Multiplan

1T25
Relatório de resultados

Contato da equipe de Relações com investidores:

ri.multiplan.com.br
ri@multiplan.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 *depositary receipts*

Chegou ao conhecimento da Companhia que bancos estrangeiros implementaram ou pretendem implementar programas não patrocinados de certificados de depósito de valores mobiliários (*depositary 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.

Sumário

4 Visão Geral
6 Destaques
10 Demonstração Result. Consolidados
11 Indicadores Operacionais
18 Receitas
22 Despesas
23 Resultado Operacional Líquido (NOI)
24 Despesas G&A & Remuneração baseada em ações
25 Resultados de Empreendimentos Imobiliários
26 Resultados Financeiros
31 Capex & Banco de terrenos
32 Análise das Propriedades para investimento
33 MULT3 e o Mercado de ações
34 Inovação Digital
36 Sustentabilidade e iniciativas sociais e de governança corporativa
37 Portfólio de Ativos
39 Estrutura Societária
42 Anexos
47 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 1T25, a Multiplan possuía e administrava 20 shopping centers, totalizando 890.117 m² de ABL, com participação média de 80,7%, 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 940.699 m².

R$ Milhões	2007[1] (IPO)	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	mar/25 (12M)	Var. '07-'24	CAGR '07-'24
Vendas[2]	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	23.962	24.366,8	**+464,6%**	**+10,7%**
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	2.737,5	2.744,6	**+642,3%**	**+12,5%**
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	1.856,6	1.903,0	**+775,5%**	**+13,6%**
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	1.848,0	1.857,8	**+955,3%**	**+14,9%**
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	1.582,3	1.532,2	**+2.720,6%**	**+21,7%**
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	1.340,8	1.307,8	**+6.237,8%**	**+27,6%**

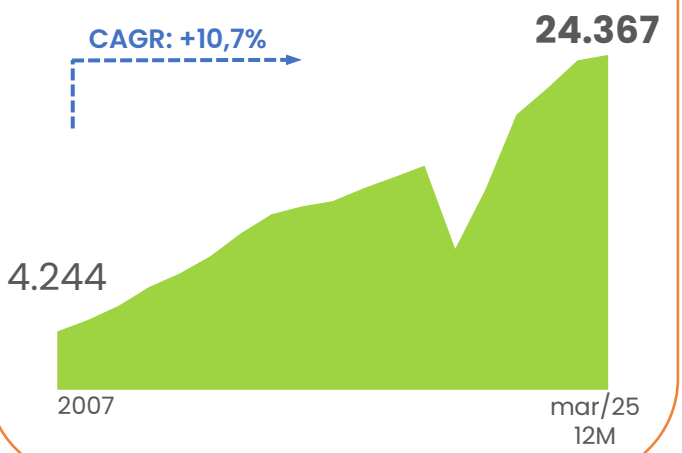
[1] Os resultados de 2007 foram calculados de acordo com a metodologia atual. Para mais detalhes, por favor acesse a Planilha de Fundamentos da Companhia.
[2] Vendas totais dos lojistas (base 100%).

MorumbiShopping – Evento "Expo Dinos"

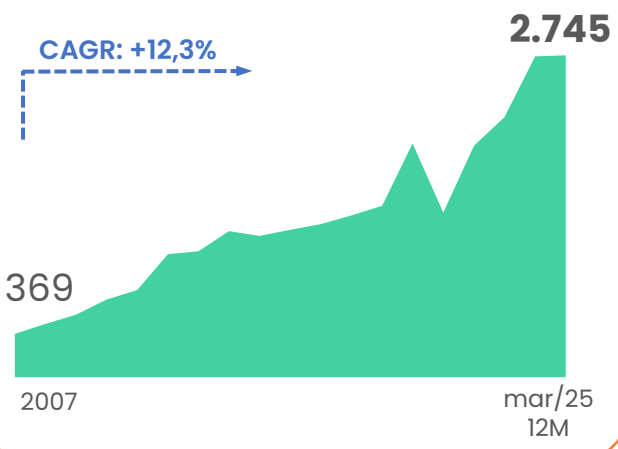
Visão Geral

Histórico de desempenho desde a abertura de capital
(R$ milhões)

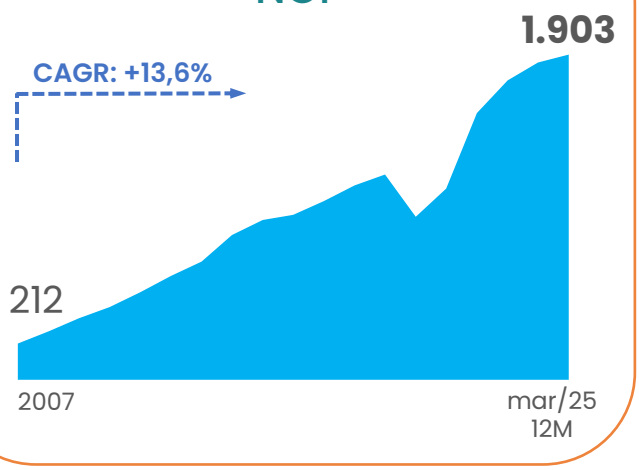
Vendas



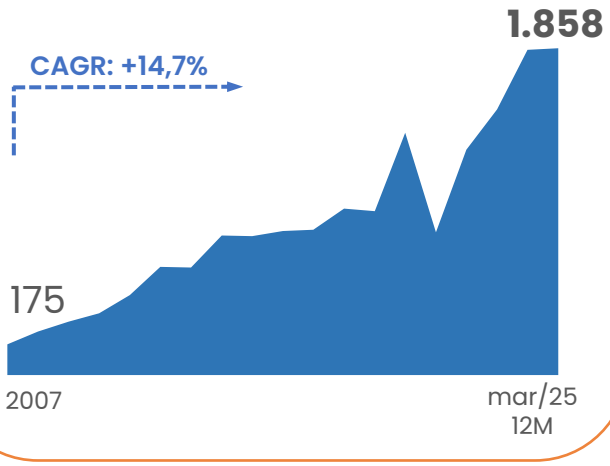
Receita Bruta



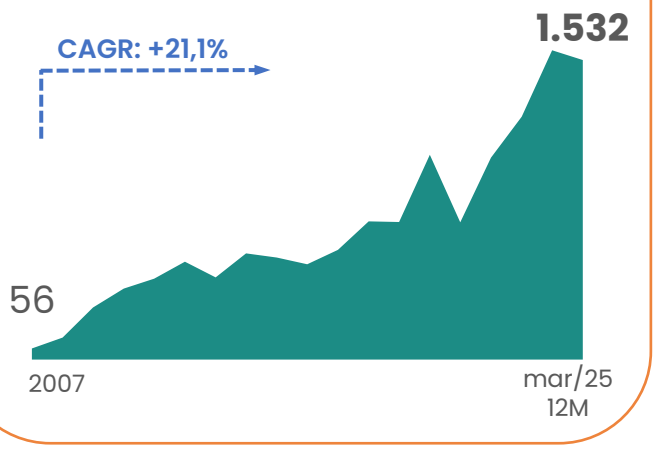
NOI



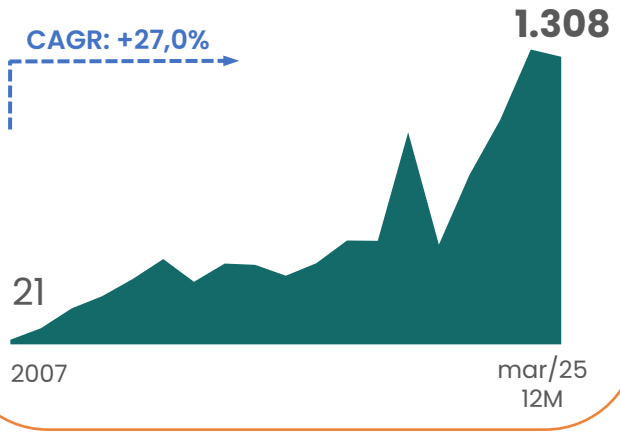
EBITDA



FFO



Lucro Líquido



Destaques

Um forte início de ano

Após o sólido desempenho operacional em 2024, a Multiplan iniciou 2025 novamente muito forte, como demonstrado pelos números do primeiro trimestre:

- As vendas aumentaram 7,9% vs. o 1T24;
- A taxa de ocupação aumentou 56 p.b. vs. o 1T24, atingindo 96,3% no trimestre;
- A receita de locação de shopping cresceu 6,0% em relação ao mesmo período do ano anterior;
- A receita de estacionamento cresceu 10,2% vs. o 1T24;
- A inadimplência líquida atingiu 0,8%;
- Margem NOI recorde de 94,2%.

Esses resultados reforçam a capacidade de gestão da Multiplan entregando crescimento e consistência, e marcando um sólido início de ano.

VENDAS	OCUPAÇÃO	*TURNOVER*
R$5,5 bi	**96,3%**	**0,8%**
+7,9% vs. 1T24	+56 p.b. vs. 1T24	7.146 m² no 1T25

LOCAÇÃO DE SHOPPING	SSR	INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA
R$397 M	**7,0%**	**+0,8%**
+6,0% vs. 1T24	+3,4% SSR real vs. 1T24	-41 p.b. vs. 1T24

MARGEM NOI	MARGEM EBITDA	LUCRO POR AÇÃO[1]
94,2%	**76,2%**	**+44,1%**
+349 p.b. vs. 1T24	+157 p.b. vs. 1T24	mar/25 vs. mar/24 12M

[1] Lucro por ação: lucro líquido (12M) dividido pela quantidade de ações em circulação (excluindo ações em Tesouraria) no final do período.

Destaques

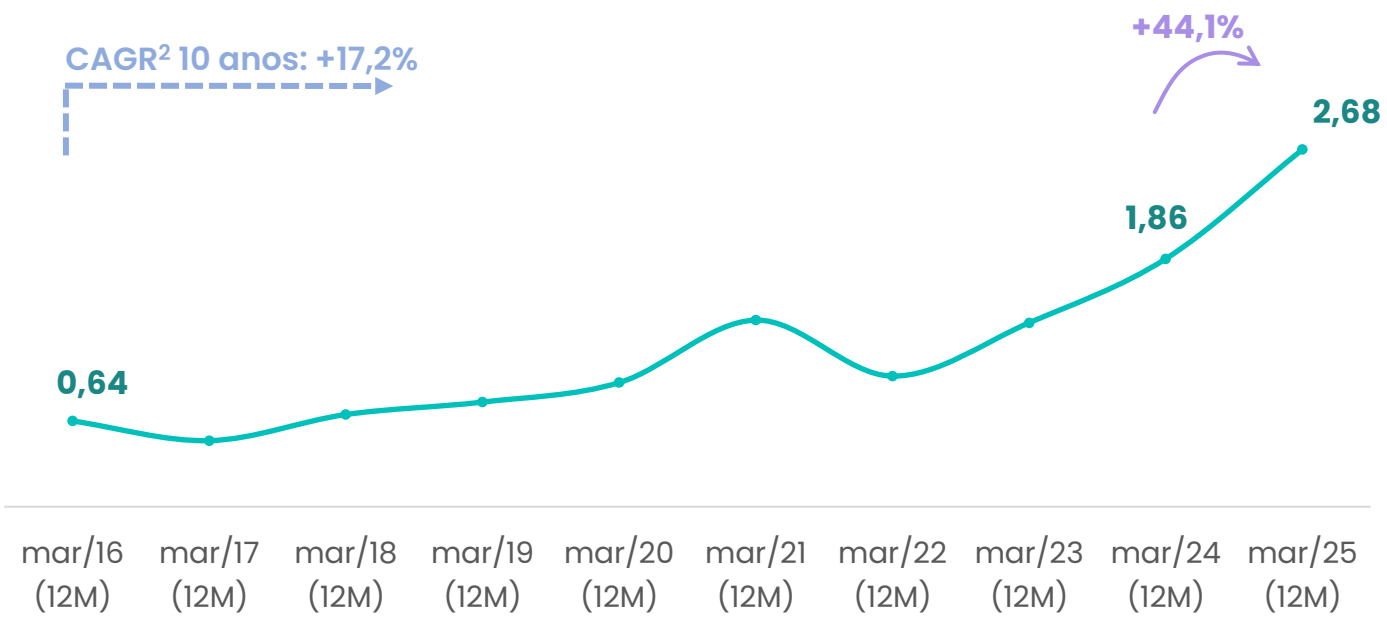
Alocação de capital impulsionando resultados

No primeiro trimestre de 2025, a Multiplan manteve sua estratégia de alocação de capital, aprovando R$110 milhões em juros sobre o capital próprio, recomprando 1,2 milhão de ações e cancelando 6,0 milhões de ações em tesouraria.

Paralelamente a essas iniciativas, a Companhia investiu R$120,5 milhões direcionados, principalmente, à expansões e revitalizações de shoppings, garantindo que seus empreendimentos atendam às necessidades de consumidores e lojistas, ao mesmo tempo em que impulsionam o crescimento futuro. No total R$255,0 milhões foram alocados no trimestre.

Essa estratégia contribuiu para um aumento de 44,1% no lucro por ação[1] em mar/25 (12M) em comparação ao mesmo período do ano anterior, refletindo o compromisso da Companhia com o retorno aos acionistas e a criação de valor.

Lucro por ação[1] (R$)



[1] Lucro por ação: lucro líquido (12M) dividido pela quantidade de ações em circulação (excluindo ações em Tesouraria) no final do exercício.
[2] CAGR (*Compound Annual Growth Rate*) significa Taxa de Crescimento Anual Composta.

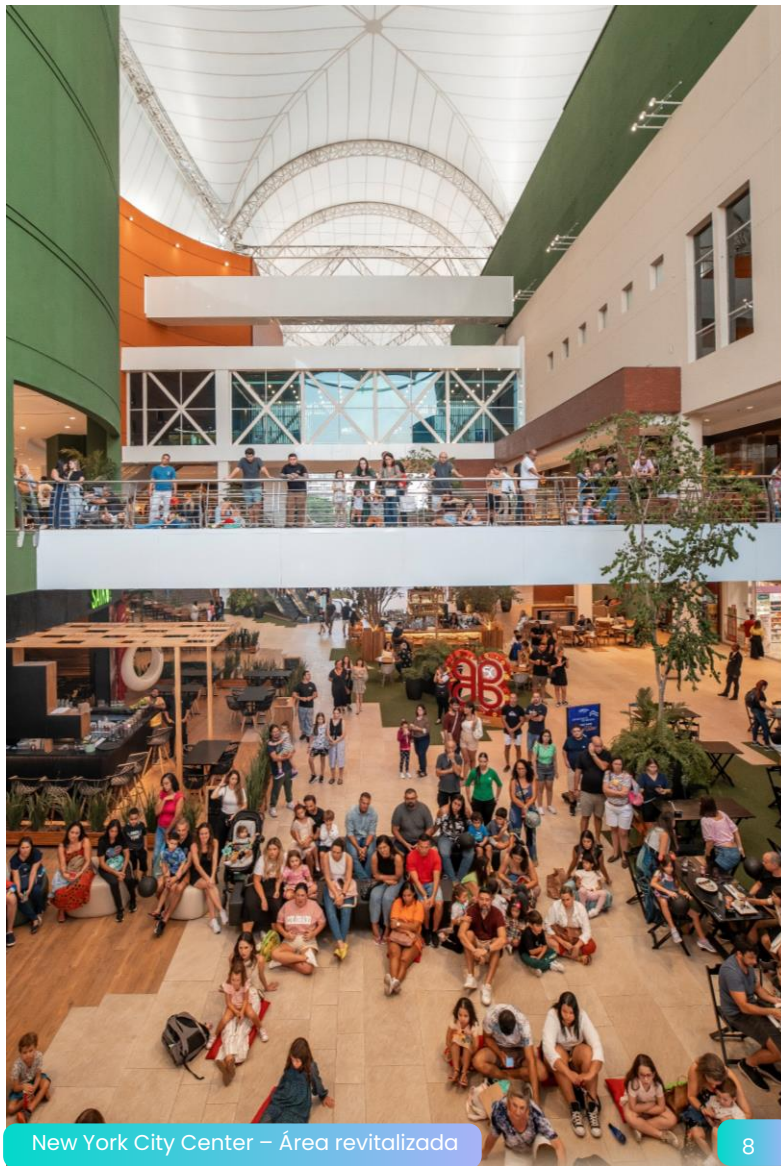
Destaques

O valor das revitalizações

No primeiro trimestre de 2025, a Companhia investiu R$25,7 milhões em projetos de revitalizações, uma redução de 46,3% em relação ao 1T24. Essa redução está alinhada ao plano de três anos de revitalizações da Companhia, visto que os investimentos substanciais realizados no ano passado estão agora gerando impactos positivos em todo o portfólio. Espaços revitalizados e atualizados podem impulsionar o tráfego de consumidores, aumentar a eficiência, aprimorar a experiência do cliente e impulsionar o crescimento das vendas.

Embora os esforços de revitalizações continuem em shoppings selecionados, a Companhia espera níveis de investimento menores em 2025, já que vários projetos estão próximos da conclusão.

DiamondMall – Praça de alimentação revitalizada e expansão do shopping



New York City Center – Área revitalizada

Destaques

Governança fortalecida

A Multiplan fortaleceu ainda mais sua estrutura de governança durante o primeiro trimestre de 2025. Na Assembleia Geral Ordinária (AGO) realizada em 28 de março, um novo membro independente foi eleito para o Conselho de Administração, aumentando o número de membros independentes de dois para três – agora o Conselho é composto por sete membros, incluindo três independentes e um externo. O Conselho tem competências complementares e diversificadas, aprimorando os processos de tomada de decisão e alinhando-se às melhores práticas de governança.

Além disso, o Conselho Fiscal foi novamente instalado, com todos os membros independentes, reforçando o compromisso da Multiplan com a transparência, a prestação de contas e uma robusta fiscalização. Esses desenvolvimentos refletem a dedicação da empresa em construir uma estrutura de governança que suporte o crescimento no longo prazo.

2025 AGO
Proposta da Administração

AGO 2025

Aumento do percentual de membros independentes de

29% para 43%

[1] O Código de Melhores Práticas de Governança do IBGC (Instituto Brasileiro de Governança Corporativa) classifica como "externos" os conselheiros que não possuem vínculo empregatício ou de gestão atual com a organização, mas que não se enquadram na classificação de conselheiros independentes.

Demonstração de Resultados Consolidados

Demonstração de resultados

(R$'000)	1T25	1T24	Var. %	mar/25 (12M)	mar/24 (12M)	Var. %
Receita de locação	409.181	388.493	+5,3%	1.747.160	1.690.955	+3,3%
Receita de serviços	45.361	39.603	+14,5%	155.544	161.425	-3,6%
Receita de cessão de direitos	8.321	5.348	+55,6%	3.692	329	+1.022,2%
Receita de estacionamento	75.113	68.168	+10,2%	324.427	298.494	+8,7%
Venda de imóveis	19.418	22.196	-12,5%	512.023	104.555	+389,7%
Apropriação de receita de aluguel linear	9.902	5.491	+80,3%	(18.445)	(35.796)	-48,5%
Outras receitas	3.795	34.683	-89,1%	20.236	62.463	-67,6%
Receita Bruta	**571.091**	**563.981**	**+1,3%**	**2.744.637**	**2.282.426**	**+20,3%**
Tributos sobre receitas	(45.415)	(40.363)	+12,5%	(197.790)	(174.227)	+13,5%
Receita Líquida	**525.677**	**523.619**	**+0,4%**	**2.546.847**	**2.108.198**	**+20,8%**
Despesas de sede	(49.739)	(46.193)	+7,7%	(199.689)	(201.548)	-0,9%
Remuneração baseada em ações	(9.032)	(18.078)	-50,0%	(57.736)	(64.346)	-10,3%
Despesas de propriedades	(28.764)	(43.048)	-33,2%	(150.176)	(185.041)	-18,8%
Despesas de projetos para locação	(2.023)	(1.271)	+59,2%	(14.330)	(6.411)	+123,5%
Despesas de projetos para venda	(4.872)	(4.669)	+4,4%	(28.406)	(20.087)	+41,4%
Custo de imóveis vendidos	(27.291)	(16.806)	+62,4%	(211.906)	(71.299)	+197,2%
Resultado de equivalência patrimonial	1	(37)	n.d.	(46)	(45)	+3,3%
Outras receitas (despesas) operacionais	(3.342)	(2.694)	+24,0%	(26.728)	(15.403)	+73,5%
EBITDA	**400.615**	**390.824**	**+2,5%**	**1.857.829**	**1.544.018**	**+20,3%**
Receitas financeiras	48.676	48.732	-0,1%	179.215	154.887	+15,7%
Despesas financeiras	(139.619)	(84.861)	+64,5%	(426.529)	(349.624)	+22,0%
Depreciações e amortizações	(38.861)	(34.566)	+12,4%	(142.805)	(137.598)	+3,8%
Lucro Antes do Imposto de Renda	**270.810**	**320.129**	**-15,4%**	**1.467.710**	**1.211.683**	**+21,1%**
Imposto de renda e contribuição social	(22.252)	(21.665)	+2,7%	(96.541)	(75.438)	+28,0%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(14.474)	(31.397)	-53,9%	(63.166)	(55.861)	+13,1%
Participação dos acionistas minoritários	(41)	(39)	+3,0%	(173)	(167)	+3,5%
Lucro Líquido	**234.044**	**267.028**	**-12,4%**	**1.307.830**	**1.080.217**	**+21,1%**

(R$'000)	1T25	1T24	Var. %	mar/25 (12M)	mar/24 (12M)	Var. %
NOI	**465.433**	**419.104**	**+11,1%**	**1.902.966**	**1.768.612**	**+7,6%**
Margem NOI	94,2%	90,7%	+349 p.b.	92,7%	90,5%	+216 p.b.
EBITDA de Propriedades[1]	**418.925**	**395.528**	**+5,9%**	**1.678.506**	**1.557.459**	**+7,8%**
Margem EBITDA de Propriedades [1]	82,5%	78,6%	+387 p.b.	81,0%	77,4%	+360 p.b.
EBITDA	**400.615**	**390.824**	**+2,5%**	**1.857.829**	**1.544.018**	**+20,3%**
Margem EBITDA	76,2%	74,6%	+157 p.b.	72,9%	73,2%	-29 p.b.
Lucro Líquido	**234.044**	**267.028**	**-12,4%**	**1.307.830**	**1.080.217**	**+21,1%**
Margem Líquida	44,5%	51,0%	-647 p.b.	51,4%	51,2%	+11 p.b.
Fluxo de Caixa Operacional (FFO)	**277.477**	**327.500**	**-15,3%**	**1.532.246**	**1.309.472**	**+17,0%**
Margem FFO	52,8%	62,5%	-976 p.b.	60,2%	62,1%	-195 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 sobre a receita bruta da Companhia.

Indicadores Operacionais

Vendas

Vendas dos lojistas

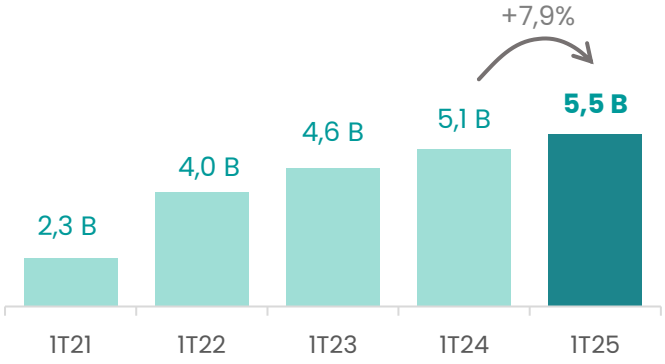
Gestão ativa promovendo crescimento

No 1T25, as vendas dos lojistas totalizaram R$5,5 bilhões, o maior valor já registrado para um primeiro trimestre, crescendo 7,9% em relação ao 1T24, sustentadas por melhorias através de revitalizações, gestão ativa, mudança de mix e 237 eventos realizados nos shoppings da Multiplan no trimestre.

Vale ressaltar que, ao longo do 1T25, cinco shoppings superaram as vendas do 1T24 com crescimento de dois dígitos.

A queda de 14,1% nas vendas do ShoppingVilaOlímpia em relação ao ano anterior foi consequência de um evento promovido por uma marca do segmento Artigos do Lar & Escritório no 1T24 (que não ocorreu no 1T25), que impactou positivamente as vendas daquele trimestre, criando uma forte base de comparação.

Vendas trimestrais dos lojistas (R$)



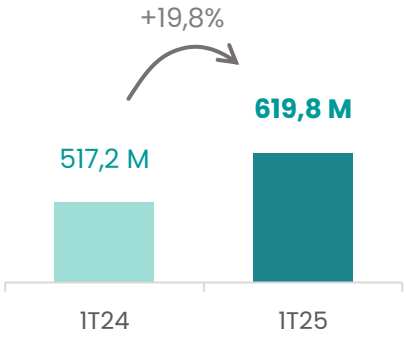
Expandindo vendas

Em nov/24, o DiamondMall e o ParkShoppingBarigüi inauguraram suas expansões, que juntas registraram vendas de R$81,0 milhões no 1T25. Vale destacar que esses dois shoppings apresentaram um dos maiores crescimentos de vendas do portfólio.

No 1T25, os dois shoppings juntos alcançaram R$619,8 milhões em vendas, um crescimento de 19,8% em relação ao 1T24. Esse crescimento destaca o sucesso das expansões e seus benefícios nos shoppings como um todo.

As expansões atraíram novos consumidores e também impulsionaram o fluxo de veículos nos dois shoppings, que juntos registraram crescimento de 9,5% em relação ao 1T24,.

Vendas do DiamondMall e ParkShoppingBarigüi (R$)



Expansão do DiamondMall

Expansão do ParkShoppingBarigüi

Indicadores Operacionais

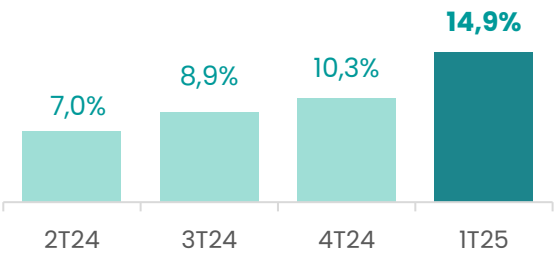
Vendas

Revitalizações acelerando o crescimento

Como parte da estratégia de crescimento da empresa, as revitalizações desempenham um papel fundamental na modernização e aprimoramento do ambiente de negócios dos shoppings, beneficiando tanto os lojistas quanto os consumidores e potencialmente impulsionando o crescimento das vendas.

O BarraShopping, por exemplo, que vem passando por amplas revitalizações, e já apresentava o maior volume de vendas do portfólio, aumentou suas vendas em 14,9% (R$833,6 milhões) vs. o 1T24.

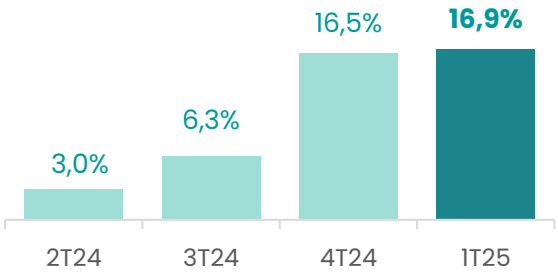
Crescimento de vendas do BarraShopping (% vs. ano anterior)



Consolidação em andamento

No 1T25, o ParkJacarepaguá atingiu R$157,7 milhões em vendas de lojistas, um crescimento de 16,9% em relação ao 1T24, o segundo maior do portfólio. Esse aumento foi impulsionado pelas lojas âncora, com os segmentos de Artigos do Lar & Escritório e Artigos Diversos crescendo 39,1% e 27,5%, respectivamente.

Crescimento de vendas do ParkJacarepaguá (% vs. ano anterior)



New York City Center – Área revitalizada

Indicadores Operacionais

Vendas

Vendas dos lojistas (100%) (R$)	1T25	1T24	Var. %	mar/25 (12M)	mar/24 (12M)	Var. %
BH Shopping	406,5 M	386,8 M	+5,1%	1.865,9 M	1.756,7 M	+6,2%
RibeirãoShopping	312,3 M	297,7 M	+4,9%	1.420,4 M	1.321,2 M	+7,5%
BarraShopping	833,6 M	725,8 M	+14,9%	3.488,7 M	3.163,9 M	+10,3%
MorumbiShopping	632,8 M	614,2 M	+3,0%	2.909,0 M	2.787,1 M	+4,4%
ParkShopping	383,7 M	363,2 M	+5,6%	1.761,5 M	1.597,6 M	+10,3%
DiamondMall	217,9 M	173,1 M	+25,9%	895,3 M	725,8 M	+23,4%
New York City Center	55,9 M	48,8 M	+14,7%	223,3 M	175,9 M	+26,9%
ShoppingAnáliaFranco	364,5 M	356,8 M	+2,2%	1.742,5 M	1.635,6 M	+6,5%
ParkShoppingBarigüi	401,9 M	344,0 M	+16,8%	1.701,0 M	1.564,7 M	+8,7%
Pátio Savassi	145,4 M	135,9 M	+7,0%	650,0 M	611,1 M	+6,4%
ShoppingSantaÚrsula	39,7 M	39,9 M	-0,6%	178,4 M	159,5 M	+11,9%
BarraShoppingSul	245,6 M	227,6 M	+7,9%	1.101,2 M	984,1 M	+11,9%
ShoppingVilaOlímpia	94,5 M	110,0 M	-14,1%	428,1 M	427,0 M	+0,2%
ParkShoppingSãoCaetano	225,1 M	214,1 M	+5,1%	1.031,9 M	967,8 M	+6,6%
JundiaíShopping	168,3 M	164,3 M	+2,5%	777,3 M	710,9 M	+9,3%
ParkShoppingCampoGrande	174,3 M	171,6 M	+1,5%	776,5 M	739,6 M	+5,0%
VillageMall	254,4 M	232,7 M	+9,3%	1.100,4 M	1.021,8 M	+7,7%
Parque Shopping Maceió	204,6 M	186,2 M	+9,9%	829,5 M	730,9 M	+13,5%
ParkShopping Canoas	187,2 M	173,0 M	+8,2%	844,7 M	759,5 M	+11,2%
ParkJacarepaguá	157,7 M	134,9 M	+16,9%	641,2 M	576,6 M	+11,2%
Total	**5.505,8 M**	**5.100,6 M**	**+7,9%**	**24.366,8 M**	**22.417,1 M**	**+8,7%**

BarraShoppingSul – Evento infantil de Carnaval

Indicadores Operacionais

Vendas nas Mesmas Lojas (SSS)

Vendas nas Mesmas Lojas (SSS)

Vestuário e Artigos do Lar & Escritório impulsionando o crescimento

As Vendas nas Mesmas Lojas (SSS) cresceram 6,2% no 1T25 em comparação com o mesmo período de 2024.
Devido ao feriado da Páscoa comemorado em mar/24 vs. abr/25, o segmento de Alimentação & Áreas Gourmet experimentou uma ligeira queda de 1,5%.
O segmento de Artigos do Lar & Escritório, impulsionado pela atividade de Eletro-eletrônicos das lojas âncoras, liderou o crescimento no 1T25, alcançando um aumento de 12,2% no SSS.
Entre os shoppings, destacaram-se o ParkJacarepaguá e o BarraShopping, com aumentos de SSS de 15,8% e 15,4%, respectivamente.

Vendas nas Mesmas Lojas	1T25 x 1T24		
	Âncora	Satélite	Total
Alimentação & Áreas Gourmet	+20,0%	-1,8%	-1,5%
Vestuário	+10,9%	+9,1%	+9,7%
Artigos do Lar & Escritório	+34,7%	+7,3%	+12,2%
Artigos Diversos	+4,7%	+7,0%	+6,2%
Serviços	+8,3%	+4,4%	+4,9%
Total	**+9,5%**	**+5,1%**	**+6,2%**

Indicadores Operacionais

Taxa de ocupação & *Turnover*

Taxa de ocupação

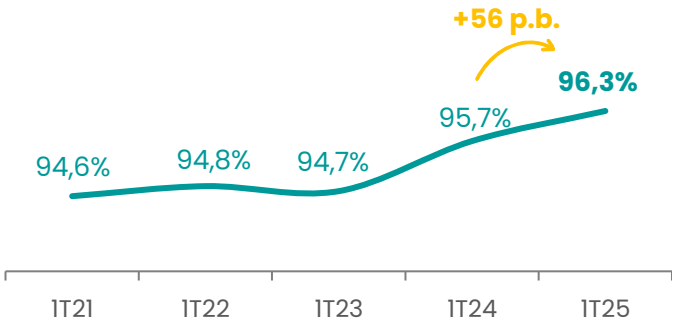
Maior ocupação para um primeiro trimestre em cinco anos

No 1T25, a taxa de ocupação média dos shoppings da Multiplan atingiu 96,3%, um aumento de 56 p.b. em relação ao 1T24.

Os principais aumentos foram registrados no New York City Center (+521 p.b.), ShoppingAnáliaFranco (+397 p.b.) e ParkShopping (+295 p.b.).

A taxa de ocupação diminuiu 48 p.b. vs. o 4T24 (96,7%), refletindo a sazonalidade pós-Natal e demonstrando maior resiliência em relação à queda média de 51 p.b. observada nos últimos quatro anos entre o primeiro e o quarto trimestre.

Taxa média de ocupação dos shopping centers



Turnover (troca de lojas)

Alta demanda e menos espaços

No 1T25, a Multiplan apresentou um *turnover* de 0,8% da ABL total (7.146 m²), com 88 novas lojas satélites — o menor *turnover* para um primeiro trimestre desde o 1T18 (0,5%). A redução do *turnover*, aliada ao aumento da ocupação, reforça a solidez do ambiente varejista, onde os atuais lojistas desejam permanecer e a demanda por novos espaços continua forte.

Os destaques do trimestre

- O BarraShopping liderou o trimestre com o maior *turnover*, representando 17,9% do *turnover* total e adicionando 17 novas lojas. O crescimento foi impulsionado principalmente pelas adições nos segmentos Alimentação & Áreas Gourmet (sete novas lojas) e Vestuário (seis novas lojas).
- O ShoppingVilaOlímpia registrou o segundo maior *turnover* do trimestre, com 16,3% do *turnover* total (1.168 m²), impulsionado principalmente pelo segmento de Alimentação & Áreas Gourmet, com a adição de um restaurante de 976 m² — a mais notável ao portfólio em termos de ABL.
- O ParkJacarepaguá representou 11,1% do *turnover* total (791 m²), com dez novas lojas. O crescimento se concentrou no segmento de Serviços, com destaque para a adição de duas novas clínicas de saúde, totalizando 476 m².

No 1T25, o segmento Alimentação & Áreas Gourmet apresentou o maior *turnover* líquido positivo, totalizando 1.193 m².

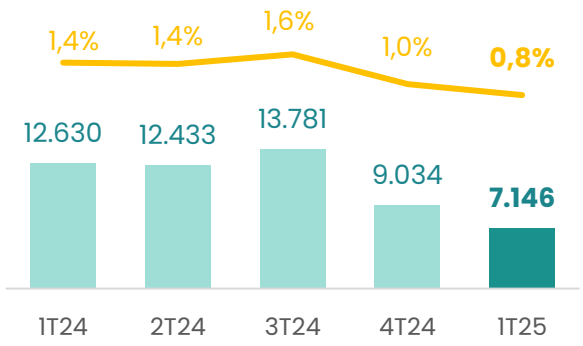
RibeirãoShopping

Indicadores Operacionais

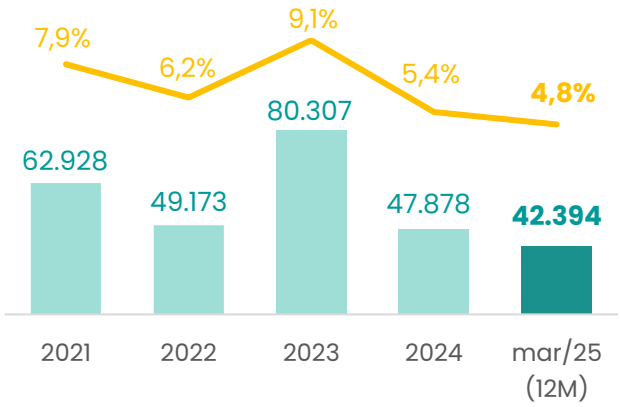
Turnover

Efeito do turnover líquido dos segmentos em m² e % da ABL total– 1T25

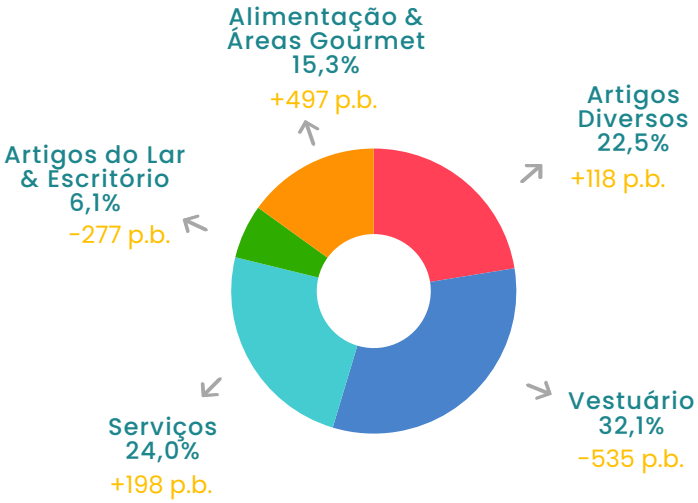
Turnover dos shoppings em ABL (m²) e em % da ABL total (%)



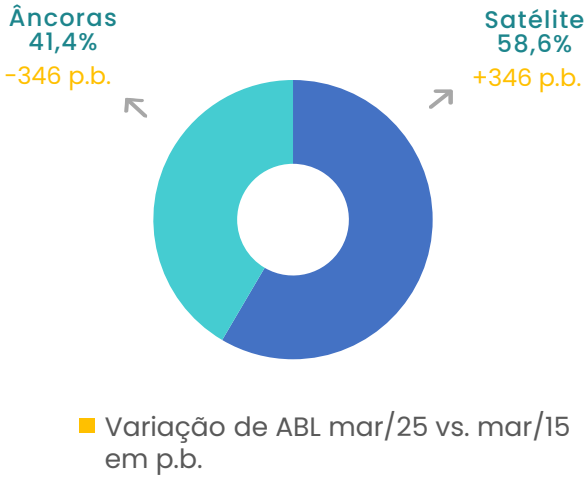
Turnover dos shoppings em ABL (m²) e em % da ABL total (%)



Distribuição de ABL ocupada por segmento – mar/25



Distribuição da ABL ocupada por tipo de loja[1] – mar/25



[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

Custo de ocupação

Custo de ocupação

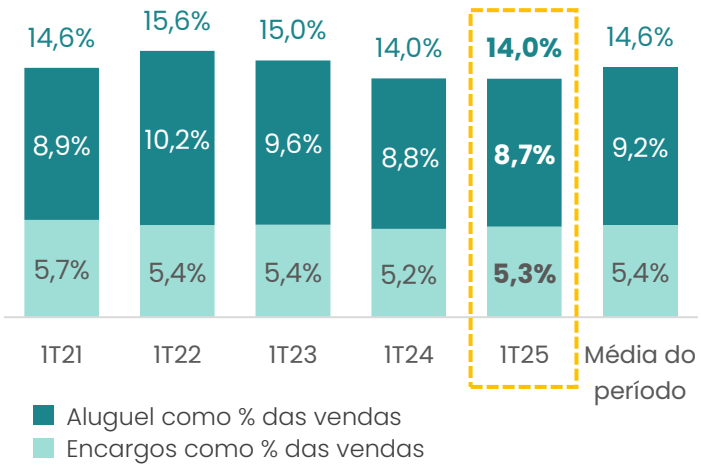
Menor custo de ocupação para um primeiro trimestre desde o 1T19

No 1T25, o custo de ocupação dos lojistas foi de 14,0%, igualando ao nível registrado no 1T24. Este valor representa o menor custo de ocupação para um primeiro trimestre desde o 1T19 (13,7%) e está 44 p.b. abaixo da média histórica para o período.

O resultado é atribuído principalmente ao aumento de vendas de 7,9% em relação ao 1T24, diluindo o crescimento de 6,0% da receita de locação de shopping no mesmo período.

A participação dos encargos comuns no custo de ocupação foi de 5,3% das vendas no 1T25, 24 p.b. abaixo da média dos últimos cinco anos para um primeiro trimestre de 5,4%.

Abertura trimestral do custo de ocupação



BarraShopping – Evento de beleza

Receita Bruta

Receita Bruta

Crescimento liderado pelas receitas de locação, estacionamento e serviços

A receita bruta, no 1T25, totalizou R$571,1 milhões, um novo recorde para um primeiro trimestre, com crescimento de 1,3% em relação ao 1T24.

As receitas de serviços, estacionamento, locação e cessão de direitos apresentaram crescimento, superando a receita de parcerias do aplicativo Multi incorrida no 1T24.

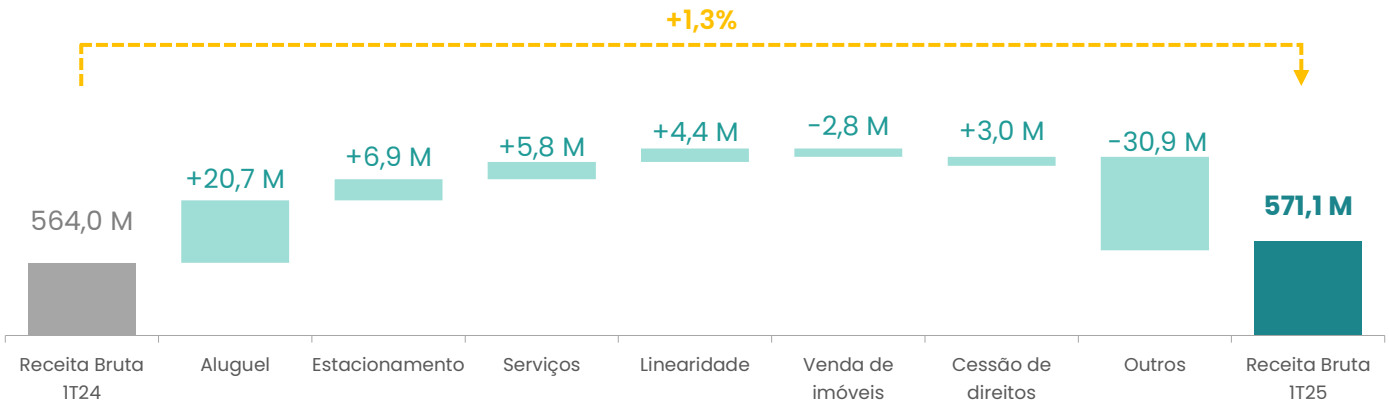
A receita de serviços cresceu 14,5% em relação ao 1T24, impactada positivamente pelo maior NOI, pela arrecadação de taxas de administração relacionadas à venda de 25% do JundiaíShopping em dez/24, entre outros.

A receita de estacionamento aumentou 10,2% em relação ao 1T24, impulsionada principalmente pelos reajustes nas tarifas de estacionamento implementados no final do 2T24.

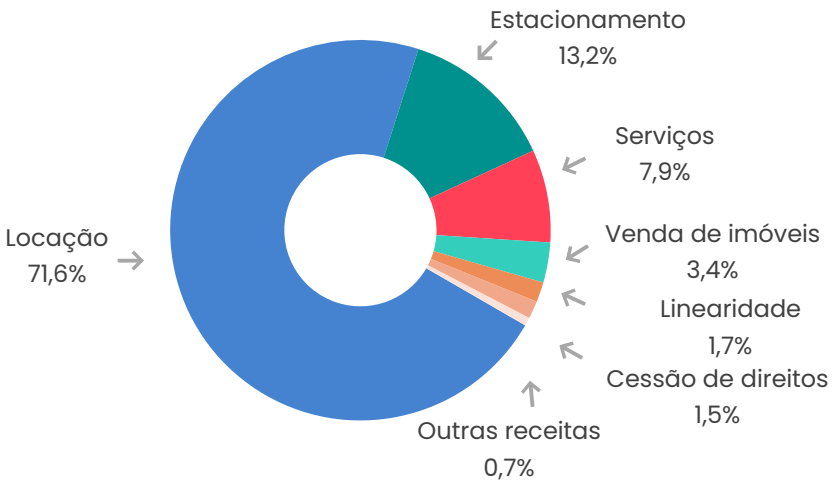
A receita de locação aumentou 5,3% em relação ao 1T24, impulsionada por um maior efeito do reajuste do IGP-DI no período (3,5%).

A receita de cessão de direitos aumentou R$3,0 milhões em relação ao 1T24, principalmente devido às taxas de transferência.

Evolução da receita bruta (R$) – 1T25 vs. 1T24



Abertura da receita bruta % – 1T25



Receita de locação

Receita de locação

Começando o ano com crescimento sólido

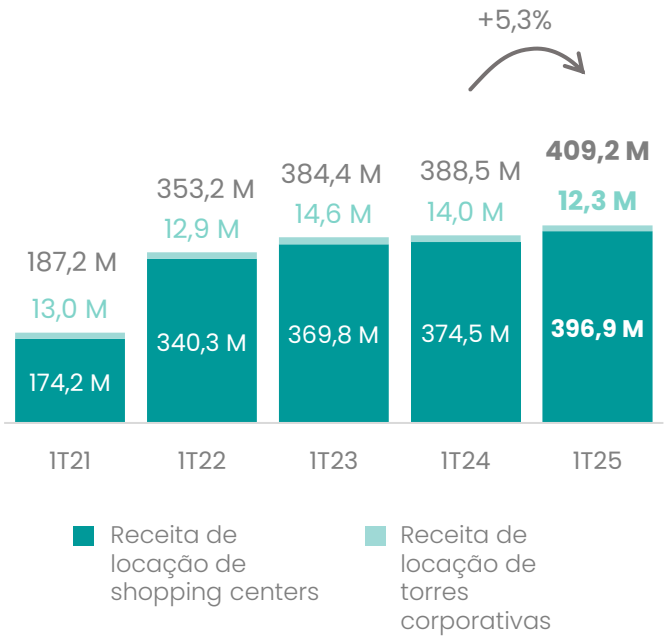
No 1T25, a receita de locação total da Multiplan (soma de shoppings e torres corporativas) cresceu 5,3% em relação ao 1T24, totalizando R$409,2 milhões.

A receita de locação de shopping apresentou crescimento de 6,0% em relação ao ano anterior, atribuído a:

- o efeito do reajuste do IGP-DI de +3,5%,
- novas expansões no DiamondMall e ParkShoppingBarigüi, inauguradas em nov/24, adicionando 1,6%,
- a aquisição de 9,0% do ParkJacarepaguá em jun/24 (+0,3%), e
- o aumento em Mall & Mídia (+0,4%) e aluguel complementar (+0,2%).

Vale ressaltar que, em dez/24, a Multiplan concluiu a venda de 25% de participação no JundiaíShopping, o que impactou negativamente a receita de locação em 0,9% no 1T25.

Evolução da receita de locação(R$)

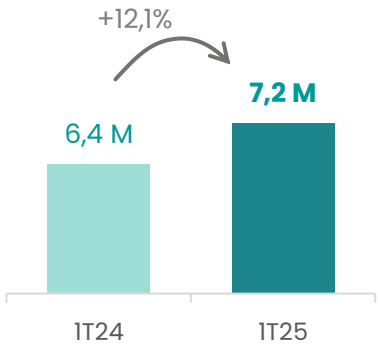


Parque Shopping Maceió: crescendo e expandindo

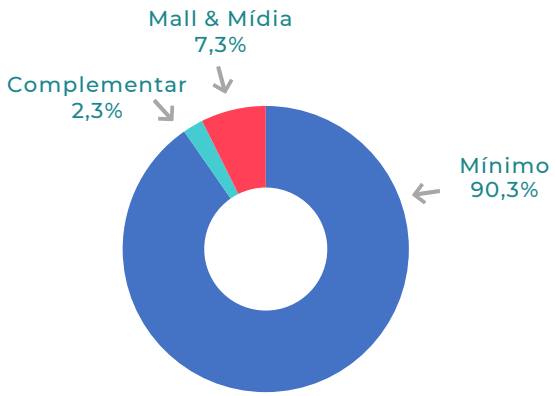
No 1T25, o Parque Shopping Maceió atingiu uma taxa de ocupação de 99,9%, enquanto sua receita de locação cresceu 12,1% em relação ao 1T24.

No final de 2025, a Multiplan planeja inaugurar a primeira expansão do Parque Shopping Maceió, adicionando 5.500 m² de ABL com 45 lojas, trazendo uma gama de novas marcas para a região.

Receita de locação do Parque Shopping Maceió (R$)



Abertura da receita de locação % – 1T25



RibeirãoShopping – Evento infantil

Receita de locação

Receita de locação (R$)	1T25	1T24	Var. %	mar/25 (12M)	mar/24 (12M)	Var. %
BH Shopping	43,2 M	40,5 M	+6,8%	197,3 M	176,8 M	+11,6%
RibeirãoShopping	25,4 M	22,3 M	+13,9%	103,4 M	93,2 M	+10,9%
BarraShopping	59,3 M	58,3 M	+1,7%	252,6 M	253,0 M	-0,2%
MorumbiShopping	57,8 M	53,8 M	+7,5%	245,9 M	238,2 M	+3,2%
ParkShopping	27,4 M	26,3 M	+4,0%	118,5 M	115,6 M	+2,5%
DiamondMall	18,3 M	16,2 M	+12,6%	72,6 M	68,6 M	+5,8%
New York City Center	3,4 M	2,9 M	+16,4%	13,5 M	11,0 M	+22,7%
ShoppingAnáliaFranco	11,5 M	11,1 M	+3,6%	49,4 M	48,8 M	+1,3%
ParkShoppingBarigüi	30,9 M	25,7 M	+20,3%	123,4 M	114,3 M	+8,0%
Pátio Savassi	14,4 M	14,0 M	+2,4%	61,0 M	60,1 M	+1,6%
ShoppingSantaÚrsula	2,2 M	1,9 M	+17,7%	8,9 M	8,6 M	+3,2%
BarraShoppingSul	18,9 M	18,9 M	+0,3%	79,9 M	83,1 M	-3,8%
ShoppingVilaOlímpia	4,9 M	5,0 M	-2,2%	21,7 M	22,1 M	-2,0%
ParkShoppingSãoCaetano	17,2 M	16,0 M	+7,2%	74,0 M	73,5 M	+0,8%
JundiaíShopping	10,2 M	13,0 M	-22,0%	54,5 M	57,2 M	-4,7%
ParkShoppingCampoGrande	11,1 M	10,9 M	+1,7%	47,7 M	47,4 M	+0,6%
VillageMall	14,5 M	14,1 M	+2,4%	63,2 M	60,5 M	+4,3%
Parque Shopping Maceió	7,2 M	6,4 M	+12,1%	29,3 M	27,1 M	+8,1%
ParkShopping Canoas	8,5 M	7,7 M	+10,8%	36,1 M	34,2 M	+5,6%
ParkJacarepaguá	10,9 M	9,6 M	+13,4%	44,3 M	40,8 M	+8,6%
Subtotal de shoppings	**396,9 M**	**374,5 M**	**+6,0%**	**1.697,2 M**	**1.634,2 M**	**+3,9%**
Morumbi Corporate	10,1 M	11,9 M	-15,3%	41,8 M	48,6 M	-14,0%
ParkShopping Corporate	2,2 M	2,0 M	+7,2%	8,2 M	8,1 M	+1,1%
Subtotal de torres corporativas	**12,3 M**	**14,0 M**	**-12,1%**	**50,0 M**	**56,7 M**	**-11,9%**
Total portfólio	**409,2 M**	**388,5 M**	**+5,3%**	**1.747,2 M**	**1.691,0 M**	**+3,3%**

Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR)

Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR)

Crescimento real forte e consistente de SSR

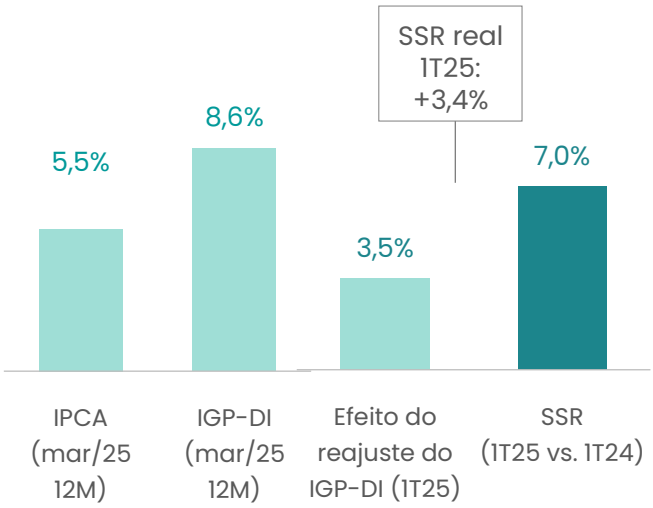
No 1T25, o portfólio da Multiplan registrou Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR) de 7,0% quando comparado ao 1T24, com crescimento real de 3,4%.

Apesar do IGP-DI positivo de 8,6% nos últimos 12 meses, o efeito do reajuste do IGP-DI foi de 3,5% no trimestre, ainda refletindo a deflação observada no início de 2024.

O efeito de reajuste do IGP-DI apresentado no gráfico reflete os ajustes inflacionários dos contratos de locação da Companhia no período.

Para o cálculo simplificado do efeito do reajuste do IGP-DI, consulte a planilha disponível no site de RI da Companhia [Link].

Índices e SSR – 1T25



Parque Shopping Maceió – Evento de Carnaval

Receitas de Estacionamento e Serviços e Despesas de propriedades

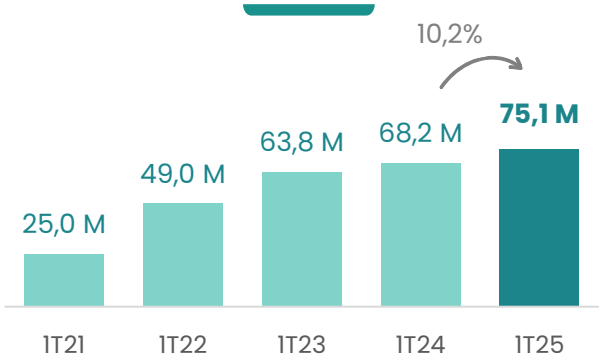
Receita de estacionamento

Crescimento de dois dígitos

No 1T25, a receita de estacionamento totalizou R$75,1 milhões, apresentando um crescimento de 10,2% vs. o 1T24, impulsionada principalmente por (i) reajustes nas tarifas de estacionamento no 2T24; e (ii) fim dos descontos oferecidos aos consumidores que aderiram ao Acesso Multi até o final de jun/24.

O ParkShoppingBarigüi e o DiamondMall, cujas expansões foram inauguradas em nov/24, registraram juntos um crescimento de 27,2% na receita de estacionamento vs. o 1T24, beneficiadas por um aumento de 9,5% no fluxo de veículos em relação ao mesmo período do ano anterior.

Receita de estacionamento (R$)

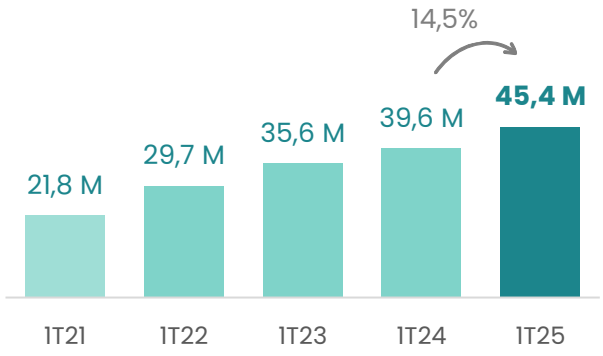


Receita de serviços

Novas taxas de administração

A receita de serviços atingiu R$45,4 milhões no 1T25, um aumento de 14,5% em relação ao 1T24, principalmente devido a maiores taxas de administração, impulsionadas pelo crescimento do NOI e novas receitas relacionadas à venda de 25% da participação do JundiaíShopping em dez/24, entre outros.

Receita de serviços (R$)



Despesas de propriedades

Queda de dois dígitos

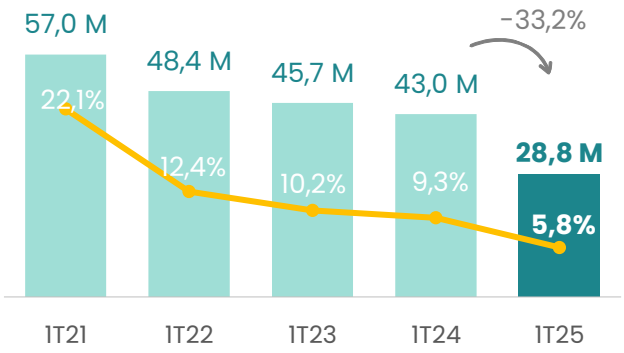
No 1T25, as despesas de propriedades (soma das despesas de shopping center e torres corporativas) totalizaram R$28,8 milhões, uma redução de 33,2% em relação ao 1T24, registrando a maior queda percentual para um primeiro trimestre desde o IPO[1].

O resultado foi impactado positivamente por:

i. um aumento de 56 p.b. na taxa de ocupação, reduzindo as despesas relacionadas à vacância;
ii. taxa de inadimplência líquida de 0,8%, suportando a redução das provisões e também a mudança na matriz de provisões;
iii. recuperações de despesas de anos anteriores;
iv. despesas não recorrentes incorridas no 1T24.

A proporção de despesas de propriedades como % das receitas de propriedades[2] atingiu 5,8% no 1T25, o menor índice desde o IPO[1].

Evolução das despesas de propriedades (R$) e como % das receitas de propriedades[2]



[1] O IPO (abertura de capital) da Multiplan ocorreu em jul/07.
[2] Inclui receita de locação, receita de estacionamento e linearidade.

Resultado Operacional Líquido (NOI)

Resultado Operacional Líquido (NOI)

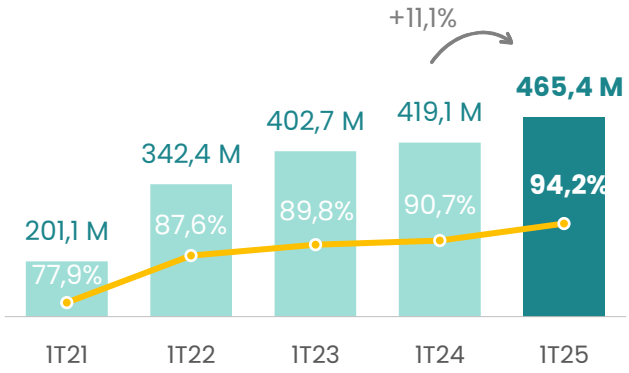
Margem trimestral recorde: 94,2%

No 1T25, a Companhia registrou a maior margem NOI em um trimestre desde o IPO[1], atingindo 94,2%.

O Resultado Operacional Líquido (NOI) da Multiplan totalizou R$465,4 milhões no 1T25, um aumento de 11,1% em relação ao mesmo período do ano anterior, beneficiado principalmente por:

- aumento da receita de estacionamento de +10,2%,
- aumento da receita de locação de +5,3%,
- menores despesas de propriedades (-33,2%).

NOI (R$) e margem NOI (%)



[1] O IPO (abertura de capital) da Multiplan ocorreu em jul/07.

NOI (R$)	1T25	1T24	Var.%	mar/25 (12M)	mar/24 (12M)	Var.%
Receita de locação	409,2 M	388,5 M	+5,3%	1.747,2 M	1.691,0 M	+3,3%
Apropriação de receita de aluguel linear	9,9 M	5,5 M	+80,3%	-18,4 M	-35,8 M	-48,5%
Receita de estacionamento	75,1 M	68,2 M	+10,2%	324,4 M	298,5 M	+8,7%
Receita operacional	**494,2 M**	**462,2 M**	**+6,9%**	**2.053,1 M**	**1.953,7 M**	**+5,1%**
Despesas de propriedades	-28,8 M	-43,0 M	-33,2%	-150,2 M	-185,0 M	-18,8%
NOI	**465,4 M**	**419,1 M**	**+11,1%**	**1.903,0 M**	**1.768,6 M**	**+7,6%**
Margem NOI	94,2%	90,7%	+349 p.b.	92,7%	90,5%	+216 p.b.

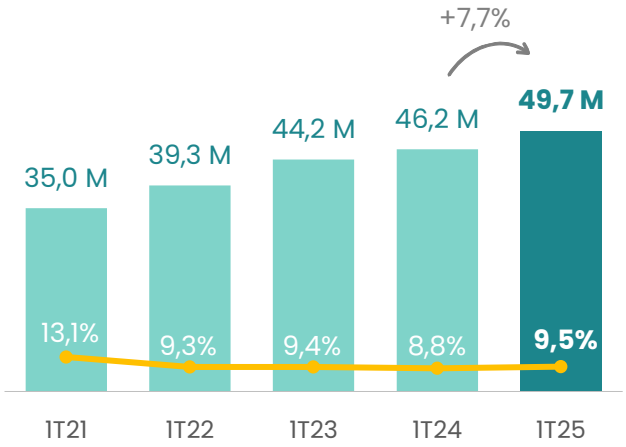
Despesas G&A & Remuneração baseada em ações

Despesas Gerais & Administrativas (G&A)

As despesas gerais e administrativas da Multiplan totalizaram R$49,7 milhões no 1T25, um aumento de 7,7% em relação ao 1T24, principalmente devido ao acordo coletivo anual e às provisões para contingências trabalhistas.

As despesas de sede representaram 9,5% da receita líquida no 1T25, abaixo da média de cinco anos de 10,0%, resultante do crescimento da receita superior ao das despesas.

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

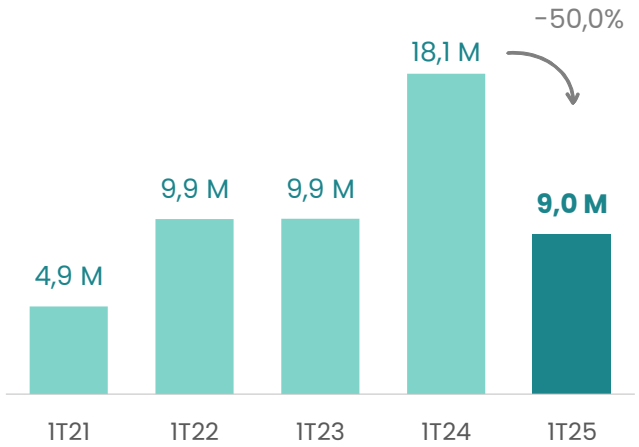


Remuneração baseada em ações

As despesas de remuneração baseada em ações encerraram o 1T25 em R$9,0 milhões, uma redução de 50,0%, explicada pelo fim do provisionamento de parcelas de planos anteriores concedidos.

Evento recente: Em 17 de abril, o Conselho de Administração aprovou um novo programa de remuneração baseado em ações com maturação ao longo de três anos, concedendo 2.564.000 ações restritas com termos e condições similares ao plano anterior.

Remuneração baseada em ações (R$)



Resultados de Empreendimentos Imobiliários

Empreendimentos Imobiliários

Construção do Lake Victoria próximo a conclusão

No 1T25, a receita de venda de imóveis totalizou R$19,4 milhões, representando uma redução de R$2,8 milhões em relação ao 1T24.

A primeira fase do Golden Lake (Lake Victoria) gerou R$18,7 milhões em receita no trimestre, refletindo uma queda de 15,0% em relação ao mesmo período do ano anterior. O aumento nos custos do projeto está relacionado aos desafios enfrentados com fornecedores, que foram afetados pelas fortes enchentes de mai/24.

Em março de 2025, 68,1% das unidades da primeira fase do Golden Lake haviam sido vendidas, representando um Valor Geral de Vendas (VGV) de R$376,4 milhões – o VGV total esperado para a primeira fase é de R$560,0 milhões. Até o momento, a receita total acumulada nesta fase é de R$290,9 milhões.

Vendas do Lake Eyre ultrapassam a metade do VGV total

Lake Eyre – a segunda fase do projeto residencial Golden Lake – continuou registrando vendas no 1T25. Até 24 de abril de 2025, 64 das 127 unidades já haviam sido vendidas. O VGV total esperado para esta fase é de R$350,0 milhões.

A construção está prevista para começar em jun/25, momento em que as receitas e os custos devem começar a ser contabilizados

Golden Lake – construção do Lake Victoria em abr/25

Resultados Financeiros
EBITDA

EBITDA

EBITDA cresce 2,5%, com maior margem para 1T desde 2020

No 1T25, o EBITDA da Multiplan atingiu R$400,6 milhões, um aumento de 2,5% em relação ao 1T24, marcando o maior resultado já registrado para um primeiro trimestre pelo terceiro ano consecutivo.

O EBITDA por ação[1] no 1T25 cresceu ainda mais, 22,0% em relação ao mesmo período do ano anterior (R$0,82 vs. R$0,67), impulsionado por uma redução de 16,0% nas ações em circulação devido à recompra de ações no período.

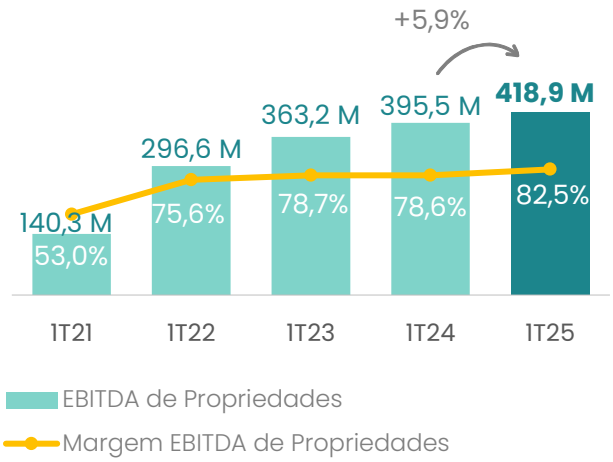
Do lado da receita, o crescimento do EBITDA em relação ao mesmo período do ano anterior foi sustentado por um aumento de 14,5% na "Receita de Serviços" e um aumento de 10,2% na "Receita de Estacionamento" — ambos atingindo recordes para um primeiro trimestre.

Em relação aos custos, a melhora foi impulsionada por uma redução de 50,0% em "Remuneração Baseada em Ações" e uma queda de 33,2% nas "Despesas de Propriedades".

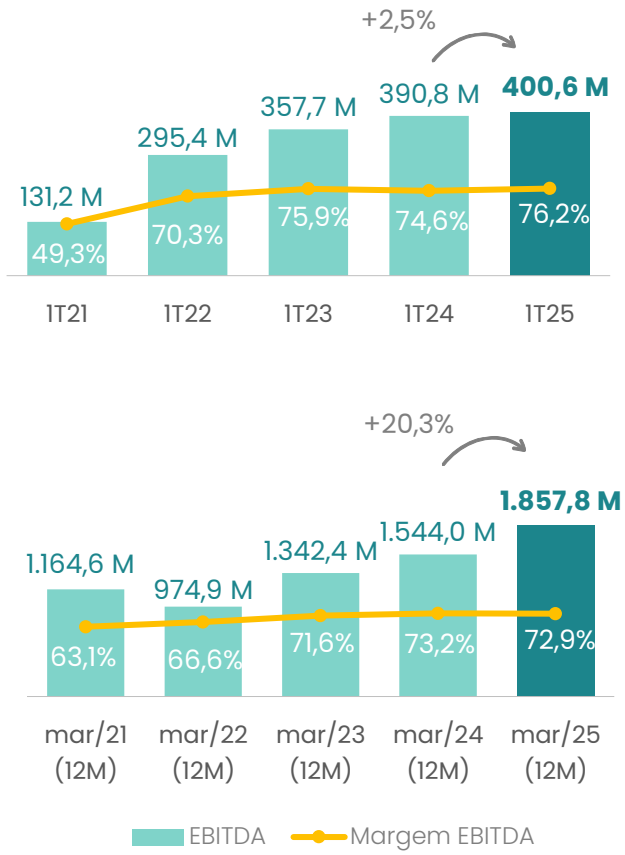
A margem EBITDA atingiu 76,2%, um aumento de 157 p.b. em comparação ao 1T24. A margem EBITDA de Propriedades — que exclui venda de imóveis — aumentou ainda mais significativamente, subindo 387 p.b. para 82,5%.

Nos últimos 12 meses, o EBITDA atingiu R$1.857,8 milhões, um aumento de 20,3% comparado a mar/24 (12M).

EBITDA de Propriedades (R$) e margem (%)



EBITDA (R$) e margem EBITDA (%)



[1]EBITDA dividido pelo número de ações em circulação (excluindo ações em tesouraria) no final do período.

MorumbiShopping

Resultados Financeiros

Endividamento e Disponibilidades

Endividamento e Disponibilidades

Geração de caixa (FFO) cobre quase 3 anos de amortização de dívida

Ao final de mar/25, a dívida bruta da Multiplan era de R$5.475,0 milhões, em linha com dez/24 (R$5.466,2 milhões).

Vale destacar que o FFO de mar/25 (12M) (R$1.532,2 milhões) cobre praticamente os R$1.620,3 milhões em dívida com vencimentos até dez/27.

Ao final do 1T25, 95,2% da dívida bruta estava indexada ao CDI e 4,8% à TR, com toda a dívida atrelada ao IPCA quitada no período.

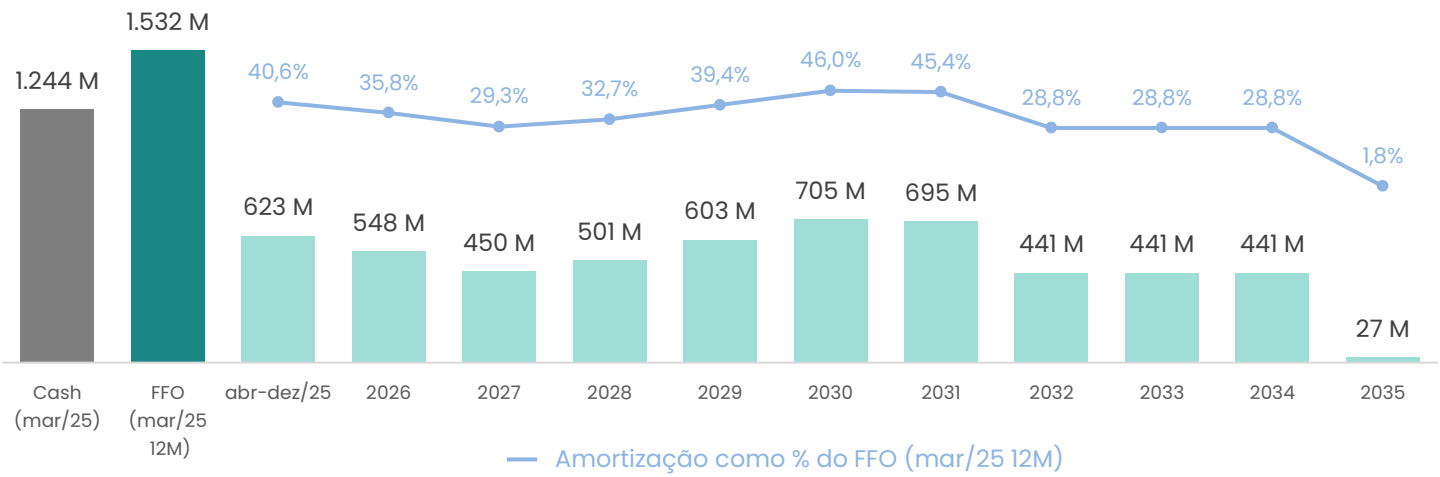
O custo médio da dívida atingiu 14,81%, ficando 56 p.b. acima da taxa Selic e 199 p.b. acima de dez/24 — em linha com o aumento de 200 p.b. da Selic no período.

Indexadores do endividamento (a.a.) em mar/25

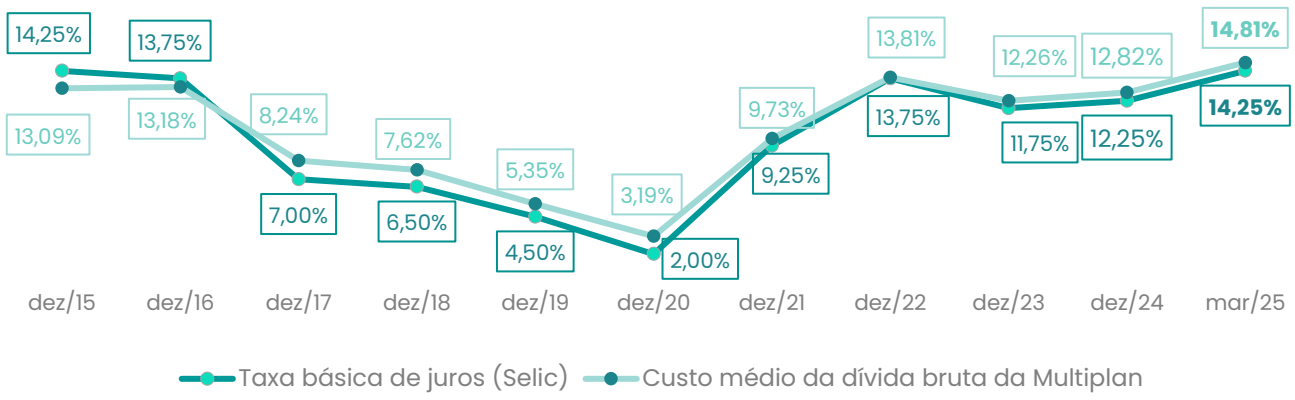
	Desempenho do Indexador	Taxa de juros média[1]	Custo da dívida	Dívida bruta[2] (R$)
TR	1,09%	8,25%	9,34%	260,2 M
CDI	14,25%	0,84%	15,09%	5.214,8 M
Total	**13,62%**	**1,19%**	**14,81%**	**5.475,0 M**

[1] Média ponderada da taxa anual.
[2] A dívida da Companhia é denominada em moeda local.

Cronograma de amortização da dívida bruta – mar/25 (R$)



Custo médio da dívida bruta (% a.a.)



Resultados Financeiros

Endividamento e Disponibilidades

Alavancagem estável em linha com os níveis históricos

A Multiplan encerrou o 1T25 com uma posição de caixa de R$1.243,7 milhões e dívida líquida de R$4.231,3 milhões, 1,0% inferior à registrada em dez/24.

O EBITDA recorde no primeiro trimestre reduziu ligeiramente a alavancagem Dívida Líquida/EBITDA para 2,28x (vs. 2,31x em dez/24), ficando em linha com a média dos últimos 10 anos do primeiro trimestre (2,10x).

As principais saídas de caixa ao longo do trimestre foram:

i. R$25,5 milhões em recompra de ações;

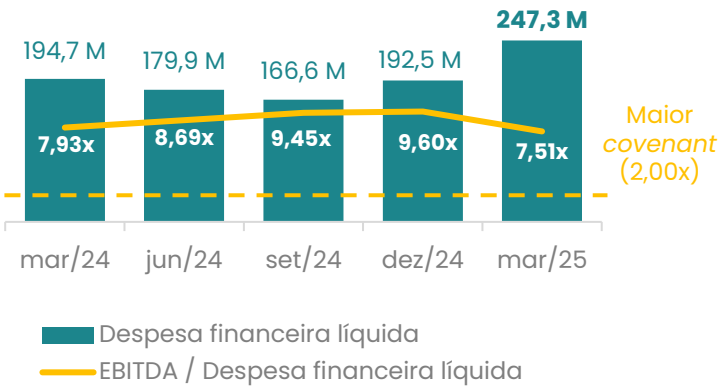
ii. R$120,5 milhões como investimentos (CAPEX);

iii. amortizações programadas de dívidas no valor de R$50,2 milhões e R$64,0 milhões a título de juros[1]; e

iv. desembolso de R$87,1 milhões a título de Juros sobre o Capital Próprio[2].

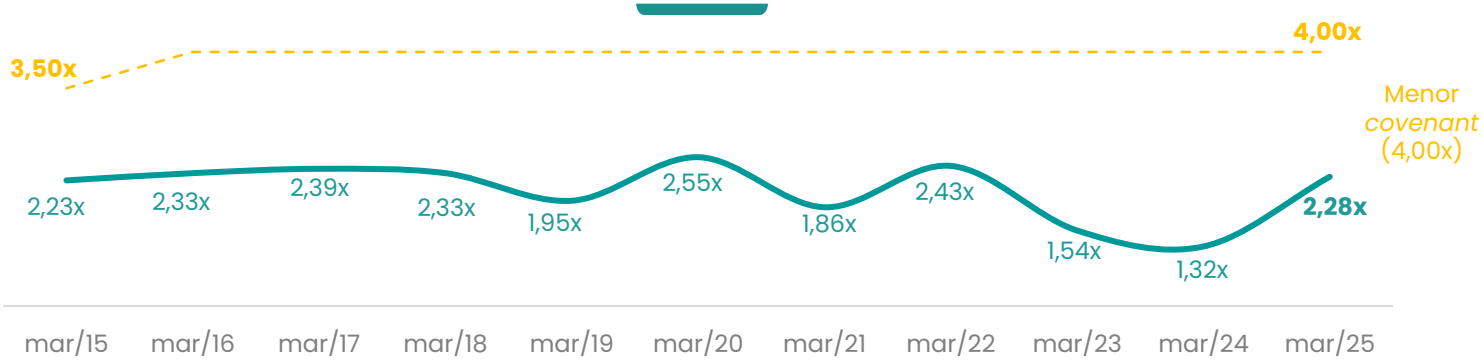
As saídas foram compensadas por uma geração de caixa (FFO) de R$277,5 milhões no trimestre.

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



[1] Líquido de receitas financeiras.
[2] Líquido de impostos retidos na fonte.

Evolução da Dívida Líquida/EBITDA



Análise da Posição Financeira (R$)	31/03/2025	31/12/2024	Var. %
Dívida Bruta	5.475,0 M	5.466,2 M	+0,2%
Posição de Caixa	1.243,7 M	1.191,6 M	+4,4%
Dívida Líquida	4.231,3 M	4.274,6 M	-1,0%
EBITDA 12M	1.857,8 M	1.848,0 M	+0,5%
Valor justo das propriedades para investimentos	31.355 M	30.093 M	+4,2%
Dívida Líquida/EBITDA	2,28x	2,31x	-1,5%
Dívida Bruta/EBITDA	2,95x	2,96x	-0,4%
EBITDA/Despesa Financeira Líquida	7,51x	9,60x	-21,8%
Dívida Líquida/Valor Justo	13,5%	14,2%	-71 p.b.
Dívida Total/Patrimônio Líquido	0,95x	0,97x	-1,6%
Dívida Líquida/Valor de Mercado	36,1%	39,1%	-300 p.b.
Prazo Médio de Amortização (meses)	56	59	-5,1%

Resultados Financeiros

Lucro líquido

Lucro líquido

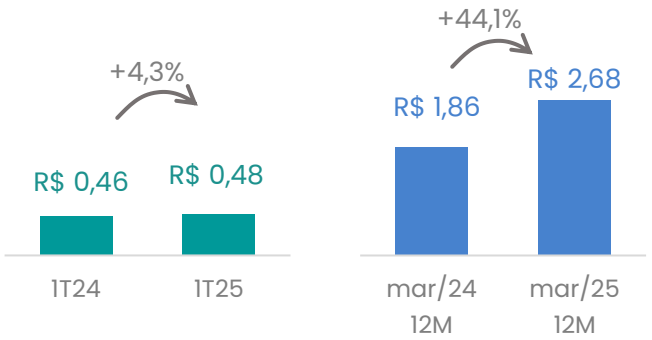
Lucro por ação sobe 4,3% vs. o 1T25

No 1T25, o lucro líquido da Multiplan totalizou R$234,0 milhões, uma redução de 12,4% em relação ao 1T24, influenciada pelo aumento de 64,5% nas despesas financeiras.

O lucro por ação[1] cresceu 4,3%, atingindo R$0,48, impulsionado pelas recompras de ações durante o período, que reduziram o número de ações em circulação em 16,0%.

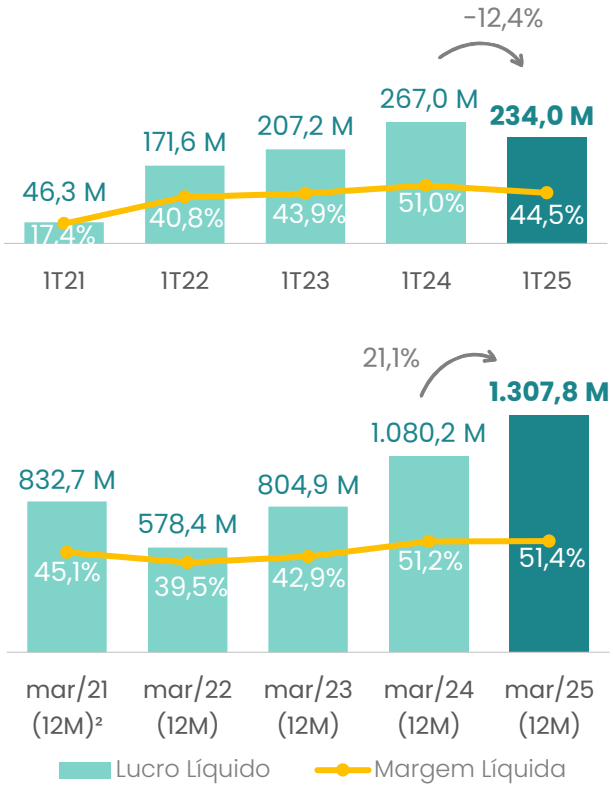
O lucro líquido de mar/25 (12M) totalizou R$1.307,8 milhões, aumento de 21,1% em relação a mar/24 (12M).

Lucro por ação[1]



[1]Lucro por ação: lucro líquido dividido pela quantidade de ações em circulação (excluindo ações em Tesouraria) no final do exercício.

Lucro líquido (R$) e margem (%)

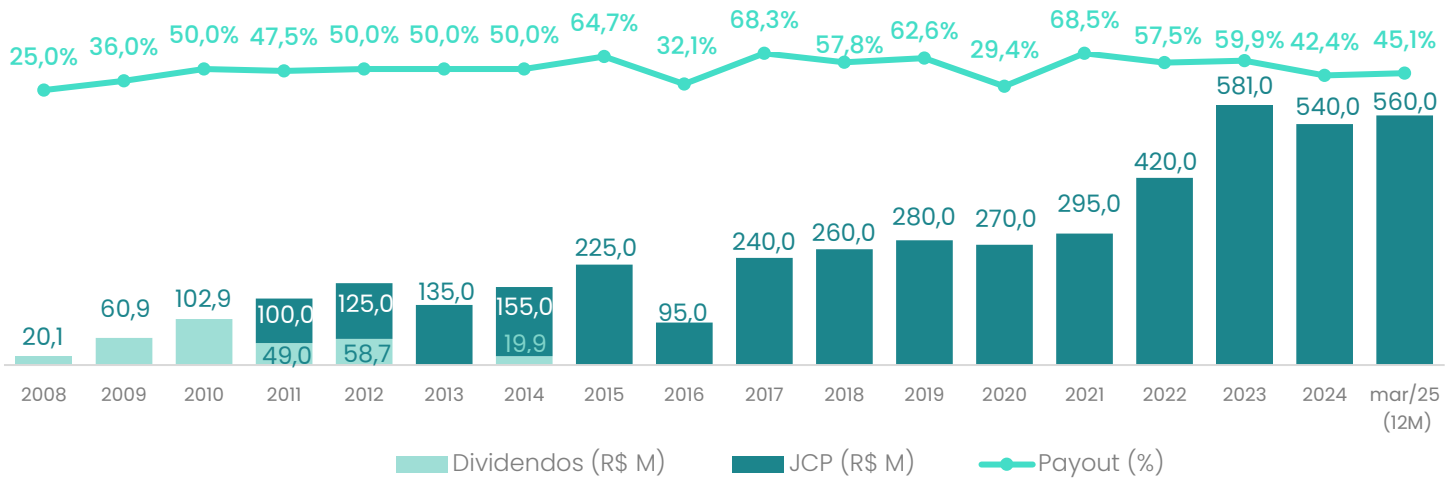


[2] Impactado positivamente pela venda da Diamond Tower em jul/20.

Juros sobre o Capital Próprio: R$560,0 M nos últimos 12 meses

No 1T25, a Multiplan anunciou a distribuição de Juros sobre o Capital Próprio (JCP) no valor de R$110,0 milhões, totalizando R$560,0 milhões nos últimos 12 meses, levando a um *payout* de 45,1%. O JCP por ação atingiu R$0,23 no 1T25, um aumento de 45,4% vs. 1T24 (R$0,15).

Distribuição de remuneração aos acionistas



Resultados Financeiros

Fluxo de caixa operacional (FFO)

Fluxo de caixa operacional (FFO)

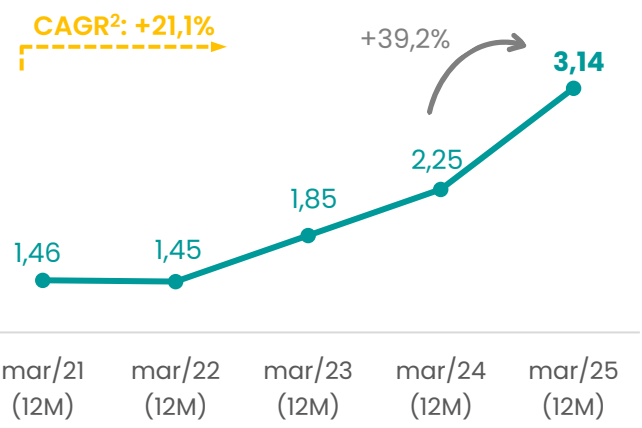
Crescimento significativo de 39,2% do FFO por ação[1] (mar/25 12M), enquanto o CAGR[2] de 5 anos atingiu 21,1%

No 1T25, o Fluxo de Caixa Operacional (FFO) totalizou R$277,5 milhões, queda de 15,3% em relação ao 1T24, impactados por maiores despesas financeiras, que também pressionaram o lucro líquido - resultado da emissão da debêntures de R$1,8 bilhão em out/24, referente à maior recompra de ações da Companhia (94,8 milhões de ações em mar/25 12M).

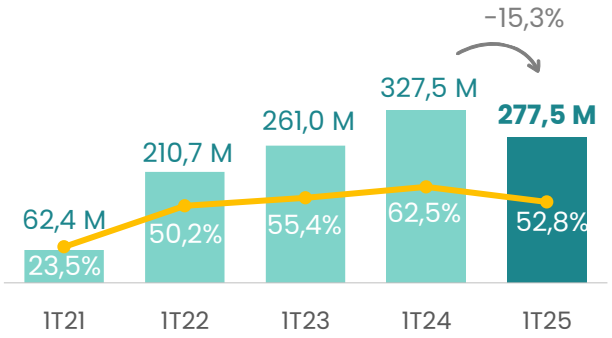
Apesar disso, nos últimos 12 meses, o FFO somou R$1.532,2 milhões, um aumento de 17,0% em relação ao ano anterior.

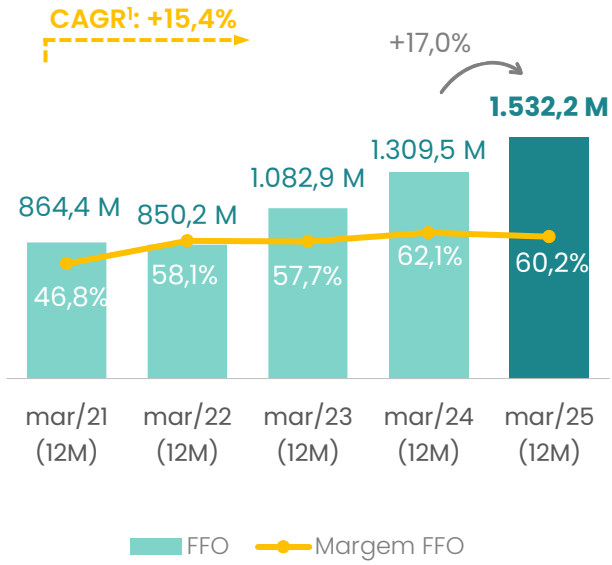
O FFO por ação[1] aumentou acentuadamente, atingindo R$3,14 em mar/25 (12M) — um aumento de 39,2% em relação a mar/24 (12M), refletindo um CAGR[2] de 5 anos de 21,1%.

FFO por ação[1] (R$)



FFO (R$) e margem FFO (%)





[1]Considera as ações em circulação ao final de cada período menos as ações em tesouraria.
[2]CAGR significa Taxa Anual de Crescimento Composta.

FFO (R$)	1T25	1T24	Var.%	mar/25 (12M)	mar/24 (12M)	Var.%
Lucro Líquido	**234,0 M**	**267,0 M**	**-12,4%**	**1.307,8 M**	**1.080,2 M**	**+21,1%**
(-) Depreciações e amortizações	(38,9 M)	(34,6 M)	+12,4%	(142,8 M)	(137,6 M)	+3,8%
(-) Imposto de renda e contrib. social diferidos	(14,5 M)	(31,4 M)	-53,9%	(63,2 M)	(55,9 M)	+13,1%
(-) Aprop. receita de aluguel linear	9,9 M	5,5 M	+80,3%	(18,5 M)	(35,8 M)	-48,5%
FFO	**277,5 M**	**327,5 M**	**-15,3%**	**1.532,2 M**	**1.309,5 M**	**+17,0%**
Margem FFO	52,8%	62,5%	-976 p.b.	60,2%	62,1%	-195 p.b.

Capex e Banco de terrenos

Capex

CAPEX recua com a entrega de projetos

No 1T25, a Multiplan investiu R$120,5 milhões, 13,9% menor do que o 1T24. Este investimento foi alocado principalmente na expansão e revitalizações de diversos shoppings.

De acordo com o CPC 27, do CAPEX total incorrido no trimestre, R$38,7 milhões foram relacionados a juros de dívida: R$26,7 milhões relativos a juros de expansões e R$12,0 milhões relativos a juros das revitalizações de shoppings.

Revitalizações, TI, Inovação Digital e Outros totalizaram R$46,7 milhões, dos quais as revitalizações atingiram R$25,7 milhões no 1T25, representando 5,5% do NOI trimestral.

Detalhamento do CAPEX

CAPEX (R$)	1T25
Desenvolvimento de *Greenfields*	-
Expansões	73,8 M
Revitalizações, TI, Inovação Digital e Outros	46,7 M
Aquisição de Participação Minoritária	-
Total	**120,5 M**

CAPEX de revitalizações representa 5,5% do NOI do 1T25

Banco de terrenos

Em mar/25, a Multiplan possuía 637.179 m² de terrenos para futuros projetos multiuso. Com base nas avaliações internas de mar/25 a Companhia estima uma área privativa total para venda a ser desenvolvida de 685.840 m². Todas as áreas listadas são integradas aos shoppings da Companhia e deverão ser utilizadas para o desenvolvimento de projetos multiuso.

Além disso, a Companhia identifica um potencial de crescimento da sua ABL de quase 180 mil m² através de expansões futuras em seus shopping centers, que não estão incluídas na tabela.

Localização do terreno (shopping próximo)	% Mult.[1]	Área terreno (m²)	Área potencial para venda (m²)
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
RibeirãoShopping [3]	100%	11.216	50.000
ShoppingAnáliaFranco	36%	29.800	92.768
VillageMall	100%	36.000	31.340
Total	**73%**	**637.179**	**685.840**

[1]A participação da Multiplan é calculada pela media 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.
[3]Refere-se ao terreno adjacente ao RibeirãoShopping, cuja venda foi realizada por meio de um percentual do Valor Geral de Vendas ("VGV") do projeto a ser desenvolvido ao lado do shopping.

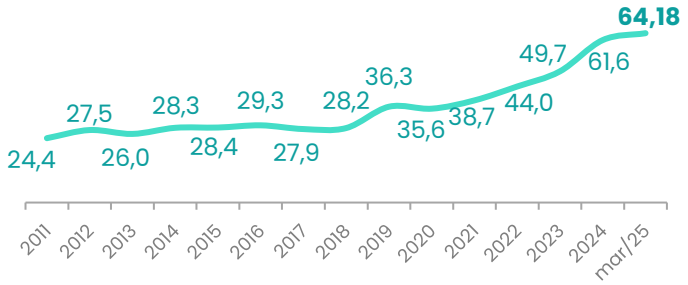
Análise das Propriedades para Investimento

Valor Justo

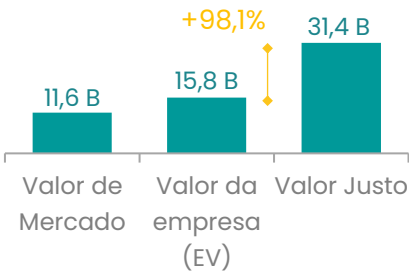
Valor Justo das propriedades para investimento - De acordo com CPC 28

A Multiplan avaliou internamente suas Propriedades para Investimento e determinou seu Valor Justo seguindo a metodologia de Fluxo de Caixa Descontado (DCF), a qual não impacta o balanço da Companhia. O valor presente é calculado usando uma taxa de desconto baseada no modelo CAPM.

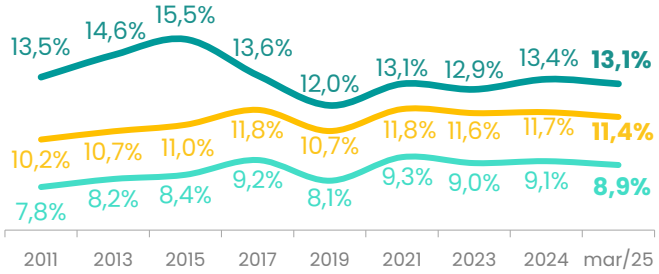
Valor justo por ação (R$)



Comparação entre métricas de valor (mar/25)



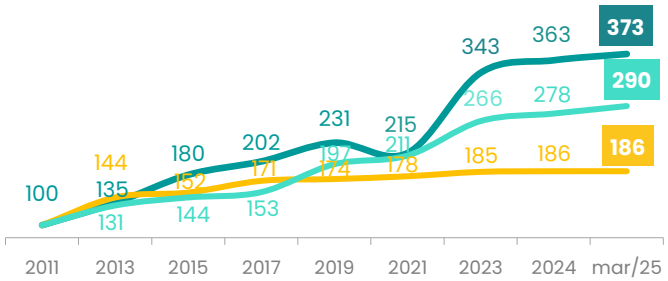
Evolução das taxas de desconto



Custo de capital próprio:

BRL nominal · US$ nominal · Termos reais

Valor Justo, NOI e ABL própria (Base 100)



Propriedades em operação:

NOI · Valor Justo · ABL própria

Custo de Capital Próprio	mar/25	2024	2023	2022	2021
Taxa livre de risco (*Risk-free rate*)	3,31%	3,31%	3,30%	3,29%	3,28%
Prêmio de risco de mercado	6,63%	6,63%	6,50%	6,34%	6,69%
Beta	0,93	0,96	0,97	0,98	0,96
Risco país	202 p.b.	201 p.b.	200 p.b.	202 p.b.	194 p.b.
Prêmio de risco adicional	6 p.b.	6 p.b.	7 p.b.	19 p.b.	27 p.b.
Custo de capital próprio - US$ nominal	**11,41%**	**11,66%**	**11,61%**	**11,71%**	**11,82%**
Premissas de inflação					
Inflação (Brasil) [1]	3,89%	3,92%	3,54%	3,72%	3,50%
Inflação (EUA)	2,31%	2,35%	2,40%	2,40%	2,30%
Custo de capital próprio – R$ nominal	**13,14%**	**13,38%**	**12,85%**	**13,15%**	**13,14%**

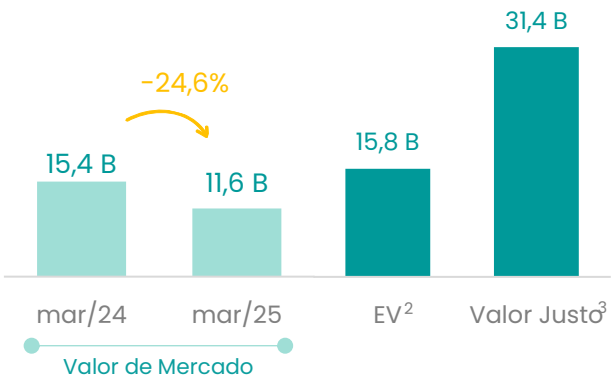
[1] A inflação é baseada em estimativas futuras do Banco Central do Brasil. Até 2022, era utilizada uma média de quatro anos mas, a partir de 2023, o período de estimativa foi estendido para 10 anos.

Valor Justo de Propriedades para Investimento (R$)	mar/25	2024	2023	2022	2021
Shopping centers e torres corporativas em operação	31.098 M	29.854 M	28.487 M	25.455 M	22.653 M
Projetos em desenvolvimento	105 M	87 M	320 M	97 M	54 M
Projetos futuros	153 M	153 M	152 M	193 M	189 M
Total	**31.355 M**	**30.093 M**	**28.958 M**	**25.745 M**	**22.896 M**

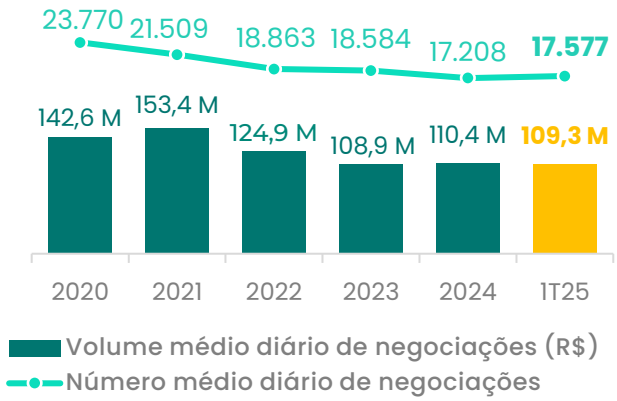
MULT3 e o Mercado de ações

MULT3 e o mercado de ações

Valor da Multiplan (R$)

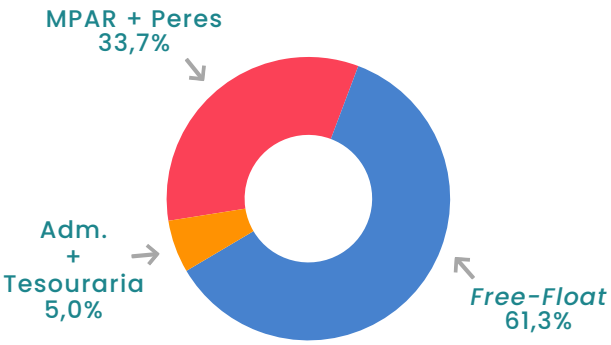


Evolução do volume médio de ações negociadas[4]



MULT3 na B3	1T25	1T24	Var.%
Preço de fechamento média (R$)	21,83	26,91	-18,9%
Preço de fechamento (R$) – fim do período	22,60	25,59	-11,7%
Valor médio diário negociado (R$)	109,3 M	97,2 M	+12,5%
Valor médio diário negociado[1] (US$)	18,7 M	19,6 M	-4,8%
Volume médio diário negociado (nº ações)	4.979.321	3.643.033	+36,7%
Média diária do número de negociações	17.577	18.629	-5,7%
Total de ações emitidas – fim do período	513.163.701	600.760.875	-14,6%
Ações em tesouraria - fim do período	24.615.599	19.478.024	+26,4%
Valor de mercado (R$) - fim do período	**11.597,5 M**	**15.373,5 M**	**-24,6%**

Estrutura societária em 31 de março de 2025



Índices

Ao final do 1T25, a MULT3 estava listada em 102 índices, incluindo três índices MSCI (Invesco EM, EM IMI, e IR SD ACWI ex-US), entre outros:

Índice	*Ticker*	Peso (%)
Ibovespa	IBOV	0,34%
Índice Imobiliário B3	IMOB	16,14%
Índice Brasil 50	IBX50	0,36%
Índice de Ações com Governança Corporativa Diferenciada	IGCX	0,28%
Índice de Governança Corporativa Trade	IGCT	0,32%
Índice de Ações com *Tag Along* Diferenciado	ITAG	0,34%

[1]Com base na taxa de câmbio média do Banco Central do Brasil de R$ 5,852/USD no 1T25. [2] Valor da Empresa (EV): Valor de mercado + Dívida líquida em 31 de março de 2025. [3]Valor Justo (FV) dos imóveis calculado de acordo com a metodologia detalhada nas Demonstrações Financeiras de 31 de março de 2025. [4]Ajustado o pelo desdobramento de ações na proporção de um para três (1:3) ações do mesmo tipo e classe em 2018.

Inovação Digital

Inovação Digital

MultiVocê: aumento de 73% no valor de notas cadastradas

O ano começou com resultados positivos para o programa de relacionamento MultiVocê. No 1T25, a empresa registrou alta de 73% no valor total das notas fiscais capturadas (GMV, *gross merchandise value*), em relação ao mesmo período de 2024. Os números refletem mais registros voluntários de notas pelos clientes e maior valor médio por nota.

Hoje, o programa oferece mais de 2,3 mil benefícios em mais de 600 lojas. A diversificação do portfólio de ofertas impulsionou os resgates:

No 1T25, entre as 20 marcas com maior número de resgates no MultiVocê, doze marcas também estavam presentes em 2024 e registraram crescimento acima de 50% em relação ao 1T24. Destacam-se dentre as marcas de maior volume de resgates, nomes de diferentes segmentos do varejo, refletindo o valor que os lojistas veem no programa e a diversidade de benefícios que os clientes ganham no programa.

MorumbiShopping – Lounge MultiVC

Consolidação do Acesso Multi

O Acesso Multi, solução de pagamento automático de estacionamento dos shoppings, alcançou mais de 1,5 milhão de veículos cadastrados, por mais de 1,2 milhão de clientes. No 1T25, ao completar um ano desde a remoção das cancelas de entrada e da adesão das principais *tags* de estacionamento ao sistema, o Acesso Multi duplicou sua penetração e o pagamento através do Multi se tornou a principal forma de pagamento de estacionamento na rede.

Os dados gerados por esses acessos já são utilizados pela Companhia em sua estratégia digital e, em breve, também contribuirão para enriquecer ainda mais o Canal Lojista.

ParkShopping – Acesso Multi

Inovação Digital

Dados trazendo valor para os lojistas

O programa de relacionamento MultiVocê é um pilar estratégico da abordagem 360º centrada no cliente. No 1T25, um dos destaques da área digital foi o lançamento da seção "Conheça seu Cliente", no Canal Lojista.

A nova funcionalidade oferece *insights* personalizados com base na análise das notas fiscais enviadas ao programa, incluindo dados sobre consumo, participação do lojista nas visitas de seus clientes, perfil e comportamento de compra. Com isso, os lojistas ganham mais subsídios para potencializar suas vendas e são incentivados a promover o uso do MultiVocê entre os clientes.

O uso de dados em estratégias de marketing e relacionamento com o cliente já é uma prática consolidada na Companhia, que adota uma abordagem orientada por dados em suas próprias ações. Agora, esse conhecimento também é compartilhado com os lojistas, gerando análises valiosas para os negócios, sempre com total respeito à privacidade e individualidade de cada cliente.

Utilizando como alavanca o conhecimento sobre os clientes capturado através do super app Multi, que já chega aos 8,5 milhões de *downloads* acumulados, a empresa seguirá aprimorando o Canal Lojista, incorporando novas camadas de informação e cruzamentos, como frequência de visitas aos shoppings — captada por meio do Acesso Multi, solução de pagamento automático de estacionamento —, além de dados sobre preferências de marcas e participação dos clientes em eventos e atrações.

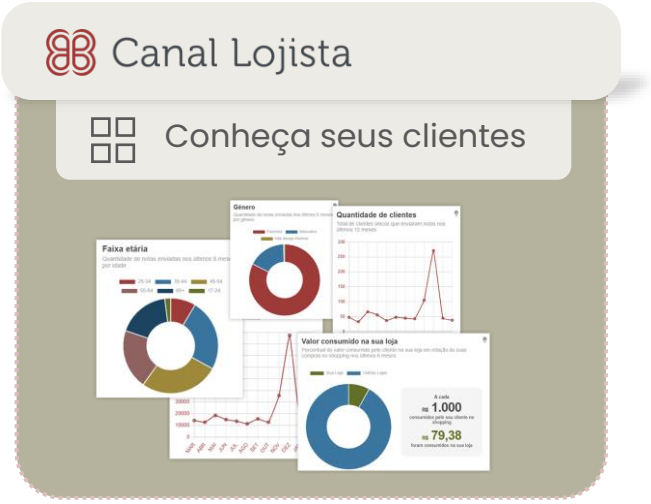


Imagem ilustrativa das funcionalidades do Canal Lojista

Sustentabilidade, iniciativas sociais e de governança corporativa

Fortalecimento da governança: novo membro independente do Conselho

Durante a Assembleia Geral Ordinária realizada em 28 de março, os acionistas aprovaram a eleição do Sr. Leonardo Porciúncula Gomes Pereira como conselheiro independente para preencher a vaga no Conselho de Administração da Companhia. A deliberação foi aprovada por 99,43% dos votos válidos, desconsiderando as abstenções. Com essa nomeação, o Conselho volta a ser composto por sete membros, incluindo quatro conselheiros externos, dos quais três são independentes, reforçando o compromisso da Companhia com a excelência em governança.

Conselho Fiscal é novamente instalado

Na mesma assembleia que aprovou a eleição do Sr. Pereira, os acionistas da Companhia decidiram reinstalar o Conselho Fiscal. Esse órgão é composto por quatro membros independentes, reforçando ainda mais a estrutura de governança da Companhia.

Empoderamento das comunidades por meio de iniciativas sociais

Multiplan enxerga seus empreendimentos como centros dinâmicos de convivência comunitária, promovendo iniciativas sociais. Abaixo estão os principais dados de arrecadação deste trimestre.

Donativos

Alimentos	27 T
Roupas, higiene e brinquedos	21.413 itens

Vacinas

Doses aplicadas	13.166

***Pets* adotados**

Cães e gatos	104

Doações de sangue

Bolsas coletadas	505

Espalhando o Espírito Natalino: Resultados da Campanha de Arrecadação de Natal

No último Natal, a Multiplan organizou uma campanha de arrecadação, doando R$0,10 a cada nota fiscal registrada no app Multi para suas instituições parceiras, além de dobrar o valor total arrecadado. A iniciativa gerou, com sucesso, R$1,1 milhão.

Durante o 1T25, o impacto da campanha começou a alcançar os beneficiários:

- DiamondMall, BH Shopping e Pátio Savassi: doaram R$120 mil ao Instituto Mano Down;
- BarraShopping: doou R$110 mil às instituições Pró Criança Cardíaca e Ores;
- ParkShopping: doou R$86 mil ao Instituto Educacional São Judas Tadeu;
- RibeirãoShopping e ShoppingSantaÚrsula: doaram R$86 mil ao Hospital das Clínicas;
- Parque Shopping Maceió: entregou 260 cestas básicas ao Instituto São Domingos;
- Shopping Anália Franco: doou 18 toneladas de alimentos ao Hospital Santa Marcelina.

Doação ao Instituto Mano Down

Doação no MorumbiShopping

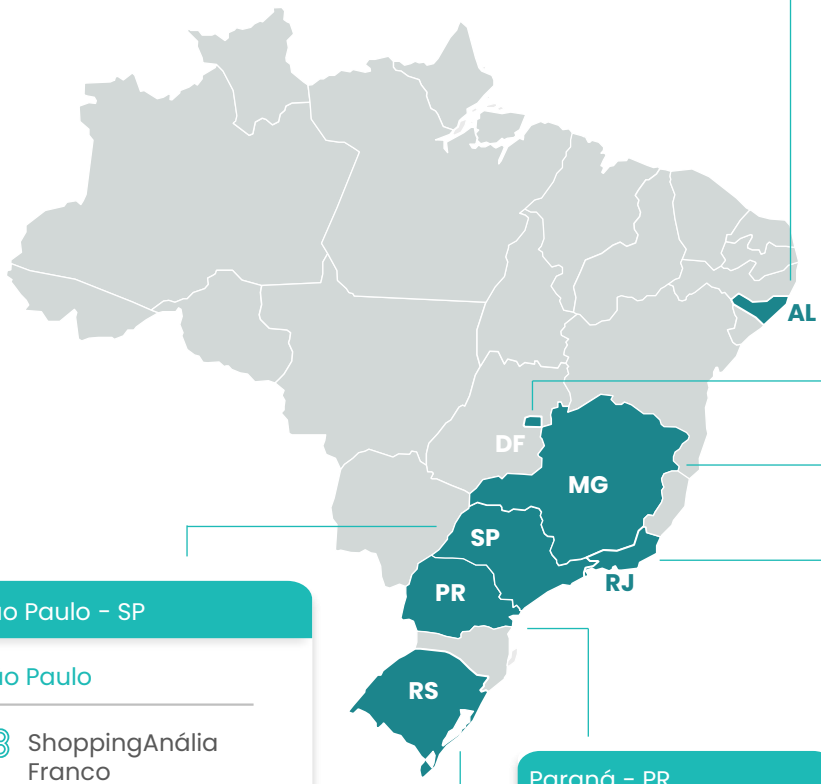
Portfólio de ativos

Portfólio (1T25)	Abertura	Estado	Multiplan %	ABL Total	Vendas (mês)[1]	Aluguel (mês)[2]	Taxa de ocupação média
Shopping centers							
BH Shopping	1979	MG	100,0%	47.315 m²	2.873 R$/m²	292 R$/m²	99,1%
RibeirãoShopping	1981	SP	87,3%	68.278 m²	1.660 R$/m²	154 R$/m²	97,2%
BarraShopping	1981	RJ	65,8%	77.720 m²	3.682 R$/m²	392 R$/m²	96,0%
MorumbiShopping	1982	SP	73,7%	54.769 m²	3.991 R$/m²	451 R$/m²	99,3%
ParkShopping	1983	DF	73,5%	53.226 m²	2.455 R$/m²	233 R$/m²	96,3%
DiamondMall	1996	MG	90,0%[3]	24.191 m²	3.191 R$/m²	282 R$/m²	95,5%
New York City Center	1999	RJ	50,0%	21.669 m²	897 R$/m²	99 R$/m²	96,8%
ShoppingAnáliaFranco	1999	SP	30,0%	51.677 m²	2.527 R$/m²	246 R$/m²	97,9%
ParkShoppingBarigüi	2003	PR	93,3%	66.229 m²	2.100 R$/m²	168 R$/m²	95,6%
Pátio Savassi	2004	MG	96,5%	21.142 m²	2.433 R$/m²	237 R$/m²	99,3%
ShoppingSantaÚrsula	1999	SP	100,0%	23.336 m²	589 R$/m²	26 R$/m²	95,4%
BarraShoppingSul	2008	RS	100,0%	75.484 m²	1.163 R$/m²	110 R$/m²	98,7%
ShoppingVilaOlímpia	2009	SP	60,0%	28.373 m²	1.379 R$/m²	110 R$/m²	81,8%
ParkShoppingSão Caetano	2011	SP	100,0%	39.252 m²	2.024 R$/m²	144 R$/m²	97,4%
JundiaíShopping	2012	SP	75,0%	36.476 m²	1.652 R$/m²	125 R$/m²	91,8%
ParkShoppingCampo Grande	2012	RJ	90,0%	43.769 m²	1.413 R$/m²	89 R$/m²	93,7%
VillageMall	2012	RJ	100,0%	28.411 m²	3.499 R$/m²	165 R$/m²	97,1%
Parque Shopping Maceió	2013	AL	50,0%	39.909 m²	1.676 R$/m²	106 R$/m²	99,9%
ParkShopping Canoas	2017	RS	82,3%	49.060 m²	1.390 R$/m²	69 R$/m²	95,1%
ParkJacarepaguá	2021	RJ	100,0%	39.835 m²	1.471 R$/m²	98 R$/m²	94,3%
Subtotal shoppings			**80,7%**	**890.117 m²**	**2.187 R$/m²**	**195 R$/m²**	**96,3%**
Torres corporativas							
ParkShopping Corporate	2012	DF	70,0%	13.302 m²			86,6%
Morumbi Corporate – Golden Tower	2013	SP	100,0%	37.280 m²[4]			91,9%
Subtotal torres corporativas			**92,1%**	**50.582 m²**			
Total portfólio			**81,3%**	**940.699 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)*



Alagoas - AL

Maceió

- Parque Shopping Maceió

Distrito Federal - DF

Brasília

- ParkShopping
- ParkShopping Corporate

Minas Gerais - MG

Belo Horizonte

- Pátio Savassi
- DiamondMall
- BH Shopping

São Paulo - SP

São Paulo

- ShoppingAnália Franco
- MorumbiShopping
- ShoppingVilaOlímpia
- 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

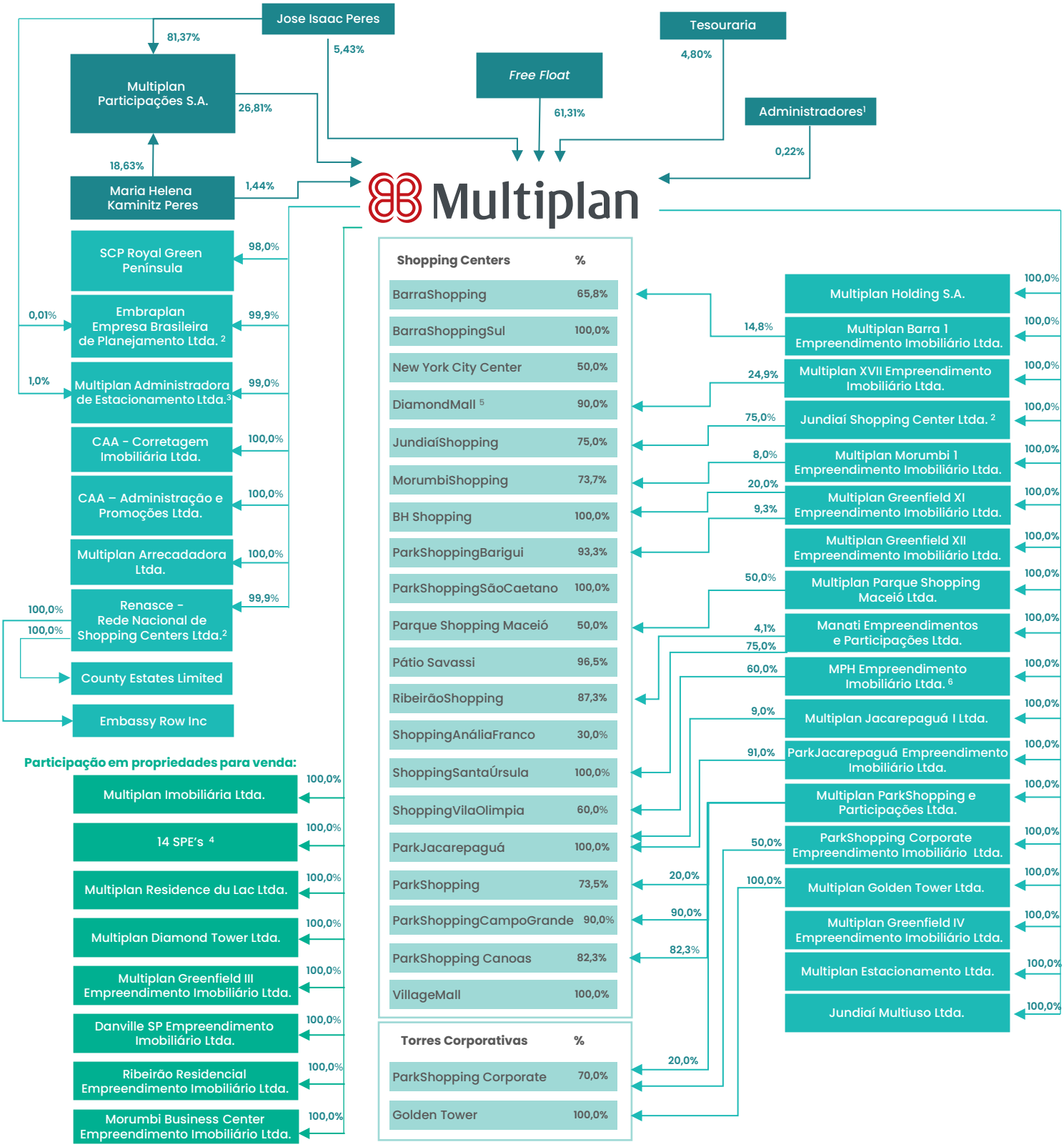
Canoas, RS

- ParkShopping Canoas

Rio de Janeiro - RJ

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

Estrutura Societária



[1] O grupo "Administradores" engloba a Diretoria Executiva, Conselho de Administração e Conselho Fiscal.
[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] 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 de shopping centers do Grupo Multiplan, 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 shopping centers, bem como na cobrança, renegociação e recuperação de créditos do Grupo Multiplan.
Jundiaí Shopping Center Ltda.: possui 75,0% 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 Brasilia, 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

Jundiaí Multiuso Ltda.: atua na gestão de estacionamentos de shopping centers próprios.
Multiplan Estacionamento Ltda.: atua na gestão de estacionamentos de shopping centers do Grupo Multiplan.
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

Destaques operacionais e financeiros

Desempenho Financeiro (% Multiplan)	1T25	1T24	Var.%
Receita bruta R$'000	571.091	563.981	+1,3%
Receita líquida R$'000	525.677	523.619	+0,4%
Receita líquida R$/m²	707,4	708,6	-0,2%
Receita líquida US$/pé²	11,4	13,2	-13,1%
Receita de locação R$'000	409.181	388.493	+5,3%
Receita de locação R$/m²	550,6	525,8	+4,7%
Receita de locação US$/pé²	8,9	9,8	-8,9%
Receita de locação mensal R$/m²	195,1	187,6	+4,0%
Receita de locação mensal US$/pé²	3,2	3,5	-9,5%
Resultado Operacional Líquido (NOI) R$'000	465.433	419.104	+11,1%
Resultado Operacional Líquido R$/m²	626,3	567,2	+10,4%
Resultado Operacional Líquido US$/pé²	10,1	10,5	-3,9%
Margem NOI	94,2%	90,7%	+349 b.p.
NOI por ação R$	0,95	0,72	+32,1%
Despesas de sede R$'000	(49.739)	(46.193)	+7,7%
Despesas de sede/Receita líquida	-9,5%	-8,8%	-64 b.p.
EBITDA R$'000	400.615	390.824	+2,5%
EBITDA R$/m²	539,1	528,9	+1,9%
EBITDA US$/pé²	8,7	9,8	-11,3%
Margem EBITDA	76,2%	74,6%	+157 b.p.
EBITDA por ação R$	0,82	0,67	+22,0%
FFO R$'000	277.477	327.500	-15,3%
FFO R$/m²	373,4	443,2	-15,8%
FFO US$'000	48.325	65.554	-26,3%
FFO US$/pé²	6,0	8,2	-26,7%
Margem FFO	52,8%	62,5%	-976 b.p.
FFO por ação (R$)	0,57	0,56	+0,8%
Dólar (US$) câmbio final do período	**5,74**	**5,00**	**+14,9%**

Desempenho de Mercado	1T25	1T24	Var.%
Número de ações	513.163.701	600.760.875	-14,6%
Ações ordinárias	513.163.701	600.760.875	-14,6%
Ações preferenciais	0	0	n.a.
Preço médio da ação (R$)	21,83	26,91	-18,9%
Preço de fechamento da ação (R$)	22,60	25,59	-11,7%
Volume médio diário negociado R$ '000	109.304	97.191	+12,5%
Valor de mercado R$ '000	11.597.500	15.373.471	-24,6%
Dívida bruta R$ '000	5.474.980	3.199.822	+71,1%
Caixa R$ '000	1.243.663	1.157.173	+7,5%
Dívida líquida R$ '000	4.231.316	2.042.648	+107,1%
P/FFO (Últimos 12 meses)	7,57 x	11,74 x	-35,5%
EV/EBITDA (Últimos 12 meses)	8,52 x	11,28 x	-24,5%
Dívida Líquida/EBITDA (Últimos 12 meses)	2,28 x	1,32 x	+72,2%

Dados Operacionais e Financeiros

Destaques operacionais e financeiros

Operacional (% Multiplan)[1]	1T25	1T24	Var.%
ABL Shopping Center total final (m²)	890.117	880.350	+1,1%
ABL Shopping Center própria final (m²)	718.264	713.765	+0,6%
ABL Shopping Center própria %	80,7%	81,1%	-38 b.p.
ABL Torre Comercial total final (m²)	50.582	50.582	-
ABL Torre Comercial própria final (m²)	46.591	46.591	-
ABL Total final (m²)	940.699	930.932	+1,0%
ABL Própria final (m²)	764.856	760.357	+0,6%
ABL Shopping Center total ajustada (med.) (m²) [2]	868.381	858.980	+1,1%
ABL Shopping Center própria ajustada (med.) (m²) [2]	696.550	692.320	+0,6%
ABL Torre Comercial total (med.) (m²) [2]	50.582	50.582	-
ABL Torre Comercial própria (med.) (m²) [2]	46.591	46.591	-
ABL Total ajustada (med.) (m²) [2]	918.963	909.562	+1,0%
ABL Própria ajustada (med.) (m²) [2]	743.141	738.912	+0,6%
Vendas totais R$'000	5.505.847	5.100.621	+7,9%
Vendas totais R$/m² [3]	6.562	6.241	+5,1%
Vendas totais USD/pé² [3]	106	116	-8,5%
Vendas das lojas satélites R$/m² [3]	8.681	8.416	+3,2%
Vendas das lojas satélites USD/pé² [3]	140	156	-10,2%
Aluguel total R$/m²	585	563	+4,0%
Aluguel total USD/pé²	9,5	10,5	-9,5%
Vendas nas Mesmas Lojas [3]	6,2%	8,6%	-240 b.p.
Aluguel nas Mesmas Lojas [3]	7,0%	3,5%	+355 b.p.
Efeito do reajuste do IGP-DI	+3,5%	+0,2%	+328 b.p.
Custos de ocupação [4]	14,0%	14,0%	-2 b.p.
Aluguel como % das vendas	8,7%	8,8%	-14 b.p.
Outros como % das vendas	5,3%	5,2%	+12 b.p.
Turnover [4]	0,8%	1,4%	-63 b.p.
Taxa de ocupação [4]	96,3%	95,7%	+56 b.p.
Inadimplência bruta	3,2%	3,7%	-52 b.p.
Inadimplência líquida	0,8%	1,2%	-41 b.p.
Perda de aluguel	2,1%	1,1%	+92 b.p.

[1] 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)	**1T25**	**1T24**	**Var.%**
Receita de locação	409.181	388.493	+5,3%
Receita de serviços	45.361	39.603	+14,5%
Receita de cessão de direitos	8.321	5.348	+55,6%
Receita de estacionamento	75.113	68.168	+10,2%
Venda de imóveis	19.418	22.196	-12,5%
Apropriação de receita de aluguel linear	9.902	5.491	+80,3%
Outras receitas	3.795	34.683	-89,1%
Receita Bruta	**571.091**	**563.981**	**+1,3%**
Tributos sobre receitas	(45.415)	(40.363)	+12,5%
Receita Líquida	**525.677**	**523.619**	**+0,4%**
Despesas de sede	(49.739)	(46.193)	+7,7%
Remuneração baseada em ações	(9.032)	(18.078)	-50,0%
Despesas de propriedades	(28.764)	(43.048)	-33,2%
Despesas de projetos para locação	(2.023)	(1.271)	+59,2%
Despesas de projetos para venda	(4.872)	(4.669)	+4,4%
Custo de imóveis vendidos	(27.291)	(16.806)	+62,4%
Resultado de equivalência patrimonial	1	(37)	n.d.
Outras receitas (despesas) operacionais	(3.342)	(2.694)	+24,0%
EBITDA	**400.615**	**390.824**	**+2,5%**
Receitas financeiras	48.676	48.732	-0,1%
Despesas financeiras	(139.619)	(84.861)	+64,5%
Depreciações e amortizações	(38.861)	(34.566)	+12,4%
Lucro Antes do Imposto de Renda	**270.810**	**320.129**	**-15,4%**
Imposto de renda e contribuição social	(22.252)	(21.665)	+2,7%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(14.474)	(31.397)	-53,9%
Participação dos acionistas minoritários	(41)	(39)	+3,0%
Lucro Líquido	**234.044**	**267.028**	**-12,4%**

(R$'000)	1T25	1T24	Var.%
NOI	**465.433**	**419.104**	**+11,1%**
Margem NOI	94,2%	90,7%	+349 p.b.
EBITDA de Propriedades[1]	**418.925**	**395.528**	**+5,9%**
Margem EBITDA de Propriedades[1]	82,5%	78,6%	+387 p.b.
EBITDA	**400.615**	**390.824**	**+2,5%**
Margem EBITDA	76,2%	74,6%	+157 p.b.
Lucro Líquido	**234.044**	**267.028**	**-12,4%**
Margem Líquida	44,5%	51,0%	-647 p.b.
FFO	**277.477**	**327.500**	**-15,3%**
Margem FFO	52,8%	62,5%	-976 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 das Demonstrações Financeiras devido arredondamentos.

Anexos

Balanço Patrimonial

Ativo (R$'000)	31/03/2025	31/12/2024	Var.%
Disponibilidades e valores equivalentes	1.243.663	1.191.614	+4,4%
Contas a receber	559.391	650.028	-13,9%
Terrenos e imóveis a comercializar	171.924	150.409	+14,3%
Partes relacionadas	39.971	43.494	-8,1%
Impostos e contribuições sociais a compensar	84.535	86.739	-2,5%
Custos diferidos	62.194	63.448	-2,0%
Outros	22.434	15.903	+41,1%
Total do Ativo Circulante	**2.184.112**	**2.201.634**	**-0,8%**
Contas a receber	94.800	96.543	-1,8%
Terrenos e imóveis a comercializar	507.662	488.527	+3,9%
Partes relacionadas	61.348	60.975	+0,6%
Depósitos judiciais	68.798	65.015	+5,8%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	39.151	31.614	+23,8%
Custos diferidos	177.519	162.047	+9,5%
Outros	1.191	1.191	-
Investimentos	2.108	2.108	-
Propriedades para investimento	8.989.257	8.909.922	+0,9%
Imobilizado	98.938	99.711	-0,8%
Intangível	395.606	392.514	+0,8%
Total do Ativo não Circulante	**10.436.378**	**10.310.167**	**+1,2%**
Total Ativo	**12.620.490**	**12.511.801**	**+0,9%**

Passivo (R$'000)	31/03/2025	31/12/2024	Var.%
Empréstimos e financiamentos	269.345	272.248	-1,1%
Debêntures	364.768	306.772	+18,9%
Contas a pagar	284.142	294.238	-3,4%
Obrigações por aquisição de bens	-	35.241	n.a.
Impostos e contribuições a recolher	31.903	58.727	-45,7%
Juros sobre capital próprio a pagar	507.234	492.096	+3,1%
Receitas diferidas	16.825	17.071	-1,4%
Outros	70.636	67.500	+4,6%
Total Passivo Circulante	**1.544.853**	**1.543.893**	**+0,1%**
Empréstimos e financiamentos	737.074	749.376	-1,6%
Contas a pagar	33.111	36.588	-9,5%
Debêntures	4.103.792	4.102.536	+0,0%
Imposto de renda e contribuições social diferidos	403.723	381.713	+5,8%
Obrigações por aquisição de bens	-	-	n.a.
Débito com partes relacionadas	4.286	4.286	-
Outros	786	786	-
Provisão para contingências	12.580	11.201	+12,3%
Receitas diferidas	33.525	35.653	-6,0%
Total do Passivo não Circulante	**5.328.877**	**5.322.139**	**+0,1%**
Patrimônio Líquido			
Capital	3.158.062	3.158.062	-
Reserva de capital	107.165	128.322	-16,5%
Reserva de lucros	3.185.970	3.186.078	-0,0%
Gasto com emissão de ações	(59.951)	(59.951)	-
Ações em tesouraria	(678.708)	(676.999)	+0,3%
Efeitos em transação de capital	(89.995)	(89.995)	-
Dividendos adicionais propostos	(110.000)	-	n.a.
Lucros acumulados	233.928	-	n.a.
Participação dos acionistas minoritários	290	250	+15,8%
Total do Patrimônio Líquido	**5.746.760**	**5.645.769**	**+1,8%**
Total do Passivo	**12.620.490**	**12.511.801**	**+0,9%**

Nota: os números podem diferir ligeiramente das Demonstrações Financeiras 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 informa que não foram contratados serviços não relacionados à auditoria externa prestados pelos nossos auditores independentes ou partes a eles relacionadas durante o primeiro trimestre de 2025.

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.

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 corporativas, exceto Merchandising.

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

Abrasce: 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 corporativas, 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 corporativas 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.

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 31 de dezembro 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.