

RELATÓRIO DE RESULTADOS

4T22

Contato da equipe de Relações
com Investidores:

<https://ri.multiplan.com.br/>
ri@multiplan.com.br
+55 21 3031-5600



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 (*depository receipts*), nos EUA ou em outros países, com lastro em ações de emissão da Companhia (os "Programas Não Patrocinados"), tirando proveito do fato de que os relatórios da Companhia são usualmente divulgados no idioma inglês.

A Companhia, no entanto, (i) não está envolvida nos Programas Não Patrocinados, (ii) desconhece os termos e condições dos Programas Não Patrocinados, (iii) não tem qualquer relacionamento com potenciais investidores no tocante aos Programas Não Patrocinados, (iv) não consentiu de forma alguma com os Programas Não Patrocinados e não assume qualquer responsabilidade em relação aos mesmos. Ademais, a Companhia ressalta que suas demonstrações financeiras são traduzidas e também divulgadas em inglês exclusivamente para o cumprimento das normas brasileiras, notadamente a exigência contida no item 6.2 do Regulamento de Listagem do Nível 2 de Governança Corporativa da B3 SA - Brasil, Bolsa, Balcão, que é o segmento de listagem do mercado em que as ações da Companhia são listadas e negociadas.

Embora divulgadas em inglês, as demonstrações financeiras da Companhia são preparadas de acordo com a legislação brasileira, seguindo os Princípios Contábeis Geralmente Aceitos no Brasil (BR GAAP), que podem diferir dos princípios contábeis geralmente aceitos em outros países.

Por fim, a Companhia chama a atenção de potenciais investidores para o artigo 51 do seu Estatuto Social, o qual, em síntese, prevê expressamente que qualquer litígio ou controvérsia que possa surgir entre a Companhia, seus acionistas, membros do Conselho de Administração, diretores e membros do Conselho Fiscal com relação às matérias previstas em tal dispositivo devem ser submetidas à arbitragem perante a Câmara de Arbitragem do Mercado, no Brasil.

Portanto, ao optar por investir em qualquer Programa Não Patrocinado, o investidor o faz por seu próprio critério e risco e também estará sujeito ao disposto no artigo 51 do Estatuto Social da Companhia.

 Aviso Legal**RELATÓRIO GERENCIAL**

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

Esse pronunciamento passou a ter sua aplicação para os exercícios iniciados a partir de 1º de janeiro de 2013. O pronunciamento determina, dentre outras coisas, que empreendimentos controlados em conjunto sejam registrados nas demonstrações financeiras através do método de equivalência patrimonial. Nesse caso, 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.

Este relatório possui caráter gerencial e, por essa razão, não considera a aplicação do CPC 19 (R2). Dessa forma, as informações e/ou análises de desempenho constantes deste relatório consideram a consolidação proporcional do Parque Shopping Maceió S.A. Para informações adicionais, favor consultar a nota 8.4 das Demonstrações Financeiras de 31 de dezembro de 2022.

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

Favor consultar a página 66 para uma breve descrição das mudanças determinadas pelo Pronunciamento Contábil CPC 19 (R2), e a conciliação entre os números contábeis e gerenciais.

Índice

01. Visão Geral 5

02. Destaques 6

03. Inovação Digital 11

04. ESG 13

05. Demonstração Result. Consolidados 17

06. MULT3 e o Mercado de Ações 19

07. Indicadores Operacionais 22-34

08. Estudo de Caso - Copa do Mundo 27

09. Receita Bruta 35

10. Resultados da Participação em Prop. 36-42

11. Estudo de Caso – Diversificando o mix 37

12. Estudo de Caso - NOI 43

13. Resultados da Gestão de Portfólio 46

14. Resultados de Empreend. Imobiliários 47

15. Resultados Financeiros 49

16. CAPEX 55

17. Análise das Prop. para Investimento 56

18. Portfólio de Ativos 58

19. Estrutura Societária 60

20. Anexos 62

21. Glossário 75





Visão Geral

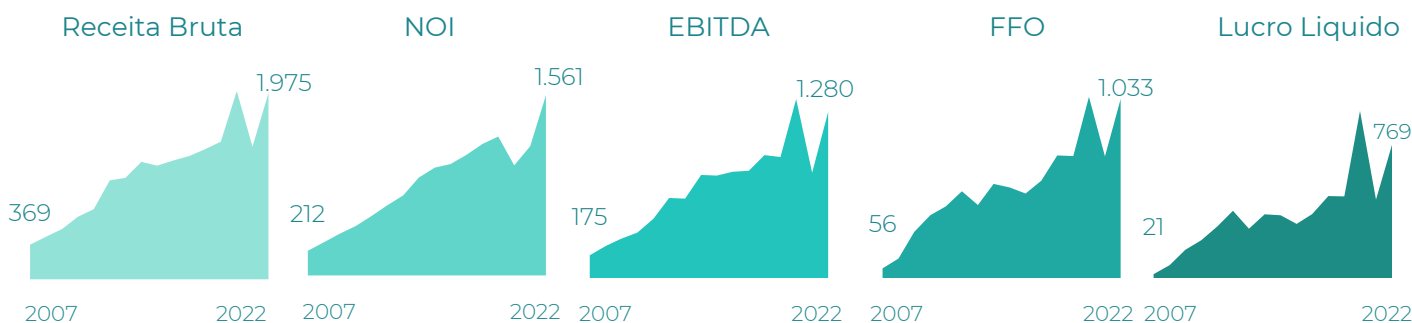
A Multiplan Empreendimentos Imobiliários S.A., é uma das maiores empresas de shopping centers do Brasil. Fundada como uma empresa *full service*, responsável pelo planejamento, desenvolvimento, propriedade e administração de um dos maiores e melhores portfólios de shopping centers do Brasil.

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 de 2022, a Multiplan detinha – com uma participação média de 80,6% – 20 shopping centers com ABL total de 875.901 m², dos quais 19 shopping centers eram administrados pela Companhia, mais de 6.000 lojas e tráfego anual estimado em 190 milhões de visitas (em 2019). Desde jan/23, a Companhia administra todos os 20 shoppings que detém participação.

Adicionalmente, a Multiplan detinha – com uma participação média de 92,1% – dois complexos corporativos com ABL total de 50.582 m², que adicionados à ABL de shopping center somam uma ABL total de 926.483 m².

EVOLUÇÃO FINANCEIRA DE LONGO PRAZO (R\$ MILHÕES)



R\$ Milhões	2007 (IPO) ¹	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Var. '07-'22	CAGR '07-'22
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	+435,6%	+11,8%
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	+636,1%	+14,2%
EBITDA¹	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	+631,0%	+14,2%
FFO¹	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	+1.740,5%	+21,4%
Lucro Líquido¹	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	+3.536,0%	+27,1%

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.



Destaques

Simplemente: Um ano de quebra de recordes

Após quebrar recordes em todos os trimestres de 2022, o quarto trimestre do ano manteve essa tendência, levando à um ano recheado de recordes.

Vendas, Aluguel, NOI, EBITDA, FFO, Lucro Líquido e muitos outros indicadores operacionais e financeiros alcançaram níveis recordes em 2022.

RECORDE

VENDAS
R\$20 bi

+37,1% vs. 2021

RECORDE

ALUGUEL
R\$1,6 bi

+34,9% vs. 2021

RECORDE

ESTACIONAMENTO
R\$250 M

+49,9% vs. 2021

RECORDE

EBITDA
R\$1,3 bi

+57,9% vs. 2021

RECORDE

NOI
R\$1,6 bi

+39,5% vs. 2021

RECORDE

FFO
R\$1,0 bi

+47,1% vs. 2021

RECORDE

LUCRO LÍQUIDO
R\$769 M

+69,8% vs. 2021

RECORDE

DIVIDENDOS
R\$420 M

+42,4% vs. 2021

RECORDE

RECOMPRA
7,1 M ações

+153,2% vs. 2021



Destaques

Celebrando bons resultados... ...e celebrações levando a bons resultados!

O quarto trimestre de 2022 foi marcado pelas diversas atrações que competiram pela atenção de nossos clientes. A Companhia, aproveitando-se dessas celebrações, ofereceu eventos e outros diversos tipos de entretenimento, e abraçou a grande paixão brasileira: o futebol (página 27), levando à um recorde de vendas, crescendo 12,9% sobre o 4T21, além de inúmeras boas recordações.



RibeirãoShopping – Celebração de Natal



ParkJacarepaguá – Jogo da Copa do Mundo



ParkShoppingCampoGrande – Evento musical



Destaques

Qualidade e diversificação

Após um ano completo sem restrições de distanciamento social, a Multiplan tem a oportunidade de olhar para trás e ver como se adaptou, evoluiu e excedeu nos últimos anos.

Enquanto a Companhia quebra seus próprios recordes, também conquistou *market share* na própria indústria – aumentando a participação de suas vendas no mercado de 8,5% em 2019 para 10,4% em 2022, provando a importância da qualidade (quadro abaixo).

O mix da Companhia também mostrou consistentemente as vantagens de ter um mix de lojistas diversificado (página 37), ativamente identificando e adaptando para novas e futuras tendências.

**PARTICIPAÇÃO¹ DA
MULTIPLAN NO BRASIL**
(Multiplan vs. Média¹ Brasil)

2019

2022

Vendas/ABL

169,9% → 208,6%

Vendas dos shoppings

8,5% → 10,4%

ABL

5,0% → 5,0%

Número de shoppings

3,3% → 3,2%

Número de cidades

0,2% → 0,2%

¹ Números da Multiplan divididos pela média dos números do Brasil disponibilizados pelo censo da Abrasce (Associação Brasileira de Shopping Centers) e pelo IBGE.

Fonte: IBGE e Abrasce – Censo Brasileiro de Shopping Centers - 2019 e 2022.



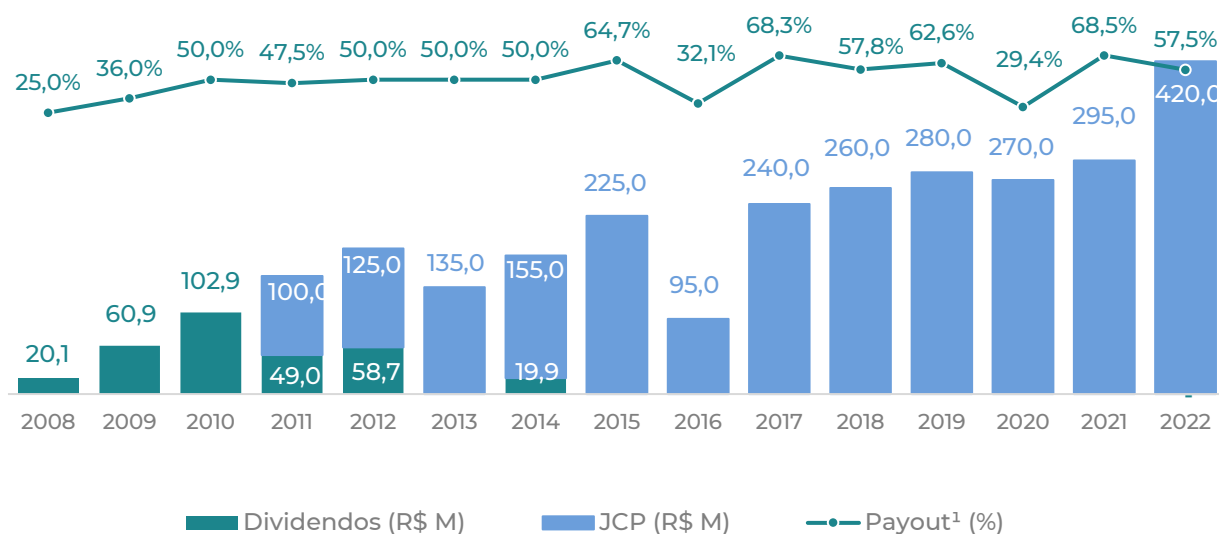
Destaques

Focando na criação de valor

Em 2022, incluindo o 4T22, a Companhia colheu muitos resultados positivos.

A Companhia não só aumentou a produtividade, como também buscou crescer. Seguiu desenvolvendo a primeira fase do seu maior projeto imobiliário - Golden Lake (página 47), trabalhou na expansão dos shoppings (página 55) e anunciou uma aquisição de uma participação minoritária (página 55), ao mesmo tempo em que distribuiu JCP (juros sobre o capital próprio) recorde (página 52), recomprou um número recorde de ações (página 19) e reduziu a sua alavancagem financeira (página 50).

DISTRIBUIÇÃO AOS ACIONISTAS



¹Percentual do lucro líquido após reservas legais.



Destaques

15 anos de sucesso na Bolsa de valores brasileira

Em 2022, a Multiplan celebrou os 15 anos desde a sua abertura de capital (IPO). O IPO permitiu à Multiplan executar a sua estratégia nos setores de shopping e imobiliários com maior rapidez.

Ao longo deste período, a Companhia desenvolveu 54 projetos, incluindo 18 expansões, 15 aquisições de participações, 9 novos shoppings e 12 torres comerciais e residenciais, multiplicando os seus resultados e gerando, hoje, quase 80.000 empregos.

O “DNA desenvolvedor” da Companhia continua, e novos projetos estão entrando no *pipeline*, como o residencial Golden Lake lançado em out/21 e atualmente em construção.



BarraShoppingSul



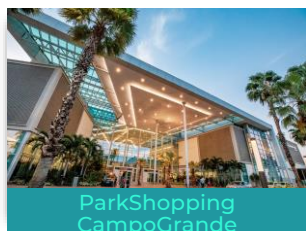
ShoppingVilaOlímpia



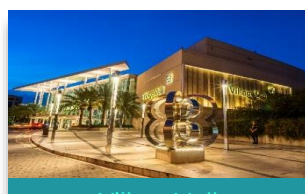
ParkShoppingSãoCaetano



JundiaíShopping



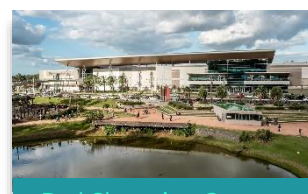
ParkShopping
CampoGrande



VillageMall



Parque Shopping Maceió



ParkShopping Canoas



ParkJacarepaguá



Centro Profissional
MorumbiShopping



Morumbi Business Center



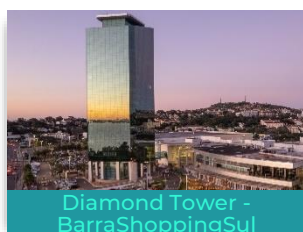
Morumbi Corporate -
Diamond e Golden Tower



Centro Profissional
RibeirãoShopping



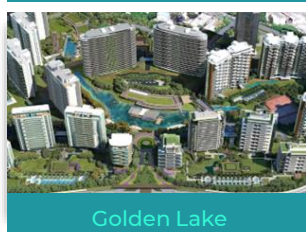
ParkShopping Corporate -
Towers 1 e 2



Diamond Tower -
BarraShoppingSul



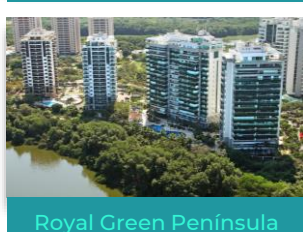
Cristal Tower -
BarraShoppingSul



Golden Lake



Résidence du Lac -
BarraShoppingSul



Royal Green Península

Inovação Digital

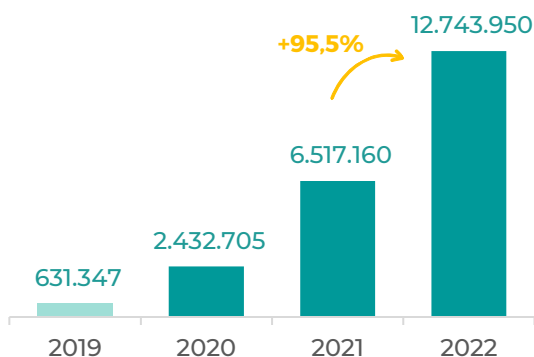
MULTI: DOBRANDO SOBRE UMA BASE ALTA, DE NOVO

O aplicativo Multi fechou um ano de rápido crescimento, atingindo 3,6 milhões de *downloads* acumulados ao final de 2022.

Em 2022, com cada vez mais atrativos, o aplicativo ficou próximo de dobrar o número de utilizações que registrou no ano anterior, obtendo quase 13 milhões de acessos. Ao mesmo tempo em que atinge volumes de utilização e *downloads* significativos, as mais de 60 mil avaliações de usuários mantiveram uma pontuação quase perfeita (4,9 de um máximo de 5) e mostram a satisfação dos clientes da Multiplan.

O Multi, durante o mês de dezembro, chegou a ocupar a 5ª posição no *top chart* da App Store (loja de aplicativos da Apple) em sua categoria, à frente os importantes nomes do varejo físico e online.

Acessos ao Multi

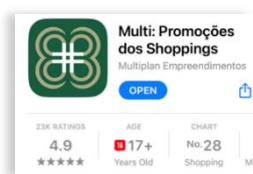


- 3,6 milhões** de *downloads*
- 12,7 milhões** de acessos em 2022
- 36% das vendas do Natal 2022** foram cadastradas no *app*
- Nota 4,9** de um máximo de 5 nas lojas de *apps*

No ano passado, a Multiplan também viu seu super aplicativo acolher cerca de 200 mil novos clientes cadastrados no programa de fidelidade MultiVocê, representando mais uma contribuição para o aumento na frequência de uso do Multi verificado no período. Considerando o programa de fidelidade e as promoções sazonais de varejo do 4º trimestre, o Multi recebeu 3,6 milhões de notas fiscais de compras. Durante a temporada de promoções de Natal, 36% das vendas dos shoppings então administrados pela Companhia, foram mapeadas através de notas fiscais recebidas pelo Multi.

Avaliação¹ do Multi reflete satisfação dos clientes

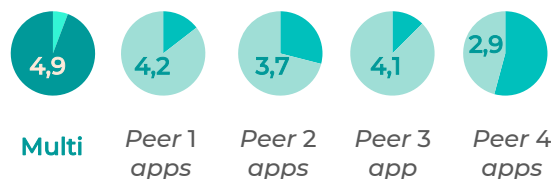
Avaliação¹ AppStore



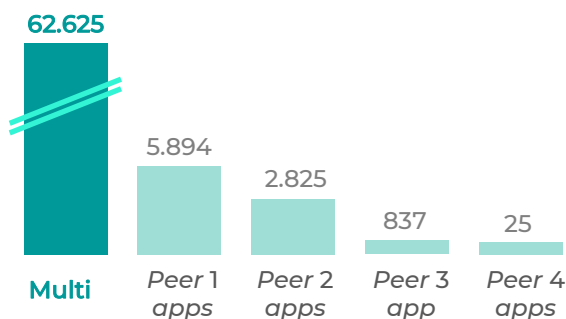
Avaliação¹ PlayStore



Comparativo: nota nas lojas de aplicativos²



Comparativo: número de avaliações³



¹ Avaliação do Multi em jan/23. ² As notas foram ponderadas pela soma das avaliações de cada aplicativo na AppStore e PlayStore. O peer 1 possui 16 aplicativos, o peer 2 possui 26 aplicativos, o peer 3 possui 1 aplicativo e o peer 4 possui 8 aplicativos. ³ Soma das avaliações de cada aplicativo na AppStore e PlayStore em jan/23.

Inovação Digital

RESULTADO DA ESTRATÉGIA

Ao longo de 2022, foram feitos 1,2 milhão de pagamentos de estacionamento através do Multi, representando um aumento de 500% em relação a 2021. Centenas de milhares de famílias aproveitaram cupons de desconto nas lojas gerando fluxo e vendas ou obtiveram acesso a mais de 500 eventos diferentes utilizando o aplicativo, que se incorporou de forma definitiva na jornada dos clientes dos shoppings. O processamento das centenas de pontos de dados coletados sobre o comportamento dos clientes dentro do Multi, ou de sua jornada *offline* nos shoppings, são utilizados para promover, de forma personalizada as atrações dos shoppings e as facilidades que o Multi oferece. Foram verificados ganhos de 9x em ações decorrentes de *push messages* e e-mails enviados de forma personalizada quando comparadas com as mesmas mensagens enviadas de forma não personalizada.

Desta maneira, a companhia verifica o resultado de suas iniciativas digitais em três frentes: (i) ganho operacional, (ii) melhora da experiência do cliente e (iii) aumento de vendas.

Eficiência: o ganho operacional é verificado, por exemplo, com a diminuição do número de atendentes pela existência do *chatbot* Zeca, pelo autosserviço em promoções e programa de fidelidade, e pelo avanço do pagamento de estacionamento pelo Multi.

Experiência: a conveniência é um dos benefícios oferecidos pelo Multi. A realização do pagamento do estacionamento através do aplicativo, por exemplo, elimina as filas, o que melhora a experiência do cliente. O agendamento de eventos através do Multi também é um exemplo de uma das facilidades trazidas pelo *app*, que permite que o cliente evite novamente filas e utilize seu tempo passeando pelos shoppings enquanto aguardam sua vez.

A participação nas promoções e no programa de fidelidade também é feito, com comodidade, através do Multi, permitindo que do conforto de suas casas os clientes possam cadastrar as notas fiscais de suas compras.

Vendas: por fim, o aumento de vendas vem da melhoria da experiência dos clientes, que faz com que estes tenham mais prazer em visitar um shopping da Companhia, e passar mais tempo nestas visitas. Também vem dos cupons de desconto e ofertas de lojistas, que são alavancados pela grande audiência que o Multi obtém.





ESG: uma abordagem que agrega valor

ESG: UMA ABORDAGEM QUE AGREGA VALOR

A estratégia ESG (Ambiental, Social e Governança) da Multiplan almeja agregar valor aos seus shoppings e à sociedade, enquanto preserva o meio ambiente.

Por muitos anos a Multiplan tem apoiado diversas iniciativas que visam a sustentabilidade ambiental, gerando um impacto social positivo e baseiam-se na transparência, garantindo a responsabilidade corporativa.

Todas estas iniciativas são divulgadas no Relatório Anual de Sustentabilidade da Companhia, publicado desde 2011 e elaborado de acordo com as Normas GRI¹, que contém indicadores associados aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas e inclui critérios SASB² relativos à gestão de energia e água.

Para acessar o último Relatório Anual da Multiplan, clique [aqui](#).

¹ GRI refere-se ao Global Reporting Initiative.

² SASB refere-se ao Sustainability Accounting Standards Board.

BALANÇO DO 4T22

Memorial às Vítimas do Holocausto

No 4T22, a Multiplan deu continuidade a uma série de iniciativas de conscientização e desenvolvimento das comunidades onde está presente.

Em dezembro, foi inaugurado no Rio de Janeiro o Memorial do Holocausto, ocupando uma área de 4.000 m² com vista ampla da cidade, e construído em memória das vítimas do holocausto.

O Memorial teve a Multiplan como sua principal apoiadora no desenvolvimento do projeto e visa promover a reflexão sobre a importância dos direitos humanos, da democracia, da tolerância, da liberdade e do respeito à diversidade como valores éticos e princípios fundamentais do ser humano. Reúne histórias de vítimas e sobreviventes, mostrando suas vidas antes, durante e depois do episódio histórico.



Memorial do Holocausto



Memorial do Holocausto



ESG: uma abordagem que agrega valor

Mulheres em foco

Shoppings da Multiplan abraçando o Outubro Rosa

Em um esforço internacional para aumentar a conscientização sobre o câncer de mama, outubro foi designado como o “Mês Rosa”.

A Multiplan, mais uma vez, abraçou a causa. Durante o mês, seus shoppings promoveram diversas atividades para disseminar o conhecimento sobre o assunto, principalmente entre as mulheres, entre elas:

- uma série de palestras para clientes MultiVocê em parceria com uma clínica do Centro Médico do BarraShopping,
- as funcionárias do ShoppingAnáliaFranco receberam um cartão de conscientização e informações sobre o autoexame das mamas,
- o ParkShoppingBarigüi publicou postagens relacionadas ao tema em suas redes sociais com o apoio de um oncologista; e
- o RibeirãoShopping realizou um desfile de moda com mulheres em tratamento de câncer de mama.

As ações visavam quebrar paradigmas, mostrando que, mesmo após o diagnóstico de câncer, há vida, beleza, cura e possibilidade de uma vida normal.



“Caixa para Elas”: mulheres como protagonistas de suas próprias conquistas

Sempre apoiadora de causas sociais, a Multiplan aderiu, em 2022, ao projeto “Caixa para Elas”. A iniciativa foi lançada pela Caixa Econômica Federal e desenvolvida para ajudar mulheres que sofrem qualquer tipo de violência. O foco principal da campanha é promover o cuidado e criar oportunidades para as mulheres no Brasil, oferecendo cursos, produtos e serviços especiais relacionados à educação financeira e empreendedorismo, além de orientar mulheres vítimas de violência.

“Espaço Mulher” no New York City Center

A Multiplan acredita que seus shoppings, além de serem um lugar para se divertir, podem ser um lugar para atender as pessoas. Em nov/22, a Companhia realizou uma ação pelo fim da violência contra a mulher, abrindo um espaço, no New York City Center, exclusivamente dedicado a mulheres que sofreram algum tipo de violência doméstica (“Espaço Mulher”).

Advogadas voluntárias acolhem as vítimas com atendimento sigiloso e humanizado, de forma gratuita. A iniciativa é uma parceria com o Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro e é a única da região.



RibeirãoShopping – Desfile Outubro Rosa



ESG: uma abordagem que agrega valor

Crianças em foco

Espalhando alegria no Dia das Crianças

Em out/22, para comemorar o Dia das Crianças, a Multiplan organizou a “Semana das Crianças” em vários shoppings de seu portfólio. A iniciativa contou com o apoio de diversas instituições e trouxe diversão e alegria para crianças carentes. Os shoppings ofereceram oficinas, cinema, lanches, almoço, brincadeiras e distribuição de brindes nos parques de diversão internos dos shoppings.

No MorumbiShopping, por exemplo, as crianças atendidas pela ONG “G10 Favelas” se divertiram brincando no parquinho interno e na pista de patinação. No ParkShoppingBarigüi, as crianças se divertiram muito experimentando um voo de balão de ar quente. Além disso, no RibeirãoShopping, os alunos apoiados pela APAE (Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais) tiveram um dia emocionante no parque interno, com simuladores e muitas outras atrações que estimulam a coordenação motora.



Educação ambiental

A Multiplan acredita que a consciência ambiental é essencial. Perseguindo esse objetivo, a Companhia realizou uma iniciativa voltada para a educação ambiental para crianças.

Em nov/22, o Instituto Moleque Mateiro, instituição local de educação ambiental, executou o “Projeto Escolas Multiplan”, que consiste em apoio pedagógico relacionado à educação ambiental. O projeto foi implantado na Escola Municipal Naturalista Augusto Ruschi, próximo ao ParkJacarepaguá, no Rio de Janeiro.

Durante uma semana, foram montadas 12 aulas, totalizando 20 horas de oficinas de educação ambiental para 340 crianças, resultando no plantio de 600 mudas em uma horta.

Campanha de arrecadação de brinquedos

O Natal é uma época de felicidade e, acima de tudo, de solidariedade. A Companhia entende e acredita nisso, sempre apoiando iniciativas focadas em trazer alegria à vida das pessoas.

Em dezembro, funcionários da sede da Multiplan, no Rio de Janeiro, doaram brinquedos novos e usados em bom estado, para ajudar crianças que enfrentam realidades desafiadoras. A ação solidária fez parte da campanha de Natal do BarraShopping e do New York City Center.

Considerando todos os shoppings do portfólio da Multiplan, 2.400 brinquedos foram arrecadados e doados para crianças.

ESG: uma abordagem que agrega valor

ATIVIDADES EM ANDAMENTO

Campanhas de doação de sangue

A Multiplan mantém sua parceria com os hemocentros locais, ajudando a salvar vidas. Em 2022, a Companhia realizou uma série de campanhas de doação de sangue em vários de seus shoppings, arrecadando quase 5.000 bolsas de sangue ao longo do ano, o suficiente para salvar mais de 18.000 vidas. Além disso, desde 2016, início da parceria, mais de 65 mil vidas foram beneficiadas com a doação de bolsas de sangue.

Feiras de adoção de animais

O DiamondMall, o ShoppingSantaÚrsula e o ShoppingAnáliaFranco realizaram feiras de adoção de animais de estimação no 4T22, uma iniciativa frequente no portfólio da Multiplan.

Em dezembro, em parceria com o Instituto Luisa Mell, o ShoppingAnáliaFranco realizou mais um importante evento de adoção. Os interessados em adotar um animal de estimação precisavam ser maiores de 21 anos e passar por uma entrevista com a equipe do Instituto para receber orientações sobre os cuidados e procedimentos necessários.

Vale ressaltar que, em 2022, como resultado das feiras de adoção da Multiplan, 600 cães e gatos encontraram um lar.



NOVO CÓDIGO DE CONDUTA

A Semana do *Compliance* da Multiplan foi realizada no 4T22, com o objetivo de reafirmar o compromisso da Companhia com o comportamento ético e a busca pelas melhores práticas de *compliance*.

A Empresa também divulgou o seu Código de Conduta atualizado, oferecendo um documento que ampliou sua abordagem diante do ambiente em constante mudanças, com linguagem abrangente e *design* inovador, ampliando o conhecimento dos colaboradores sobre suas ações e comportamentos em nome da Companhia.



O novo Código de Conduta da Multiplan pode ser acessado neste [link](#).



Demonstração de Resultados Consolidados

Gerencial

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS

(R\$'000)	4T22	4T21	Var. %	4T19	Var. %
Receita de locação	497.949	442.207	+12,6%	341.637	+45,8%
Receita de serviços	31.161	25.549	+22,0%	28.254	+10,3%
Receita de cessão de direitos	(1.807)	(2.211)	-18,2%	(3.664)	-50,7%
Receita de estacionamento	75.436	63.248	+19,3%	63.735	+18,4%
Venda de imóveis	9.039	3.082	+193,3%	3.161	+185,9%
Apropriação de receita de aluguel linear	(55.950)	(66.500)	-15,9%	(34.252)	+63,3%
Outras receitas	3.991	3.708	+7,6%	2.059	+93,9%
Receita Bruta	559.817	469.083	+19,3%	400.929	+39,6%
Tributos sobre receitas	(47.463)	(23.349)	+103,3%	(33.445)	+41,9%
Receita Líquida	512.355	445.734	+14,9%	367.484	39,4%
Despesas de sede	(47.149)	(44.738)	+5,4%	(39.695)	+18,8%
Remuneração baseada em ações	(8.650)	(9.173)	-5,7%	(22.239)	-6,1%
Despesas de propriedades	(53.823)	(52.260)	+3,0%	(38.015)	+41,6%
Despesas de projetos para locação	(632)	(9.967)	-93,7%	(4.845)	-87,0%
Despesas de projetos para venda	(11.172)	(9.279)	+20,4%	(2.042)	+447,0%
Custo de imóveis vendidos	(7.797)	(2.405)	224,2%	(2.168)	+259,6%
Resultado de equivalência patrimonial	0	(27.618)	n.d.	(3.365)	n.d.
Outras receitas (despesas) operacionais	(8.567)	(5.099)	+68,0%	(2.651)	+223,1%
EBITDA	374.563	285.196	+31,3%	252.463	+48,4%
Receitas financeiras	42.639	27.850	+53,1%	16.202	+163,2%
Despesas financeiras	(106.562)	(88.895)	+19,9%	(47.836)	+122,8%
Depreciações e amortizações	(51.749)	(58.109)	-10,9%	(57.766)	-10,4%
Lucro Antes do Imposto de Renda	258.891	166.042	+55,9%	163.064	+58,8%
Imposto de renda e contribuição social	(23.124)	17.665	n.d.	(24.191)	-4,4%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	3.300	29.942	-89,0%	3.374	-2,2%
Participação dos acionistas minoritários	(39)	(39)	+0,8%	42	n.d.
Lucro Líquido	239.027	213.610	+11,9%	142.288	+68,0%

(R\$'000)	4T22	4T21	Var. %	4T19	Var. %
NOI	463.612	386.695	+19,9%	333.104	+39,2%
Margem NOI	89,6%	88,1%	+150 p.b.	89,8%	-16 p.b.
EBITDA de Propriedades¹	386.793	331.890	+16,5%	262.475	+47,4%
Margem EBITDA de Propriedades ¹	76,7%	75,0%	+178 p.b.	72,0%	+474 p.b.
EBITDA	374.563	285.196	+31,3%	252.463	+48,4%
Margem EBITDA	73,1%	64,0%	+912 p.b.	68,7%	+441 p.b.
EBITDA Ajustado²	383.214	294.369	+30,2%	274.702	+39,5%
Margem EBITDA Ajustada ²	74,8%	66,0%	+875 p.b.	74,8%	+4 p.b.
Lucro Líquido	239.027	213.610	+11,9%	142.288	+68,0%
Margem Líquida	46,7%	47,9%	-127 p.b.	38,7%	+793 p.b.
Lucro Líquido Ajustado²	247.678	222.783	+11,2%	164.527	+50,5%
Margem Líquida Ajustada ²	48,3%	50,0%	-164 p.b.	44,8%	+357 p.b.
Fluxo de Caixa Operacional (FFO)	343.426	308.277	+11,4%	230.932	+48,7%
Margem FFO	67,0%	69,2%	-213 p.b.	62,8%	+419 p.b.
Fluxo de Caixa Operacional (FFO) Ajustado²	352.076	317.450	+10,9%	253.171	+39,1%
Margem FFO Ajustada ²	68,7%	71,2%	-250 p.b.	68,9%	-18 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. ² Não considera a remuneração baseada em ações. Mais detalhes sobre a linha de remuneração baseada em ações estão disponíveis na página 46.



Demonstração de Resultados Consolidados

Gerencial

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS

(R\$'000)	2022	2021	Var. %	2019	Var. %
Receita de locação	1.604.866	1.189.869	+34,9%	1.124.731	+42,7%
Receita de serviços	120.282	87.321	+37,7%	114.932	+4,7%
Receita de cessão de direitos	(5.499)	(5.030)	+9,3%	(12.558)	-56,2%
Receita de estacionamento	249.590	166.456	+49,9%	224.581	+11,1%
Venda de imóveis	68.376	7.257	+842,2%	1.808	+3.681,5%
Apropriação de receita de aluguel linear	(79.269)	(52.950)	+49,7%	(3.190)	+2.385,2%
Outras receitas	16.773	11.613	+44,4%	9.890	+69,6%
Receita Bruta	1.975.118	1.404.537	+40,6%	1.460.194	+35,3%
Tributos sobre receitas	(150.582)	(94.996)	+58,5%	(131.387)	+14,6%
Receita Líquida	1.824.536	1.309.541	+39,3%	1.328.807	+37,3%
Despesas de sede	(173.521)	(157.142)	+10,4%	(160.104)	+8,4%
Remuneração baseada em ações	(38.484)	(32.705)	+17,7%	(65.544)	-41,3%
Despesas de propriedades	(214.029)	(184.434)	+16,0%	(144.897)	+47,7%
Despesas de projetos para locação	(2.591)	(22.051)	-88,2%	(14.983)	-82,7%
Despesas de projetos para venda	(24.580)	(21.027)	+16,9%	(6.785)	+262,3%
Custo de imóveis vendidos	(49.355)	(5.184)	+852,0%	(1.515)	+3.157,3%
Resultado de equivalência patrimonial	(1.855)	(44.322)	-95,8%	(4.055)	-54,2%
Outras receitas (despesas) operacionais	(39.993)	(31.888)	+25,4%	1.209	n.d.
EBITDA	1.280.127	810.786	+57,9%	932.134	+37,3%
Receitas financeiras	145.062	88.302	+64,3%	76.404	+89,9%
Despesas financeiras	(386.639)	(202.259)	+91,2%	(224.735)	+72,0%
Depreciações e amortizações	(208.514)	(202.798)	+2,8%	(222.796)	-6,4%
Lucro Antes do Imposto de Renda	830.035	494.031	+68,0%	561.006	+48,0%
Imposto de renda e contribuição social	(85.191)	(48.216)	+76,7%	(85.380)	-0,2%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	24.544	6.882	+256,6%	(6.431)	n.d.
Participação dos acionistas minoritários	(133)	401	n.d.	1.803	n.d.
Lucro Líquido	769.255	453.099	+69,8%	470.999	+63,3%

(R\$'000)	2022	2021	Var. %	2019	Var. %
NOI	1.561.157	1.118.941	+39,5%	1.201.226	+30,0%
Margem NOI	87,9%	85,8%	+209 p.b.	89,2%	-129 p.b.
EBITDA de Propriedades¹	1.302.635	897.508	+45,1%	958.081	+36,0%
Margem EBITDA de Propriedades ¹	74,0%	68,9%	+506 p.b.	72,2%	+177 p.b.
EBITDA	1.280.127	810.786	+57,9%	932.134	+37,3%
Margem EBITDA	72,3%	61,9%	+825 p.b.	70,1%	+1 p.b.
EBITDA Ajustado²	1.318.611	843.491	+56,3%	997.677	+32,2%
Margem EBITDA Ajustada ²	72,3%	64,4%	+786 p.b.	75,1%	-281 p.b.
Lucro Líquido	769.255	453.099	+69,8%	470.999	+63,3%
Margem Líquida	42,2%	34,6%	+756 p.b.	35,4%	+672 p.b.
Lucro Líquido Ajustado²	807.739	485.804	+66,3%	536.542	+50,5%
Margem Líquida Ajustada ²	44,3%	37,1%	+717 p.b.	40,4%	+389 p.b.
Fluxo de Caixa Operacional (FFO)	1.032.495	701.965	+47,1%	703.415	+46,8%
Margem FFO	56,6%	53,6%	+299 p.b.	52,9%	+365 p.b.
Fluxo de Caixa Operacional (FFO) Ajustado²	1.070.979	734.670	+45,8%	768.959	+39,3%
Margem FFO Ajustada ²	58,7%	56,1%	+260 p.b.	57,9%	+83 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. ² Não considera a remuneração baseada em ações. Mais detalhes sobre a linha de remuneração baseada em ações estão disponíveis na página 46.



MULT3 e o Mercado de Ações

MULT3 E O MERCADO DE AÇÕES

Recompra recorde: 7,1 milhões ações em 2022

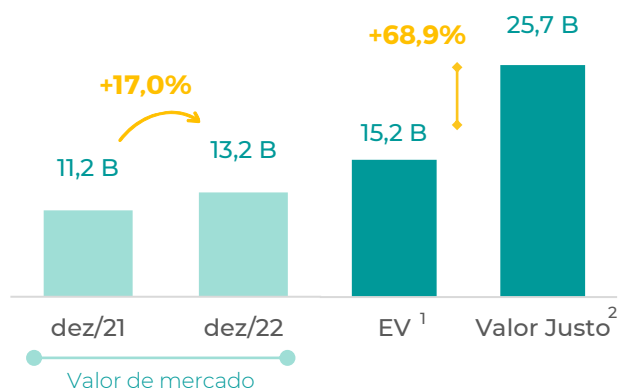
Durante 2022, a Multiplan deu continuidade a estratégia de recompra de ações, beneficiando-se do programa aprovado em jun/22. A Multiplan vem recomprando ações emitidas pela Companhia à um preço descontado ao seu valor justo, com objetivo de aumentar o valor aos acionistas.

No 4T22, a Multiplan recomprou 1,2 milhão de ações, o que totalizou 7,1 milhões de ações no ano, finalizando o trimestre com 15.478.895 ações em tesouraria, aumento de 63,6% vs. dez/21. Em 2022, a Companhia investiu em torno de R\$155,0 milhões na compra de ações MULT3, além de investir um valor semelhante em CAPEX.

Nos últimos cinco anos, a Companhia recomprou 21,3 milhões de ações.

A MULT3 estava cotada a R\$21,90 no final de 2022, +17,0% em relação ao final de 2021. O volume médio de negociação diário foi de

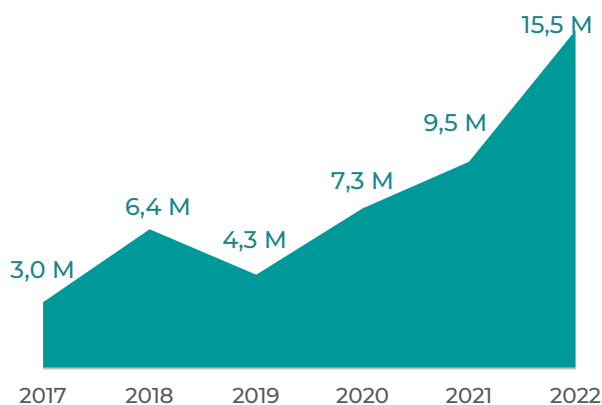
Valor da Multiplan (R\$)



de R\$132,5 milhões no trimestre (equivalente a US\$25,2 milhões³), queda 14,8% em relação ao ano anterior. A média diária de negociações caiu 8,4% no 4T22 vs. o 4T21.

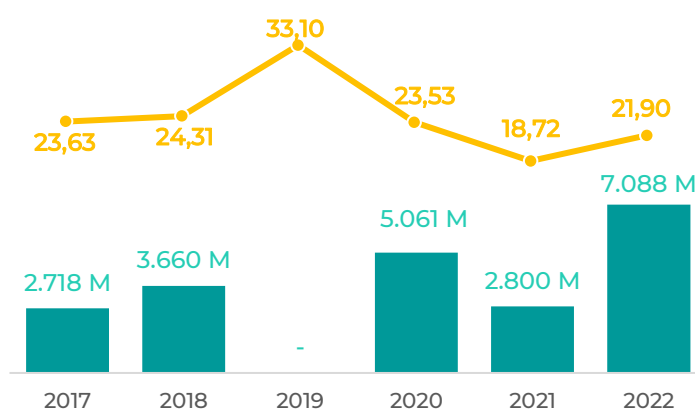
¹Valor da Empresa (EV): Valor de mercado + dívida líquida em 31 de dezembro de 2022. ²Valor Justo das Propriedades calculado conforme metodologia detalhada nas Demonstrações Financeiras de 31 de dezembro de 2022. ³Com base na taxa de câmbio média do Banco Central do Brasil de R\$5,2554/USD no 4T22.

Evolução das ações em Tesouraria⁴



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

Evolução do programa de recompra de ações ⁴



■ Num. de ações recompradas

■ Preço de fechamento (fim do período) (R\$)



MULT3 e o Mercado de Ações

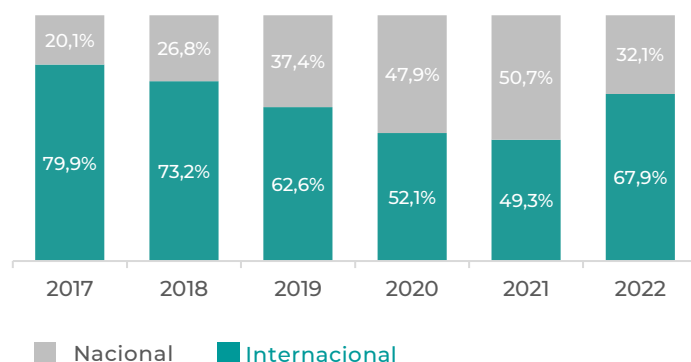
VOLUME DE INVESTIDORES ESTRANGEIROS CRESCE R\$1,6 BI¹ EM 2022

A presença de investidores estrangeiros na base de acionistas da MULT3 continua a crescer, atingindo 67,9% do *free-float* em dez/22, +142 p.b. sobre set/22. Quando comparado a dez/21, o número representa um crescimento de 1.860 p.b., o que confirma a tendência observada durante 2022.

No final do ano, a MULT3 estava listada em 131 índices, incluindo o Índice Bovespa (IBOV), Índice Brasil 50 (IBRX50), Índice Carbono Eficiente (ICO2), Índice S&P/B3 Brasil ESG e o índice Solactive ISS Emerging Markets Carbon Reduction & Climate Improvers

Em 31 de dezembro de 2022, o Sr. e a Sra. Peres detinham 25,6% das ações da Companhia direta ou indiretamente, e o Ontario Teachers' Pension Plan detinha 27,4%. O *free float* era equivalente a 44,4% do total de ações, enquanto o montante devido pela Administração e Tesouraria representou 2,6%.

Nacionalidade do *free-float*¹

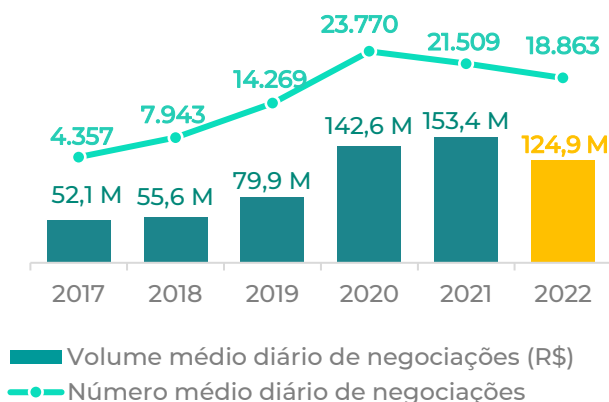


¹ 2022 vs. 2021. O volume de propriedade dos investidores estrangeiros foi calculado multiplicando o número de ações detidas por esses investidores e o preço da ação no final de cada ano.

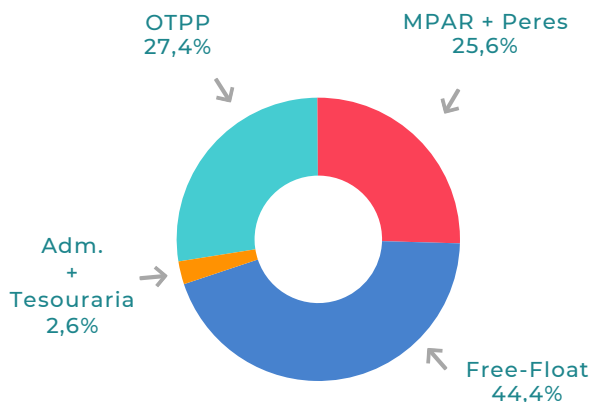
² Fonte: B3 – Bolsa de Valores Brasileira. Classificação de acordo com os dados coletados da B3.

MULT3 na B3	4T22	4T21	Var.%	2022	2021	Var.%
Preço de fechamento médio (R\$)	23,44	19,69	+19,0%	23,12	22,03	+5,0%
Preço de fechamento (R\$) – fim do período	21,90	18,72	+17,0%	21,90	18,72	+17,0%
Valor médio diário negociado (R\$ M)	132,5 M	155,5 M	-14,8%	124,9 M	153,4 M	-18,6%
Volume médio diário negociado (nº ações)	5.675.851	7.899.592	-28,2%	5.470.676	7.063.647	-22,6%
Média diária do número de negócios	20.632	22.525	-8,4%	18.863	21.509	-12,3%
Valor de mercado (R\$) – fim do período	13.156,7 M	11.246,2 M	+17,0%	13.156,7 M	11.246,2 M	+17,0%

Evolução do volume médio de ações negociadas²



Estrutura societária em 31 de dezembro de 2022



² Ajustado pelo desdobramento de ações na proporção de um para três (1:3) ações do mesmo tipo e classe em 2018.



MULT3 e o Mercado de Ações

15 ANOS DE PARCERIA NA BOLSA DE VALORES BRASILEIRA

Para celebrar os 15 anos da abertura de capital (IPO) da empresa, realizada em 2007, a Multiplan participou de uma cerimônia de toque de campainha na B3 - a Bolsa de valores brasileira. A celebração contou com a presença do fundador da Multiplan, Dr. José Isaac Peres, juntamente com executivos da Companhia e outros convidados.

O IPO foi um catalisador de crescimento para a Multiplan executar a sua estratégia nos setores de shopping e imobiliário com maior rapidez.

Ao longo deste período, a Companhia desenvolveu 54 projetos, incluindo 18 expansões, 15 aquisições de participações minoritárias em shoppings, 9 novos shoppings e 12 torres comerciais e residenciais, gerando, atualmente,

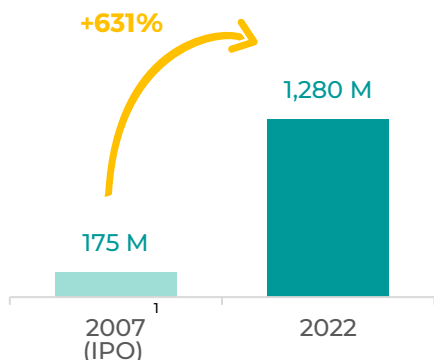


Cerimônia de toque de campainha – B3

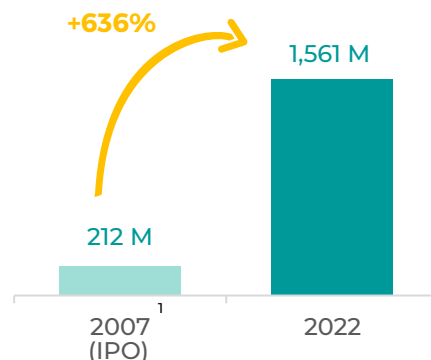
quase 80.000 empregos.

A Multiplan agradece a parceria com a B3 e também aos mais de 32.000 investidores que apoiam a sua estratégia e execução.

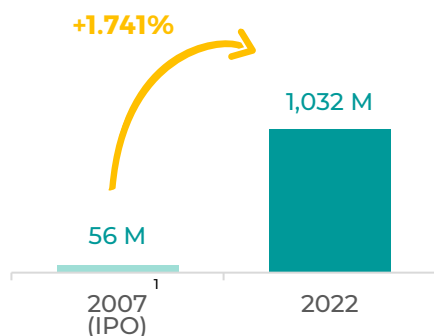
EBITDA (R\$)



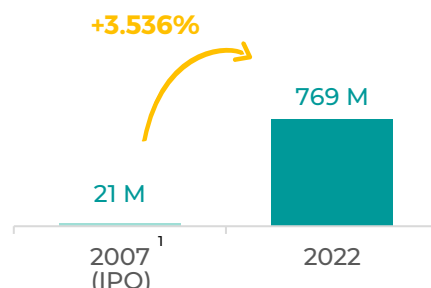
NOI(R\$)



FFO (R\$)



LUCRO LÍQUIDO (R\$)



¹Os resultados de 2007 foram calculados de acordo com a metodologia atual. Para mais detalhes, por favor acesse a planilha de Fundamentos da Companhia ([link](#)).



Indicadores Operacionais

Vendas

VENDAS DOS LOJISTAS

Desempenho de vendas em 2022 e no 4T22: níveis recordes novamente!

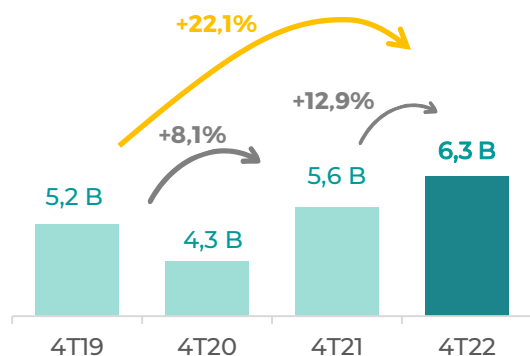
Em 2022, as vendas dos lojistas terminaram o ano com um quarto trimestre recorde de R\$6,3 bilhões, o que levou ao maior resultado anual já obtido pela Companhia: R\$20,0 bilhões. O aumento de 37,1% vs. 2021, mais uma vez, reafirma a qualidade do portfólio da Companhia. Todos os shoppings da Multiplan apresentaram um crescimento de dois dígitos sobre as vendas de 2021.

Quando comparadas com 2019, as vendas dos lojistas cresceram 22,8%.

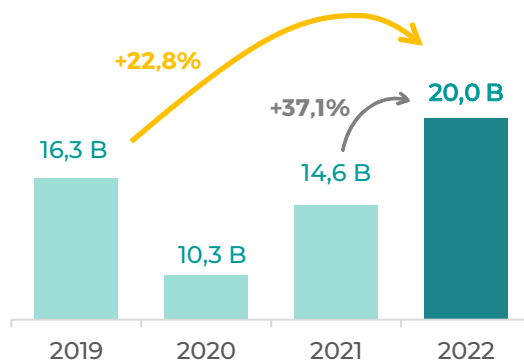
No 4T22, as vendas dos lojistas cresceram 12,9% vs. o 4T21. É importante ressaltar que: (i) dois eventos emblemáticos não recorrentes ocorreram no trimestre - as eleições presidenciais no Brasil e a Copa do Mundo da FIFA (estudo de caso na página 27), e (ii) as vendas do 4T21 já são uma forte base de comparação, dado que já superavam o nível recorde vs. o 4T19 (+8,1%).

Crescimento de dois dígitos em todos os shoppings vs. 2021

Vendas trimestrais dos lojistas(R\$)



Vendas anuais dos lojistas (R\$)





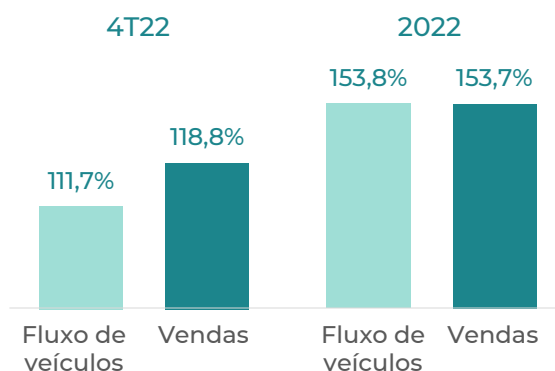
Indicadores Operacionais

Vendas

Os shoppings com melhor desempenho em 2022

O **MorumbiShopping** manteve a sua tendência de crescimento e, em 2022, registrou um aumento das vendas de 53,7% vs. 2021 e 29,9% vs. 2019. O shopping, que completou o seu quadragésimo aniversário em 2022, em adição aos seus impressionantes resultados em vendas, apresentou elevados níveis de fluxo de veículos¹ ao longo de todo o ano. Ambos os indicadores operacionais terminaram o ano com resultados recorde.

MorumbiShopping – Venda dos lojistas e fluxo de veículos (como % de 2021)

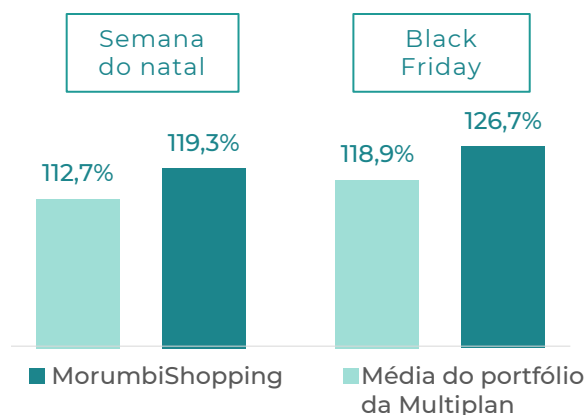


¹O fluxo de veículos do MorumbiShopping em 2022 superou o fluxo de 2019 e de 2021 em 15,6% e 53,8%, respectivamente.



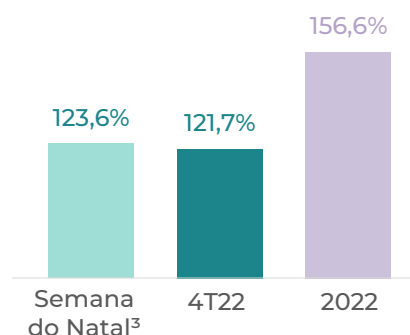
Além disso, em 2022, durante o fim de semana da Black Friday² e a semana do Natal³, as vendas no MorumbiShopping cresceram 26,7% e 19,3% contra 2021, respectivamente.

MorumbiShopping e portfólio da Multiplan – Vendas dos lojistas (2022 como % de 2021)



Também é válido ressaltar os resultados anuais do **ShoppingVilaOlímpia**. O shopping registrou, em 2022, o maior aumento de vendas do portfólio da Companhia, +56,6% vs. 2021. No 4T22, as vendas dos shoppings aumentaram 21,7% vs. o 4T21 e, durante a semana de Natal³, foram 23,6% mais elevadas do que em 2021. Adicionalmente, a taxa de ocupação do shopping no 4T22 aumentou 176 p.b. vs. o 4T21, com o segmento Alimentação & Áreas Gourmet apresentando o maior aumento de ABL contra o ano anterior (+217 p.b.).

ShoppingVilaOlímpia – Vendas dos lojistas (como % de 2021)



² Vendas entre 25 e 27 de novembro de 2022

³ Vendas entre 19 e 25 de dezembro em 2022 e 2021.



Indicadores Operacionais

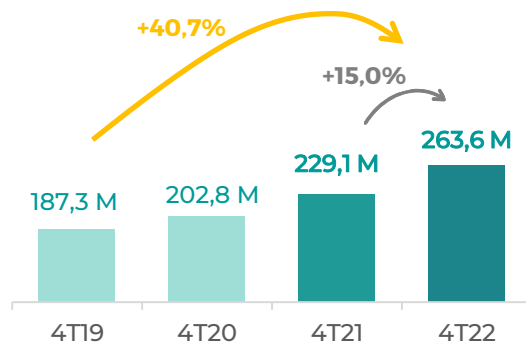
Vendas

As vendas dos lojistas no **VillageMall** destacaram-se ao longo de 2022, ultrapassando tanto os números de 2021 como os de 2019 em todos os trimestres do ano. No 4T22, as suas vendas aumentaram 15,0% vs. 4T21 e 40,7% vs. 4T19. Considerando as vendas anuais totais, em 2022, o VillageMall apresentou um aumento de 33,9% vs. 2021 e 51,4% vs. 2019, atingindo R\$914,7 milhões. Estes números, mais uma vez, corroboram a qualidade e a força do shopping.

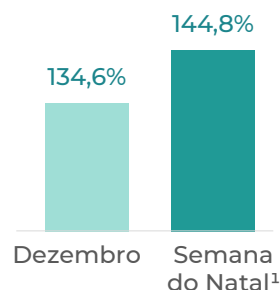
O **ParkJacarepaguá** celebrou o seu primeiro aniversário no dia 19 de novembro e, em dezembro de 2022, apresentou um crescimento de 34,6% em relação a dezembro de 2021, o maior aumento considerando todos os shoppings da Companhia. Além disso, as vendas no shopping durante a semana de Natal¹ aumentaram 44,8%.

¹ Vendas entre 19 e 25 de dezembro em 2022 e em 2021.

VillageMall – Vendas dos lojistas (R\$)



ParkJacarepaguá – Vendas dos lojistas (2022 como % de 2021)



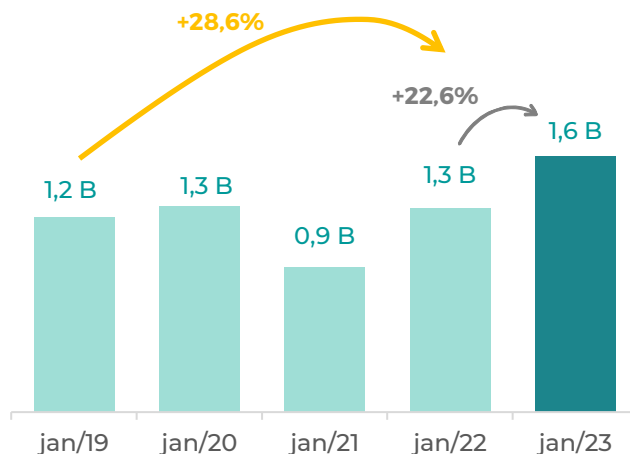
Vendas² de Janeiro em aceleração

Os shoppings da Multiplan começaram o ano com fortes resultados.

As vendas em jan/23 reportaram um crescimento de 22,6%² em relação ao mesmo mês em 2022 e 28,6%² quando comparadas com jan/19.

É válido destacar o aumento das vendas do ShoppingSantaÚrsula e ShoppingVilaOlímpia, em jan/23 que, em comparação com jan/22, apresentaram um crescimento de 48,5% e 44,0%, respectivamente.

Evolução de vendas de janeiro² (R\$)



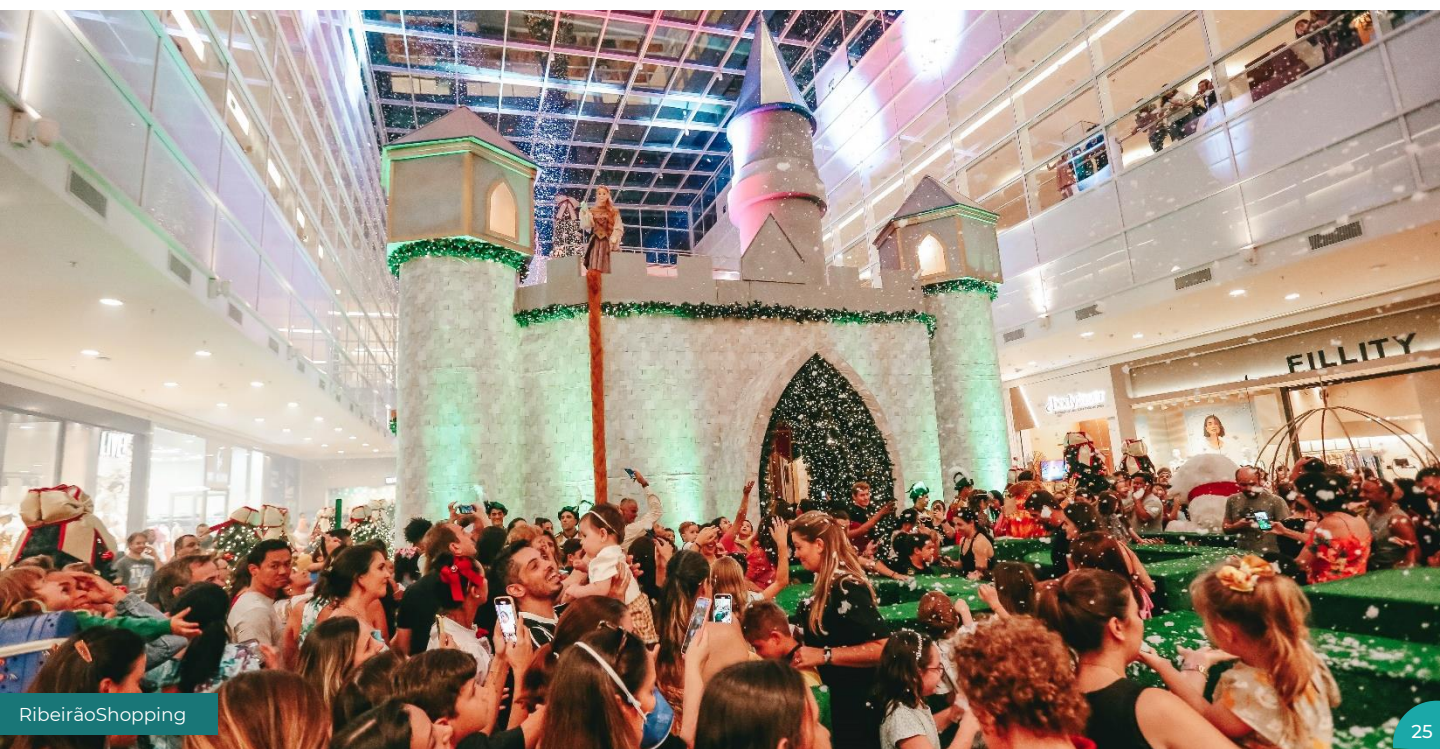
² Números preliminares de vendas de janeiro de 2023



Indicadores Operacionais

Vendas

Vendas de lojistas (100%) (R\$)	4T22	4T21	Var. % (22 vs. 21)	4T19	Var. % (22 vs. 19)
BH Shopping	494,2 M	448,3 M	+10,2%	405,0 M	+22,0%
RibeirãoShopping	360,5 M	311,9 M	+15,6%	287,6 M	+25,3%
BarraShopping	912,4 M	830,4 M	+9,9%	760,9 M	+19,9%
MorumbiShopping	788,6 M	664,0 M	+18,8%	628,0 M	+25,6%
ParkShopping	457,6 M	427,9 M	+7,0%	402,2 M	+13,8%
DiamondMall	190,4 M	181,4 M	+5,0%	188,6 M	+1,0%
New York City Center	38,9 M	41,9 M	-7,1%	54,6 M	-28,7%
ShoppingAnáliaFranco	483,2 M	436,1 M	+10,8%	400,2 M	+20,7%
ParkShoppingBarigüi	453,4 M	409,6 M	+10,7%	350,1 M	+29,5%
Pátio Savassi	168,6 M	152,0 M	+10,9%	157,9 M	+6,7%
ShoppingSantaÚrsula	39,5 M	37,3 M	+6,1%	57,7 M	-31,5%
BarraShoppingSul	258,4 M	240,8 M	+7,3%	225,6 M	+14,5%
ShoppingVilaOlímpia	113,3 M	93,1 M	+21,7%	148,7 M	-23,8%
ParkShoppingSãoCaetano	277,6 M	245,8 M	+12,9%	226,1 M	+22,7%
JundiaíShopping	203,5 M	186,2 M	+9,3%	180,3 M	+12,9%
ParkShoppingCampoGrande	218,5 M	198,2 M	+10,2%	194,6 M	+12,3%
VillageMall	263,6 M	229,1 M	+15,0%	187,3 M	+40,7%
Parque Shopping Maceió	195,4 M	177,8 M	+9,9%	143,3 M	+36,3%
ParkShopping Canoas	216,3 M	185,1 M	+16,9%	162,0 M	+33,5%
ParkJacarepaguá	164,9 M	80,6 M	+104,6%	-	n.d.
Total	6.298,7 M	5.577,4 M	+12,9%	5.160,6 M	+22,1%





Indicadores Operacionais

Vendas

Vendas de lojistas (100%) (R\$)	2022	2021	Var. % (22 vs. 21)	2019	Var. % (22 vs. 19)
BH Shopping	1.538,0 M	1.097,7 M	+40,1%	1.259,3 M	+22,1%
RibeirãoShopping	1.122,5 M	754,8 M	+48,7%	896,8 M	+25,2%
BarraShopping	2.944,1 M	2.366,8 M	+24,4%	2.385,0 M	+23,4%
MorumbiShopping	2.529,9 M	1.645,5 M	+53,7%	1.947,6 M	+29,9%
ParkShopping	1.434,8 M	1.160,2 M	+23,7%	1.252,6 M	+14,5%
DiamondMall	626,0 M	475,7 M	+31,6%	608,2 M	+2,9%
New York City Center	145,9 M	124,3 M	+17,4%	206,0 M	-29,2%
ShoppingAnáliaFranco	1.472,0 M	1.104,5 M	+33,3%	1.236,1 M	+19,1%
ParkShoppingBarigüi	1.410,2 M	1.047,8 M	+34,6%	1.082,3 M	+30,3%
Pátio Savassi	546,3 M	381,2 M	+43,3%	516,7 M	+5,7%
ShoppingSantaÚrsula	128,6 M	97,9 M	+31,3%	195,4 M	-34,2%
BarraShoppingSul	806,6 M	628,4 M	+28,4%	723,6 M	+11,5%
ShoppingVilaOlímpia	372,6 M	238,0 M	+56,6%	518,7 M	-28,2%
ParkShoppingSãoCaetano	857,7 M	646,3 M	+32,7%	707,8 M	+21,2%
JundiaíShopping	647,4 M	482,0 M	+34,3%	582,4 M	+11,2%
ParkShoppingCampoGrande	695,7 M	571,3 M	+21,8%	620,8 M	+12,1%
VillageMall	914,7 M	683,1 M	+33,9%	604,3 M	+51,4%
Parque Shopping Maceió	621,2 M	489,9 M	+26,8%	447,0 M	+39,0%
ParkShopping Canoas	695,8 M	522,5 M	+33,2%	513,2 M	+35,6%
ParkJacarepaguá	506,0 M	80,6 M	+528,0%	-	n.d.
Total	20.016,0 M	14.598,4 M	+37,1%	16.303,8 M	+22,8%





Estudo de Caso

Eleições e Copa do Mundo

O EFEITO DE EVENTOS NÃO RECORRENTES

As vendas no 4T22, que atingiram um recorde no período, foram impactadas pelas eleições presidenciais no Brasil, realizadas em outubro, e pela Copa do Mundo da FIFA, realizada em novembro e dezembro de 2022.

No final do trimestre, as vendas¹ nos shoppings administrados pela Multiplan totalizaram R\$6,1 bilhões, +13,0%¹ vs. o 4T21. O aumento das vendas no 4T22 poderia ser ainda maior (+15,4%)^{1,2,3}, não considerando os eventos acima mencionados em ambos os anos de comparação, uma vez que captaram a atenção da população brasileira.

Eleições Presidenciais

As eleições presidenciais realizaram-se no primeiro e último domingo de outubro de 2022. As vendas em ambos os dias eleitorais² em 2022 atingiram 79,4% do nível de 2021.

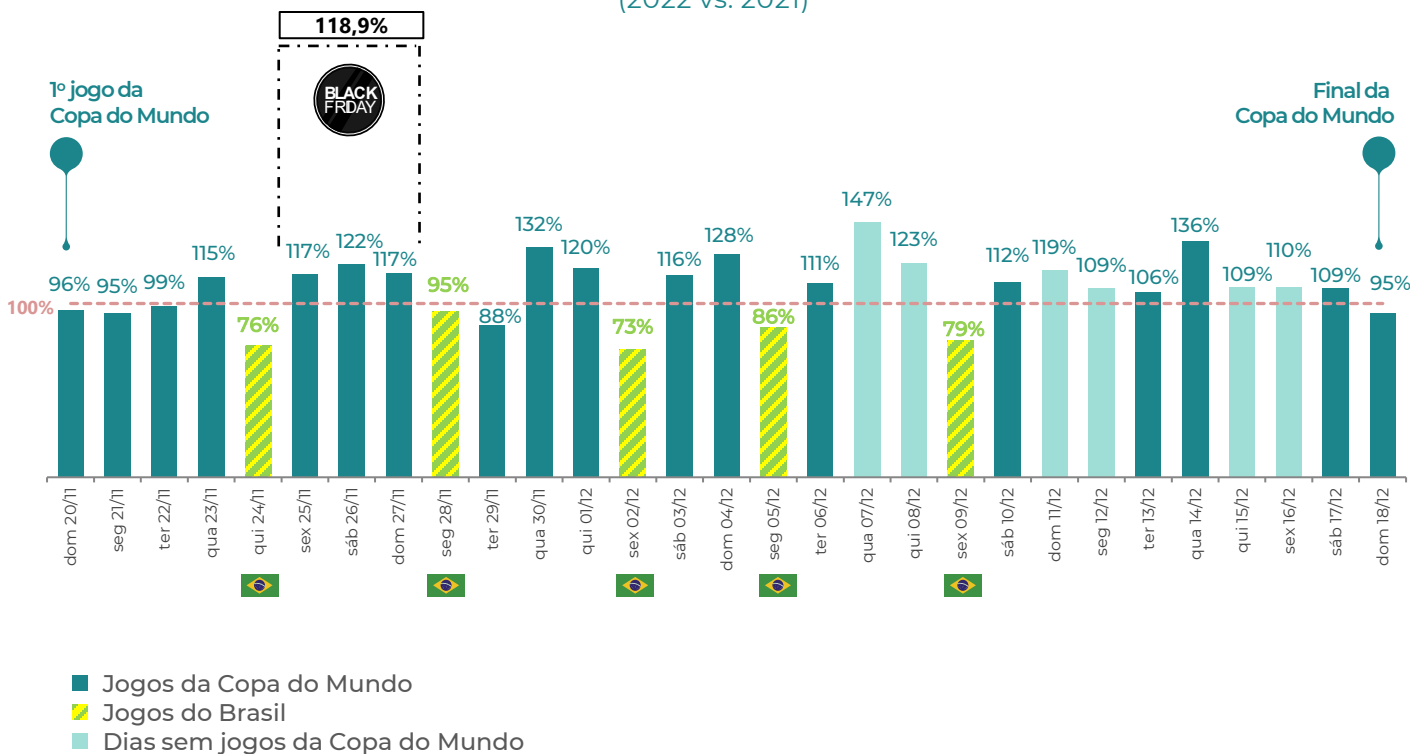
Copa do Mundo da FIFA

A Copa do Mundo da FIFA foi realizada de 20 de novembro a 18 de dezembro de 2022. Dos 62 jogos disputados durante o evento desportivo, a seleção brasileira jogou em cinco deles. Vale ressaltar que as lojas dos shoppings da Companhia permaneceram fechadas durante os horários dos jogos do Brasil.

O gráfico abaixo apresenta o comportamento das vendas nos shoppings da Companhia durante toda a Copa do Mundo. O gráfico compara as vendas no período vs. os mesmos dias da semana em 2021.

Copa do Mundo da FIFA - Vendas

(2022 vs. 2021)³



¹ A análise de vendas neste estudo de caso não considera as vendas do Parque Shopping Maceió.

² Comparação das vendas do primeiro e último domingo de outubro em 2022 vs. 2021.

³ Vendas durante a Copa do Mundo comparadas com as vendas nos mesmos dias da semana em 2021.



Estudo de Caso

Eleições e Copa do Mundo

Jogos do Brasil na Copa do Mundo

Na maioria dos dias de jogo sem a presença da seleção brasileira, as vendas nos shoppings da Companhia permaneceram em linha ou cresceram quando comparadas com 2021. Por outro lado, nos dias em que se realizaram os jogos do Brasil, as vendas foram inferiores às de 2021, atingindo 80,6% do mesmo período¹ em 2021.

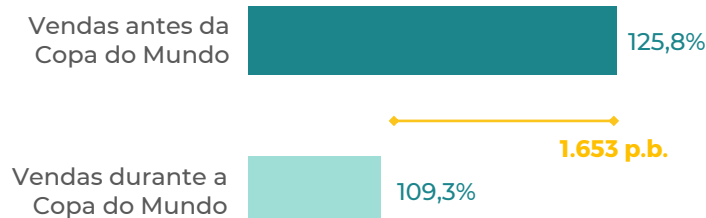
A maioria dos brasileiros, que é apaixonada por futebol, também gosta de "estar juntos", sendo os jogos do Brasil uma oportunidade para reunir amigos e familiares, na maioria das vezes na residência dos torcedores.

No entanto, é válido destacar que, no Estudo de Caso publicado sobre a Copa do Mundo de Futebol de 2014 ([link](#)), as vendas nos dias de jogo do Brasil caíram até 61% em relação ao ano anterior, ao contrário dos números registrados nos dias de jogos do Brasil em 2022, em que a maior queda nas vendas foi de 27% em relação a 2021, beneficiando-se dos eventos realizados nos shoppings da Multiplan.

Além disso, as vendas do segmento de Artigos do Lar & Escritório (que inclui televisores) entre os dias 1 e 19 de novembro (dias antes da Copa do Mundo) ultrapassaram os níveis de 2021 em 25,8%, enquanto as vendas entre 20 de novembro e 18 de dezembro (durante o período da Copa do Mundo) cresceram 9,3%.

Vendas¹ – segmento Artigos do Lar & Escritório

(como % de 2021)



Black Friday

Vale mencionar que as vendas durante o fim de semana da Black Friday², mesmo com a Copa do Mundo da FIFA ocorrendo ao mesmo tempo, apresentaram um volume de vendas superior ao de 2021, crescendo 18,9% no período. No mesmo fim de semana, as vendas do segmento de Artigos do Lar & Escritório também foram destaque, ultrapassando os níveis de 2021 em 29,6%.

¹ Vendas nos cinco dias de jogos do Brasil em 2022 vs. as vendas nos mesmos dias da semana em 2021.

² Vendas entre 25 e 27 de novembro de 2022.





Vendas nas Mesmas Lojas

Vendas nas mesmas lojas (SSS)

SEGMENTOS ORIENTADOS PARA EXPERIÊNCIA REGISTRARAM O MAIOR CRESCIMENTO VS. 4T21

As Vendas Nas Mesmas Lojas (SSS) encerraram o trimestre 10,9% e 19,6% acima de 4T21 e 4T19, respectivamente.

Quando comparados com o 4T21, todos os segmentos registraram crescimento, sendo o de Serviços o maior aumento (+22,6%), seguido por Alimentação & Áreas Gourmet (+17,6%), o que confirma a importância de segmentos mais orientados para a experiência nos shoppings da Multiplan.

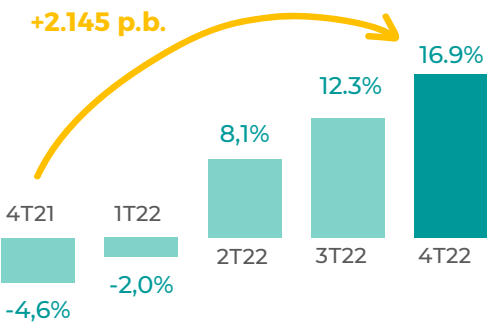
Quando comparado com o 4T19, os segmentos Serviços (+16,9%) e Alimentação & Áreas Gourmet (+29,8%) também apresentaram um crescimento significativo do SSS, apresentando uma aceleração de 2.145 p.b. e 1.733 p.b., respectivamente, em relação ao SSS registrado no 4T21.

O crescimento de 14,4% no segmento de Artigos do Lar & Escritório vs. o 4T21 foi impulsionado por eletroeletrônicos (+24,3%). Esta atividade, que inclui as vendas de televisores, foi especialmente elevada em novembro, o mesmo mês da Copa do Mundo da FIFA.

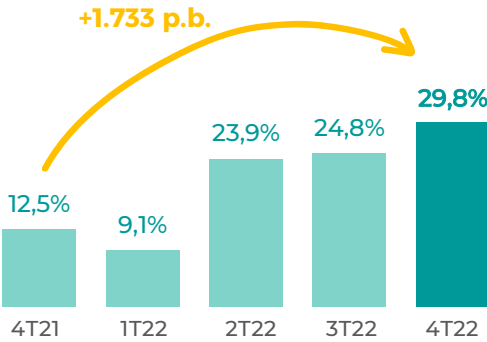
No 4T22, o segmento de Vestuário, que acumulou um crescimento de 26,0% desde o 4T19, apresentou o menor aumento quando comparado com o 4T21: +6,8%. Uma das possíveis razões para tal resultado foi a temperatura fria, por um período maior do que o esperado, registrada em algumas regiões do país, que impactam diretamente o segmento, devido à sazonalidade das coleções de roupa.

Vendas nas mesmas lojas	4T22 x 4T21		
	Âncora	Satélite	Total
Alimentação & Áreas Gourmet	-	+17,6%	+17,6%
Vestuário	+8,9%	+5,7%	+6,8%
Artigos do Lar & Escritório	+23,8%	+11,8%	+14,4%
Artigos Diversos	+12,1%	+7,0%	+8,4%
Serviços	+10,8%	+25,2%	+22,6%
Total	+10,7%	+10,7%	+10,9%

Serviços
Evolução SSS
(Comparado com 2019)



Alimentação & Áreas Gourmet
Evolução SSS
(Comparado com 2019)



Vendas nas mesmas lojas	4T22 x 4T19		
	Âncora	Satélite	Total
Alimentação & Áreas Gourmet	-	+29,8%	+29,8%
Vestuário	+25,6%	+26,1%	+26,0%
Artigos do Lar & Escritório	-8,6%	+1,2%	-1,0%
Artigos Diversos	+13,0%	+15,9%	+15,0%
Serviços	+0,5%	+20,9%	+16,9%
Total	+15,5%	+21,0%	+19,6%



Vendas nas Mesmas Lojas

Vendas nas mesmas lojas (SSS)

SUPERANDO OS NÍVEIS DE 2021 E 2019 COM CRESCIMENTO DE DOIS DÍGITOS

Em 2022, as Vendas nas Mesmas Lojas registraram um aumento de 33,0% vs. 2021, com todos os segmentos apresentando crescimento de dois dígitos. Quando comparado com 2019, o resultado seguiu forte, com um aumento de 20,7%.

Os segmentos de Alimentação & Áreas Gourmet e Serviços foram destaques quando comparados com 2021, +44,7% e +54,7% respectivamente. Vale mencionar que o aumento do segmento de Serviços foi fortemente impulsionado pelo crescimento de 135,3% na atividade de cinema, beneficiada pelo retorno gradual dos lançamentos cinematográficos.

O segmento Artigos Diversos, que apresentou um crescimento de 23,8% vs. 2021 (+19,3% em relação a 2019), foi apoiado pelo forte desempenho em atividades como perfumaria/cosméticos (+39,7%) e supermercado/delicatessen (+20,8%).

Vendas nas mesmas lojas	2022 x 2021		
	Âncora	Satélite	Total
Alimentação & Áreas Gourmet	-	+44,7%	+44,7%
Vestuário	+33,9%	+31,3%	+32,2%
Artigos do Lar & Escritório	+21,5%	+22,6%	+22,7%
Artigos Diversos	+21,2%	+24,9%	+23,8%
Serviços	+97,6%	+46,9%	+54,7%
Total	+31,8%	+33,2%	+33,0%

Vendas nas mesmas lojas	2022 x 2019		
	Âncora	Satélite	Total
Alimentação & Áreas Gourmet	-	+22,5%	+22,5%
Vestuário	+33,4%	+32,3%	+32,7%
Artigos do Lar & Escritório	-12,7%	-1,7%	-4,2%
Artigos Diversos	+22,2%	+18,0%	+19,3%
Serviços	-11,2%	+15,7%	+9,2%
Total	+19,6%	+20,9%	+20,7%





Vendas nas Mesmas Lojas

Turnover (Troca de lojas)

TURNOVER (TROCA DE LOJAS)

100% da ABL da locação no trimestre dedicado às lojas satélites

No 4T22, a Multiplan apresentou um *turnover* de 1,2% do total da ABL administrada¹ (9.229 m²), o que corresponde a 107 novas lojas, todas elas lojas satélites.

O MorumbiShopping, no 4T22, registrou um *turnover* de 9,6% (do *turnover* total), com nove novas lojas adicionadas a seu portfólio. O shopping, que registrou a maior aluguel/m² no portfólio da Multiplan, também apresentou uma taxa de ocupação de 99,5% neste trimestre, mais uma vez, atestando a sua qualidade e robustez. Adicionalmente, no 4T22, o DiamondMall registrou uma troca de mix de 10,7% (+7 lojas), impulsionado principalmente pela entrada de lojas do segmento de Alimentação & Áreas Gourmet. Vale destacar que este segmento apresentou o segundo maior SSS (Vendas nas Mesmas Lojas) no trimestre (+17,4% vs. 4T21). No DiamondMall, a Companhia "satelizou" a ABL anteriormente ocupada por uma academia de ginástica.

Em relação a 2022, a Multiplan apresentou um *turnover* de 6,2% (49.173 m²), com 501 lojas adicionadas ao seu portfólio durante o ano.

O RibeirãoShopping reportou o maior *turnover* em 2022, de 11,8%, impulsionado principalmente pela adição de uma loja de vestuário nativa do meio digital de 1.420 m² no segundo trimestre.

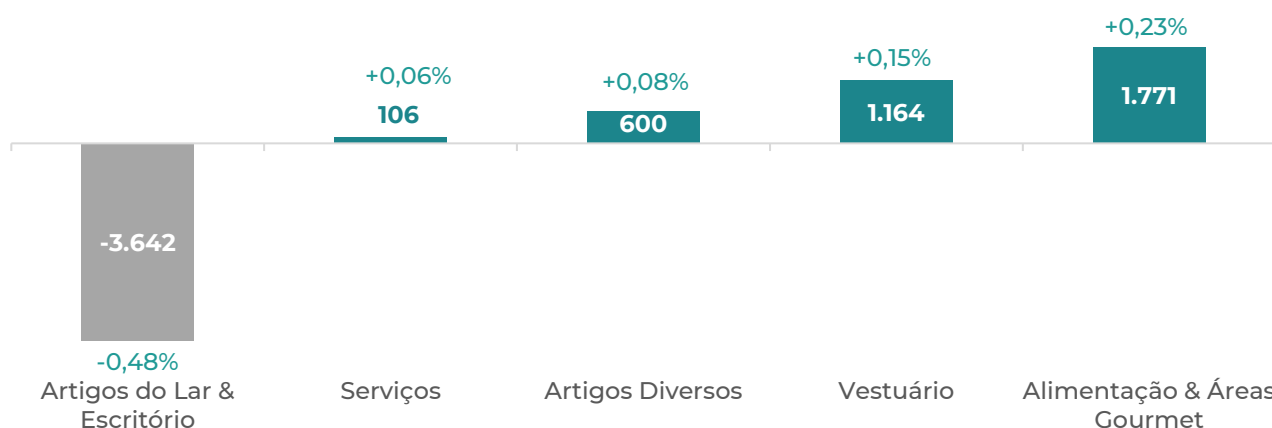
Equilibrando o mix

Há uma série de fatores que devem ser considerados ao avaliar o mix de lojistas de um shopping, entre eles a localização, a competição, as taxas de aluguel e as preferências dos lojistas. Um mix bem equilibrado pode conduzir a um aumento das vendas e do fluxo de pessoas.

Como exemplo de gestão do mix, por um lado, o segmento Alimentação & Áreas Gourmet registrou o maior *turnover* líquido positivo em 2022: 1.771 m², com 22 novas lojas adicionadas até ao final do ano, reforçando a tendência de um mix dedicado aos segmentos orientados para a experiência.

Por outro lado, ao reduzir a ABL de um segmento, o SSS (Vendas nas Mesmas Lojas) do segmento tende a aumentar, à medida que a concorrência diminui. O segmento Artigos do Lar & Escritório apresentou este comportamento neste trimestre, atingindo um SSS de +14,0% (4T22 vs. 4T21) combinado com a redução da sua ABL.

Turnover líquido por segmento em m² e como % da ABL administrada¹ – 2022



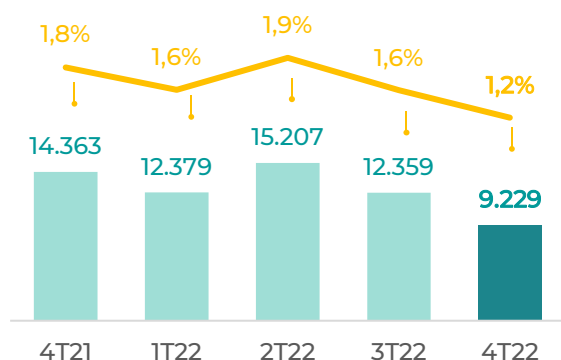
¹ ABL administrada pela Multiplan. ABL total (média) (excluindo o Parque Shopping Maceió e o ParkJacarepaguá devido à sua recente inauguração).



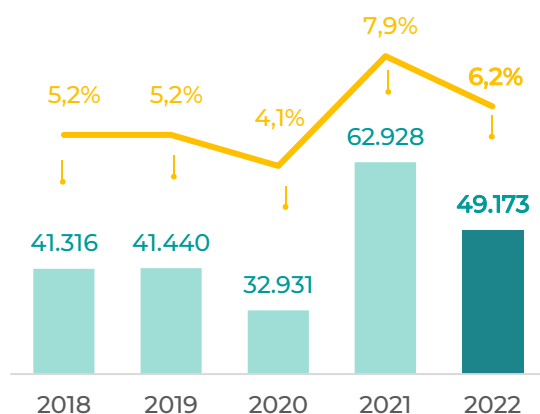
Indicadores Operacionais

Turnover (Troca de lojas)

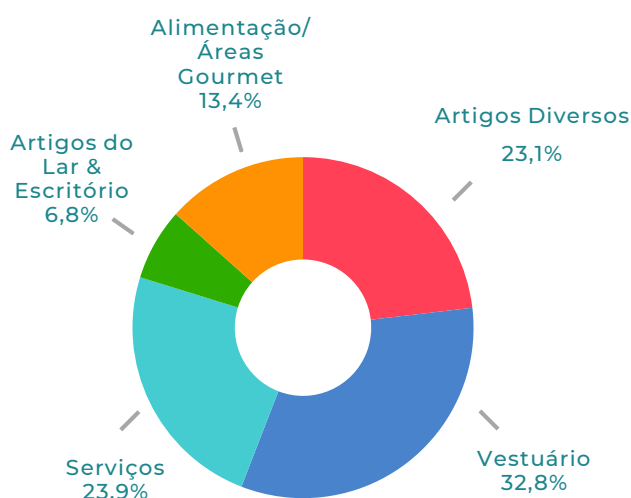
Troca de lojas em ABL (m²) e em % da ABL total¹ (%)



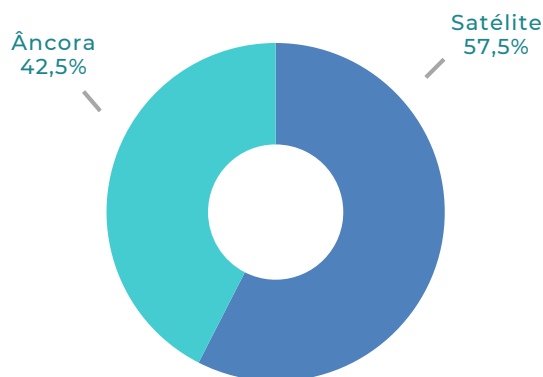
Troca de lojas em ABL (m²) e em % da ABL total¹ (%)



Distribuição da ABL ocupada por segmento – dez/22



Distribuição da ABL ocupada por tipo de loja² – dez/22



¹ ABL administrada pela Multiplan. ABL total do Shopping (excluindo Parque Shopping Maceió e ParkJacarepaguá devido à sua recente abertura).

² As lojas âncoras são lojas qualificadas como tendo, pelo menos, 1.000 m² (10.763 pés quadrados). As lojas satélites são menores, com menos de 1.000 m² (10.763 pés quadrados)).



Indicadores Operacionais

Taxa de ocupação

TAXA DE OCUPAÇÃO

Taxa de ocupação em 2022 supera os níveis de 2021

O portfólio de shoppings centers da Multiplan apresentou uma taxa de ocupação média de 95,2% no trimestre, ligeiramente abaixo do trimestre anterior (-17 p.b.) e 14 p.b. abaixo do 4T21.

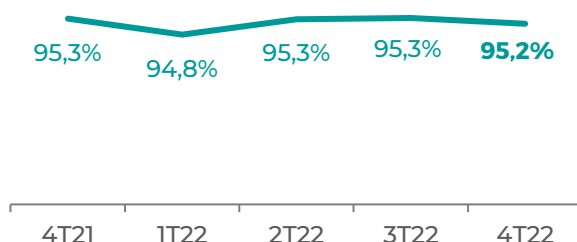
Seis shoppings atingiram uma taxa de ocupação média acima de 98% no 4T22, com o ParkShoppingBarigüi e o MorumbiShopping registrando 100,0% e 99,5%, respectivamente. Ambos os shoppings apresentaram uma taxa acima de 98% ao longo do ano, e uma taxa de inadimplência líquida abaixo da média do portfólio. Tal demanda é um forte indicador da oportunidade de expandir um shopping (página 55).

A saída, em dezembro, de uma loja âncora de vestuário no New York City Center faz parte da estratégia de mudança de mix, uma vez que o shopping está atualmente passando por um processo de revitalização, que se concentra em um *hub* social para as pessoas se reunirem.

A taxa de ocupação média em 2022 foi de 95,2% contra 94,9% em 2021, um aumento de 23 p.b. Comparando os dois anos, o RibeirãoShopping apresentou um dos maiores aumentos na taxa de ocupação (+350 p.b.).

ParkShoppingBarigüi:
taxa de ocupação de 100%
no 4T22 com inadimplência
líquida de -0,1%

Taxa média de ocupação dos shopping centers





Indicadores Operacionais

Custo de ocupação

CUSTO DE OCUPAÇÃO

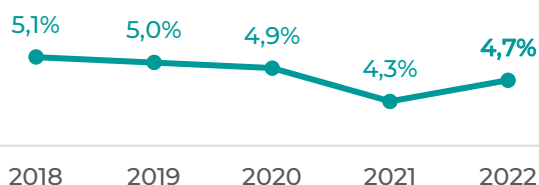
Maiores aluguel e fundo de promoção

O custo de ocupação dos lojistas foi de 13,2% no 4T22 e 13,9% em 2022, aumentando ligeiramente em relação aos números do 4T21 e 2021 (+45 p.b. e +28 p.b., respectivamente). É válido ressaltar que, no 4T22, o custo de ocupação dos lojistas atingiu o nível mais baixo do ano, mantendo a sazonalidade do quarto trimestre. As iniciativas bem sucedidas que centravam-se na redução dos encargos comuns, além das vendas mais elevadas, contribuíram para a redução da participação dos encargos comuns no custo de ocupação em todos os trimestres de 2022.

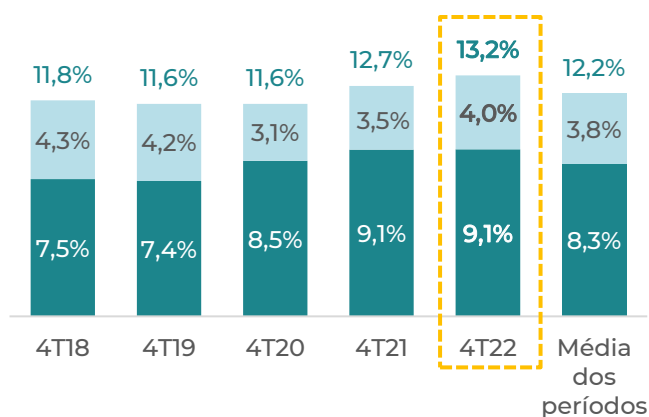
Mais de 700 eventos marcaram um ano inteiro dos shoppings operando em horário regular, após um longo período de distanciamento social.

Encargos comuns anuais

(Encargos comuns = como % das vendas)



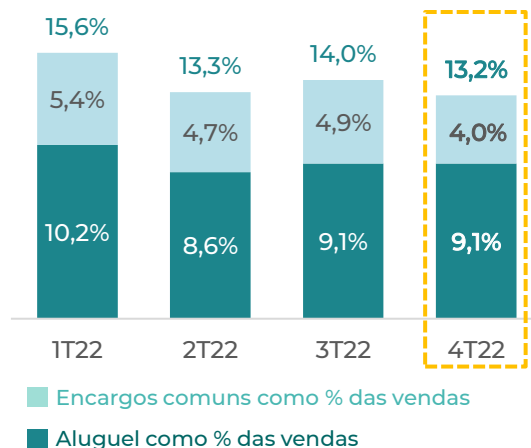
Abertura trimestral do custo de ocupação



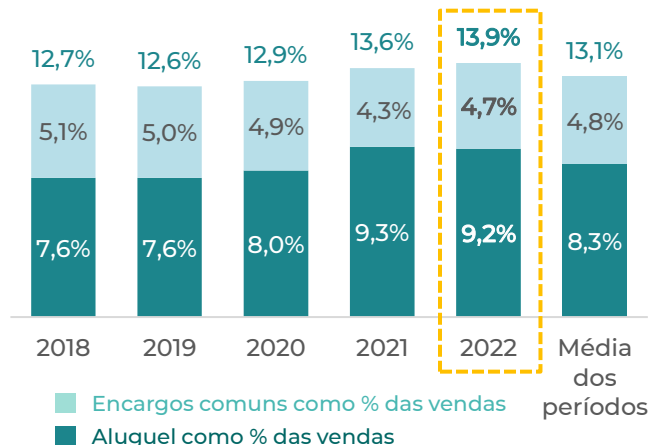
Embora esses eventos tenham ajudado os lojistas da Companhia a atingir vendas recordes, os encargos comuns, como percentual das vendas, se mantiveram abaixo de 2019, demonstrando as eficiências alcançadas no mesmo período.

No 4T22, em uma comparação ano a ano, dado o retorno dos eventos, o fundo de promoção foi mais elevado, o que levou a um aumento da participação dos encargos comuns no custo de ocupação quando comparado com o 4T21 (+56 p.b.), embora ainda 16 p.b. abaixo do registrado no 4T19.

Abertura custo de ocupação 2022



Abertura anual do custo de ocupação





Receita Bruta

Receita bruta

RECEITA BRUTA

Receita bruta do 4T22 impulsionada por aluguel e estacionamento

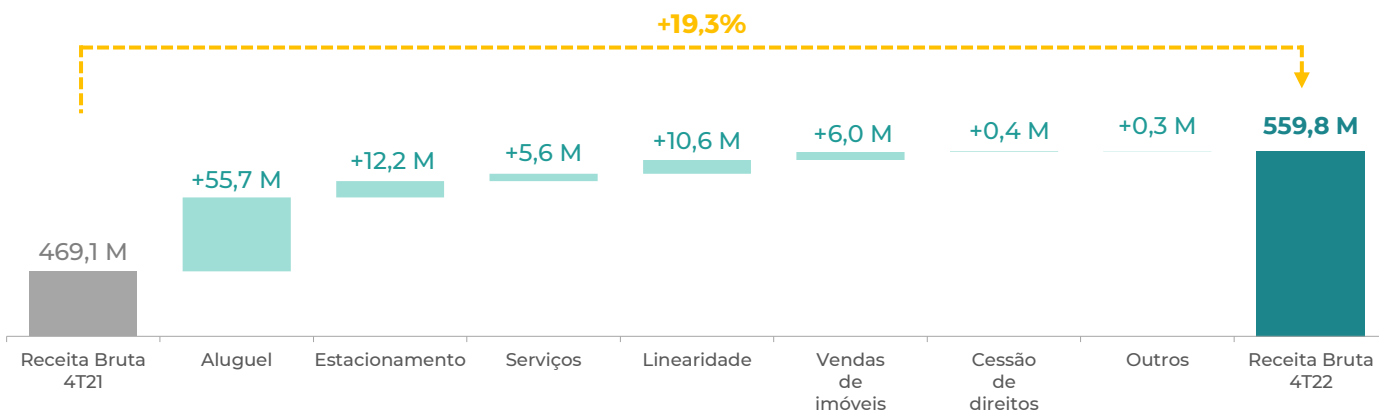
No 4T22, a receita bruta atingiu R\$559,8 milhões, mais uma vez um recorde¹ para a Companhia, com um aumento de 19,3% vs. o 4T21 e 39,6% vs. o 4T19. Este resultado foi corroborado pelo aumento da receita de locação, que representou 88,9% do total da receita bruta.

O aumento de 19,3% na receita de estacionamento (vs. 4T21), totalizando R\$75,4 milhões no 4T22, reflete os ajustes nas tarifas de estacionamento e o crescimento do fluxo de veículos em comparação com o 4T21.

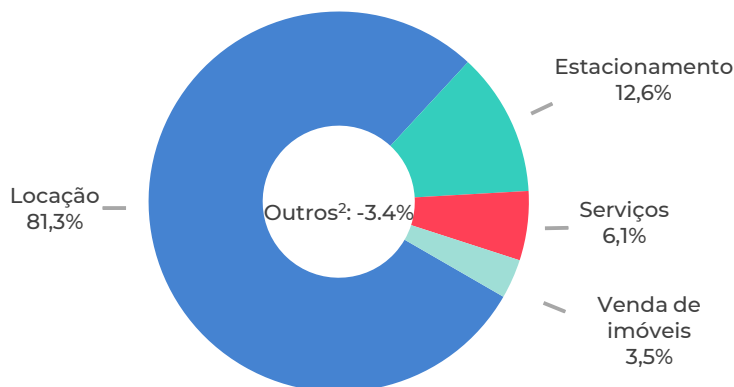
As receitas de serviços, no 4T22, atingiram R\$31,2 milhões, um aumento de 22,0% em relação ao 4T21, principalmente devido ao aumento nas taxas de administração de terceiros. A receita de venda de imóveis, no 4T22, cresceu 193,3% vs. o 4T21, totalizando R\$9,0 milhões. O montante foi impulsionado, principalmente, pelas vendas do projeto residencial Golden Lake.

Em 2022, a receita bruta foi de R\$1.975,1 milhões, um aumento de 40,6% vs. 2021 e 35,3% vs. 2019, beneficiando-se também das receitas de locação e de estacionamento, que, vs. 2021, aumentaram 34,9% e 49,9%, respectivamente.

Evolução da receita bruta (R\$) – 4T22 vs. 4T21



Abertura de receita bruta % – 2022



¹ Excluindo efeitos da venda da Diamond Tower no 3T20.

² "Outros" inclui o efeito da linearidade (-R\$79,3 milhões), cessão de direitos (-R\$5,5 milhões) e outros (R\$16,8 milhões).



Resultados da Participação em Propriedades

Receita de locação

RECEITA DE LOCAÇÃO

A maior receita de locação já registrada

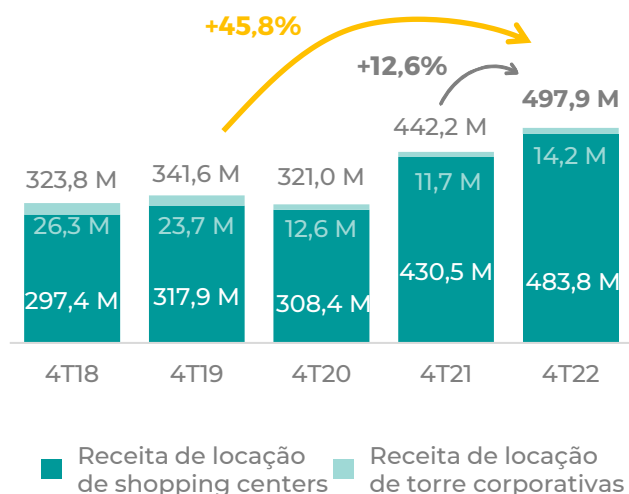
No 4T22, as receitas de locação da Multiplan (incluindo shoppings e torres comerciais) atingiu níveis recordes, alcançando R\$497,9 milhões, +12,6% e +45,8% em comparação com o 4T21 e 4T19, respectivamente.

As receitas de locação dos shoppings representaram 97,2% da receita total de locação, totalizando R\$483,8 milhões no 4T22, e crescendo 12,4% vs. o 4T21 e 52,2% vs. o 4T19.

O aumento de R\$165,9 milhões na receita de locação dos shoppings vs. o 4T19 deveu-se principalmente: (i) ao efeito do reajuste IGP-DI, (ii) à abertura do ParkJacarepaguá em novembro de 2021 (+R\$12,8 milhões no trimestre), e (iii) às aquisições de participações minoritárias¹ no período.

A receita de locação de shoppings, em 2022, atingiu R\$1.550,1 milhões, o montante mais alto já registrado, +35,8% vs. 2021 e 50,8% acima dos números de 2019.

Abertura da receita de locação (R\$) – 4T22



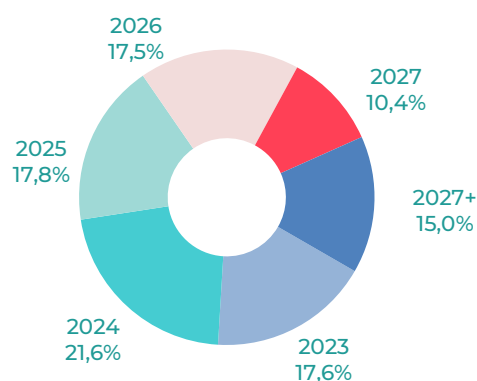
¹ Aquisição de participações no ParkShopping, ShoppingSantaÚrsula e ParkShopping Canoas.

² Não considera o Parque Shopping Maceió.

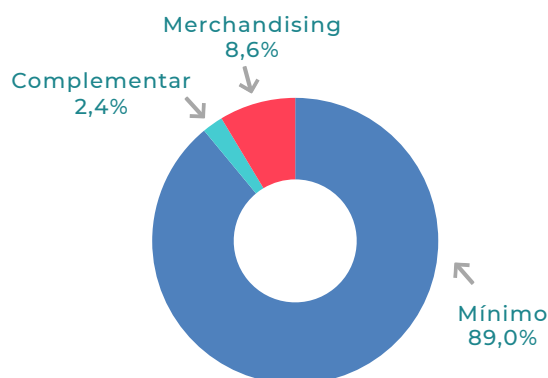
Apenas 17,6% dos contratos de locação expirando em 2023

No final do 4T22, o cronograma de renovação de contratos de locação indica que 474 contratos deverão expirar em 2023, o equivalente a 17,6% da receita de locação do portfólio², dada a estratégia proativa de renegociação da Companhia e de alteração do seu mix de lojistas.

Cronograma de renovação de contratos² (% receita de locação) – 4T22



Abertura da receita de locação% – 4T22





Estudo de Caso

Diversificando o mix de lojistas

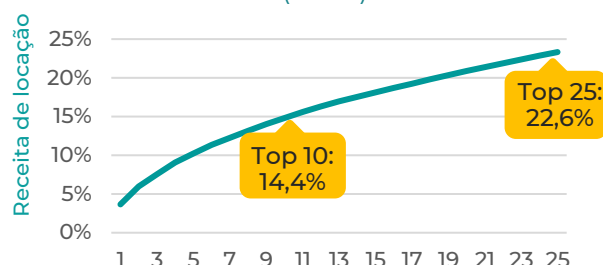
DIVERSIFICANDO O MIX DE LOJISTAS

Mais de 1.500 marcas e 6.000 lojas

2022 foi um ano de quebra de recordes para a Companhia, com a receita de locação e as vendas dos lojistas atingindo níveis recordes. A fim de se colocar como um portfólio de shoppings de sucesso, atrativo para os seus clientes e lojistas, a Multiplan tem diversificado o seu mix de lojistas para oferecer mais experiências nos seus shoppings.

O portfólio atual da Companhia inclui 20 shoppings, divididos em cinco segmentos, 69 atividades, mais de 1.500 marcas e 6.000 lojas. O mix diversificado reflete o foco constante da Multiplan nos seus clientes e nas tendências. Assim, além de oferecer um mix de qualidade aos seus clientes, a Companhia pode obter uma receita de locação diversificada através da diversificação do seu mix de lojas.

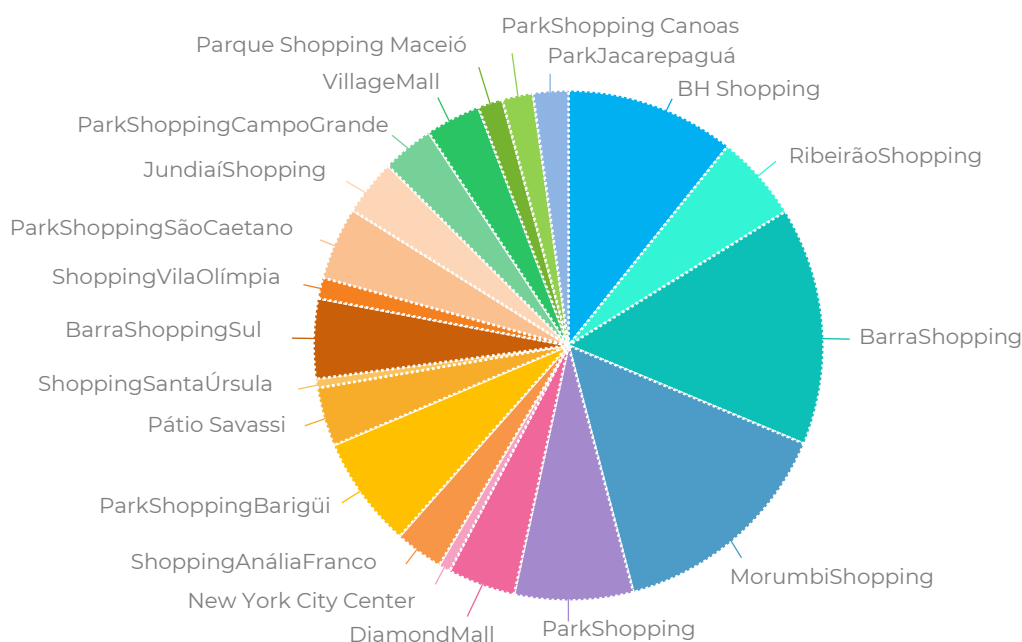
Diversificação da receita de locação¹ entre as maiores redes varejistas (2022)



Número de rede varejistas

O gráfico acima ilustra a heterogeneidade da receita de locação da Multiplan, em que a maior rede varejista representa menos de 5% da receita de locação. Esta baixa concentração atenua o impacto de uma loja específica ou mesmo a saída de uma rede de lojas. Adicionalmente, deve ser enfatizado que a saída de uma loja âncora pode ser uma oportunidade de "satelização", o que traz uma receita/m² mais elevada.

Diversificação da receita de locação¹ entre os ativos



¹ Números referentes ao ano de 2022 e aos 20 shopping centers da Multiplan.



Resultados da Participação em Propriedades

Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR) e Efeito da linearidade

ALUGUEL NAS MESMAS LOJAS (SSR)

Depois de crescer 73,7% em 2021, o SSR cresce mais 38,1%

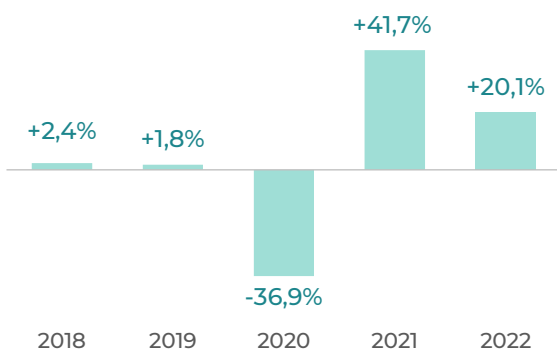
Em 2022, o aluguel nas mesmas lojas (SSR) no portfólio da Multiplan aumentou 38,1% vs. 2021, o que implicou em um crescimento real do SSR de 20,1% em relação ao ano anterior.

Em comparação com 2019, o SSR apresentou um aumento de 58,2% em 2022. Vale destacar que, em 2022, metade do portfólio da Companhia apresentou um crescimento de SSR superior a 50% em relação a 2019.

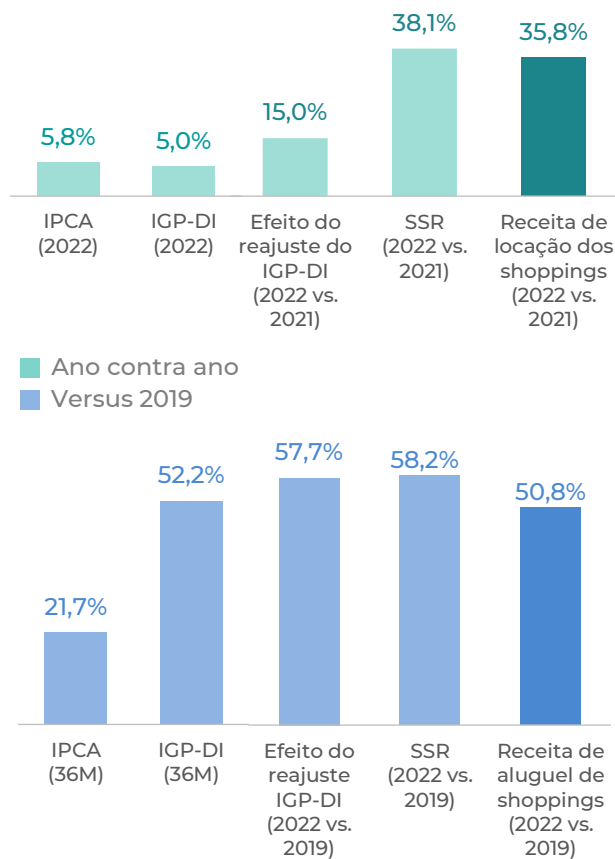
No 4T22, o SSR aumentou 14,7% vs. o 4T21, refletindo um crescimento real do SSR de 2,0% em relação ao ano anterior.

O efeito do reajuste do IGP-DI apresentado no gráfico reflete os ajustes de inflação aos contratos de locação da Companhia ao longo do período. Para uma simulação simplificada do cálculo do efeito do reajuste do IGP-DI, consulte a planilha disponível no site de RI [\[Link\]](#).

Evolução SSR real (ano contra ano)



Índices e crescimento de aluguel



EFEITO DA LINEARIDADE

Efeito do aluguel dobrado impulsionando o quarto trimestre

No 4T22, o efeito negativo da linearidade de R\$55,9 milhões refletiu a combinação dos três efeitos (aluguel sazonal, reajustes contratuais e alterações contratuais devidas à Covid-19), mencionados no Estudo de Caso disponível no site de Relações com Investidores [\(link\)](#) e, neste trimestre, é sobretudo uma consequência do efeito de sazonalidade criado pelo aluguel dobrado ("13º aluguel").

No Relatório de Resultados do 2T22, página 38 [\(link\)](#), a Companhia forneceu o potencial cronograma de amortização das condições Covid-19, não incluindo os outros efeitos da linearidade (sazonais e contratuais).





Resultados da Participação em Propriedades

Receita de locação

Receita de Locação (R\$)	4T22	4T21	Var.% 22 vs. 21	4T19	Var.% 22 vs. 19
BH Shopping	52,6 M	46,6 M	+13,0%	36,9 M	+42,7%
RibeirãoShopping	26,3 M	22,8 M	+15,4%	16,8 M	+56,3%
BarraShopping	73,6 M	64,3 M	+14,5%	49,0 M	+50,4%
MorumbiShopping	70,8 M	64,0 M	+10,6%	48,6 M	+45,8%
ParkShopping	34,6 M	35,0 M	-1,1%	18,6 M	+85,5%
DiamondMall	20,0 M	18,9 M	+5,7%	15,7 M	+27,5%
New York City Center	3,4 M	2,6 M	+33,9%	2,9 M	+19,1%
Shopping Anália Franco	14,7 M	13,3 M	+10,8%	10,3 M	+42,8%
ParkShoppingBarigüi	34,8 M	31,5 M	+10,5%	21,9 M	+58,9%
Pátio Savassi	17,8 M	16,0 M	+11,5%	12,4 M	+44,2%
ShoppingSantaÚrsula	2,7 M	2,6 M	+3,3%	1,5 M	+84,2%
BarraShoppingSul	25,0 M	22,2 M	+12,5%	17,1 M	+45,7%
Shopping Vila Olímpia	6,7 M	5,4 M	+24,0%	7,6 M	-12,1%
ParkShoppingSãoCaetano	22,2 M	19,8 M	+11,9%	15,8 M	+40,8%
JundiaíShopping	17,0 M	15,3 M	+11,5%	11,0 M	+54,4%
ParkShoppingCampoGrande	14,9 M	14,0 M	+6,6%	11,2 M	+32,9%
VillageMall	16,2 M	14,7 M	+9,9%	9,6 M	+69,1%
Parque Shopping Maceió	7,7 M	6,5 M	+17,3%	5,4 M	+42,7%
ParkShopping Canoas	9,9 M	8,7 M	+14,6%	5,8 M	+72,0%
ParkJacarepaguá	12,8 M	6,3 M	+102,3%	-	-
Subtotal Shopping Centers	483,8 M	430,5 M	+12,4%	317,9 M	+52,2%
Morumbi Corporate ¹	11,8 M	10,3 M	+15,3%	22,8 M	-48,0%
ParkShopping Corporate	2,3 M	1,5 M	+59,5%	1,0 M	+142,7%
Subtotal Torres Corporativas	14,2 M	11,7 M	+20,8%	23,7 M	-40,3%
Total Portfolio	497,9 M	442,2 M	+12,6%	341,6 M	+45,8%

¹ A Diamond Tower foi vendida em jul/20, uma das duas torres do Morumbi Corporate Tower.





Resultados da Participação em Propriedades

Receita de locação

Receita de Locação (R\$)	2022	2021	Var.% 22 vs. 21	2019	Var.% 22 vs. 19
BH Shopping	166,6 M	119,6 M	+39,3%	113,4 M	+46,9%
RibeirãoShopping	85,3 M	58,6 M	+45,6%	56,6 M	+50,6%
BarraShopping	235,4 M	189,4 M	+24,3%	159,6 M	+47,4%
MorumbiShopping	225,5 M	167,3 M	+34,8%	151,3 M	+49,1%
ParkShopping	112,2 M	91,3 M	+22,9%	61,4 M	+82,8%
DiamondMall	65,3 M	49,6 M	+31,6%	51,4 M	+27,0%
New York City Center	12,1 M	8,8 M	+36,5%	9,6 M	+25,6%
Shopping Anália Franco	47,2 M	34,6 M	+36,6%	33,0 M	+43,0%
ParkShoppingBarigüi	109,2 M	81,3 M	+34,3%	69,1 M	+57,9%
Pátio Savassi	57,7 M	39,8 M	+45,0%	39,4 M	+46,3%
ShoppingSantaÚrsula	8,6 M	6,9 M	+24,3%	5,3 M	+61,0%
BarraShoppingSul	78,6 M	58,6 M	+34,2%	56,7 M	+38,6%
Shopping Vila Olímpia	21,2 M	12,1 M	+75,0%	25,0 M	-15,5%
ParkShoppingSãoCaetano	71,4 M	54,6 M	+30,7%	51,7 M	+38,1%
JundiaíShopping	55,1 M	40,9 M	+34,7%	36,1 M	+52,8%
ParkShoppingCampoGrande	50,1 M	39,4 M	+27,0%	38,7 M	+29,3%
VillageMall	53,7 M	42,9 M	+25,2%	31,9 M	+68,6%
Parque Shopping Maceió	24,6 M	18,6 M	+32,0%	17,4 M	+41,3%
ParkShopping Canoas	30,5 M	21,1 M	+44,6%	20,2 M	+51,1%
ParkJacarepaguá	39,9 M	6,3 M	-	-	-
Subtotal Shopping Centers	1.550,1 M	1.141,8 M	+35,8%	1.027,9 M	+50,8%
Morumbi Corporate ¹	46,1 M	42,1 M	+9,3%	93,5 M	-50,7%
ParkShopping Corporate	8,7 M	6,0 M	+45,1%	3,3 M	+160,7%
Subtotal Torres Corporativas	54,7 M	48,1 M	+13,8%	96,8 M	-43,5%
Total Portfolio	1.604,9 M	1.189,9 M	+34,9%	1.124,7 M	+42,7%

¹ A Diamond Tower foi vendida em jul/20, uma das duas torres do Morumbi Corporate Tower.





Resultados da Participação em Propriedades

Receita de Estacionamento & Despesas de Propriedades

RECEITA DE ESTACIONAMENTO

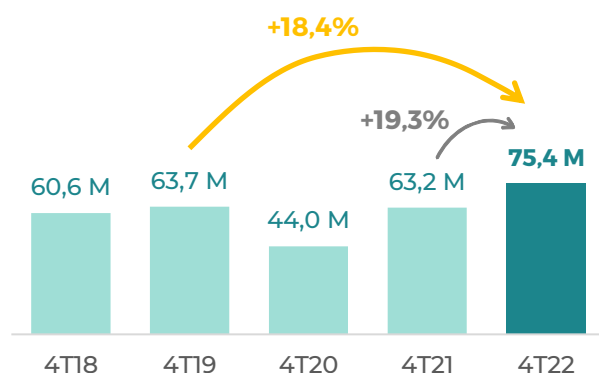
Receita de estacionamento em máxima histórica

A receita de estacionamento, no 4T22, atingiu R\$75,4 milhões, um aumento de 19,3% em comparação com o 4T21, principalmente devido a ajustes nas tarifas de estacionamento e ao crescimento de 5,2% no fluxo de veículos em comparação com o 4T21.

Em relação ao 4T19, a receita de estacionamento cresceu 18,4%, beneficiada: (i) pelos ajustes das tarifas de estacionamento e, (ii) pela abertura do ParkJacarepaguá em 2021.

Em 2022, a receita de estacionamento alcançou a marca de R\$249,6 milhões, subindo 49,9% vs. 2021 e 11,1% vs. 2019.

Evolução da receita de estacionamento (R\$)



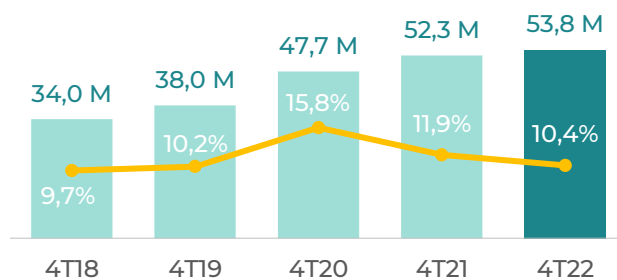
DESPESAS DE PROPRIEDADES

Despesas de propriedades diluídas pelo crescimento das receitas de propriedades

As despesas de propriedades (soma dos shoppings center e torres comerciais), no 4T22, totalizaram R\$53,8 milhões, em linha com o 4T21 (+3,0%) e 41,6% acima do 4T19. O aumento em relação ao 4T19 pode ser explicado (i) pelo aumento da ABL¹ no período, (ii) por maiores despesas de vacância, e (iii) por maiores provisões de inadimplência. O crescimento de 3,0% vs. o 4T21 foi, principalmente, devido a maiores despesas de marketing.

No 4T22, a taxa de inadimplência líquida foi de 3,1%, refletindo uma queda de 148 p.b. vs. o 4T21, não obstante o crescimento de 12,4% nas receitas de locação dos shoppings (vs. 4T21).

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



¹ Aumento da ABL referente a (i) aquisições de participações minoritárias no período e (ii) ao ParkJacarepaguá.



Resultados da Participação em Propriedades

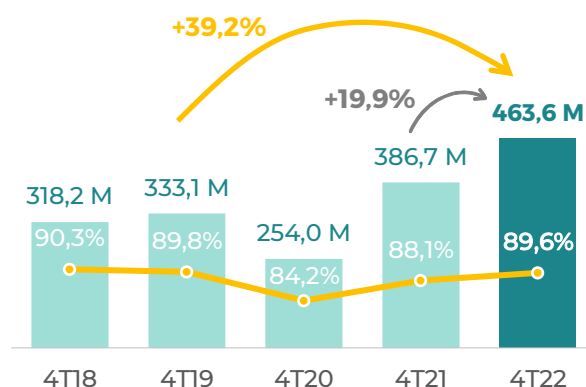
Resultado Operacional Líquido (NOI)

RESULTADO OPERACIONAL LÍQUIDO (NOI)

Máxima histórica do NOI

O Resultado Operacional Líquido (NOI), terminou o trimestre atingindo R\$463,6 milhões, o montante mais elevado já registrado pela Companhia. Além disso, o resultado do 4T22 apresentou um crescimento de 19,9% vs. o 4T21, e 39,2% acima do 4T19. A máxima histórica do NOI foi, principalmente, impulsionada por uma receita de locação de R\$497,9 milhões, e por despesas de propriedades crescendo abaixo da inflação.

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



Em 2022, o NOI atingiu R\$1.561,2 milhões, um aumento de 39,5% e 30,0% em relação a 2021 e 2019, respectivamente.

NOI (R\$)	4T22	4T21	Var.%	4T19	Var.%	2022	2021	Var.%	2019	Var.%
Receita de locação	497,9 M	442,2 M	+12,6%	341,6 M	+45,8%	1.604,9 M	1.189,9 M	+34,9%	1.124,7 M	+42,7%
Apropriação da receita de aluguel linear	(55,9 M)	(66,5 M)	-15,9%	(34,3 M)	+63,3%	(79,3 M)	(53,0 M)	+49,7%	(3,2 M)	+2.385,2%
Receita de estacionamento	75,4 M	63,2 M	+19,3%	63,7 M	+18,4%	249,6 M	166,5 M	+49,9%	224,6 M	+11,1%
Receita operacional	517,4 M	439,0 M	+17,9%	371,1 M	+39,4%	1.775,2 M	1.303,4 M	+36,2%	1.346,1 M	+31,9%
Despesas de propriedades	(53,8 M)	(52,3 M)	+3,0%	(38,0 M)	+41,6%	(214,0 M)	(184,4 M)	+16,0%	(144,9 M)	+47,7%
NOI	463,6 M	386,7 M	+19,9%	333,1 M	+39,2%	1.561,2 M	1.118,9 M	+39,5%	1.201,2 M	+30,0%
Margem NOI	89,6%	88,1%	+150 p.b.	89,8%	-16 p.b.	87,9%	85,8%	+209 p.b.	89,2%	-129 p.b.





Estudo de Caso

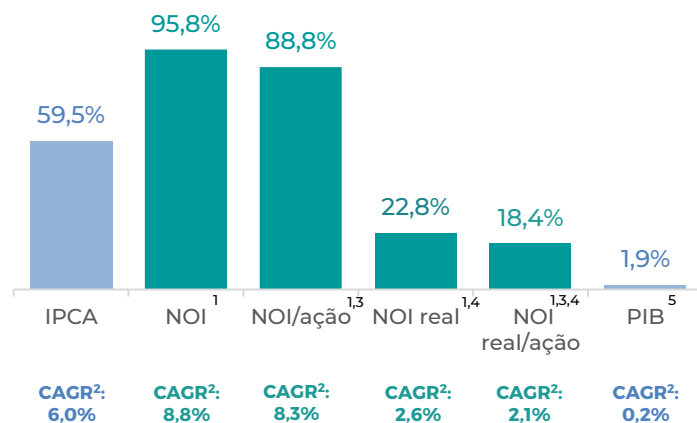
NOI – Crescimento sobre crescimento

Crescimento sobre crescimento

Em 2022, o NOI registrou um novo recorde. Essa contínua geração de valor pode ser decomposta em dois tipos de ativos: Shoppings Novos e Shoppings Consolidados.

Este Estudo de Caso explorará o crescimento do NOI total da Empresa, o NOI na base de mesmos shoppings, além de fornecer uma atualização do estudo apresentado na Reunião Pública de 2019 ([link](#)), slide 32.

Indicadores de crescimento: 2014-2022



(i) NOI Total: “Inclui tudo e diz tudo”

Desde 2014, após a entrega de sete projetos *greenfield* (cinco shoppings e duas torres comerciais) em menos de três anos, o NOI cresceu 95,8%¹, apresentando CAGR² de 8,8%. O crescimento foi impulsionado pela própria geração de caixa, de uma estratégia de crescimento sustentável destacada por um CAGR² do NOI/ação de 8,3%³. Parte desse aumento foi acompanhado pela inflação, embora uma parte significativa tenha sido efetivamente um crescimento real (NOI real de 22,8%⁴), que excedeu o PIB⁵ brasileiro (1,9%) no mesmo período.

¹ Considera todos os 20 shoppings e duas torres corporativas da Companhia.

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

³ Para o cálculo do NOI/ação, o número de ações foi ajustado de acordo com o split realizado em 2018.

⁴ O NOI real foi calculado deflacionando o NOI reportado pelo IPCA (Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo).

⁵ Considera a projeção do IPEA (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada) de 3,1% para o PIB de 2022.





Estudo de Caso

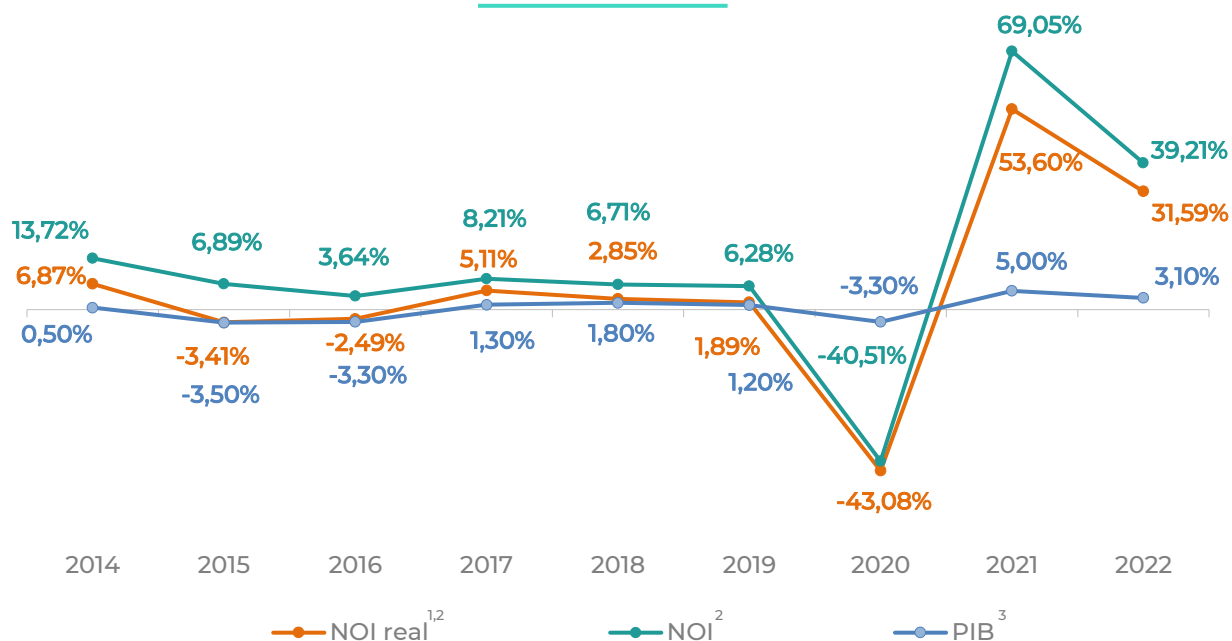
NOI – Crescimento sobre crescimento

(ii) CAGR do NOI real de 2,2% na base de mesmos shoppings

O Brasil vem enfrentando um período desafiador desde 2014, no entanto, considerando apenas os primeiros 13 shoppings² da Companhia, o NOI da Multiplan cresceu 90,3% numa base nominal e 19,3%¹ numa base real.

Durante este período, a Multiplan continuou desenvolvendo expansões e adquirindo participações em seus shoppings, levando o NOI real/m² a crescer 9,3%^{1,4}, com um CAGR de 1,1%⁴.

Crescimento anual NOI: Base de mesmos shoppings vs. PIB



¹ O NOI real foi calculado deflacionando o NOI reportado pelo IPCA (Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo).

² Considera os 13 shoppings da Multiplan inaugurados até 2011.

³ Considera a projeção do IPEA (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada) de 3,1% para o PIB de 2022.

⁴ Em uma base de mesmos shoppings e considerando somente a ABL ocupada.





Estudo de Caso

NOI – Crescimento sobre crescimento

(iii) Mais uma razão para amar projetos *greenfield*

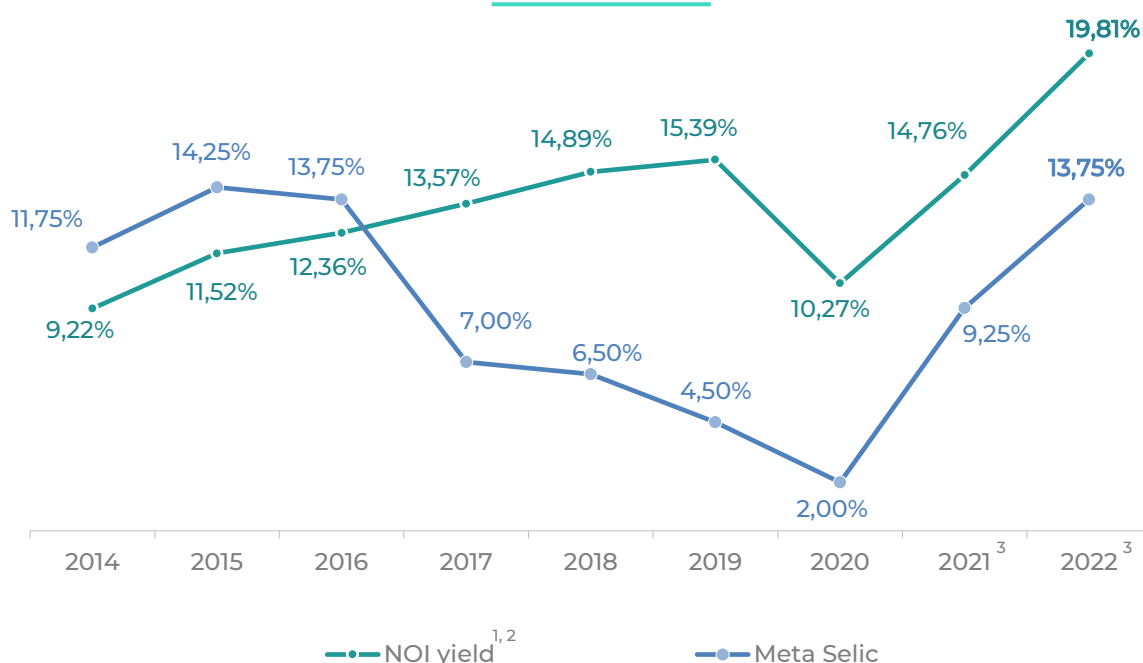
Projetos *greenfield* são as sementes de crescimento da Multiplan, e podem levar ao desenvolvimento de uma região, novas expansões, novos projetos multiuso, crescimento orgânico e criação de valor. O desenvolvimento e consolidação de um shopping leva tempo, como destacado no slide 32 da Reunião Pública de 2019 da Multiplan ([link](#)).

No referido material, a Multiplan apresentou o NOI Yield dos seus sete projetos *greenfield* entregues entre 2012 e 2014. Em 2019, o resultado já tinha ultrapassado a taxa de juros brasileira (Selic) e a marca de 15%. Agora, após três desafiadores anos, o NOI Yield dos projetos da empresa encontram-se em 19,8%^{1,2}, com os shoppings (20,1%¹) excedendo os *yields* das torres corporativas (18,4%¹), cujo amadurecimento é mais rápido.

O crescimento está no nosso DNA, a qualidade no nosso coração

O crescimento do NOI da Multiplan deriva de um foco constante em inovação e qualidade. Enquanto uma gestão ativa dos Shoppings Consolidados consistentemente conduz ao crescimento do NOI e à geração de caixa, o investimento de longo prazo em Novos Shoppings de qualidade alavanca este crescimento e a criação de valor da empresa.

NOI Yield vs. Meta Selic



¹ NOI dos ativos dividido pelos seus respectivos CAPEX, líquido de cessão de direitos. Números ponderados pela participação da Multiplan.

² Considera os projetos inaugurados entre 2011 e 2013: ParkShoppingSãoCaetano, JundiaíShopping, ParkShoppingCampoGrande, VillageMall, Parque Shopping Maceió, Morumbi Corporate e ParkShopping Corporate.

³ Em 2021 e 2022, o CAPEX do Morumbi Corporate foi ajustado para refletir a venda da Diamond Tower em julho de 2020..



Resultados da Gestão de Portfólio

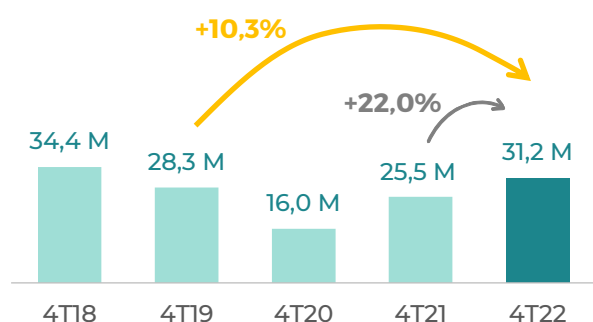
Receita de Serviços, Despesas G&A, Remun. Baseada em Ações

RECEITA DE SERVIÇOS

Receita de serviços crescendo 22,0%

No 4T22, a receita de serviços atingiu R\$31,2 milhões, apresentando um crescimento de 22,0% vs. o 4T21, impulsionada principalmente por taxas de condomínio mais elevadas (devido à entrega do ParkJacarepaguá em nov/21) e maiores taxas de administração de terceiros. A linha apresentou um crescimento inferior em relação ao 4T19 (+10,3%), principalmente devido a aquisições de participações no período.

Receita de serviços (R\$)

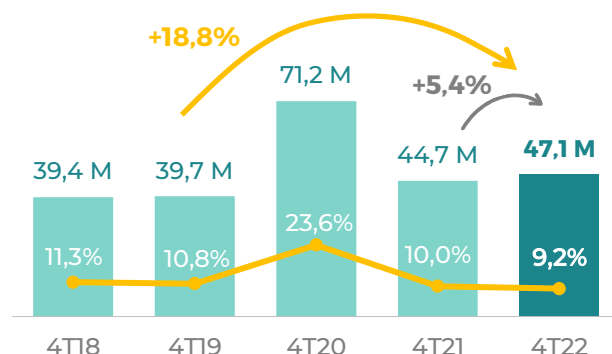


DESPESAS GERAIS & ADMINISTRATIVAS

Despesas G&A abaixo da inflação

As despesas gerais e administrativas da Multiplan terminaram o trimestre em R\$47,1 milhões, aumentando 5,4% vs. o 4T21 e 18,8% vs. o 4T19. É válido destacar a taxa de inflação IPCA¹ de 21,7% para o período (36 meses), destacando a eficiência da empresa

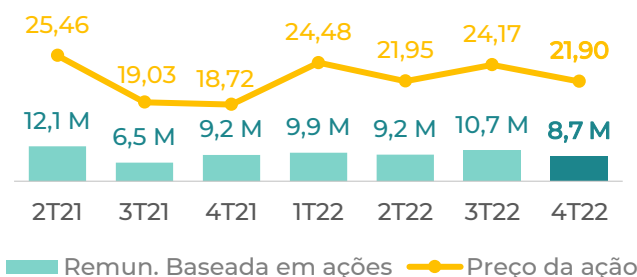
Evolução das despesas de G&A (R\$) e como % da receita líquida



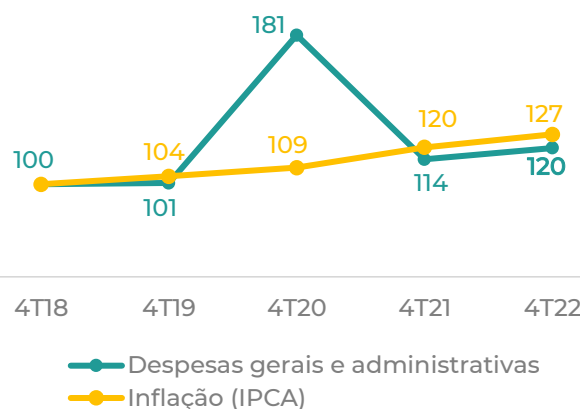
REMUNERAÇÃO BASEADA EM AÇÕES

No 4T22, as despesas com remuneração baseada em ações atingiram R\$8,7 milhões, queda de 5,7% e 61,6% vs. o 4T21 e o 4T19, respectivamente. A última janela de exercício, em junho de 2022, do programa Phantom foi a principal razão para a diferença entre o 4T21 e o 4T19. Ressalta-se que a Companhia não concedeu um novo plano de opção de compra de ações em 2022.

Remuneração baseada em ações e preço da ação (R\$)



Evolução das despesas G&A vs. inflação¹ (base 100)



¹IPCA ("Índice de Preços ao Consumidor Amplo").



Resultados de Empreendimentos Imobiliários

Resultados de Empreendimentos Imobiliários

EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS

Golden Lake acrescenta mais R\$12,2 milhões

As obras de construção da primeira fase do projeto Golden Lake estão em andamento, 52,4% da sua área privativa já foi vendida, representando 49 unidades dos 34.000 m² da área privativa do Lake Victoria.

No 4T22, a receita de venda de imóveis totalizou R\$9,0 milhões, com a receita do projeto Golden Lake no valor de R\$12,2 milhões, parcialmente compensada pelo distrato de projetos anteriores.

O custo dos imóveis vendidos foi de R\$7,8 milhões no trimestre, principalmente em decorrência dos custos (sujeitos à metodologia *Percentage of Completion* - PoC) do desenvolvimento do Golden Lake, que totalizaram R\$8,8 milhões no 4T22.

Despesas com projetos para venda somaram R\$11,2 milhões, na sua maioria relacionadas às despesas de marketing do projeto Golden Lake¹.

As receitas e os custos relacionados ao projeto Golden Lake são contabilizados segundo a metodologia PoC. Um estudo de caso sobre essa metodologia está disponível no site do RI ([link](#)).

¹ Diferente das receitas e custos, as despesas de marketing não são contabilizadas com base na metodologia *Percentage of Completion* (PoC).



Lago principal (Main Lake) no Golden Lake



Resultados de Empreendimentos Imobiliários

Banco de Terrenos

BANCO DE TERRENOS

Multiplan detém potencial para desenvolver 790.888 m² de projetos multiuso

Atualmente a Multiplan possui 693.765 m² de terrenos para futuros projetos multiuso. Com base em estudos internos, a Companhia estima uma área privativa para venda de aproximadamente 790 mil m² a serem desenvolvidos. Todas as áreas listadas são integradas aos shoppings da Companhia e deverão ser utilizadas para o desenvolvimento de projetos multiuso.

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

Localização do terreno (shopping próximo)	% Mult. ¹	Área terreno (m ²)	Área potencial para venda (m ²)
BarraShoppingSul ²	100%	155.438	259.875
JundiaíShopping	100%	4.500	8.030
ParkShoppingBarigüi	93%	28.214	26.185
ParkShoppingCampo Grande	52%	317.755	114.728
ParkShopping Canoas	82%	18.721	21.331
ParkShopping SãoCaetano	100%	35.535	81.582
Parque Shopping Maceió	50%	24.767	34.000
RibeirãoShopping	100%	43.035	121.047
ShoppingAnáliaFranco	36%	29.800	92.768
VillageMall	100%	36.000	31.340
Total	73%	693.765	790.888

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

² A primeira fase do projeto Golden Lake (22.162 m² de área de terreno e 34.254 m² de área privativa para venda) foi removida da lista, pois já se encontra em desenvolvimento.





Resultados Financeiros

EBITDA

EBITDA

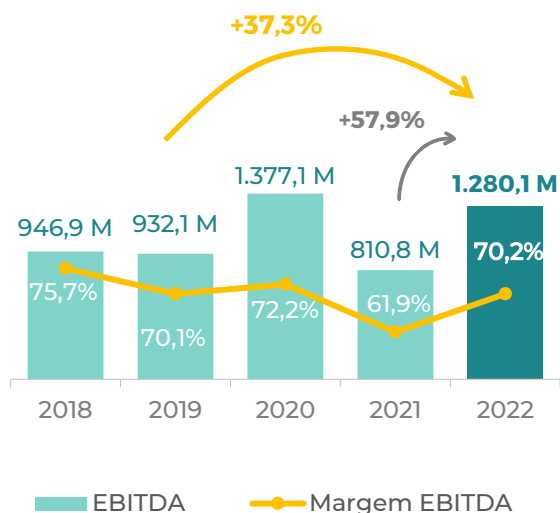
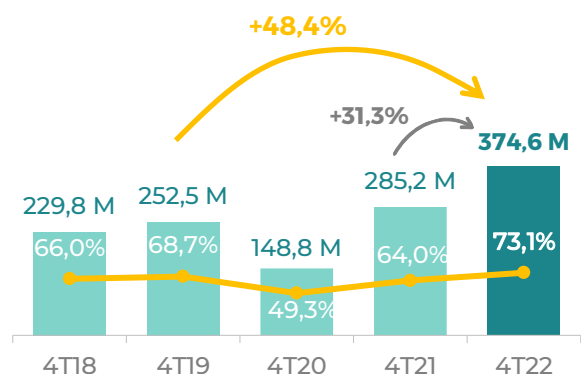
O EBITDA cresce 31,3% no 4T22, expandindo a sua margem em 912 p.b.

O EBITDA totalizou R\$374,6 milhões no 4T22, um recorde na história da Multiplan para um quarto trimestre, crescendo 31,3% vs. o 4T21 e 48,4% vs. o 4T19.

Em 2022, o EBITDA atingiu R\$1.280,1 milhões, um aumento de 57,9% em relação a 2021, e 37,3% acima de 2019. O forte resultado foi especialmente impulsionado pelo sólido aumento da receita de locação tanto vs. 2021 como vs. 2019.

O EBITDA de 2022, contribuiu para uma redução na relação Dívida líquida/EBITDA, de 1,72x no final de Setembro para 1,63x no final do ano, apesar dos desembolsos de JCP (juros sobre o capital próprio) e CAPEX ao longo de 2022.

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



RibeirãoShopping



BarraShopping



Resultados Financeiros

Endividamento e Disponibilidades

ENDIVIDAMENTO E DISPONIBILIDADES

Alavancagem em 1,63x, menor nível em 10 anos

A dívida bruta totalizou R\$3.109,8 milhões ao final de dez/22, um pouco abaixo dos R\$3.210,0 reportados em set/22. A Multiplan finalizou o trimestre com uma posição de caixa de R\$1.028,2 milhões, enquanto a dívida líquida alcançou R\$2.081,6 milhões.

Os principais desembolsos de caixa foram relacionados a:

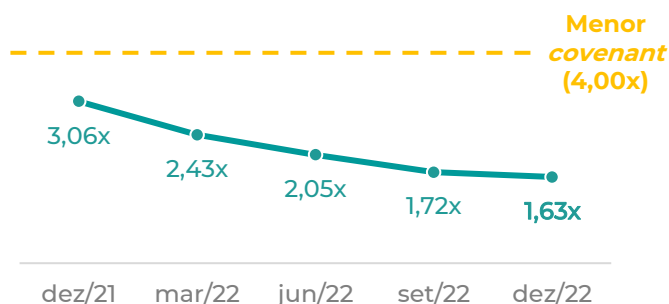
- (i) amortizações programadas no valor de R\$406,8 milhões;
- (ii) R\$50,7 milhões em CAPEX, principalmente relacionado a expansões e revitalizações de shoppings (página 55); e
- (iii) R\$27,6 milhões em recompra de ações (página 19).

Esses desembolsos foram compensados pela liquidação da 11ª emissão de debêntures, em outubro, no valor de R\$300,0 milhões, e os R\$343,4 milhões de FFO registrados no trimestre.

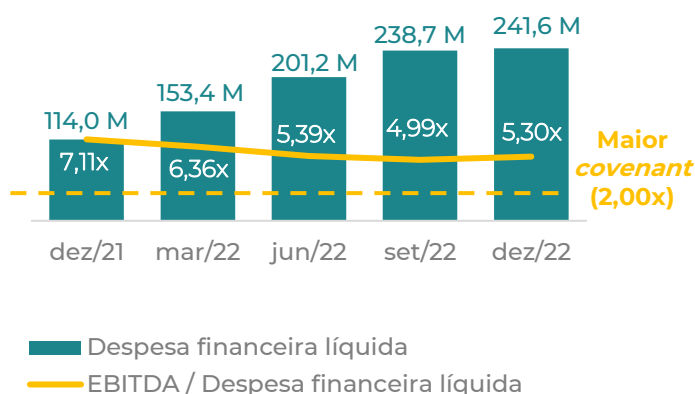
Adicionalmente, a forte posição de caixa e os R\$1.280,1 milhões de EBITDA registrados em 2022, trouxeram à Companhia a alavancagem mais baixa em 10 anos¹, com a relação Dívida Líquida/EBITDA atingindo 1,63x no final de dez/22.

¹Desconsiderando a venda da Diamond Tower no 3T20.

Evolução da dívida líquida/EBITDA



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



Indicadores Financeiros (R\$)	31/12/22	30/09/22	Var. %
Dívida Bruta	3.109,8 M	3.210,0 M	-3,1%
Posição de Caixa	1.028,2 M	1.157,8 M	-11,2%
Dívida Líquida	2.081,6 M	2.052,2 M	+1,4%
EBITDA 12M	1.280,1 M	1.190,8 M	+7,5%
Valor justo das propriedades para investimentos	25.745,0M	23.667,6 M	+8,8%
Dívida Líquida/EBITDA	1,63x	1,72x	-5,6%
Dívida Bruta/EBITDA	2,43x	2,70x	-9,9%
EBITDA/Despesa Financeira Líquida	5,30x	4,99x	+6,2%
Dívida Líquida/Valor Justo	8,1%	8,7%	-113 p.b.
Dívida Total/Patrimônio Líquido	0,47x	0,49x	-3,7%
Dívida Líquida/Valor de Mercado	15,8%	14,1%	+169 p.b.
Prazo Médio de Amortização (meses)	41	37	+10,9%



Resultados Financeiros

Endividamento e Disponibilidades

Forte posição de caixa

No 4T22, as despesas financeiras atingiram R\$106,6 milhões, um aumento de 19,9% em relação ao 4T21. O aumento da taxa básica de juros do Brasil (Selic), de 9,25% para 13,75% (+450 p.b.) no período, foi a principal razão para o aumento das despesas financeiras, já que 84,4% da dívida da Companhia está indexada ao CDI.

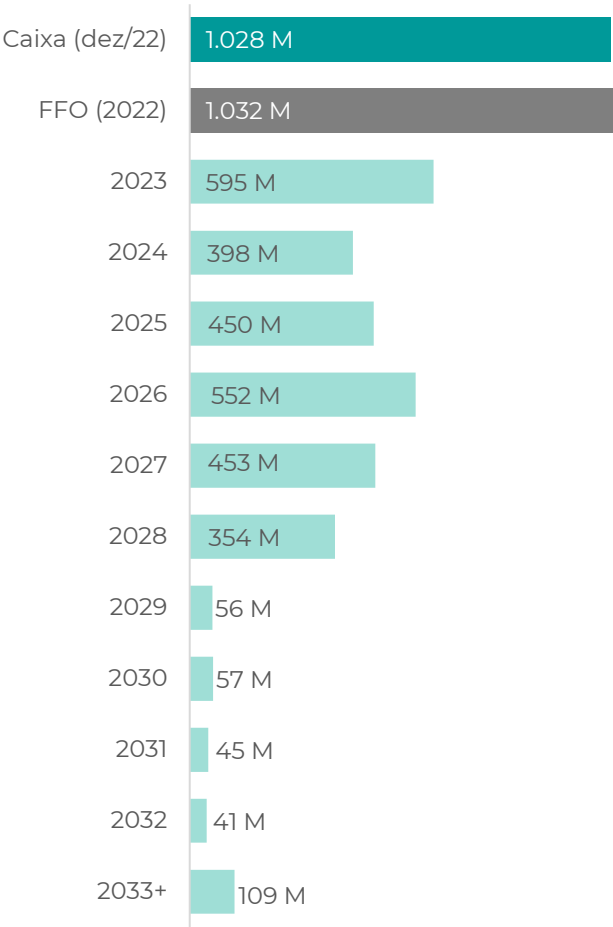
O custo médio da dívida da Companhia³, em dez/22, estava 6 p.b. acima da taxa Selic, em 13,81%.

Indexadores do endividamento (a.a.) – dez/22

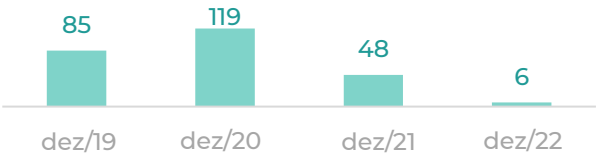
	Desempenho do Indexador	Taxa de juros média ¹	Custo da dívida	Dívida bruta ³ (R\$)
TR	1,62%	8,30%	9,92%	368,6 M
CDI	13,75%	0,96%	14,71%	2.625,4 M
Outros ²	5,78%	0,00%	5,78%	115,7 M
Total	12,02%	1,79%	13,81%	3.109,8 M

¹ Média ponderada da taxa anual.
² “Outros” inclui IPCA e outros índices.
³ A dívida da Companhia é denominada em moeda local.

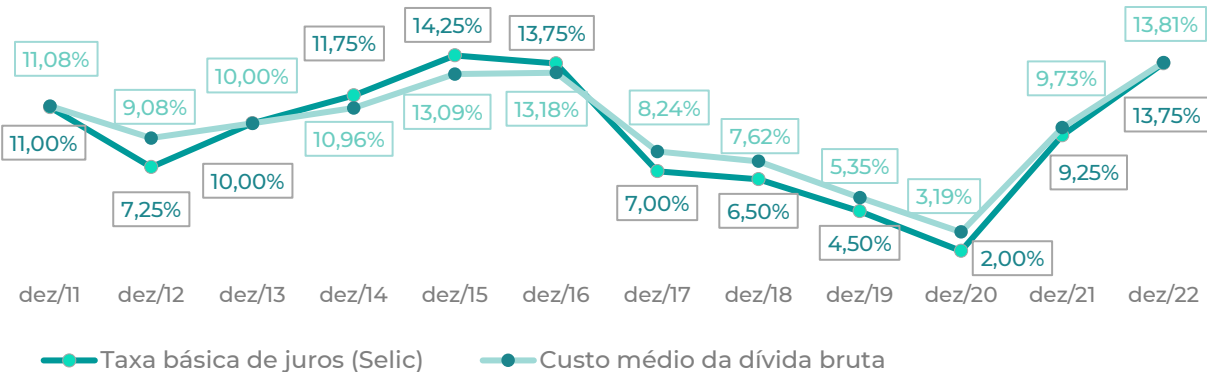
Cronograma de amortização da dívida bruta em 31/dez/22 (R\$)



Spread do custo da dívida sobre a Selic (p.b.)



Custo médio da dívida bruta (% a.a.)





Resultados Financeiros

Endividamento e Disponibilidades

Alocação tática de capital

No final de 2022, a posição de caixa da Multiplan era de R\$1.028,2 milhões, um aumento de 31,3% em relação a dez/21. As principais entradas e saídas de caixa ao longo do ano foram:

Entradas:

- (i) O FFO totalizou R\$1.032,5 milhões, um aumento de 47,1% vs. 2021. Este aumento foi impulsionado pelo crescimento das receitas de venda de imóveis (+842,2%), favorecido pelas vendas do projeto residencial Golden Lake; das receitas de locação (+34,9%) e pela queda de 88,2% nas despesas de projetos para locação.
- (ii) 11ª emissão de debêntures, em out/22, no valor de R\$300,0 milhões.

Saídas:

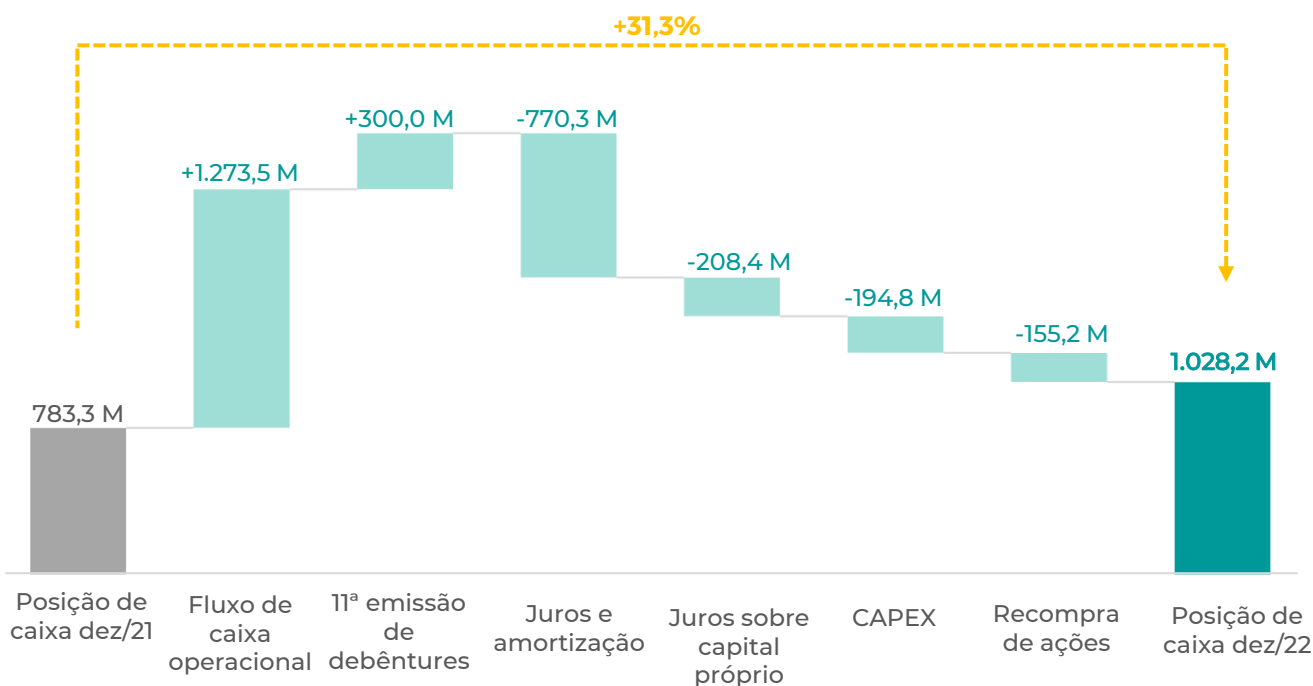
- (i) Amortização da dívida programada no valor de R\$770,3 milhões.

- iv. Desembolso de R\$208,4 milhões como juros sobre o capital próprio aos acionistas.
- v. R\$194,8 milhões como investimentos (CAPEX), mantendo a estratégia de crescimento sustentável da Companhia.
- vi. R\$155,2 milhões em recompra de ações, que representam 7,1 milhões de ações recompradas (página 19).

Além disso, em dez/22 a Companhia anunciou R\$175 milhões em JCP (juros sobre capital próprio) a serem pagos até dez/23.

É importante ressaltar que a estratégia da Multiplan levou a uma forte posição de caixa e a uma diminuição da relação Dívida Líquida/EBITDA de 3,06x em dez/21 para 1,63x em dez/22. A Companhia continua empenhada em uma alocação de capital eficiente e uma forte posição de caixa, tal como apresentado no gráfico abaixo.

Fluxo de caixa (R\$)





Resultados Financeiros

Lucro Líquido

LUCRO LÍQUIDO

Lucro líquido de 2022 cresce 69,8% vs. 2021 e 63,3% vs. 2019

No 4T22, o lucro líquido totalizou R\$239,0 milhões (margem líquida de 46,7%), refletindo um crescimento de 11,9% vs. o 4T21 e 68,0% vs. o 4T19. O crescimento foi principalmente impulsionado pelo:

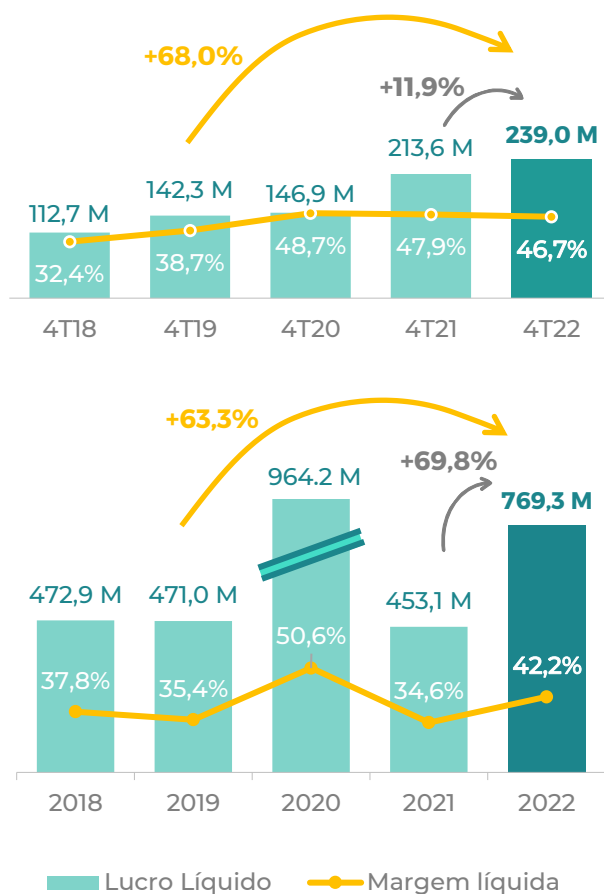
(i) aumento nas receitas líquidas: +14,9% vs. o 4T21 e +39,4% vs. o 4T19, e

(ii) queda na linha de depreciações e amortizações quando comparado ao 4T21 (-10,9%) e ao 4T19 (-10,4%).

O aumento de 19,9% nas despesas financeiras, vs. o 4T21, devido a taxas de juros mais elevadas no período, compensou parcialmente o desempenho do lucro líquido neste trimestre.

O lucro líquido de 2022 foi de R\$769,3 milhões, refletindo um aumento de 69,8% vs. o 4T21 e 63,3% vs. o 4T19.

Lucro líquido (R\$) e margem (%)





Resultados Financeiros

FFO

FLUXO DE CAIXA OPERACIONAL (FFO)

FFO: um recorde, como os outros resultados

O Fluxo de Caixa Operacional (FFO) totalizou R\$343,3 milhões, o maior FFO já registrado pela Multiplan (desconsiderando o 3T20, que beneficiou-se da venda da Diamond Tower). O montante apresentou um aumento de 11,4% vs. o 4T21 e de 48,7% vs. o 4T19.

O FFO em 2022 também atingiu seu nível mais alto (desconsiderando 2020, que beneficiou-se da venda da Diamond Tower), alcançando R\$1.032,5 milhões. O montante representa um crescimento de 47,1% vs. 2021 e 46,8% vs. 4T19.

CAGR do FFO/ação: dois dígitos durante 5 anos

O FFO/ação¹ da Multiplan cresceu 48,6% em 2022 vs. 2021 e, desde 2017, a Companhia entregou um CAGR² do FFO/ação de 13,4%, percentual que supera a taxa de juros (Selic) no período (taxa média anual de 7,1%) e reforça o perfil de crescimento da empresa.

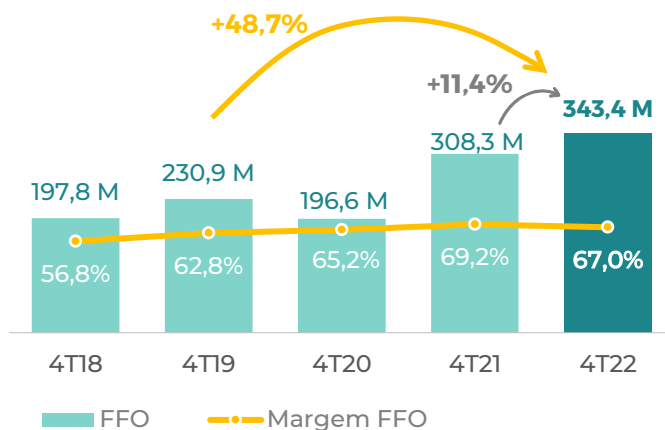
Tal crescimento vem sendo alcançado com geração própria de caixa, sem diluir seus acionistas e impulsionado pela recompra de 21,3 milhões de ações no período. A Companhia segue buscando o crescimento como um dos principais direcionadores da estratégia de geração de valor do FFO/ação.

¹ Considera as ações em circulação no final de cada período excluindo as ações detidas em tesouraria e ajustado pelo split em três ações (1:3) do mesmo tipo e classe ocorrido em 2018.

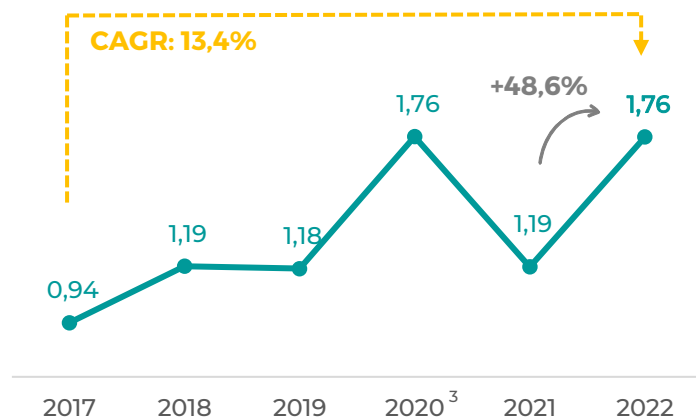
² CAGR (Compound Annual Growth Rate) se refere a taxa de crescimento anual composto.

³ O FFO de 2020 foi beneficiado pela venda da Diamond Tower em jul/20.

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



FFO por ação¹ (R\$)



FFO (R\$)	4T22	4T21	Var.%	4T19	Var.%	2022	2021	Var.%	2019	Var.%
Lucro Líquido	239,0 M	213,6 M	+11,9%	142,3 M	+68,0%	769,3 M	453,1 M	+69,8%	471,0 M	+63,3%
(-) Depreciações e amortizações	(51,7 M)	(58,1 M)	-10,9%	(57,8 M)	-10,4%	(208,5 M)	(202,8 M)	+2,8%	(222,8 M)	-6,4%
(-) Imposto de renda e contrib. social diferidos	3,3 M	29,9 M	-89,0%	3,4 M	-2,2%	24,5 M	6,9 M	+256,6%	(6,4 M)	n.d.
(-) Aprop. receita de aluguel linear	55,9 M	66,5 M	-15,9%	34,3 M	+63,3%	79,3 M	53,0 M	+49,7%	3,2 M	+2.385,2%
FFO	343,4 M	308,3 M	+11,4%	230,9 M	+48,7%	1.032,5 M	702,0 M	+47,1%	703,4 M	+46,8%
Margem FFO	67,0%	69,2%	-213 p.b.	62,8%	+419 p.b.	56,6%	53,6%	+299 p.b.	52,9%	+365 p.b.

CAPEX

Expansão ParkShoppingBarigüi: mais de 50% locado

No 4T22, o CAPEX totalizou R\$50,7 milhões, com expansões e revitalizações dos shoppings representando mais de 80% do total.

A Companhia investiu R\$10,8 milhões em expansões de shoppings no trimestre, com o DiamondMall e o ParkShoppingBarigüi representando mais de 85,0% do total. O projeto de expansão do ParkShoppingBarigüi, que adicionará mais de 14.000 m² na ABL total, finalizou 2022 com mais de 50% da ABL já locada, incluindo o novo Centro Médico do shopping (que já tem 90% da sua ABL locada).

Revitalizações, TI, Inovação Digital e Outros totalizaram R\$30,1 milhões no 4T22. Os investimentos em revitalização foram principalmente destinados à melhorias no DiamondMall, ParkShoppingBarigüi e New York City Center, que contabilizaram 65% do total do CAPEX de revitalizações.

Como mencionado nos trimestres anteriores, os investimentos no desenvolvimento de projetos *greenfields*, tanto no 4T22 quanto em 2022, foram principalmente relacionados as obras do parque infantil do ParkJacarepaguá.

Detalhamento do CAPEX

CAPEX (R\$)	4T22	2022
Desenvolvimento de <i>Greenfields</i>	9,9 M	65,9 M
Expansões	10,8 M	44,6 M
Revitalizações, TI, Inovação Digital e Outros	30,1 M	84,3 M
Total	50,7 M	194,8 M

Eventos recentes

Em janeiro de 2023, a Multiplan anunciou a aquisição de 24,95% do shopping center DiamondMall, com objetivo de aumentar a participação da Companhia de 50,10% para 75,05%. O investimento totaliza R\$170 milhões, sendo: R\$68 milhões pagos à vista e o saldo restante de R\$102 milhões 12 em parcelas mensais iguais e consecutivas, indexadas ao IPCA. Adicionalmente, no dia 3 de fevereiro, transitou em julgado a aprovação da transação sem restrições pelo CADE (Conselho Administrativo de Defesa Econômica), que havia sido estabelecida como uma das condições precedentes à conclusão da aquisição.





Análise das Propriedades para Investimento

Valor Justo

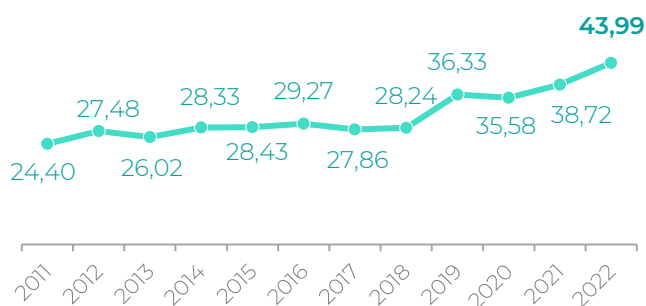
VALOR JUSTO DAS PROPRIEDADES PARA INVESTIMENTO

De acordo com o CPC 28

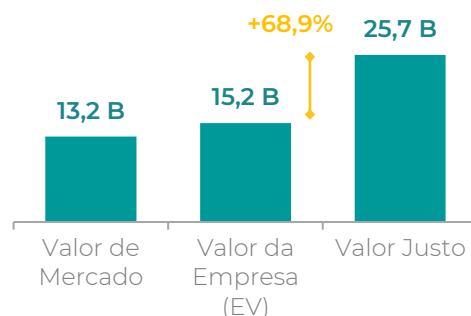
A Multiplan avaliou internamente suas Propriedades para Investimento e determinou seu Valor Justo seguindo a metodologia de Fluxo de Caixa Descontado (DCF). A Companhia calculou o valor presente dos fluxos de caixa utilizando uma taxa de desconto seguindo o modelo CAPM - *Capital Asset Pricing Model*. Foram consideradas premissas de risco e retorno com base em estudos realizados e

publicados por Aswath Damodaran (professor da NYU), o desempenho das ações da Companhia (Beta), projeções macroeconômicas publicadas pelo Banco Central e dados sobre o prêmio de risco país. Para mais detalhes, por favor consulte a DRE de 31 de dezembro de 2022 da Companhia, disponível no site de RI da Multiplan.

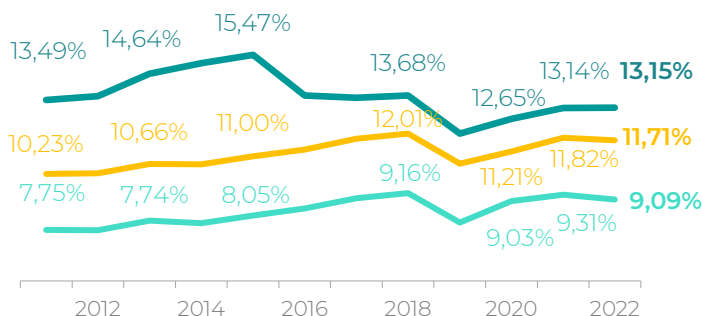
Valor justo por ação (R\$)



Comparação entre métricas de valor (dez/22)

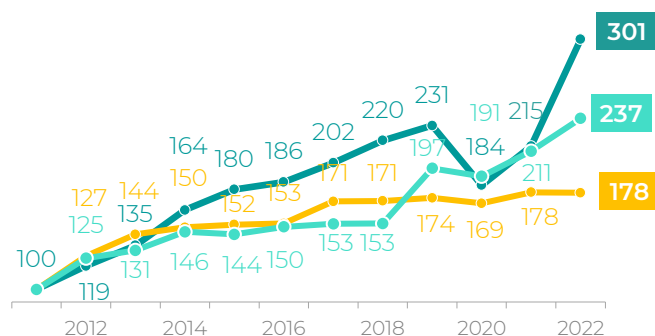


Evolução das taxas de desconto



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

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



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



Análise das Propriedades para Investimento

Valor Justo

Custo de Capital Próprio	2022	2021	2020	2019	2018
Taxa livre de risco (<i>Risk-free rate</i>)	3,29%	3,28%	3,32%	3,35%	3,38%
Prêmio de risco de mercado	6,34%	6,69%	6,47%	6,35%	6,11%
Beta	0,98	0,96	0,87	0,80	0,87
Risco país	202 p.b.	194 p.b.	224 p.b.	245 p.b.	300 p.b.
Prêmio de risco adicional	19 p.b.	27 p.b.	27 p.b.	27 p.b.	31 p.b.
Custo de capital próprio - US\$ nominal	11,71%	11,82%	11,21%	10,67%	12,01%
Premissas de inflação					
Inflação (Brasil) ¹	3,72%	3,50%	3,32%	3,64%	3,92%
Inflação (EUA)	2,40%	2,30%	2,00%	2,40%	2,40%
Custo de capital próprio – R\$ nominal	13,15%	13,14%	12,65%	12,01%	13,68%

¹ A inflação estimada (BR) para dezembro de 2022 considera a média de 4 anos entre janeiro de 2023 e dezembro de 2026. A premissa de inflação utilizada nos modelos de 2018, 2019, 2020 e 2021 considerou a inflação estimada para os 4 anos seguintes.

Valor Justo de Propriedades para Investimento (R\$)	2022	2021	2020	2019	2018
Shopping centers e torres comerciais em operação	25.455 M	22.653 M	20.459 M	21.155 M	16.405 M
Projetos em desenvolvimento	97 M	54 M	481 M	343 M	208 M
Projetos futuros	193 M	189 M	174 M	174 M	170 M
Total	25.745 M	22.896 M	21.114 M	21.672 M	16.783 M





Portfólio de Ativos

Portfólio (2022)	Abertura	Estado	Multiplan %	ABL Total	Vendas (Ano) ¹	Aluguel (Ano) ²	Taxa de ocupação média
<i>Malls</i>							
BH Shopping	1979	MG	100,0%	46.976 m ²	33.666 R\$/m ²	3.445 R\$/m ²	97,9%
RibeirãoShopping	1981	SP	82,5%	74.881 m ²	18.497 R\$/m ²	1.644 R\$/m ²	96,3%
BarraShopping	1981	RJ	65,8%	77.672 m ²	39.383 R\$/m ²	4.711 R\$/m ²	97,1%
MorumbiShopping	1982	SP	73,7%	55.998 m ²	45.341 R\$/m ²	4.951 R\$/m ²	99,3%
ParkShopping	1983	DF	73,5%	53.205 m ²	30.323 R\$/m ²	3.084 R\$/m ²	89,5%
DiamondMall	1996	MG	90,0% ³	21.351 m ²	35.914 R\$/m ²	3.964 R\$/m ²	95,2%
New York City Center	1999	RJ	50,0%	21.753 m ²	7.943 R\$/m ²	1.215 R\$/m ²	92,0%
ShoppingAnáliaFranco	1999	SP	30,0%	51.590 m ²	30.650 R\$/m ²	3.013 R\$/m ²	95,6%
ParkShoppingBarigüi	2003	PR	93,3%	52.296 m ²	27.008 R\$/m ²	2.096 R\$/m ²	99,5%
Pátio Savassi	2004	MG	96,5%	21.107 m ²	27.555 R\$/m ²	2.840 R\$/m ²	96,8%
ShoppingSantaÚrsula	1999	SP	100,0%	23.329 m ²	6.855 R\$/m ²	396 R\$/m ²	81,1%
BarraShoppingSul	2008	RS	100,0%	72.102 m ²	16.731 R\$/m ²	1.404 R\$/m ²	96,8%
ShoppingVilaOlímpia	2009	SP	60,0%	28.373 m ²	17.277 R\$/m ²	1.392 R\$/m ²	76,7%
ParkShoppingSão Caetano	2011	SP	100,0%	39.251 m ²	23.264 R\$/m ²	1.796 R\$/m ²	95,9%
JundiaíShopping	2012	SP	100,0%	36.473 m ²	19.109 R\$/m ²	1.485 R\$/m ²	97,2%
ParkShoppingCampo Grande	2012	RJ	90,0%	43.776 m ²	17.408 R\$/m ²	1.248 R\$/m ²	96,0%
VillageMall	2012	RJ	100,0%	26.877 m ²	38.496 R\$/m ²	1.934 R\$/m ²	91,3%
Parque Shopping Maceió	2013	AL	50,0%	39.932 m ²	17.175 R\$/m ²	1.505 R\$/m ²	98,8%
ParkShopping Canoas	2017	RS	82,3%	49.111 m ²	15.506 R\$/m ²	738 R\$/m ²	95,1%
ParkJacarepaguá	2021	RJ	91,0%	39.849 m ²	14.439 R\$/m ²	1.151 R\$/m ²	96,0%
Subtotal malls			80,6%	875.901 m²	25.664 R\$/m²	2.376 R\$/m²	95,2%
<i>Torres corporativas</i>							
ParkShopping Corporate	2012	DF	70,%	13.302 m ²			91,7%
Morumbi Corporate – Golden Tower	2013	SP	100,0%	37.280 m ² ⁴			91,3%
Subtotal torres corporativas			92,1%	50.582 m²			
Total portfolio			81,2%	926.483 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 50,1% de participação em diante.

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

Portfólio de Ativos

 Shopping center

 Torre para locação

 Em construção (empreendimentos imobiliários)



São Paulo - SP

São Paulo

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

Jundiaí

-  JundiaíShopping

Ribeirão Preto

-  ShoppingSantaÚrsula
-  RibeirãoShopping

São Caetano

-  ParkShopping SãoCaetano

Alagoas - AL

Maceió

-  Parque Shopping Maceió

Distrito Federal - DF

Brasília

-  ParkShopping
-  ParkShopping Corporate

Minas Gerais - MG

Belo Horizonte

-  Pátio Savassi
-  DiamondMall
-  BH Shopping

Paraná - PR

Curitiba

-  ParkShopping Barigüi

Rio Grande do Sul - RS

Porto Alegre

-  BarraShoppingSul
-  Golden Lake

Canoas, RS

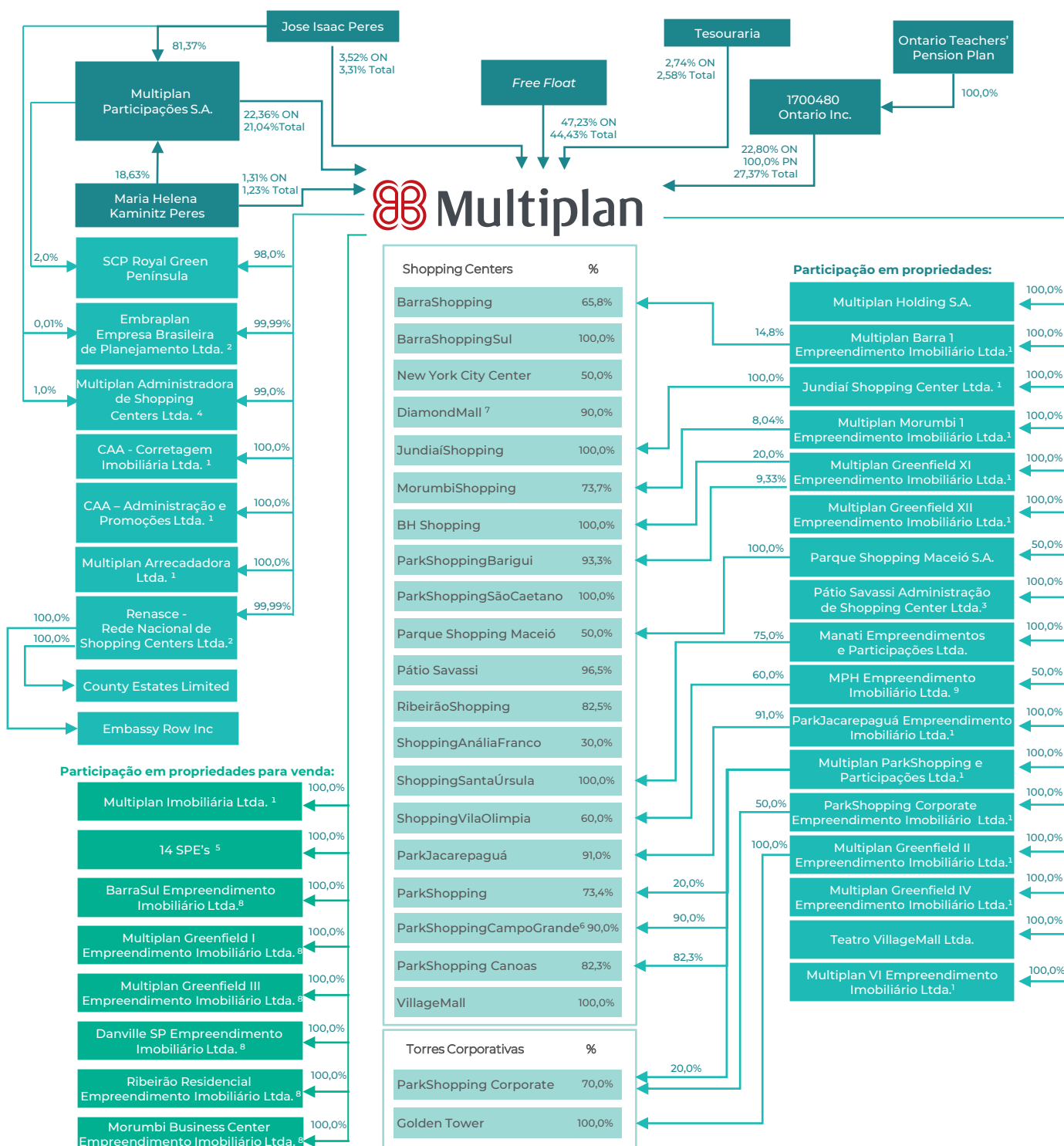
-  ParkShopping Canoas

Rio de Janeiro - RJ

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



Estrutura Societária



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

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

³ Renasce - Rede Nacional de Shopping Centers Ltda. possui 0,01% de participação nessa Sociedade.

⁴ José Isaac Peres possui 1,00% de participação nessa Sociedade.

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

⁶ Dos 90% de participação, 40% são direitos aquisitivos.

⁷ A Multiplan detém 50,1% 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.

⁸ Multiplan Imobiliária Ltda possui uma participação igual ou menor que 1,00% nessas sociedade.

⁹ 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 aos 25,0% de participação detida diretamente pela Multiplan no empreendimento, totaliza 100,0%. A Multiplan possui uma participação de 100,0% na Manati Empreendimentos e Participações S.A.

Parque Shopping Maceió S.A.: possui 100,0% de participação no Parque Shopping Maceió, localizado na cidade de Maceió, AL. A Multiplan possui 50% de participação na Parque Shopping Maceió 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.

BarraSul Empreendimento Imobiliário 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 Greenfield I Empreendimento Imobiliário Ltda.: SPE criada para o desenvolvimento de empreendimento imobiliário na cidade de Porto Alegre, RS.

Multiplan Greenfield II Empreendimento Imobiliário 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 Shopping Centers Ltda.: atua na gestão dos estacionamento dos shopping centers próprios, bem como na exploração de serviços e negócios de diversões dirigidos ao público infantil, através de espaços de lazer em seus shopping centers, e na prestação de serviços correlatos.

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

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

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

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

Pátio Savassi Administração de Shopping Center Ltda.: atua na administração do estacionamento do Shopping Pátio Savassi, localizado na Cidade de Belo Horizonte, MG.

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

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

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.

Teatro VillageMall Ltda.: administra e opera o Teatro VillageMall, localizado no VillageMall, na cidade do Rio de Janeiro, RJ.

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.



Dados Operacionais e Financeiros

DESTAQUES OPERACIONAIS E FINANCEIROS

Desempenho Financeiro (% Multiplan)	4T22	4T21	Var.%	4T19	Var.%
Receita bruta R\$'000	559.817	469.083	+19,3%	400.929	+39,6%
Receita líquida R\$'000	512.355	445.734	+14,9%	367.484	+39,4%
Receita líquida R\$/m ²	698,2	617,5	+13,1%	513,7	+35,9%
Receita líquida US\$/pé ²	12,4	10,3	+20,9%	11,8	+5,0%
Receita de locação (com efeito da linearidade) R\$'000	441.999	375.707	+17,6%	307.385	+43,8%
Receita de locação R\$/m ²	602,3	511,4	+17,8%	429,7	+40,2%
Receita de locação US\$/pé ²	10,7	8,5	+25,9%	9,9	+8,3%
Receita de locação mensal R\$/m ²	226,2	200,7	+12,7%	159,2	+42,1%
Receita de locação mensal US\$/pé ²	4,0	3,3	+20,6%	3,7	+9,8%
Resultado Operacional Líquido (NOI) R\$'000	463.612	386.695	+19,9%	333.104	+39,2%
Resultado Operacional Líquido R\$/m ²	631,7	526,4	+20,0%	465,7	+35,7%
Resultado Operacional Líquido US\$/pé ²	11,2	8,8	+28,4%	10,7	+4,8%
Margem NOI	89,6%	88,1%	+150 p.b.	89,8%	-16 p.b.
NOI por ação R\$	0,79	0,65	0,21	0,56	0,42
Despesas de sede R\$'000	47.149	44.738	+5,4%	39.695	+18,8%
Despesas de sede/Receita líquida	9,2%	10,0%	-83 p.b.	10,8%	-160 p.b.
EBITDA R\$'000	374.563	285.196	+31,3%	252.463	+48,4%
EBITDA R\$/m ²	510,4	388,2	+31,5%	352,9	+44,6%
EBITDA US\$/pé ²	9,1	6,5	+40,6%	8,1	+11,7%
Margem EBITDA	73,1%	64,0%	+912 p.b.	68,7%	+441 p.b.
EBITDA por ação R\$	0,64	0,48	0,33	0,42	0,51
FFO R\$'000	343.426	308.277	+11,4%	230.932	+48,7%
FFO R\$/m ²	468,0	419,7	+11,5%	322,8	+45,0%
FFO US\$'000	65.819	55.242	+19,1%	57.293	+14,9%
FFO US\$/pé ²	8,3	7,0	+19,3%	7,4	+12,0%
Margem FFO	67,0%	69,2%	-3,1%	62,8%	+6,7%
FFO por ação (R\$)	0,59	0,52	+12,5%	0,39	+51,6%
Dólar (US\$) câmbio final do período	5,2177	5,5805	-6,5%	4,0307	+29,4%

Desempenho de Mercado	4T22	4T21	Var.%	4T19	Var.%
Número de ações	600.760.875	600.760.875	-	600.760.875	-
Ações ordinárias	565.185.834	565.185.834	-	565.185.834	-
Ações preferenciais	35.575.041	35.575.041	-	35.575.041	-
Preço médio da ação (R\$)	23,44	19,69	+19,0%	29,42	-20,3%
Preço de fechamento da ação (R\$)	21,90	18,72	+17,0%	33,10	-33,8%
Volume médio diário negociado R\$ '000	132.478	155.459	-14,8%	82.899	+59,8%
Valor de mercado R\$ '000	13.156.663	11.246.244	+17,0%	19.885.185	-33,8%
Dívida bruta R\$ '000	3.109.758	3.266.980	-4,8%	3.143.931	-1,1%
Caixa R\$ '000	1.028.185	783.317	+31,3%	913.882	+12,5%
Dívida líquida R\$ '000	2.081.573	2.483.663	-16,2%	2.230.049	-6,7%
P/FFO (Últimos 12 meses)	12,7 x	16,0 x	-20,5%	28,4 x	-55,1%
EV/EBITDA (Últimos 12 meses)	11,9 x	16,9 x	-29,7%	23,7 x	-49,8%
Dívida Líquida/EBITDA (Últimos 12 meses)	1,63 x	3,06 x	-46,9%	2,39 x	-32,0%



Dados Operacionais e Financeiros

DESTAQUES OPERACIONAIS E FINANCEIROS

Desempenho Financeiro (% Multiplan)	2022	2021	Var.%	2019	Var.%
Receita bruta R\$'000	1.975.118	1.404.537	+40,6%	1.460.194	+35,3%
Receita líquida R\$'000	1.824.536	1.309.541	+39,3%	1.328.807	+37,3%
Receita líquida R\$/m ²	2.484,4	1.862	+33,5%	1.867	+33,0%
Receita líquida US\$/pé ²	44,2	31,0	+42,7%	43,0	+2,8%
Receita de locação (com efeito da linearidade) R\$'000	1.525.596	1.136.919	+34,2%	1.121.541	+36,0%
Receita de locação R\$/m ²	2.077,3	1.616,2	+28,5%	1.576,1	+31,8%
Receita de locação US\$/pé ²	37,0	26,9	+37,5%	36,3	+1,8%
Receita de locação mensal R\$/m ²	182,1	141,0	+29,2%	131,7	+38,3%
Receita de locação mensal US\$/pé ²	3,2	2,3	+38,2%	3,0	+6,8%
Resultado Operacional Líquido (NOI) R\$'000	1.561.157	1.118.941	+39,5%	1.201.226	+30,0%
Resultado Operacional Líquido R\$/m ²	2.126	1.591	+33,6%	1.688	+25,9%
Resultado Operacional Líquido US\$/pé ²	37,8	26,5	+42,9%	38,9	-2,7%
Margem NOI	87,9%	85,8%	+209 p.b.	89,2%	-129 p.b.
NOI por ação R\$	2,67	1,89	0,41	2,01	0,32
Despesas de sede R\$'000	173.521	157.142	+10,4%	160.104	+8,4%
Despesas de sede/Receita líquida	9,5%	12,0%	-249 p.b.	12,0%	-254 p.b.
EBITDA R\$'000	1.280.127	810.786	+57,9%	932.134	+37,3%
EBITDA R\$/m ²	1.743,1	1.152,6	+51,2%	1.309,9	+33,1%
EBITDA US\$/pé ²	31,0	19,2	+61,7%	30,2	+2,8%
Margem EBITDA	70,2%	61,9%	+825 p.b.	70,1%	+1 p.b.
EBITDA por ação R\$	2,19	1,37	0,60	1,56	0,40
FFO R\$'000	1.032.495	701.965	+47,1%	703.415	+46,8%
FFO R\$/m ²	1.406	998	+40,9%	989	+42,2%
FFO US\$'000	197.883	125.789	+57,3%	174.514	+13,4%
FFO US\$/pé ²	25,0	16,6	+50,7%	22,8	+9,9%
Margem FFO	56,6%	53,6%	+5,6%	52,9%	+6,9%
FFO por ação (R\$)	1,76	1,19	+48,6%	1,18	+49,6%
Dólar (US\$) câmbio no final do período	5,22	5,58	-6,5%	4,03	+29,4%

Desempenho de Mercado	2022	2021	Var.%	2019	Var.%
Número de ações	600.760.875	600.760.875	-	600.760.875	-
Ações ordinárias	565.185.834	565.185.834	-	565.185.834	-
Ações preferenciais	35.575.041	35.575.041	-	35.575.041	-
Preço médio da ação (R\$)	23,05	22,03	+4,6%	26,50	-13,0%
Preço de fechamento da ação (R\$)	21,90	18,72	+17,0%	33,10	-33,8%
Volume médio diário negociado R\$ '000	122.433	153.383	-20,2%	79.870	+53,3%
Valor de mercado R\$ '000	13.156.663	11.246.244	+17,0%	19.885.185	-33,8%
Dívida bruta R\$ '000	3.109.758	3.266.980	-4,8%	3.143.931	-1,1%
Caixa R\$ '000	1.028.185	783.317	+31,3%	913.882	+12,5%
Dívida líquida R\$ '000	2.081.573	2.483.663	-16,2%	2.230.049	-6,7%
P/FFO (Últimos 12 meses)	12,7 x	16,0 x	-20,5%	28,4 x	-55,1%
EV/EBITDA (Últimos 12 meses)	11,9 x	16,9 x	-29,7%	23,7 x	-49,8%
Dívida Líquida/EBITDA (Últimos 12 meses)	1,63 x	3,06 x	-46,9%	2,39 x	-32,0%



Dados Operacionais e Financeiros

DESTAQUES OPERACIONAIS E FINANCEIROS

Operacional (% Multiplan) ¹	4T22	4T21	Var.%	4T19	Var.%
ABL Shopping Center total final (m²)	875.901	876.046	-0,02%	834.092	+5,0%
ABL Shopping Center própria final (m²)	706.052	706.162	-0,02%	652.649	+8,2%
ABL Shopping Center própria %	80,6%	80,6%	+0,1 p.b.	78,2%	+236 p.b.
ABL Torre Comercial total final (m²)	50.582	50.582	-	87.558	-42,2%
ABL Torre Comercial própria final (m²)	46.591	46.591	-	80.878	-42,4%
ABL Total final (m²)	926.483	926.628	-0,02%	921.650	+0,5%
ABL Própria final (m²)	752.643	752.754	-0,01%	733.527	+2,6%
ABL Shopping Center total ajustada (med.) (m²) ²	857.771	857.888	-0,01%	815.904	+5,1%
ABL Shopping Center própria ajustada (med.) (m²) ²	687.919	688.004	-0,01%	634.454	+8,4%
ABL Torre Comercial total (med.) (m²) ²	50.582	50.582	-	87.558	-42,2%
ABL Torre Comercial própria (med.) (m²) ²	46.591	46.591	-	80.878	-42,4%
ABL Total ajustada (med.) (m²) ²	908.353	908.470	-0,01%	903.462	+0,5%
ABL Própria ajustada (med.) (m²) ²	734.511	734.596	-0,01%	715.332	+2,7%
Vendas totais R\$'000	6.298.685	5.577.416	+12,9%	5.160.640	+22,1%
Vendas totais R\$/m² ³	8.003	7.333	+9,1%	6.705	+19,3%
Vendas totais US\$/pé² ³	142	122	+16,7%	155	-7,8%
Vendas das lojas satélites R\$/m² ³	10.603	9.828	+7,9%	8.925	+18,8%
Vendas das lojas satélites USD/pé² ³	189	164	+15,4%	206	-8,2%
Aluguel total R\$/m²	729	660	+10,4%	499	+46,1%
Aluguel total USD/pé²	13,0	11,0	+18,1%	11,5	+12,8%
Vendas nas Mesmas Lojas ³	10,9%	27,2%	-1.633 p.b.	+5,8%	+501 p.b.
Aluguel nas Mesmas Lojas ³	14,7%	43,0%	-2.827 p.b.	+8,3%	+647 p.b.
Efeito do reajuste do IGP-DI	12,4%	28,5%	-1.608 p.b.	+6,4%	+606 p.b.
Custos de ocupação ⁴	13,2%	12,7%	+48 p.b.	11,6%	+154 p.b.
Aluguel como % das vendas	9,1%	9,1%	-3 p.b.	7,4%	+167 p.b.
Outros como % das vendas	4,0%	3,5%	+52 p.b.	4,2%	-13 p.b.
Turnover ⁴	1,2%	1,8%	-55 p.b.	1,2%	+9 p.b.
Taxa de ocupação ⁴	95,2%	95,3%	-15 p.b.	98,0%	-285 p.b.
Inadimplência bruta	4,5%	5,7%	-121 p.b.	2,9%	+164 p.b.
Inadimplência líquida	3,1%	4,6%	-150 p.b.	0,9%	+218 p.b.
Perda de aluguel	0,8%	0,8%	+1 p.b.	1,1%	-32 p.b.

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.

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.



Dados Operacionais e Financeiros

DESTAQUES OPERACIONAIS E FINANCEIROS

Operacional (% Multiplan) ¹	2022	2021	Var.%	2019	Var.%
ABL Shopping Center total final (m²)	875.901	876.046	-0,02%	834.092	+5,0%
ABL Shopping Center própria final (m²)	706.052	706.162	-0,02%	652.649	+8,2%
ABL Shopping Center própria %	80,6%	80,6%	+0,1 p.b.	78,2%	+236 p.b.
ABL Torre Comercial total final (m²)	50.582	50.582	-	87.558	-42,2%
ABL Torre Comercial própria final (m²)	46.591	46.591	-	80.878	-42,4%
ABL Total final (m²)	926.483	926.628	-0,02%	921.650	+0,5%
ABL Própria final (m²)	752.643	752.754	-0,01%	733.527	+2,6%
ABL Shopping Center total ajustada (med.) (m²) ²	857.664	857.463	-	814.944	+5,2%
ABL Shopping Center própria ajustada (med.) (m²) ²	687.810	656.852	+4,7%	630.705	+9,1%
ABL Torre Comercial total (med.) (m²) ²	50.582	50.582	-	87.558	-42,2%
ABL Torre Comercial própria (med.) (m²) ²	46.591	46.591	-	80.878	-42,4%
ABL Total ajustada (med.) (m²) ²	857.664	908.045	-5,5%	902.502	-5,0%
ABL Própria ajustada (med.) (m²) ²	734.401	703.444	+4,4%	711.583	+3,2%
Vendas totais R\$'000	20.015.950	14.598.432	+37,1%	16.303.811	+22,8%
Vendas totais R\$/m² ³	25.664	19.872	+29,1%	21.409	+19,9%
Vendas totais US\$/pé² ³	457	331	+38,1%	493	-7,4%
Vendas das lojas satélites R\$/m² ³	33.099	26.246	+26,1%	28.096	+17,8%
Vendas das lojas satélites USD/pé² ³	589	437	+34,9%	648	-9,0%
Aluguel total R\$/m²	2.376	457	+419,8%	1.626	+46,1%
Aluguel total USD/pé² ³	42,3	7,6	+456,0%	37,5	+12,9%
Vendas nas Mesmas Lojas ³	33,0%	+42,7%	-973 p.b.	5,1%	+2,783 p.b.
Aluguel nas Mesmas Lojas ³	38,1%	+73,7%	-3.556 p.b.	8,7%	+2,945 p.b.
Efeito do reajuste do IGP-DI	15,0%	22,5%	-754 p.b.	6,7%	+5.099 p.b.
Custos de ocupação ⁴	13,9%	13,6%	+31 p.b.	12,6%	+124 p.b.
Aluguel como % das vendas	9,2%	9,3%	-11 p.b.	7,6%	+159 p.b.
Outros como % das vendas	4,7%	4,3%	+41 p.b.	5,0%	-35 p.b.
Turnover ⁴	6,2%	7,9%	-172 p.b.	5,2%	+97 p.b.
Taxa de ocupação ⁴	95,2%	94,9%	+23 p.b.	97,6%	-241 p.b.
Inadimplência bruta	5,3%	9,5%	-421 p.b.	3,3%	+197 p.b.
Inadimplência líquida	3,8%	6,9%	-312 p.b.	1,6%	+216 p.b.
Perda de aluguel	1,2%	1,2%	-3 p.b.	1,2%	-

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

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



Conciliação entre IFRS com CPC 19 (R2) e Gerencial

VARIAÇÕES NA DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS – CPC 19 (R2) E GERENCIAL

Demonstração de Resultados (R\$'000)	CPC 19 R2 4T22	Gerencial 4T22	Diferença	CPC 19 R2 2022	Gerencial 2022	Diferença
Receita de locação	490.285	497.949	7.664	1.580.261	1.604.866	24.605
Receita de serviços	31.161	31.161	-	120.282	120.282	-
Receita de cessão de direitos	(1.877)	(1.807)	70	(5.687)	(5.499)	188
Receita de estacionamento	74.028	75.436	1.407	244.899	249.590	4.691
Venda de imóveis	9.039	9.039	-	68.376	68.376	-
Apropriação de receita de aluguel linear	(55.042)	(55.950)	(907)	(77.979)	(79.269)	(1.290)
Outras receitas	3.984	3.991	7	16.741	16.773	32
Receita Bruta	551.578	559.817	8.240	1.946.892	1.975.118	28.226
Tributos sobre receita	(47.126)	(47.463)	(337)	(149.287)	(150.582)	(1.295)
Receita Líquida	504.452	512.355	7.903	1.797.605	1.824.536	26.931
Despesas de sede	(47.149)	(47.149)	-	(173.521)	(173.521)	-
Remuneração baseada em ações	(8.650)	(8.650)	-	(38.484)	(38.484)	-
Despesas de propriedades	(53.021)	(53.823)	(803)	(210.387)	(214.029)	(3.643)
Despesas com novos projetos para locação	(632)	(632)	-	(2.591)	(2.591)	-
Despesas com novos projetos para venda	(11.172)	(11.172)	-	(24.580)	(24.580)	-
Custo de imóveis vendidos	(7.797)	(7.797)	-	(49.355)	(49.355)	-
Resultado de equivalência patrimonial	5.957	0	(5.957)	16.552	(1.855)	(18.408)
Outras receitas (despesas) operacionais	(8.567)	(8.567)	-	(39.986)	(39.993)	(7)
EBITDA	373.420	374.563	1.143	1.275.254	1.280.127	4.873
Receitas financeiras	42.558	42.639	80	144.757	145.062	305
Despesas financeiras	(106.555)	(106.562)	(7)	(386.560)	(386.639)	(79)
Depreciações e amortizações	(51.301)	(51.749)	(448)	(206.751)	(208.514)	(1.763)
Lucro Antes do Imposto de Renda	258.123	258.891	769	826.699	830.035	3.336
Imposto de renda e contribuição social	(22.043)	(23.124)	(1.081)	(81.088)	(85.191)	(4.103)
Imposto de renda e contribuição social diferidos	2.988	3.300	312	23.777	24.544	767
Participação dos acionistas minoritários	(39)	(39)	-	(133)	(133)	-
Lucro Líquido	239.027	239.027	-	769.255	769.255	-

As diferenças entre o Pronunciamento CPC 19 (R2) e os números gerenciais referem-se à participação de 50,0% no Parque Shopping Maceió S.A. As principais variações no 4T22 são: (i) aumento de R\$7,7 milhões na receita de locação, (ii) aumento de R\$1,4 milhão em receita de estacionamento, (iii) queda de R\$1,1 milhão em imposto de renda e contribuição social e (iv) R\$0,8 milhão em despesas de propriedades.

Em decorrência das variações mencionadas acima, houve, no 4T22, uma queda de R\$6,0 milhões no Resultado de equivalência patrimonial.



Conciliação entre IFRS com CPC 19 (R2) e Gerencial

VARIAÇÕES NO BALANÇO PATRIMONIAL

ATIVO (R\$'000)	IFRS com CPC 19 R2 31/12/2022	Gerencial 31/12/2022	Efeito CPC 19 R2 Diferença
Passivo Circulante			
Caixa e equivalentes a caixa	1.024.991	1.028.185	3.194
Contas a receber	464.979	471.427	6.448
Terrenos e imóveis a comercializar	106.389	106.389	-
Partes relacionadas	65.040	66.789	1.749
Impostos e contribuições sociais a compensar	47.710	47.710	-
Custos diferidos	43.426	43.426	-
Outros	26.864	26.940	76
Total do Ativo Circulante	1.779.399	1.790.865	11.469
Ativo não Circulante			
Contas a receber	16.193	16.193	-
Terrenos e imóveis a comercializar	463.556	463.556	-
Partes relacionadas	44.370	44.370	-
Depósitos judiciais	175.393	175.472	79
Imposto de renda e contribuição social diferidos	30.994	30.994	-
Custos diferidos	94.470	94.470	-
Outros	2.013	7.339	5.324
Investimentos	134.813	2.190	(132.622)
Propriedades para investimento	7.659.369	7.777.213	117.843
Imobilizado	101.865	101.865	-
Intangível	374.876	374.888	11
Total do Ativo não Circulante	9.097.912	9.088.549	(9.365)
Total do Ativo	10.877.311	10.879.414	2.104

As principais diferenças referentes à participação de 50,0% no Parque Shopping Maceió são: (i) aumento de R\$117,8 milhões em propriedades para investimentos; e (ii) queda de R\$132,6 milhões em investimentos.

Em decorrência das variações, houve um aumento de R\$2,1 milhões no Total do Ativo.



Conciliação entre IFRS com CPC 19 (R2) e Gerencial

VARIAÇÕES NO BALANÇO PATRIMONIAL

PASSIVO (R\$'000)	IFRS com CPC 19 R2 31/12/2022	Gerencial 31/12/2022	Efeito CPC 19 R2 Diferença
Passivo Circulante			
Empréstimos e financiamentos	123.696	123.696	-
Debêntures	337.636	337.636	-
Contas a pagar	140.568	140.559	(9)
Obrigações por aquisição de bens	133.771	133.771	-
Impostos e contribuições a recolher	34.049	35.362	1.313
Juros sobre capital próprio a pagar	414.260	414.260	-
Receitas diferidas	21.016	21.016	-
Outros	90.164	90.190	26
Total Passivo Circulante	1.295.160	1.296.490	1.330
Passivo não Circulante			
Empréstimos e financiamentos	1.105.960	1.105.960	-
Contas a pagar	39.214	39.214	-
Debêntures	1.396.320	1.396.320	-
Imposto de renda e contribuições sociais diferidos	268.739	269.114	375
Obrigações por aquisição de bens	12.375	12.375	-
Débito com partes relacionadas	108.095	108.095	-
Outros	117	195	78
Provisão para contingências	16.545	16.545	-
Receitas diferidas	52.243	52.564	320
Total do Passivo não Circulante	2.999.608	3.000.382	774
Patrimônio Líquido			
Capital social	2.988.062	2.988.062	-
Reserva de capital	1.048.062	1.048.062	-
Reserva de lucros	3.007.284	3.007.284	-
Gasto com emissão de ações	(43.548)	(43.548)	-
Ações em tesouraria	(327.525)	(327.525)	-
Efeitos em Transação de Capital	(89.996)	(89.996)	-
Dividendos adicionais propostos	-	-	-
Lucros acumulados	1	1	-
Participação dos acionistas minoritários	203	203	-
Total do Patrimônio Líquido	6.582.542	6.582.542	-
Total do Passivo	10.877.311	10.879.414	2.104

A principal diferença referente ao CPC 19 R2 é o aumento de R\$1,3 milhão na linha de impostos e contribuições a recolher, que resultou em um aumento de R\$2,1 milhões no Total do Passivo.

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS CONSOLIDADOS – DE ACORDO COM O PRONUNCIAMENTO CONTÁBIL CPC 19 (R2)

IFRS com CPC 19 (R2)

(R\$'000)	4T22	4T21	Var. %	4T19	Var. %
Receita de locação	490.285	435.676	+12,5%	335.392	+46,2%
Receita de serviços	31.161	25.549	+22,0%	28.277	+10,2%
Receita de cessão de direitos	(1.877)	(2.251)	-16,6%	(3.451)	-45,6%
Receita de estacionamento	74.028	62.100	+19,2%	62.252	+18,9%
Venda de imóveis	9.039	3.082	+193,3%	3.161	+185,9%
Apropriação de receita de aluguel linear	(55.042)	(65.876)	-16,4%	(33.913)	+62,3%
Outras receitas	3.984	3.707	+7,5%	2.010	+98,2%
Receita Bruta	551.578	461.987	+19,4%	393.730	+40,1%
Tributos sobre receitas	(47.126)	(23.057)	+104,4%	(32.881)	+43,3%
Receita Líquida	504.452	438.930	+14,9%	360.849	+39,8%
Despesas de sede	(47.149)	(44.738)	+5,4%	(39.695)	+18,8%
Remuneração baseada em ações	(8.650)	(9.173)	-5,7%	(22.239)	-61,1%
Despesas de propriedades	(53.021)	(51.670)	+2,6%	(36.319)	+46,0%
Despesas de projetos para locação	(632)	(9.967)	-93,7%	(4.845)	-87,0%
Despesas de projetos para venda	(11.172)	(9.279)	+20,4%	(2.042)	+447,0%
Custo de imóveis vendidos	(7.797)	(2.405)	+224,2%	(2.168)	+259,6%
Resultado de equivalência patrimonial	5.957	(17.540)	n.d.	(1.056)	n.d.
Outras receitas (despesas) operacionais	(8.567)	(10.426)	-17,8%	(2.548)	+236,2%
EBITDA	373.420	283.732	+31,6%	249.936	+49,4%
Receitas financeiras	42.558	27.785	+53,2%	16.104	+164,3%
Despesas financeiras	(106.555)	(88.888)	+19,9%	(46.374)	+129,8%
Depreciações e amortizações	(51.301)	(57.674)	-11,1%	(57.178)	-10,3%
Lucro Antes do Imposto de Renda	258.123	164.955	+56,5%	162.487	+58,9%
Imposto de renda e contribuição social	(22.043)	19.093	n.d.	(23.952)	-8,0%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	2.988	29.601	-89,9%	3.711	-19,5%
Participação dos acionistas minoritários	(39)	(39)	+0,8%	42	n.d.
Lucro Líquido	239.027	213.610	+11,9%	142.288	+68,0%

(R\$'000)	4T22	4T21	Var. %	4T19	Var. %
NOI	456.250	380.230	+20,0%	327.412	+39,4%
Margem NOI	89,6%	88,0%	+155 p.b.	90,0%	-43 p.b.
EBITDA	373.420	283.732	+31,6%	249.936	+49,4%
Margem EBITDA	74,0%	64,6%	+938 p.b.	69,3%	+476 p.b.
EBITDA de Propriedades	379.712	320.355	+18,5%	257.648	+47,4%
Margem EBITDA de Propriedades	76,5%	73,5%	+305 p.b.	72,0%	+455 p.b.
Lucro Líquido	239.027	213.610	+11,9%	142.288	+68,0%
Margem Líquida	47,4%	48,7%	-128 p.b.	39,4%	+795 p.b.
FFO	342.383	307.560	+11,3%	229.670	+49,1%
Margem FFO	67,9%	70,1%	-220 p.b.	63,6%	+423 p.b.

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS CONSOLIDADOS – DE ACORDO COM O PRONUNCIAMENTO CONTÁBIL CPC 19 (R2)

IFRS com CPC 19 (R2)

(R\$'000)	2022	2021	Var. %	2019	Var. %
Receita de locação	1.580.261	1.171.228	+34,9%	1.104.111	+43,1%
Receita de serviços	120.282	87.320	+37,7%	115.126	+4,5%
Receita de cessão de direitos	(5.687)	(5.190)	+9,6%	(11.736)	-51,5%
Receita de estacionamento	244.899	163.362	+49,9%	219.282	+11,7%
Venda de imóveis	68.376	7.257	+842,2%	1.808	+3.681,5%
Apropriação de receita de aluguel linear	(77.979)	(53.151)	+46,7%	(3.224)	+2.318,6%
Outras receitas	16.741	11.610	+44,2%	9.671	+73,1%
Receita Bruta	1.946.892	1.382.437	+40,8%	1.435.037	+35,7%
Tributos sobre receitas	(149.287)	(94.045)	+58,7%	(129.450)	+15,3%
Receita Líquida	1.797.605	1.288.392	+39,5%	1.305.587	+37,7%
Despesas de sede	(173.521)	(157.142)	+10,4%	(160.085)	+8,4%
Remuneração baseada em ações	(38.484)	(32.705)	+17,7%	(65.544)	-41,3%
Despesas de propriedades	(210.387)	(181.057)	+16,2%	(138.419)	+52,0%
Despesas de projetos para locação	(2.591)	(22.051)	-88,2%	(14.983)	-82,7%
Despesas de projetos para venda	(24.580)	(21.027)	+16,9%	(6.785)	+262,3%
Custo de imóveis vendidos	(49.355)	(5.184)	+852,0%	(1.515)	+3.157,5%
Resultado de equivalência patrimonial	16.553	(10.880)	n.d.	5.648	+193,1%
Outras receitas (despesas) operacionais	(39.987)	(45.742)	-12,6%	1.101	n.d.
EBITDA	1.275.254	812.604	+56,9%	925.006	+37,9%
Receitas financeiras	144.756	86.624	+67,1%	75.785	+91,0%
Despesas financeiras	(386.560)	(200.779)	+92,5%	(221.298)	+74,7%
Depreciações e amortizações	(206.751)	(201.087)	+2,8%	(220.483)	-6,2%
Lucro Antes do Imposto de Renda	826.699	497.362	+66,2%	559.009	+47,9%
Imposto de renda e contribuição social	(81.088)	(42.174)	+92,3%	(84.652)	-4,2%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	23.777	(2.493)	n.d.	(5.162)	n.d.
Participação dos acionistas minoritários	(133)	401	n.d.	1.803	n.d.
Lucro Líquido	769.255	453.096	+69,8%	470.998	+63,3%

(R\$'000)+	2022	2021	Var. %	2019	Var. %
NOI	1.536.794	1.100.382	+39,7%	1.181.749	+30,0%
Margem NOI	88,0%	85,9%	+209 p.b.	89,5%	-156 p.b.
EBITDA	1.275.254	812.604	+56,9%	925.006	+37,9%
Margem EBITDA	70,9%	63,1%	+787 p.b.	70,8%	+9 p.b.
EBITDA de Propriedades	1.279.491	865.903	+47,8%	941.256	+35,9%
Margem EBITDA de Propriedades	73,8%	67,6%	+621 p.b.	72,2%	+158 p.b.
Lucro Líquido	769.255	453.096	+69,8%	470.998	+63,3%
Margem Líquida	42,8%	35,2%	+763 p.b.	36,1%	+672 p.b.
FFO	1.030.209	709.827	+45,1%	699.868	+47,2%
Margem FFO	57,3%	55,1%	+222 p.b.	53,6%	+370 p.b.



Anexos

Demonstração de Resultados Consolidados - Relatório Gerencial

(R\$'000)	4T22	4T21	Var. %	4T19	Var. %
Receita de locação	497.949	442.207	+12,6%	341.637	+45,8%
Receita de serviços	31.161	25.549	+22,0%	28.254	+10,3%
Receita de cessão de direitos	(1.807)	(2.211)	-18,2%	(3.664)	-50,7%
Receita de estacionamento	75.436	63.248	+19,3%	63.735	+18,4%
Venda de imóveis	9.039	3.082	+193,3%	3.161	+185,9%
Apropriação de receita de aluguel linear	(55.950)	(66.500)	-15,9%	(34.252)	+63,3%
Outras receitas	3.991	3.708	+7,6%	2.059	+93,9%
Receita Bruta	559.817	469.083	+19,3%	400.929	+39,6%
Tributos sobre receitas	(47.463)	(23.349)	+103,3%	(33.445)	+41,9%
Receita Líquida	512.355	445.734	+14,9%	367.484	+39,4%
Despesas de sede	(47.149)	(44.738)	+5,4%	(39.695)	+18,8%
Remuneração baseada em ações	(8.650)	(9.173)	-5,7%	(22.239)	-61,1%
Despesas de propriedades	(53.823)	(52.260)	+3,0%	(38.015)	+41,6%
Despesas de projetos para locação	(632)	(9.967)	-93,7%	(4.845)	-87,0%
Despesas de projetos para venda	(11.172)	(9.279)	+20,4%	(2.042)	+447,0%
Custo de imóveis vendidos	(7.797)	(2.405)	+224,2%	(2.168)	+259,6%
Resultado de equivalência patrimonial	-	(27.618)	n.d.	(3.365)	n.d.
Outras receitas (despesas) operacionais	(8.567)	(5.099)	+68,0%	(2.651)	+223,1%
EBITDA	374.563	285.196	+31,3%	252.463	+48,4%
Receitas financeiras	42.639	27.850	+53,1%	16.202	+163,2%
Despesas financeiras	(106.562)	(88.895)	+19,9%	(47.836)	+122,8%
Depreciações e amortizações	(51.749)	(58.109)	-10,9%	(57.766)	-10,4%
Lucro Antes do Imposto de Renda	258.891	166.042	+55,9%	163.064	+58,8%
Imposto de renda e contribuição social	(23.124)	17.665	n.d.	(24.191)	-4,4%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	3.300	29.942	-89,0%	3.374	-2,2%
Participação dos acionistas minoritários	(39)	(39)	+0,8%	42	n.d.
Lucro Líquido	239.027	213.610	+11,9%	142.288	+68,0%

(R\$'000)	4T22	4T21	Var. %	4T19	Var. %
NOI	463.612	386.695	+19,9%	333.104	+39,2%
Margem NOI	89,6%	88,1%	+150 p.b.	89,8%	-16 p.b.
EBITDA de Propriedades ¹	386.793	331.890	+16,5%	262.475	+47,4%
Margem EBITDA de Propriedades ¹	76,7%	75,0%	+178 p.b.	72,0%	+474 p.b.
EBITDA	374.563	285.196	+31,3%	252.463	+48,4%
Margem EBITDA	73,1%	64,0%	+912 p.b.	68,7%	+441 p.b.
EBITDA Ajustado ²	383.214	294.369	+30,2%	274.702	+39,5%
Margem EBITDA Ajustado ²	74,8%	66,0%	+875 p.b.	74,8%	+4 p.b.
Lucro Líquido	239.027	213.610	+11,9%	142.288	+68,0%
Margem Líquida	46,7%	47,9%	-127 p.b.	38,7%	+793 p.b.
Lucro Líquido Ajustado ²	247.678	222.783	+11,2%	164.527	+50,5%
Margem Líquida Ajustada ²	48,3%	50,0%	-164 p.b.	44,8%	+357 p.b.
Fluxo de Caixa Operacional (FFO)	343.426	308.277	+11,4%	230.932	+48,7%
FFO margin	67,0%	69,2%	-213 p.b.	62,8%	+419 p.b.
Fluxo de Caixa Operacional (FFO) Ajustado ²	352.076	317.450	+10,9%	253.171	+39,1%
Margem FFO Ajustado ²	68,7%	71,2%	-250 p.b.	68,9%	-18 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. ² Não considera a remuneração baseada em ações. Mais detalhes sobre a linha de remuneração baseada em ações estão disponíveis na página 46.



Anexos

Demonstração de Resultados Consolidados - Relatório Gerencial

(R\$'000)	2022	2021	Var. %	2019	Var. %
Receita de locação	1.604.866	1.189.869	+34,9%	1.124.731	+42,7%
Receita de serviços	120.282	87.321	+37,7%	114.932	+4,7%
Receita de cessão de direitos	(5.499)	(5.030)	+9,3%	(12.558)	-56,2%
Receita de estacionamento	249.590	166.456	+49,9%	224.581	+11,1%
Venda de imóveis	68.376	7.257	+842,2%	1.808	+3.681,5%
Apropriação de receita de aluguel linear	(79.269)	(52.950)	+49,7%	(3.190)	+2.385,2%
Outras receitas	16.773	11.613	+44,4%	9.890	+69,6%
Receita Bruta	1.975.118	1.404.537	+40,6%	1.460.194	+35,3%
Tributos sobre receitas	(150.582)	(94.996)	+58,5%	(131.387)	+14,6%
Receita Líquida	1.824.536	1.309.541	+39,3%	1.328.807	+37,3%
Despesas de sede	(173.521)	(157.142)	+10,4%	(160.104)	+8,4%
Remuneração baseada em ações	(38.484)	(32.705)	+17,7%	(65.544)	-41,3%
Despesas de propriedades	(214.029)	(184.434)	+16,0%	(144.897)	+47,7%
Despesas de projetos para locação	(2.591)	(22.051)	-88,2%	(14.983)	-82,7%
Despesas de projetos para venda	(24.580)	(21.027)	+16,9%	(6.785)	+262,3%
Custo de imóveis vendidos	(49.355)	(5.184)	+852,0%	(1.515)	3.157,3%
Resultado de equivalência patrimonial	(1.855)	(44.322)	-95,8%	(4.055)	-54,2%
Outras receitas (despesas) operacionais	(39.993)	(31.888)	+25,4%	1.209	n.d.
EBITDA	1.280.127	810.786	+57,9%	932.134	+37,3%
Receitas financeiras	145.062	88.302	+64,3%	76.404	+89,9%
Despesas financeiras	(386.639)	(202.259)	+91,2%	(224.735)	+72,0%
Depreciações e amortizações	(208.514)	(202.798)	+2,8%	(222.796)	-6,4%
Lucro Antes do Imposto de Renda	830.035	494.031	+68,0%	561.006	+48,0%
Imposto de renda e contribuição social	(85.191)	(48.216)	+76,7%	(85.380)	-0,2%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	24.544	6.882	+256,6%	(6.431)	n.d.
Participação dos acionistas minoritários	(133)	401	n.d.	1.803	n.d.
Lucro Líquido	769.255	453.099	+69,8%	470.999	+63,3%

(R\$'000)	2022	2021	Var. %	2019	Var. %
NOI	1.561.157	1.118.941	+39,5%	1.201.226	+30,0%
Margem NOI	87,9%	85,8%	+209 p.b.	89,2%	-129 p.b.
EBITDA de Propriedades ¹	1.302.635	897.508	+45,1%	958.081	+36,0%
Margem EBITDA de Propriedades ¹	74,0%	68,9%	+506 p.b.	72,2%	+177 p.b.
EBITDA	1.280.127	810.786	+57,9%	932.134	+37,3%
Margem EBITDA	70,2%	61,9%	+825 p.b.	70,1%	+1 p.b.
EBITDA Ajustado ²	1.318.611	843.491	+56,3%	997.677	+32,2%
Margem EBITDA Ajustado ²	72,3%	64,4%	+786 p.b.	75,1%	-281 p.b.
Lucro Líquido	769.255	453.099	+69,8%	470.999	+63,3%
Margem Líquida	42,2%	34,6%	+756 p.b.	35,4%	+672 p.b.
Lucro Líquido Ajustado ²	807.739	485.804	+66,3%	536.542	+50,5%
Margem Líquida Ajustada ²	44,3%	37,1%	+717 p.b.	40,4%	+389 p.b.
Fluxo de Caixa Operacional (FFO)	1.032.495	701.965	+47,1%	703.415	+46,8%
FFO margin	56,6%	53,6%	+299 p.b.	52,9%	+365 p.b.
Fluxo de Caixa Operacional (FFO) Ajustado ²	1.070.979	734.670	+45,8%	768.959	+39,3%
Margem FFO Ajustado ²	58,7%	56,1%	+260 p.b.	57,9%	+83 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. ² Não considera a remuneração baseada em ações. Mais detalhes sobre a linha de remuneração baseada em ações estão disponíveis na página 46.



BALANÇO PATRIMONIAL: GERENCIAL

Ativo (R\$'000)	31/12/2022	30/09/2022	Var.%
Disponibilidades e valores equivalentes	1.028.185	1.157.812	-11,2%
Contas a receber	471.427	422.207	+11,7%
Terrenos e imóveis a comercializar	106.389	47.838	+122,4%
Partes relacionadas	66.789	63.252	+5,6%
Impostos e contribuições sociais a compensar	47.710	78.373	-39,1%
Custos diferidos	43.426	44.444	-2,3%
Outros	26.940	29.836	-9,7%
Total do Ativo Circulante	1.790.865	1.843.763	-2,9%
Contas a receber	16.193	23.859	-32,1%
Terrenos e imóveis a comercializar	463.556	501.971	-7,7%
Partes relacionadas	44.370	46.806	-5,2%
Depósitos judiciais	175.472	175.332	+0,1%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	30.994	34.139	-9,2%
Custos diferidos	94.470	94.402	+0,1%
Outros	7.339	8.725	-15,9%
Investimentos	2.190	2.190	-
Propriedades para investimento	7.777.213	7.776.156	-
Imobilizado	101.865	102.825	-0,9%
Intangível	374.888	373.261	+0,4%
Total do Ativo não Circulante	9.088.549	9.139.667	-0,6%
Total Ativo	10.879.414	10.983.430	-0,9%

Passivo (R\$'000)	31/12/2022	30/09/2022	Var.%
Empréstimos e financiamentos	123.696	124.544	-0,7%
Debêntures	337.636	686.512	-50,8%
Contas a pagar	140.559	119.879	+17,3%
Obrigações por aquisição de bens	133.771	159.254	-16,0%
Impostos e contribuições a recolher	35.362	22.545	+56,9%
Juros sobre capital próprio a pagar	414.260	471.123	-12,1%
Receitas diferidas	21.016	21.298	-1,3%
Outros	90.190	90.509	-0,4%
Total Passivo Circulante	1.296.490	1.695.664	-23,5%
Empréstimos e financiamentos	1.105.960	1.128.868	-2,0%
Contas a pagar	39.214	46.896	-16,4%
Debêntures	1.396.320	1.097.332	+27,2%
Imposto de renda e contribuições social diferidos	269.114	275.690	-2,4%
Obrigações por aquisição de bens	12.375	13.500	-8,3%
Débito com partes relacionadas	108.095	108.117	-
Outros	195	-	n.d.
Provisão para contingências	16.545	18.034	-8,3%
Receitas diferidas	52.564	55.519	-5,3%
Total do Passivo não Circulante	3.000.382	2.743.955	+9,3%
Patrimônio Líquido			
Capital	2.988.062	2.988.062	-
Reserva de capital	1.048.061	1.060.471	-1,2%
Reserva de lucros	3.007.284	2.658.229	+13,1%
Gasto com emissão de ações	(43.548)	(43.548)	-
Ações em tesouraria	(327.525)	(314.568)	+4,1%
Efeitos em transação de capital	(89.995)	(89.995)	-
Dividendos adicionais propostos	-	(245.000)	n.d.
Lucros acumulados	1	529.996	-100,0%
Participação dos acionistas minoritários	203	165	+22,8%
Total do Patrimônio Líquido	6.582.542	6.543.812	+0,6%
Total do Passivo	10.879.414	10.983.430	-0,9%



Appendix

RELACIONAMENTO COM OS AUDITORES INDEPENDENTES – INSTRUÇÃO CVM 381/2003

Em atendimento ao disposto na Instrução da Comissão de Valores Mobiliários ("CVM") nº 381, de 14 de janeiro de 2003, a Companhia informa que não foram contratados quaisquer outros serviços não relacionados com auditoria externa junto aos nossos auditores independentes e/ou suas partes relacionadas durante o quarto trimestre de 2022.

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 comerciais, 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 comerciais, contabilizadas como despesa na demonstração de resultados, conforme estabelecido no pronunciamento CPC 04 de 2009.

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

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

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



Glossário

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.

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

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

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

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

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

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

IBGE: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

IGP-DI (Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna): Índice de inflação apurado pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), com período de coleta do primeiro ao último dia do mês de referência e divulgação próxima ao dia 20 do mês posterior. Possui a mesma composição do IGP-M (Índice Geral de Preços do Mercado), diferenciando-se apenas o período de coleta.

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

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

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

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

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

Margem EBITDA: EBITDA dividido pela Receita Líquida.

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

Merchandising: É todo tipo de locação em um shopping center não vinculada à ABL. Merchandising inclui receitas de quiosques, stands, cartazes, painéis eletrônicos, locação de espaços em pilares, áreas de estacionamento, portas e escadas rolantes, entre outros pontos de exposição em um shopping.

Mix de lojas: 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.

Satелização: 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.



Glossário

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.