (m ²)	712.229	711.118	+0,2%	712.229	711.118	+0,2%
ABL Shopping Center própria %	81,5%	80,7%	+79 p.b.	81,5%	80,7%	+79 p.b.
ABL Torre Comercial total final (m ²)	50.582	50.582	+0,0%	50.582	50.582	+0,0%
ABL Torre Comercial própria final (m ²)	46.591	46.591	+0,0%	46.591	46.591	+0,0%
ABL Total final (m ²)	924.360	931.489	-0,8%	924.360	931.489	-0,8%
ABL Própria final (m ²)	758.820	757.709	+0,1%	758.820	757.709	+0,1%
ABL Shopping Center total ajustada (med.) (m ²) ²	856.766	858.162	-0,2%	855.422	858.472	-0,4%
ABL Shopping Center própria ajustada (med.) (m ²) ²	694.631	688.358	+0,9%	693.475	687.483	+0,9%
ABL Torre Comercial total (med.) (m ²) ²	50.582	50.582	+0,0%	50.582	50.582	+0,0%
ABL Torre Comercial própria (med.) (m ²) ²	46.591	46.591	+0,0%	46.591	46.591	+0,0%
ABL Total ajustada (med.) (m ²) ²	907.348	908.744	-0,2%	906.004	929.188	-2,5%
ABL Própria ajustada (med.) (m ²) ²	741.222	734.949	+0,9%	740.067	734.074	+0,8%
Vendas totais R\$'000	5.556.233	5.229.350	+6,3%	10.656.854	9.840.826	+8,3%
Vendas totais R\$/m ² ³	6.805	6.534	+4,2%	13.047	12.237	+6,6%
Vendas totais USD/pé ² ³	121	126	-3,7%	233	236	-1,4%
Vendas das lojas satélites R\$/m ² ³	9.118	8.631	+5,6%	17.535	16.218	+8,1%
Vendas das lojas satélites USD/pé ² ³	163	166	-2,3%	313	313	-0,0%
Aluguel total R\$/m ²	566	578	-2,0%	1.129	1.116	+1,1%
Aluguel total USD/pé ²	10,1	11,1	-9,4%	20,1	21,5	-6,5%
Vendas nas Mesmas Lojas ³	5,1%	5,2%	-5 p.b.	6,7%	9,7%	-296 p.b.
Aluguel nas Mesmas Lojas ³	1,9%	9,4%	-743 p.b.	2,7%	11,2%	-852 p.b.
Efeito do reajuste do IGP-DI	0,0%	5,6%	-560 p.b.	2,6%	7,2%	-464 p.b.
Custos de ocupação ⁴	13,0%	13,6%	-62 p.b.	13,5%	14,3%	-81 p.b.
Aluguel como % das vendas	8,1%	8,7%	-57 p.b.	8,5%	9,1%	-67 p.b.
Outros como % das vendas	4,9%	4,9%	-5 p.b.	5,0%	5,2%	-14 p.b.
Turnover ⁴	1,4%	4,8%	-334 p.b.	2,8%	6,0%	-316 p.b.
Taxa de ocupação ⁴	96,0%	95,4%	+64 p.b.	95,8%	95,0%	+83 p.b.
Inadimplência bruta	3,7%	5,3%	-164 p.b.	3,7%	5,0%	-134 p.b.
Inadimplência líquida	-1,0%	2,8%	-377 p.b.	0,1%	3,0%	-289 p.b.
Perda de aluguel	2,1%	0,7%	+142 p.b.	1,6%	0,8%	+86 p.b.

Exceto para os indicadores de vendas totais, vendas de lojas satélites e custo de ocupação (100%).

² ABL ajustada corresponde à ABL média do período excluindo a área do supermercado BIG no BarraShoppingSul, que, no 2T23, foi substituído pelos supermercados Carrefour e Sam's Club.

³ Considera apenas lojas que reportam venda e desconsidera vendas reportadas por quiosques.

⁴ Considera apenas informação de shopping centers. Turnover calculado pela ABL administrada pela Multiplan.



Anexos

Demonstração de Resultados Consolidados – De acordo com o pronunciamento contábil CPC 19 (R2)

IFRS com CPC 19 (R2)						
(R\$'000)	2T24	2T23	Var. %	1S24	1S23	Var. %
Receita de locação	394.366	392.662	+0,4%	782.859	771.088	+1,5%
Receita de serviços	36.856	32.531	+13,3%	76.458	68.121	+12,2%
Receita de cessão de direitos	(2.077)	(1.258)	+65,1%	3.271	(2.710)	n,a
Receita de estacionamento	71.978	70.658	+1,9%	140.146	132.986	+5,4%
Venda de imóveis	72.971	17.909	+307,5%	95.167	28.275	+236,6%
Apropriação de receita de aluguel linear	6.194	2.343	+164,3%	11.685	3.031	+285,6%
Outras receitas	2.281	13.334	-82,9%	36.965	18.884	+95,7%
Receita Bruta	582.569	528.179	+10,3%	1.146.551	1.019.675	+12,4%
Tributos sobre receitas	(42.858)	(40.555)	+5,7%	(83.221)	(67.267)	+23,7%
Receita Líquida	539.711	487.623	+10,7%	1.063.330	952.408	+11,6%
Despesas de sede	(45.909)	(43.747)	+4,9%	(92.102)	(87.957)	+4,7%
Remuneração baseada em ações	(16.168)	(15.386)	+5,1%	(34.246)	(25.283)	+35,4%
Despesas de propriedades	(37.854)	(52.424)	-27,8%	(80.902)	(97.151)	-16,7%
Despesas de projetos para locação	(1.443)	(1.415)	+1,9%	(2.714)	(2.020)	+34,4%
Despesas de projetos para venda	(4.693)	(4.925)	-4,7%	(9.361)	(11.611)	-19,4%
Custo de imóveis vendidos	(33.422)	(13.332)	+150,7%	(50.228)	(20.256)	+148,0%
Resultado de equivalência patrimonial	0	12.271	-100,0%	(37)	17.022	n,a
Outras receitas (despesas) operacionais	(10.582)	(1.204)	+779,2%	(13.277)	(793)	+1,573,9%
EBITDA	389.640	367.462	+6,0%	780.464	724.357	+7,7%
Receitas financeiras	34.613	37.555	-7,8%	83.346	73.404	+13,5%
Despesas financeiras	(77.443)	(95.729)	-19,1%	(162.304)	(199.318)	-18,6%
Depreciações e amortizações	(34.003)	(34.130)	-0,4%	(68.569)	(80.234)	-14,5%
Lucro Antes do Imposto de Renda	312.807	275.159	+13,7%	632.937	518.208	+22,1%
Imposto de renda e contribuição social	(21.831)	(21.535)	+1,4%	(43.495)	(49.546)	-12,2%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(9.201)	(6.350)	+44,9%	(40.598)	(14.149)	+186,9%
Participação dos acionistas minoritários	(36)	(41)	-12,1%	(76)	(78)	-2,5%
Lucro Líquido	281.740	247.233	+14,0%	548.768	454.436	+20,8%

(R\$'000)	2T24	2T23	Var. %	1S24	1S23	Var. %
NOI	434.684	413.240	+5,2%	853.788	809.953	+5,4%
Margem NOI	92,0%	88,7%	+325 p.b.	91,3%	89,3%	+205 p.b.
EBITDA	369.371	360.334	+2,5%	727.069	718.032	+6,5%
Margem EBITDA	78,2%	76,5%	+175 p.b.	74,6%	77,5%	+90 p.b.
EBITDA de Propriedades¹	389.640	367.462	+6,0%	780.464	724.357	+7,7%
Margem EBITDA de Propriedades ¹	72,2%	75,4%	-316 p.b.	73,40%	76,06%	-266 p.b.
Lucro Líquido	281.740	247.233	+14,0%	548.768	454.436	+20,8%
Margem Líquida	52,2%	50,7%	+150 p.b.	51,61%	47,71%	+389 p.b.
FFO	318.750	285.369	+11,7%	646.250	545.789	+18,4%
Margem FFO	59,1%	58,5%	+54 p.b.	60,78%	57,31%	+347 p.b.

¹ Não considera operações imobiliárias para venda (receitas, impostos, custos e despesas) e despesas relacionadas a desenvolvimentos futuros. Despesa de sede e remuneração baseada em ações proporcionais ao percentual da receita bruta de shopping center com a receita bruta da Companhia.

Nota: os números podem diferir ligeiramente do Relatório Financeiro Trimestral (ITR) devido arredondamentos.



Anexos

Demonstração de Resultados Consolidados – Gerencial

(R\$'000)	2T24	2T23	Var. %	1S24	1S23	Var. %
Receita de locação	394.366	399.080	-1,2%	782.859	783.498	-0,1%
Receita de serviços	36.856	32.531	+13,3%	76.458	68.121	+12,2%
Receita de cessão de direitos	(2.077)	(1.214)	+71,0%	3.271	(2.622)	n.d.
Receita de estacionamento	71.978	72.140	-0,2%	140.146	135.921	+3,1%
Venda de imóveis	72.971	25.409	+187,2%	95.167	35.775	+166,0%
Apropriação de receita de aluguel linear	6.194	1.897	+226,6%	11.685	2.109	+454,2%
Outras receitas	2.281	13.438	-83,0%	36.965	19.044	+94,1%
Receita Bruta	582.569	543.279	+7,2%	1.146.551	1.041.847	+10,0%
Tributos sobre receitas	(42.858)	(40.981)	+4,6%	(83.221)	(67.990)	+22,4%
Receita Líquida	539.711	502.298	+7,4%	1.063.330	973.858	+9,2%
Despesas de sede	(45.909)	(43.800)	+4,8%	(92.102)	(88.018)	+4,6%
Remuneração baseada em ações	(16.168)	(15.386)	+5,1%	(34.246)	(25.283)	+35,4%
Despesas de propriedades	(37.854)	(53.350)	-29,0%	(80.902)	(99.035)	-18,3%
Despesas de projetos para locação	(1.443)	(1.415)	+1,9%	(2.714)	(2.020)	+34,4%
Despesas de projetos para venda	(4.693)	(5.112)	-8,2%	(9.361)	(11.799)	-20,7%
Custo de imóveis vendidos	(33.422)	(14.451)	+131,3%	(50.228)	(21.376)	+135,0%
Resultado de equivalência patrimonial	0	(8)	n.d.	(37)	(8)	+367,5%
Outras receitas (despesas) operacionais	(10.582)	580	n.d.	(13.277)	729	n.d.
EBITDA	389.640	369.354	+5,5%	780.464	727.048	+7,3%
Receitas financeiras	34.613	38.137	-9,2%	83.346	74.455	+11,9%
Despesas financeiras	(77.443)	(95.769)	-19,1%	(162.304)	(199.362)	-18,6%
Depreciações e amortizações	(34.003)	(34.625)	-1,8%	(68.569)	(81.225)	-15,6%
Lucro Antes do Imposto de Renda	312.807	277.097	+12,9%	632.937	520.917	+21,5%
Imposto de renda e contribuição social	(21.831)	(23.473)	-7,0%	(43.495)	(52.629)	-17,4%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(9.201)	(6.350)	+44,9%	(40.598)	(13.774)	+194,7%
Participação dos acionistas minoritários	(36)	(41)	-12,1%	(76)	(78)	-2,5%
Lucro Líquido	281.740	247.233	+14,0%	548.768	454.436	+20,8%

(R\$'000)	2T24	2T23	Var. %	1S24	1S23	Var. %
NOI	434.684	419.766	+3,6%	853.788	822.494	+3,8%
Margem NOI	92,0%	88,7%	+327 p.b.	91,3%	89,3%	+209 p.b.
EBITDA de Propriedades¹	369.371	369.617	-0,1%	764.899	732.846	+4,4%
Margem EBITDA de Propriedades ¹	78,2%	77,2%	+104 p.b.	78,4%	77,9%	+52 p.b.
EBITDA	389.640	369.354	+5,5%	780.464	727.048	+7,3%
Margem EBITDA	72,2%	73,5%	-134 p.b.	73,4%	74,7%	-126 p.b.
Lucro Líquido	281.740	247.233	+14,0%	548.768	454.436	+20,8%
Margem líquida	52,2%	49,2%	+298 p.b.	51,6%	46,7%	+494 p.b.
Fluxo de Caixa Operacional (FFO)	318.750	286.311	+11,3%	646.250	547.326	+18,1%
Margem FFO	59,1%	57,0%	+206 p.b.	60,8%	56,2%	+457 p.b.

¹ Não considera operações imobiliárias para venda (receitas, impostos, custos e despesas) e despesas relacionadas a desenvolvimentos futuros. Despesa de sede e remuneração baseada em ações proporcionais ao percentual da receita bruta de shopping center com a receita bruta da Companhia.

Nota: os números podem diferir ligeiramente do Relatório Financeiro Trimestral (ITR) devido arredondamentos.

Anexos

Balanço Patrimonial: Gerencial

Ativo (R\$'000)	30/06/2024	31/03/2024	Var.%
Disponibilidades e valores equivalentes	996.707	1.157.173	-13,9%
Contas a receber	428.254	408.009	+5,0%
Terrenos e imóveis a comercializar	157.014	159.129	-1,3%
Partes relacionadas	40.078	36.376	+10,2%
Impostos e contribuições sociais a compensar	61.038	69.708	-12,4%
Custos diferidos	55.835	46.693	+19,6%
Outros	29.276	30.963	-5,4%
Total do Ativo Circulante	1.768.202	1.908.053	-7,3%
Contas a receber	11.710	12.609	-7,1%
Terrenos e imóveis a comercializar	492.981	489.383	+0,7%
Partes relacionadas	43.225	41.222	+4,9%
Depósitos judiciais	163.364	160.462	+1,8%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	31.126	20.043	+55,3%
Custos diferidos	148.705	128.724	+15,5%
Outros	1.191	1.191	+0,0%
Investimentos	2.155	2.156	-0,0%
Propriedades para investimento	8.553.030	8.318.355	+2,8%
Imobilizado	100.998	99.637	+1,4%
Intangível	382.623	382.557	+0,0%
Total do Ativo não Circulante	9.931.110	9.656.339	+2,8%
Total Ativo	11.699.312	11.564.392	+1,2%
Passivo (R\$'000)	30/06/2024	31/03/2024	Var.%
Empréstimos e financiamentos	222.659	99.834	+123,0%
Debêntures	249.512	385.868	-35,3%
Contas a pagar	210.867	149.828	+40,7%
Obrigações por aquisição de bens	66.223	34.795	+90,3%
Impostos e contribuições a recolher	28.355	31.254	-9,3%
Juros sobre capital próprio a pagar	507.014	514.400	-1,4%
Receitas diferidas	18.181	19.021	-4,4%
Outros	65.554	57.930	+13,2%
Total Passivo Circulante	1.368.363	1.292.931	+5,8%
Empréstimos e financiamentos	835.646	979.842	-14,7%
Contas a pagar	35.596	34.372	+3,6%
Debêntures	1.805.866	1.684.682	+7,19%
Imposto de renda e contribuições social diferidos	341.734	321.449	+6,3%
Obrigações por aquisição de bens	10.000	14.800	-32,4%
Débito com partes relacionadas	2.555	2.590	-1,4%
Outros	12.531	19.946	-37,2%
Provisão para contingências	83.140	83.140	+0,0%
Receitas diferidas	39.134	42.892	-8,8%
Total do Passivo não Circulante	3.166.201	3.183.713	-0,6%
Patrimônio Líquido			
Capital	3.158.062	2.988.062	+5,7%
Reserva de capital	1.063.432	1.049.100	+1,4%
Reserva de lucros	3.141.451	3.446.451	-8,8%
Gasto com emissão de ações	(43.548)	(43.548)	+0,0%
Ações em tesouraria	(524.038)	(439.573)	+19,2%
Efeitos em transação de capital	(89.995)	(89.995)	+0,0%
Dividendos adicionais propostos	(90.000)	(90.000)	-0,0%
Lucros acumulados	549.227	267.127	+105,6%
Participação dos acionistas minoritários	157	123	+27,0%
Total do Patrimônio Líquido	7.164.748	7.087.747	+1,1%
Total do Passivo	11.699.312	11.564.392	+1,2%

Nota: os números podem diferir ligeiramente do Relatório Financeiro Trimestral (ITR) devido arredondamentos.

Anexos

Relacionamento com os auditores independentes Instrução CVM 162/2022

Em atendimento ao disposto na Instrução da Comissão de Valores Mobiliários ("CVM") nº 162, de 13 de julho de 2022, a Companhia apresenta abaixo a descrição das informações acerca dos serviços não relacionados à auditoria externa prestados pelos nossos auditores independentes ou partes a eles relacionadas durante o segundo trimestre de 2024.

O valor global dos honorários contratados para o serviço descrito acima (R\$130 mil) representa 13,1% dos honorários relativos aos serviços de auditoria externa.

Exceto pelo serviço acima citado, não foram contratados quaisquer outros serviços não relacionados com auditoria externa junto aos nossos auditores independentes e/ou suas partes relacionadas durante o segundo trimestre de 2024.

A Companhia adota políticas de governança que visam evitar conflitos de interesse e preservar a independência e objetividade dos auditores independentes contratados, quais sejam: (i) o auditor não deve auditar seu próprio trabalho; (ii) o auditor não deve exercer funções gerenciais no seu cliente; e (iii) o auditor não deve promover os interesses do seu cliente.

Data de contratação	Prazo de duração	Natureza do serviço
06/06/2024	4 meses	Assessoria tributária referente ao uso de benefícios fiscais

Glossário

12M: dado acumulado dos últimos 12 meses.

ABL: Área Bruta Locável, correspondente ao somatório de todas as áreas disponíveis para locação em shopping centers e torres comerciais, exceto Merchandising.

ABL Própria: refere-se à ABL total ponderada pela participação da Multiplan em cada shopping center e torre comercial.

Abrasc: Associação Brasileira de Shopping Centers.

Aluguel complementar: É a diferença (quando positiva) entre o aluguel mínimo e o aluguel com base em percentual das vendas, conforme definida em contrato.

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.

Aluguel nas Mesmas Lojas (na sigla em inglês SSR (Same Store Rent)): Variação do aluguel faturado das lojas em operação nos dois períodos comparados. O SSR pode ser afetado pela concessão ou remoção de concessões de aluguel.

Aluguel por m²: soma do aluguel mínimo e complementar faturado dos lojistas dividido pelas respectivas ABL ocupadas. É válido notar que esta ABL inclui lojas que já estão locadas, contudo ainda não começaram a operar (ex: lojas que estão sendo preparadas para a inauguração).

Aluguel sazonal: Aluguel adicional cobrado da maioria dos locatários geralmente em dezembro, devido às maiores vendas promovidas pelo Natal.

B3 (B3 – Brasil, Bolsa, Balcão): é a bolsa de valores brasileira, antiga Bolsa de Valores de São Paulo.

Banco de terrenos: Terrenos disponíveis à Companhia no entorno de seus ativos para o desenvolvimento de projetos futuros.

Brownfield: desenvolvimento de expansões ou projetos multiuso em shopping centers existentes.

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

CAPEX: (Capital Expenditure): Montante de recursos destinados ao desenvolvimento de novos shopping centers, expansões, melhorias dos ativos, projetos e equipamentos de informática e outros investimentos. O CAPEX representa a variação do imobilizado, intangível, propriedades para investimento e depreciação. Os investimentos em ativos imobiliários para venda são demonstrados na conta de terrenos e imóveis a comercializar.

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 contabilizado na conta de receita diferida e no contas a receber. A receita é reconhecida na conta de receita de cessão de direitos em parcelas lineares durante o prazo do contrato de locação. A receita apropriada é líquida de “luvas invertidas” ou outros incentivos oferecidos pela Companhia aos lojistas, e desde o 4T20, inclui taxas de transferência.

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

Custo de ocupação: É o custo de locação de uma loja como porcentagem das vendas. O custo de locação inclui o aluguel e outras despesas (despesas de condomínio e fundo de promoção). Inclui somente as lojas que reportam vendas.

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 de projetos para locação: Despesas pré-operacionais, atreladas a projetos greenfield, expansões de shopping centers e projetos de torres comerciais, contabilizadas como despesa na demonstração de resultados, conforme estabelecido no pronunciamento CPC 04 de 2009.

Despesas de projetos para venda: Despesas pré-operacionais, geradas nas operações de desenvolvimento imobiliário para venda, contabilizadas como despesa na demonstração de resultados, conforme pronunciamento CPC 04 de 2009.

Dívida Líquida/EBITDA: resultado da divisão da dívida líquida pelo EBITDA acumulado dos últimos doze meses. A dívida líquida é a soma de empréstimos e financiamentos, obrigações por aquisição de bens e debêntures, deduzidos de caixa, equivalentes de caixa e aplicações financeiras.

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

Efeito da linearidade (Apropriação de receita de aluguel linear): Método contábil que tem como objetivo retirar a volatilidade e sazonalidade das receitas de locação. O reconhecimento contábil da receita de locação, incluindo o aluguel sazonal e reajustes contratuais quando aplicáveis, é baseado na linearização da receita durante o prazo do contrato independente do prazo de recebimento e de reajustes de inflação. O efeito da linearidade é a contabilização da receita de locação que precisa ser adicionada ou subtraída da mesma para resultar em uma contabilização linear.

Glossário

Efeito do reajuste do IGP-DI: É a média do aumento mensal do IGP-DI. Este aumento mensal é composto pela ponderação da variação anual de IGP-DI com um mês de atraso e o percentual do aluguel reajustado em cada mês.

Encargos comuns: Soma das despesas de condomínio e contribuição do fundo de promoção.

Lucro por Ação (na sigla em inglês EPS (Earnings per Share)): Constitui-se da divisão entre o Lucro Líquido e o saldo entre o número total de ações da Companhia deduzido do número de ações mantidas em tesouraria.

Equivalência patrimonial: A contabilização do resultado da participação societária em empresas controladas é divulgado como equivalência patrimonial na demonstração do resultado da controladora, representando o lucro líquido atribuível aos acionistas da controlada.

FFO (Fluxo de Caixa Operacional): O FFO busca estimar o fluxo de caixa da empresa ao excluir efeitos não caixa do Lucro Líquido da empresa. O FFO é a soma do Lucro Líquido excluindo a linearidade, depreciação, imposto de renda e contribuição social diferidos.

Greenfield: Desenvolvimento de novos projetos de shopping centers, torres comerciais e projetos multiuso.

IBGE: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

IGP-DI (Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna): Índice de inflação apurado pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), 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.

Inadimplência líquida: Percentual não recebido do aluguel vencido no trimestre analisado, considerando o recebimento de períodos anteriores.

IPCA (Índice de Preços ao Consumidor Amplo): Calculado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, é o indicador nacional de inflação com período de coleta do primeiro ao último dia do mês de referência.

IPO (Initial Public Offering): Sigla em inglês para Oferta Pública Inicial de ações.

Lojas âncora: Grandes lojas conhecidas pelo público, com características estruturais e mercadológicas especiais, que funcionam como força de atração de consumidores. As lojas devem ter mais de 1.000 m² para serem consideradas âncoras.

Lojas satélite: Lojas até 1.000 m², localizadas no entorno das lojas âncora e destinadas ao comércio em geral.

Margem EBITDA: EBITDA dividido pela Receita Líquida.

Margem NOI: NOI dividido pela receita de locação, linearidade e receita de estacionamento.

Merchandising: É todo tipo de locação em um shopping center não vinculada à ABL. Merchandising inclui receitas de quiosques, stands, cartazes, painéis eletrônicos, locação de espaços em pilares, áreas de estacionamento, 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, comerciais, corporativos entre outros em áreas próximas aos shopping centers.

Perda de aluguel: baixas geradas pela inadimplência de lojistas.

Receita de estacionamento: receita de estacionamento líquida dos valores repassados aos sócios da Multiplan nos shopping centers e aos condomínios.

Resultado Operacional Líquido (na sigla em inglês NOI (Net Operating Income)): Refere-se à soma do resultado das operações de locação (receita de locação, linearidade e despesas de propriedades) e o resultado das operações de estacionamento (receitas e despesas). Impostos não são considerados.

Satelização: Estratégia de locação na qual uma loja é segregada em mais de uma operação, buscando aprimorar o mix e aumentar eficiência.

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

Taxa de ocupação: ABL locada dividida pela ABL total.

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

TR: Taxa Referencial (TR) é uma taxa de juros de referência utilizada principalmente na composição do cálculo de rendimentos da caderneta de poupança e de custos financeiros de operações como empréstimos do Sistema Financeiro da Habitação. É calculada pelo Banco Central do Brasil.

Turnover (troca de lojas): ABL dos shopping centers em operação locada no período, dividido pela ABL total de shopping centers em operação.

Vacância: ABL disponível para locação.

Valor geral de vendas (VGV): Somatório do valor de venda de todas as unidades de um determinado projeto imobiliário para venda.

Venda nas mesmas lojas (na sigla em inglês, SSS (Same Store Sales)): Variação nas vendas informadas das lojas que estavam em operação em ambos os períodos de comparação.

Venda por m²: O cálculo de vendas/m² considera apenas a ABL de lojas âncoras e satélites que reportam vendas, e exclui as vendas de quiosques, pois estas operações não estão incluídas na ABL total.

Vendas: Volume de vendas reportadas pelos lojistas em cada um dos shopping centers. Inclui as vendas realizadas em quiosques.