

50 ANOS

 Multiplan

1T24

Teleconferência  
de resultados

Contato da equipe de  
Relações com Investidores:

[ri.multipan.com.br](http://ri.multipan.com.br)  
[ri@multipan.com.br](mailto:ri@multipan.com.br)  
+55 21 3031-5400



# 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.

Nesta apresentação, 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](http://ri.multiplan.com.br).

## Programas Não Patrocinados de *Depositary Receipts*

Chegou ao conhecimento da Companhia que bancos estrangeiros implementaram ou pretendem implementar programas não patrocinados de certificados de depósito de valores mobiliários (*depositary receipts*), nos EUA ou em outros países, com lastro em ações de emissão da Companhia (os "Programas Não Patrocinados"), tirando proveito do fato de que os relatórios da Companhia são usualmente divulgados no idioma inglês.

A Companhia, no entanto, (i) não está envolvida nos Programas Não Patrocinados, (ii) desconhece os termos e condições dos Programas Não Patrocinados, (iii) não tem qualquer relacionamento com potenciais investidores no tocante aos Programas Não Patrocinados, (iv) não consentiu de forma alguma com os Programas Não Patrocinados e não assume qualquer

responsabilidade em relação aos mesmos. Ademais, a Companhia ressalta que suas demonstrações financeiras são traduzidas e também divulgadas em inglês exclusivamente para o cumprimento das normas brasileiras, notadamente a exigência contida no item 6.2 do Regulamento de Listagem do Nível 2 de Governança Corporativa da B3 SA - Brasil, Bolsa, Balcão, que é o segmento de listagem do mercado em que as ações da Companhia são listadas e negociadas.

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

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

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

# A magia de comemorar 50 anos

Desde 1974, a Multiplan e seus shoppings se dedicam a superar expectativas, encantar e trazer magia para a vida das pessoas.

50 ANOS

 Multiplan



Assista ao [vídeo](#) e sinta a emoção

# ESG – destaques 1T24

Há 50 anos melhorando a qualidade de vida das pessoas



**+7 shoppings**  
com o Programa de  
Escolarização



**Milhares**  
de produtos de  
alimentação,  
higiene pessoal e  
limpeza  
arrecadados e  
doados



**>1.200 bolsas**  
de sangue  
ajudando a salvar  
milhares de vidas



**98**  
*pets* adotados  
nos shoppings

# ESG – destaques 1T24

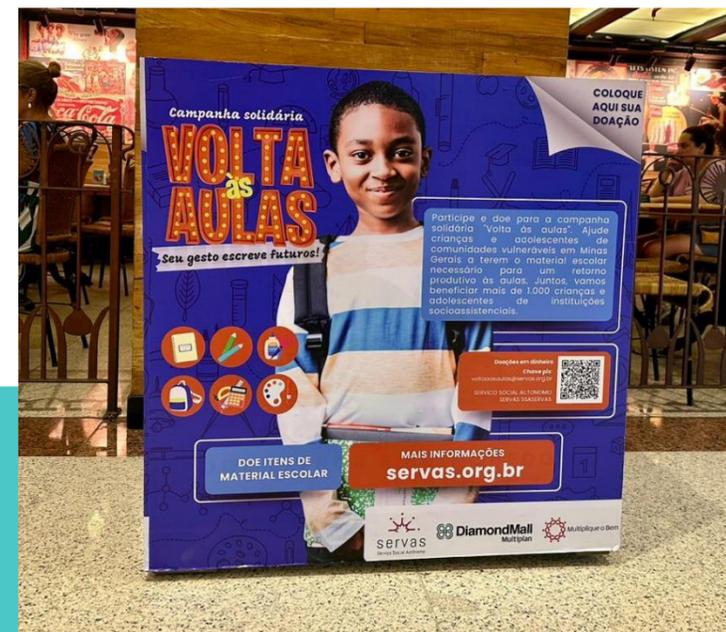
Algumas das iniciativas realizadas no período



Projeto de Escolarização é expandido para sete novos shoppings



BH Shopping promove treinamento em língua de sinais para colaboradores



DiamondMall participa de campanha de doação de material escolar



ParkShopping recebe Prêmio "Guardião da Água"



MorumbiShopping participa de campanha de doação de sangue



Campanha de arrecadação de fundos de Natal beneficia comunidades



Feiras de adoção de animais nos shoppings da Multiplan



2ª edição da Jornada Jurídica aborda temas do setor para colaboradores

## Multi: diversas funcionalidades aumentam relacionamento, engajamento e dados



Pagamento de estacionamento online



Diretório do Centro Médico



Diretório de lojas e restaurantes



Cupons de desconto de compras



Disponibilidade de ingressos de cinema e teatro



Reserva de mesas



Ofertas e promoções



Mapa do shopping



Promoção do "Lápis Vermelho"



Sorteios



Acesso a eventos



Programa de fidelidade



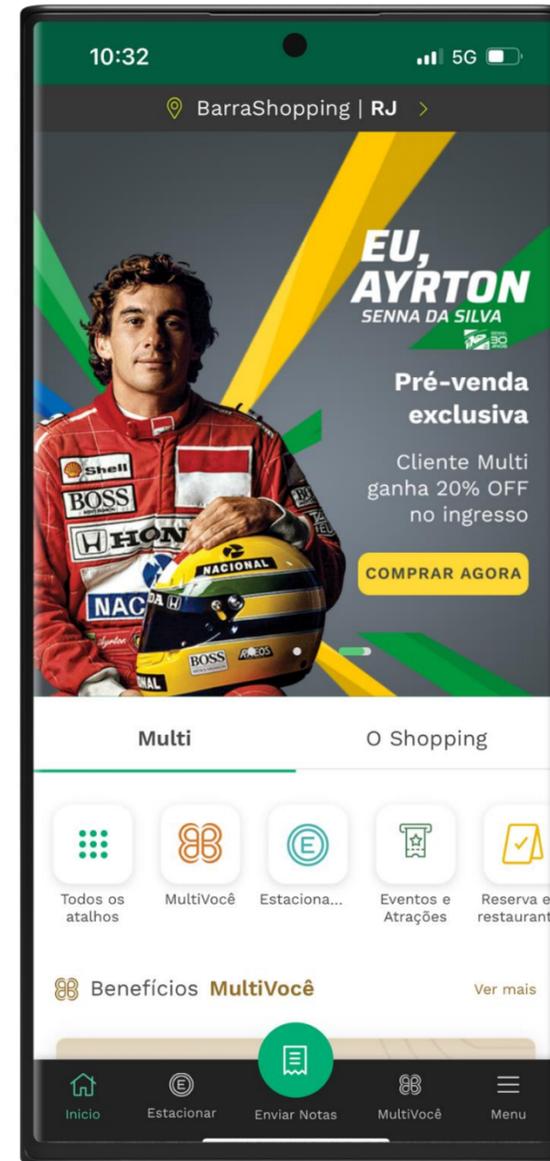
Comodidades



Contato direto por Whatsapp entre clientes e lojistas

# Multi, o super aplicativo

*Antecipar tendências, trazendo conveniência*



> **6 milhões de downloads** acumulados

+ **100%** de **cadastros** no 1T24 vs. 1T23

+ **60%** de **usuários** únicos no 1T24 vs. 1T23

+ **84%** no número de **acessos** no 1T24 vs. 1T23

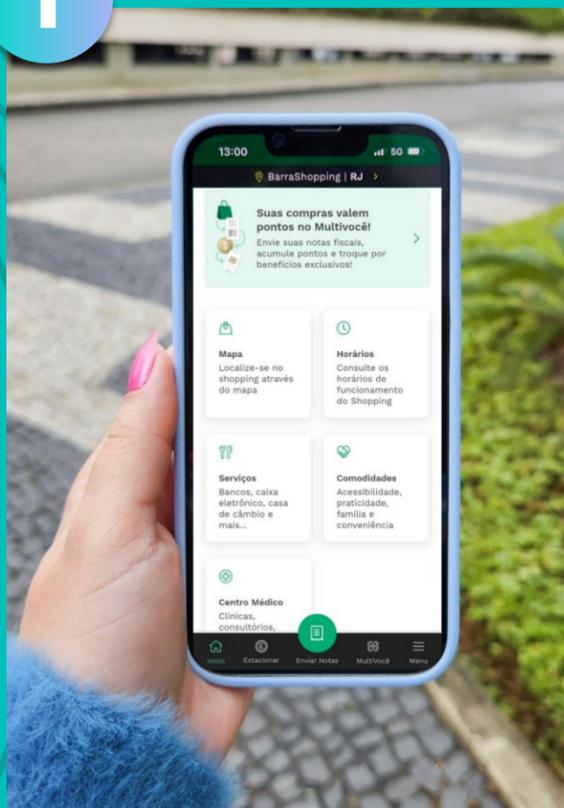
# Multi, o super aplicativo

As ~~quatro~~<sup>cinco</sup> estratégias de criação de valor do aplicativo Multi

1. Comodidade para clientes
2. Vendas para nossos lojistas
3. Eficiência para os shoppings
4. Dados para a Multiplan

**+5. Receitas de parcerias**

**1** Comodidade para nossos clientes



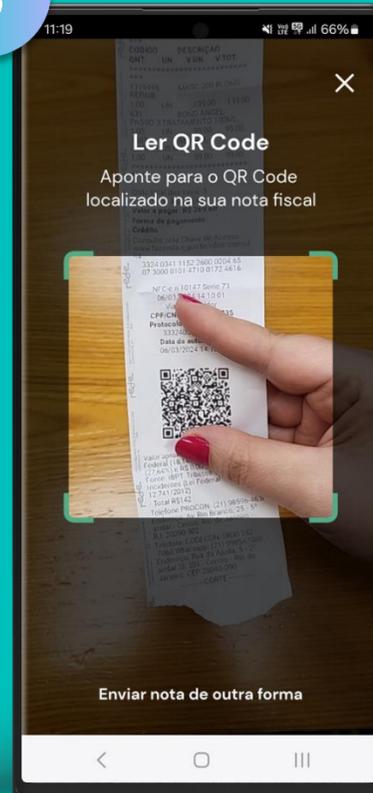
Diferentes funcionalidades dentro do aplicativo Multi

**2** Vendas para nossos lojistas



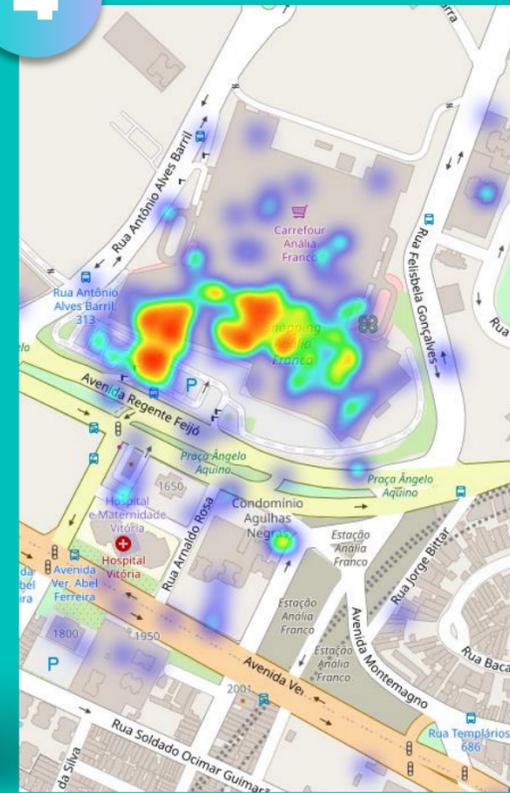
Cupons disponíveis no programa de fidelidade MultiVocê

**3** Eficiência para os nossos shoppings



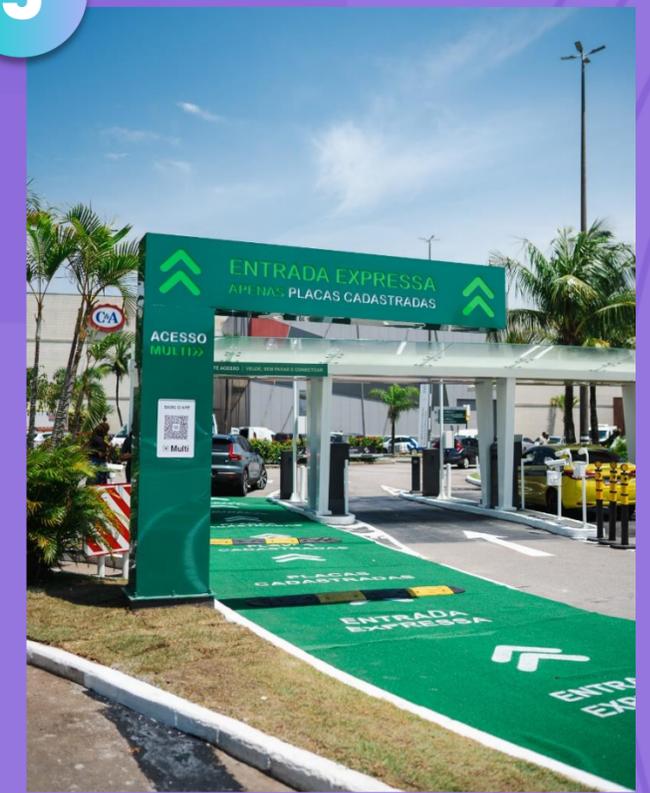
Cadastro de notas fiscais no aplicativo Multi

**4** Dados para a Multiplan



Mapa de calor indicando a concentração de clientes utilizando um cupom Multi

**5** + 5. Receitas de parcerias



Pistas free flow no BarraShopping

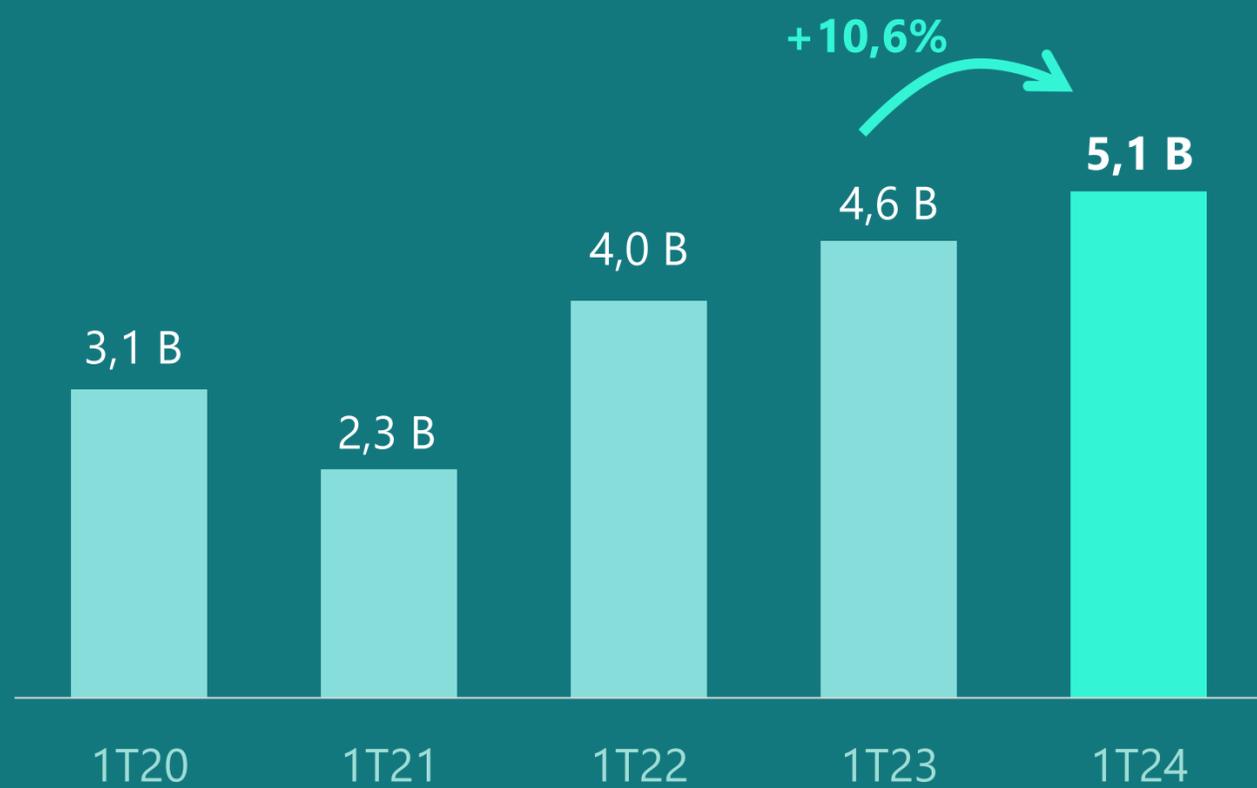
## Acesso Multi: mais eficiência e maior conveniência

- ▶ Sistema **free flow inédito** no Brasil
- ▶ **Mais pontos de dados** sobre o comportamento dos clientes
- ▶ 19 shoppings **totalmente livres de cancelas na entrada**
- ▶ **>600 mil** clientes cadastrados
- ▶ **44%** das transações de estacionamento na forma digital



# Vendas: crescimento de 10,6% sobre o 1T23

Vendas trimestrais dos lojistas (R\$)



# SSS: crescimento de 8,6% no 1T24

*Eventos, mudanças de mix e revitalizações impulsionam o crescimento*

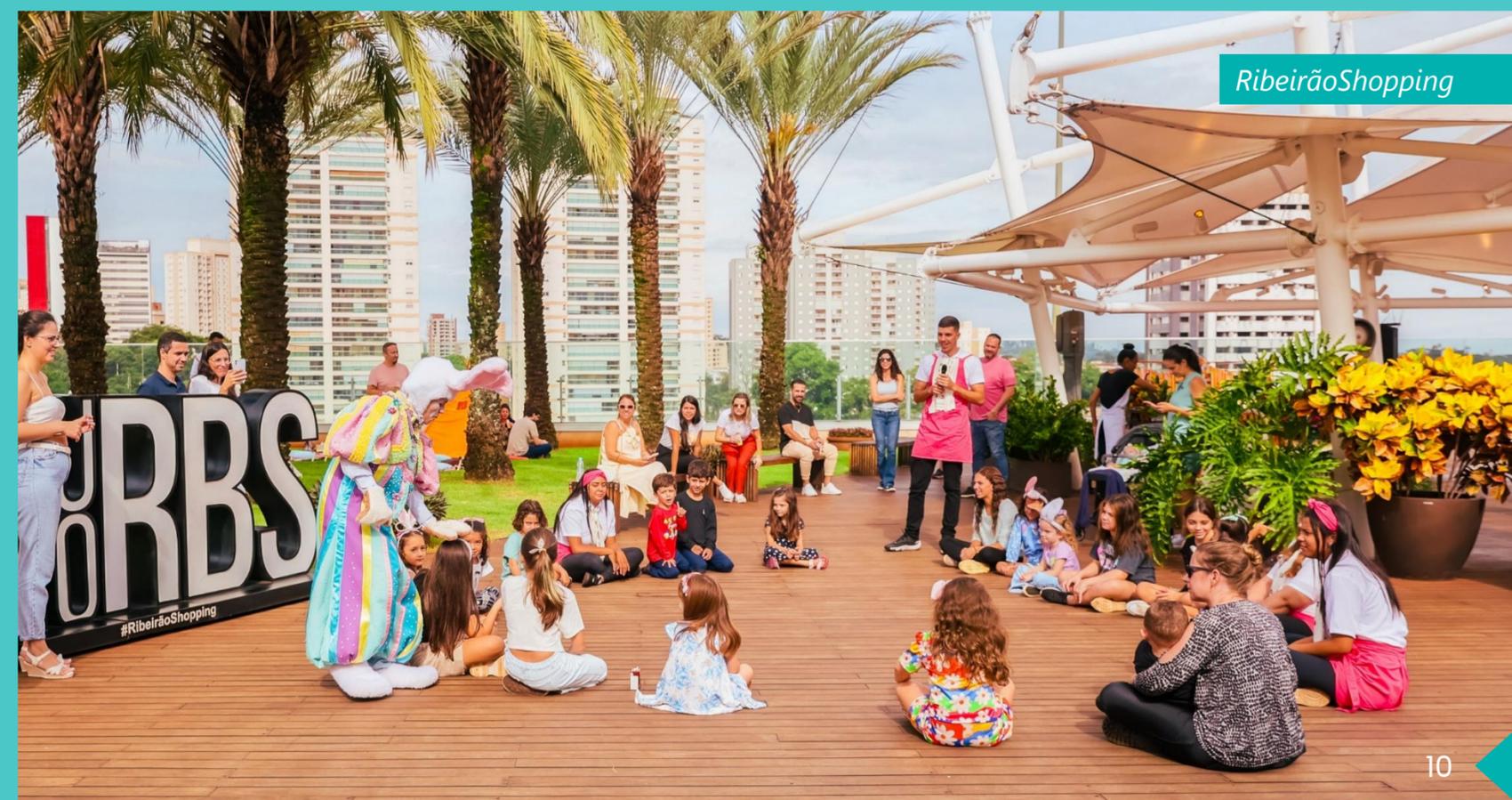
**Vendas nas Mesmas Lojas (SSS<sup>1</sup>)  
1T24 x 1T23**

|                             | Âncora       | Satélite     | Total        |
|-----------------------------|--------------|--------------|--------------|
| Alimentação/Áreas Gourmet   | -            | +13,7%       | +13,7%       |
| Vestuário                   | +10,3%       | +3,6%        | +5,7%        |
| Artigos do Lar & Escritório | -19,2%       | -0,5%        | -4,4%        |
| Artigos Diversos            | +13,3%       | +12,7%       | +12,9%       |
| Serviços                    | +12,4%       | +7,0%        | +8,3%        |
| <b>Total</b>                | <b>+9,5%</b> | <b>+8,2%</b> | <b>+8,6%</b> |

<sup>1</sup> SSS (Same Store Sales) se refere ao indicador Vendas nas Mesmas Lojas.



BarraShoppingSul

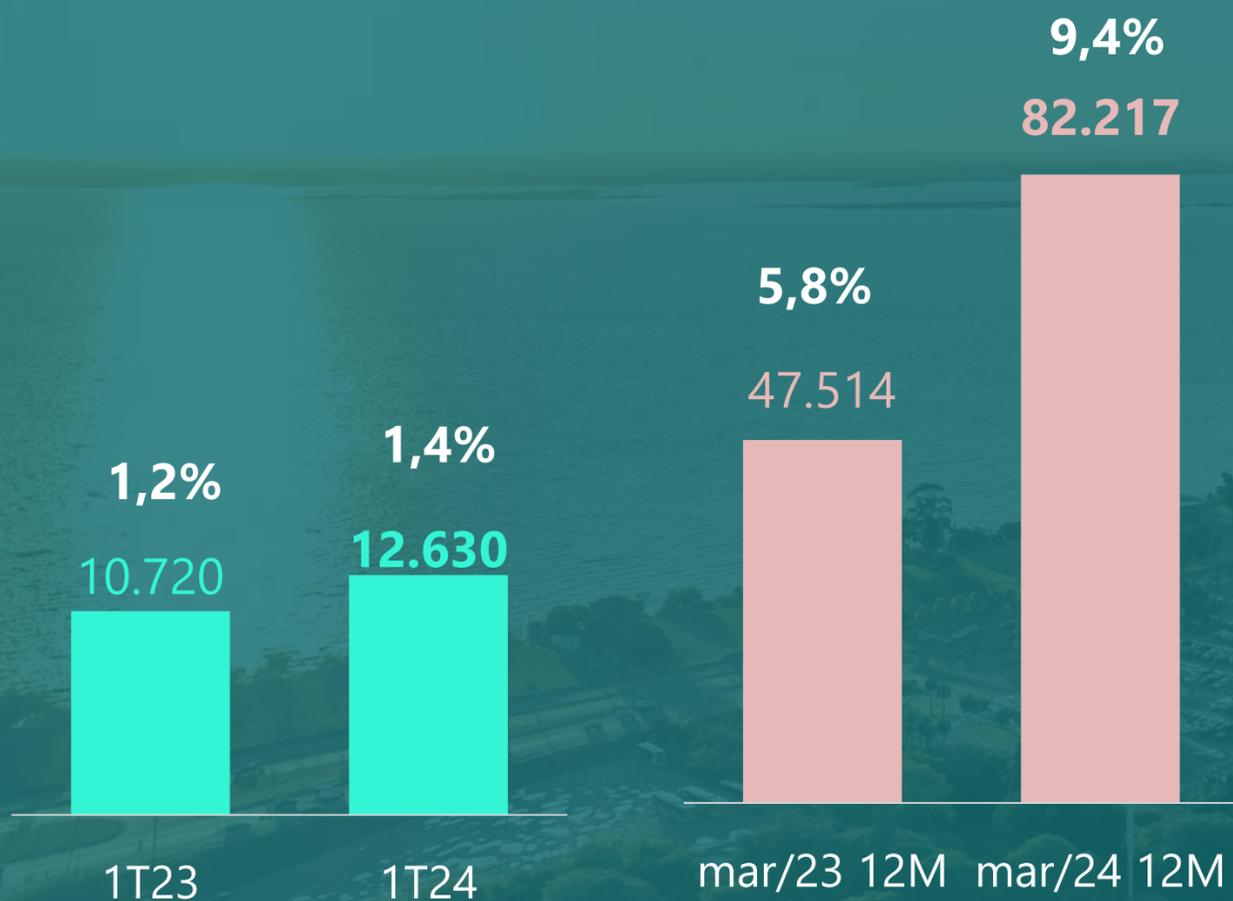


RibeirãoShopping

# Aumento do turnover e taxa de ocupação

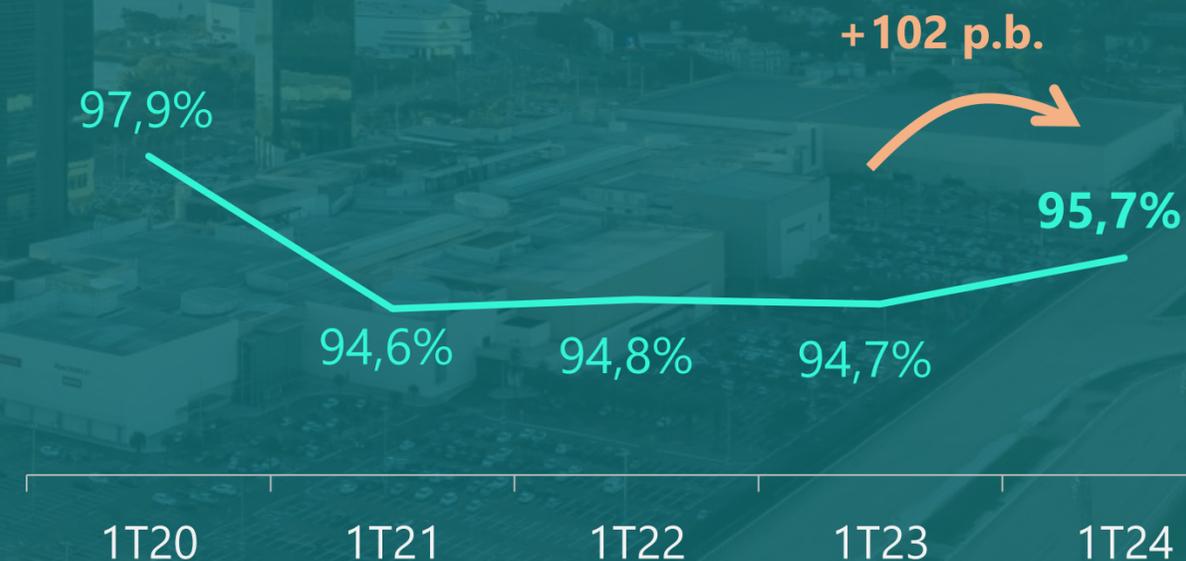
Troca de mix tem impulsionado vendas e ocupação, 106 novas lojas no trimestre

Turnover dos shoppings em ABL (m<sup>2</sup>) e % do ABL total

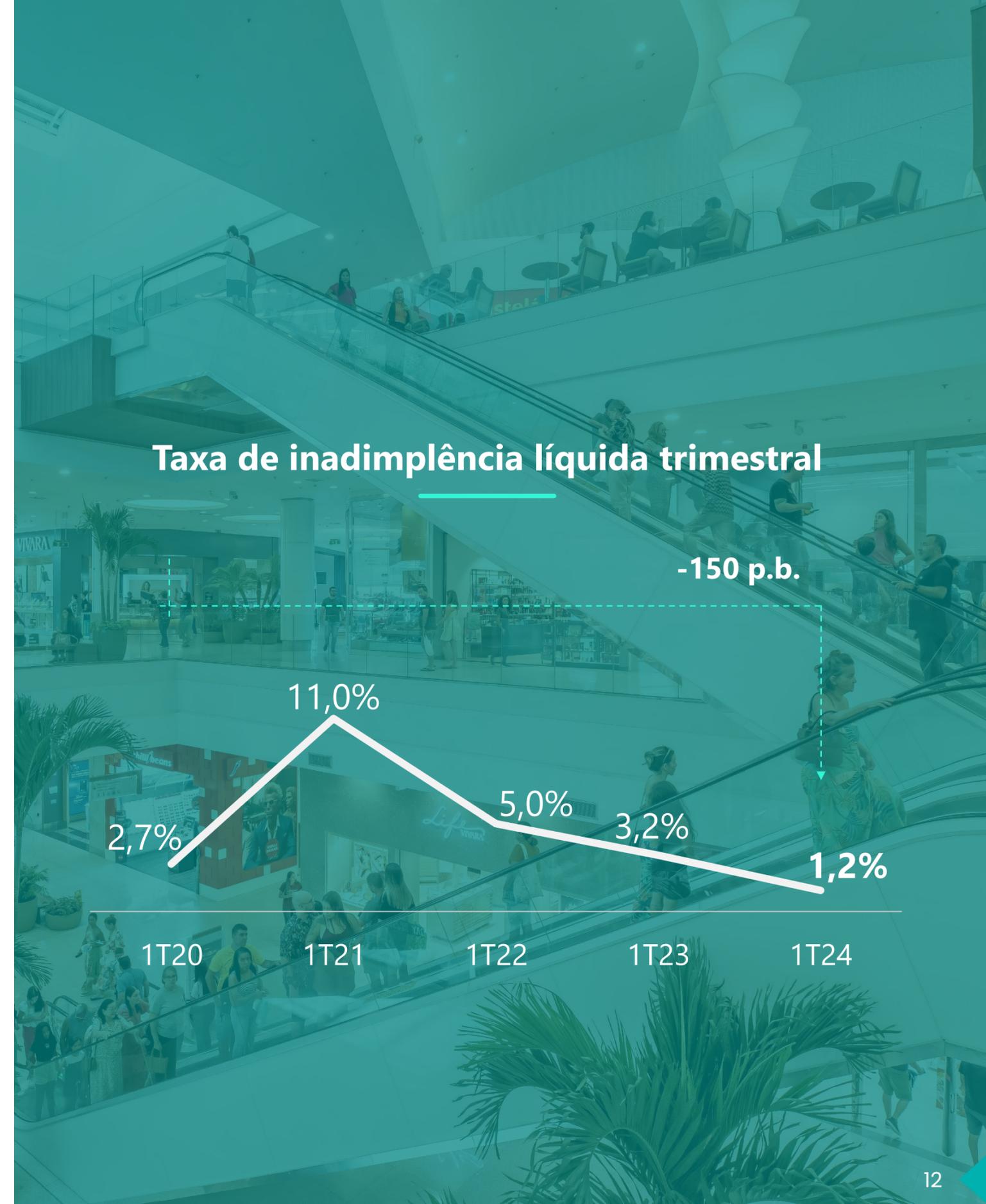
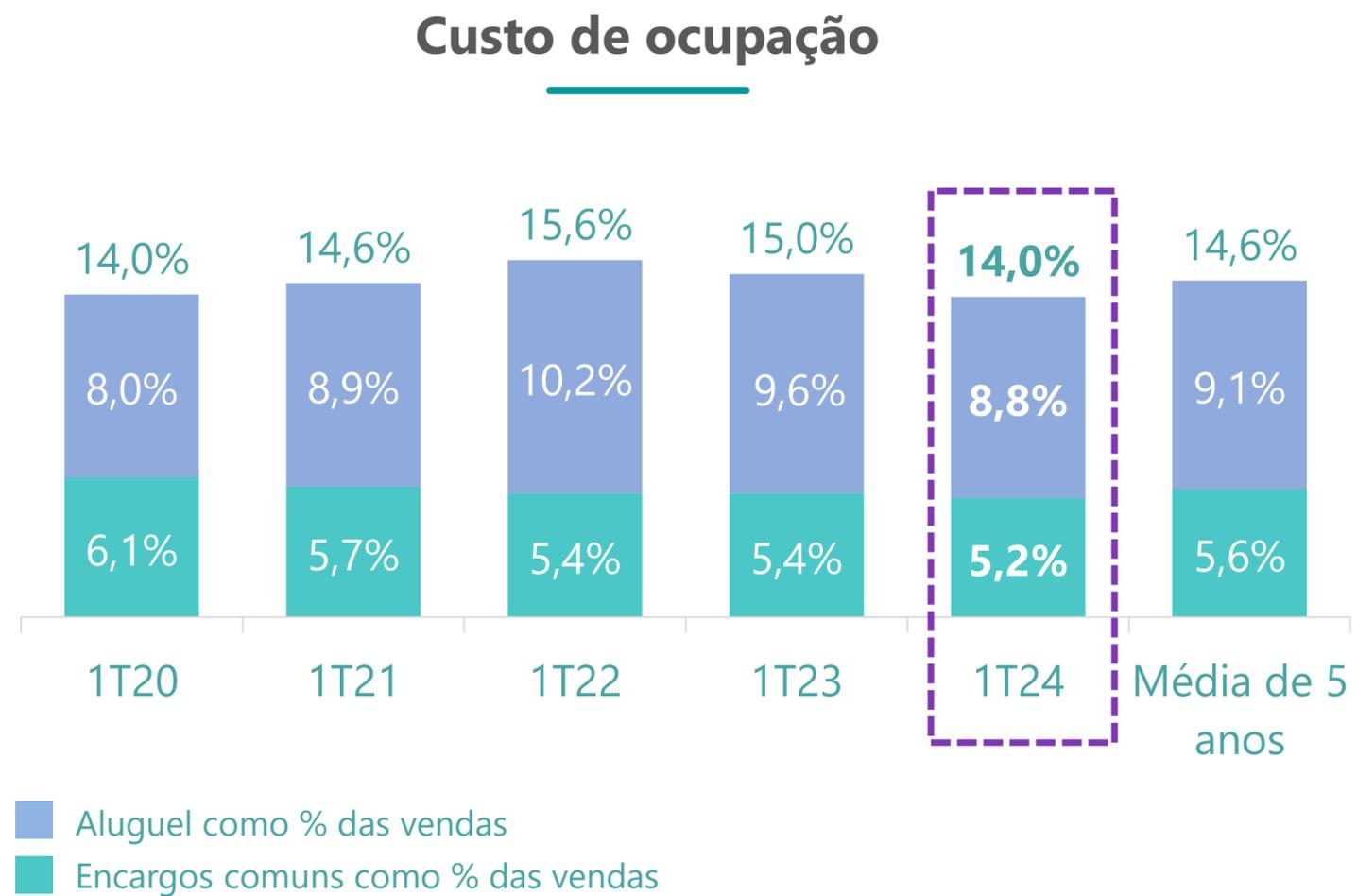


12 shoppings com taxa de ocupação acima do 1T23

Taxa de ocupação média



# Vendas e eficiência de encargos comuns levam a redução no custo de ocupação



## Taxa de inadimplência líquida trimestral



# Receita crescendo dois dígitos

*Receita bruta cresce 13,1%, impulsionada pelas receitas do Golden Lake e as parcerias de sucesso do Multi*

Projeto Golden Lake – Fase 1, Lake Victoria



MorumbiShopping - Acesso Multi



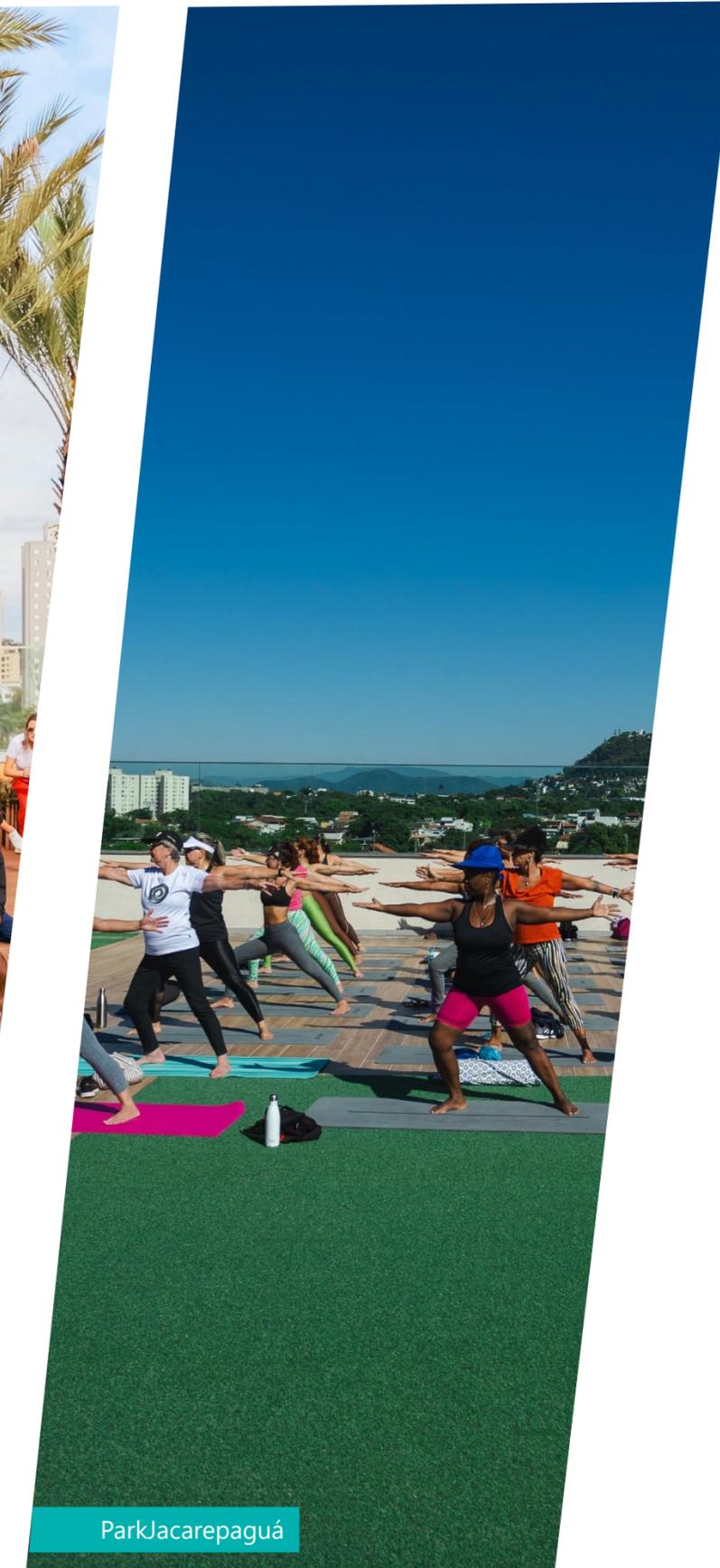
# SSR real de 3,2% no 1T24

*Crescendo em um cenário deflacionário*

## Índices e análise do SSR<sup>1</sup>



<sup>1</sup>SSR (Same Store Rent) se refere ao indicador Aluguel nas Mesmas Lojas. <sup>2</sup> SSR Real refere-se ao Aluguel nas Mesmas Lojas líquido do efeito do reajuste do IGP-DI no período.



# Crescendo com ainda mais eficiência

**+1,1 %**  
**RECEITA DE ALUGUEL**

**338,5** R\$ M

**+13,1 %**

**RECEITA BRUTA**

**563,9** R\$ M

**+9,3 %**

**EBITDA**

**390,8** R\$ M

**74,6** MARGEM %  
-121 p.b.

**+25,5 %**

**FFO**

(Fluxo de Caixa Operacional)

**327,5** R\$ M

**62,5** MARGEM %  
+719 p.b.

**+28,9 %**

**LUCRO LÍQUIDO**

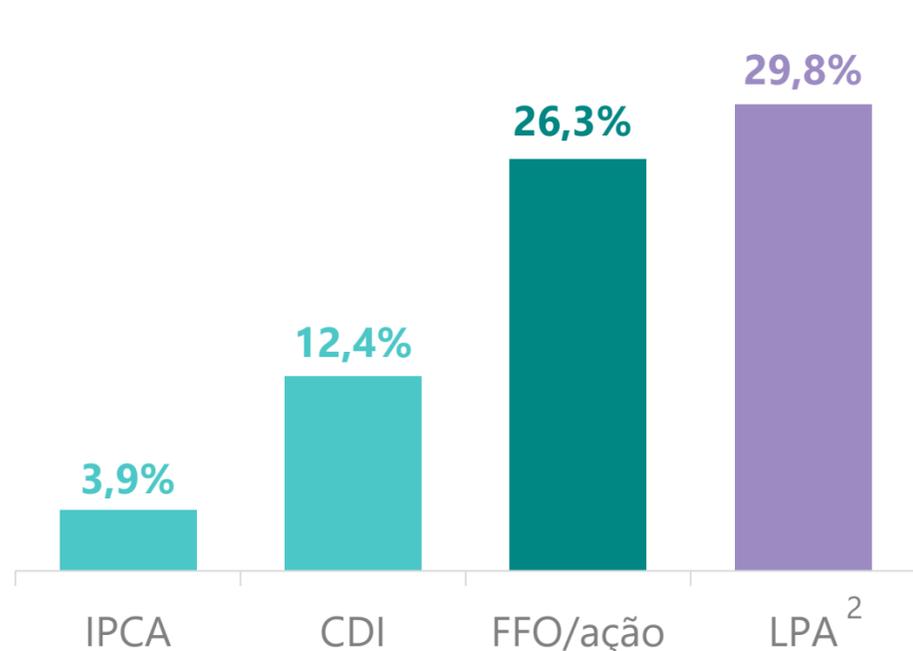
**267,0** R\$ M

**51,0** MARGEM %  
+706 p.b.

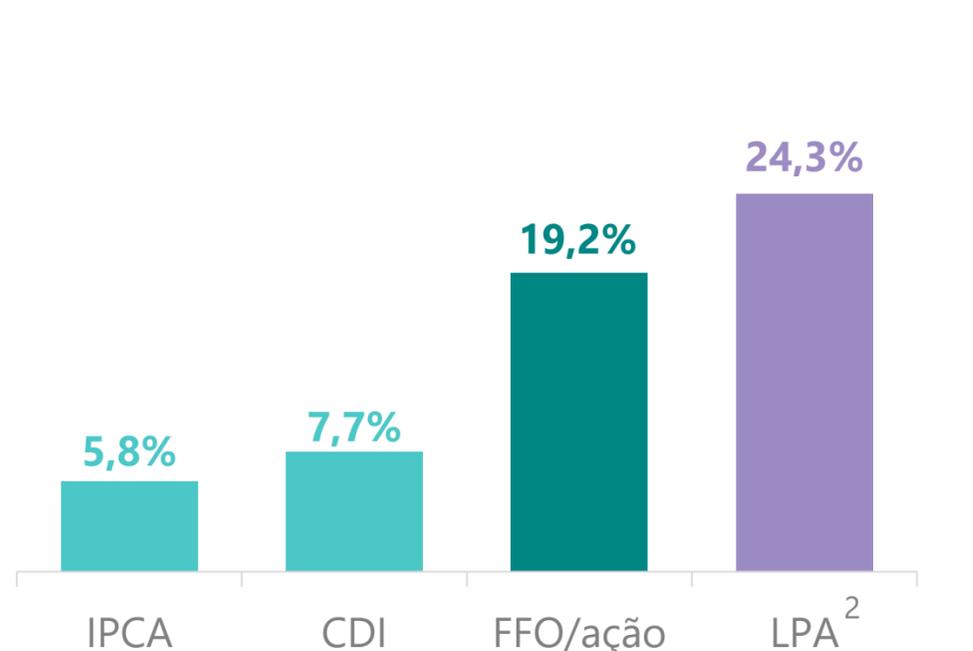
# FFO e lucro por ação criando valor

*CAGR<sup>1</sup> acima do IPCA e CDI com retornos consistentes desde o IPO*

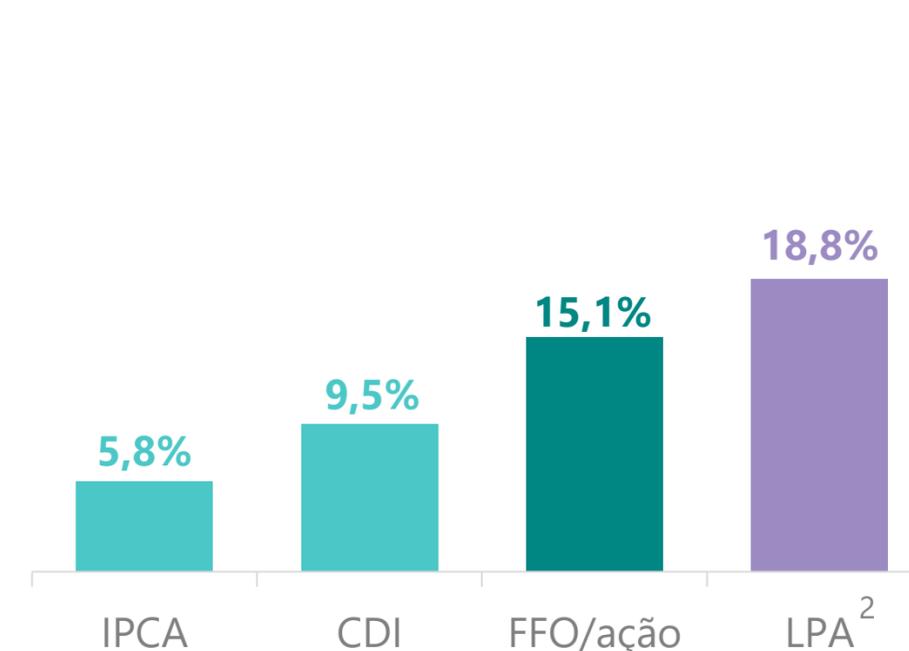
**FFO/ação e LPA<sup>2</sup>**  
(1T24 vs. 1T23)



**CAGR<sup>1</sup> FFO/ação e LPA<sup>2</sup>**  
(1T24 vs. 1T19)



**CAGR<sup>1</sup> FFO/ação e LPA<sup>2</sup>**  
(1T24 vs. 1T08, desde o IPO<sup>3</sup>)

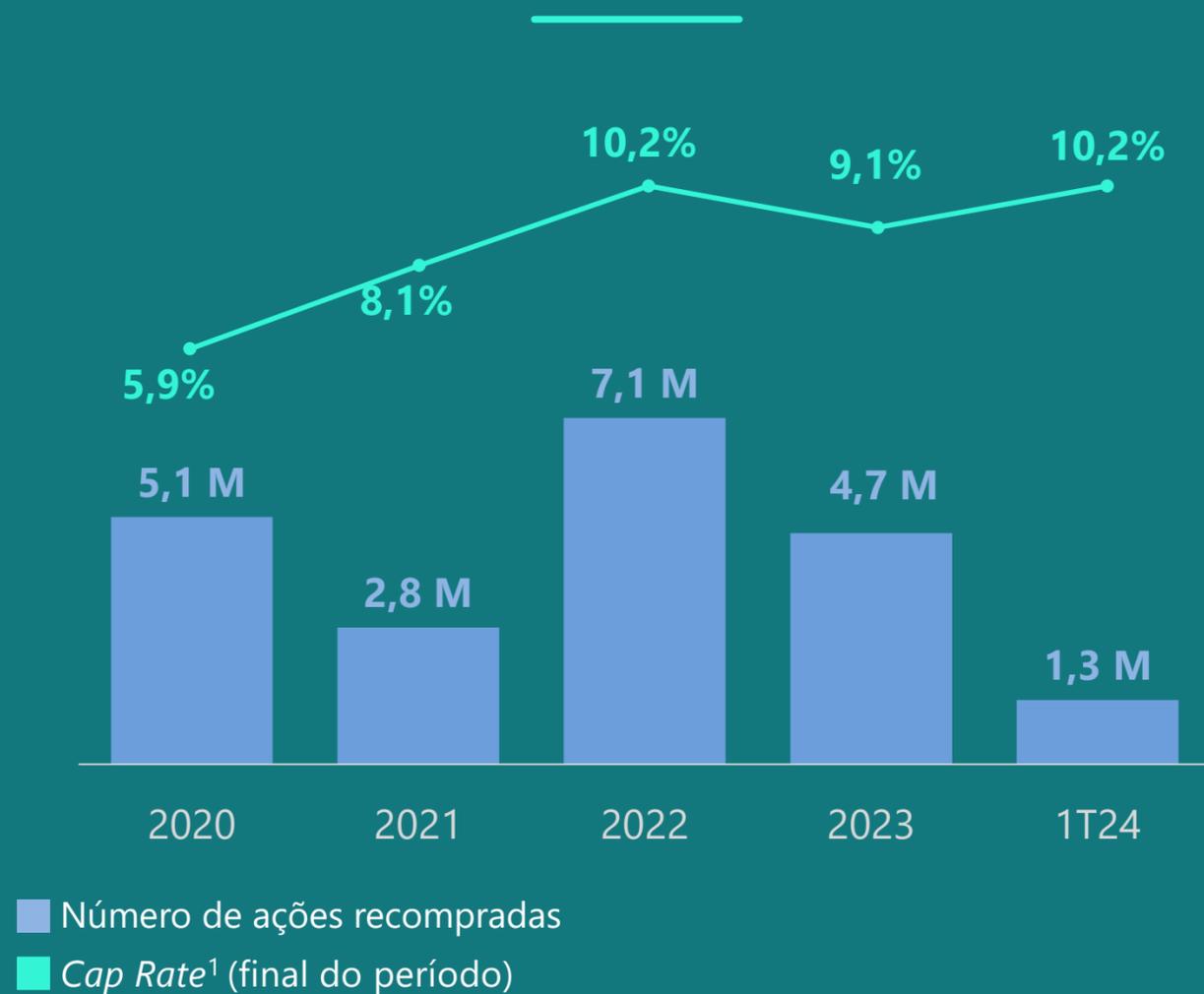


<sup>1</sup>CAGR (Compound Annual Growth Rate) se refere a taxa de crescimento anual composta. <sup>2</sup>LPA se refere ao Lucro por Ação. <sup>3</sup>O IPO (abertura de capital) da Multiplan ocorreu em Julho de 2007. A comparação é feita com o 1T08, pois foi o primeiro 1T após o IPO.

# MULT3

Além dos proventos, recompra de ações dá continuidade a estratégia de retornar capital

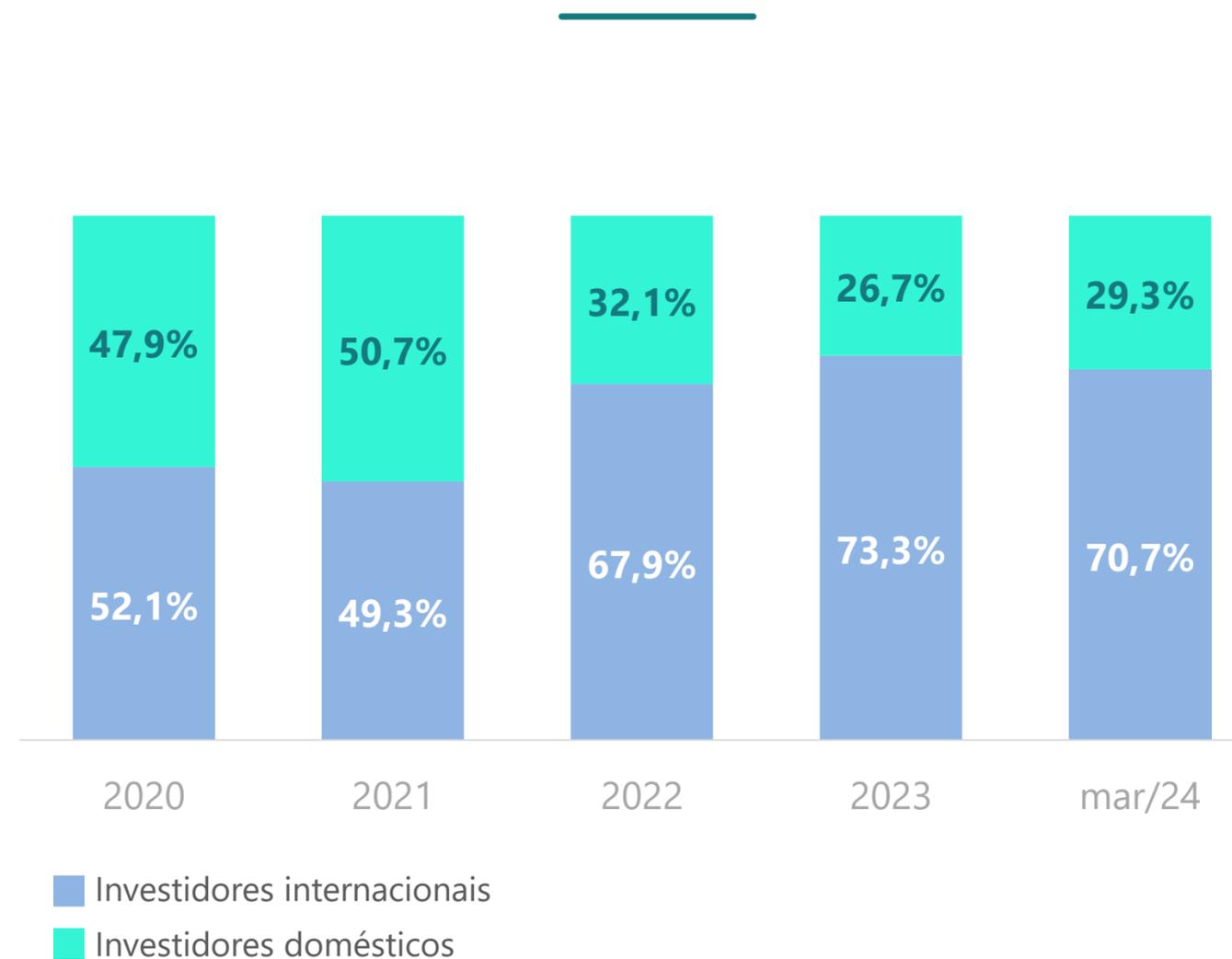
## Evolução do Programa de Recompra de ações e *Cap Rate*<sup>1</sup>



<sup>1</sup> *Cap Rate* calculado com base no NOI dos últimos 12 meses dividido pelo *Enterprise Value* (Valor da Empresa).



## Base de Investidores<sup>2</sup> (Percentual referente ao free-float)

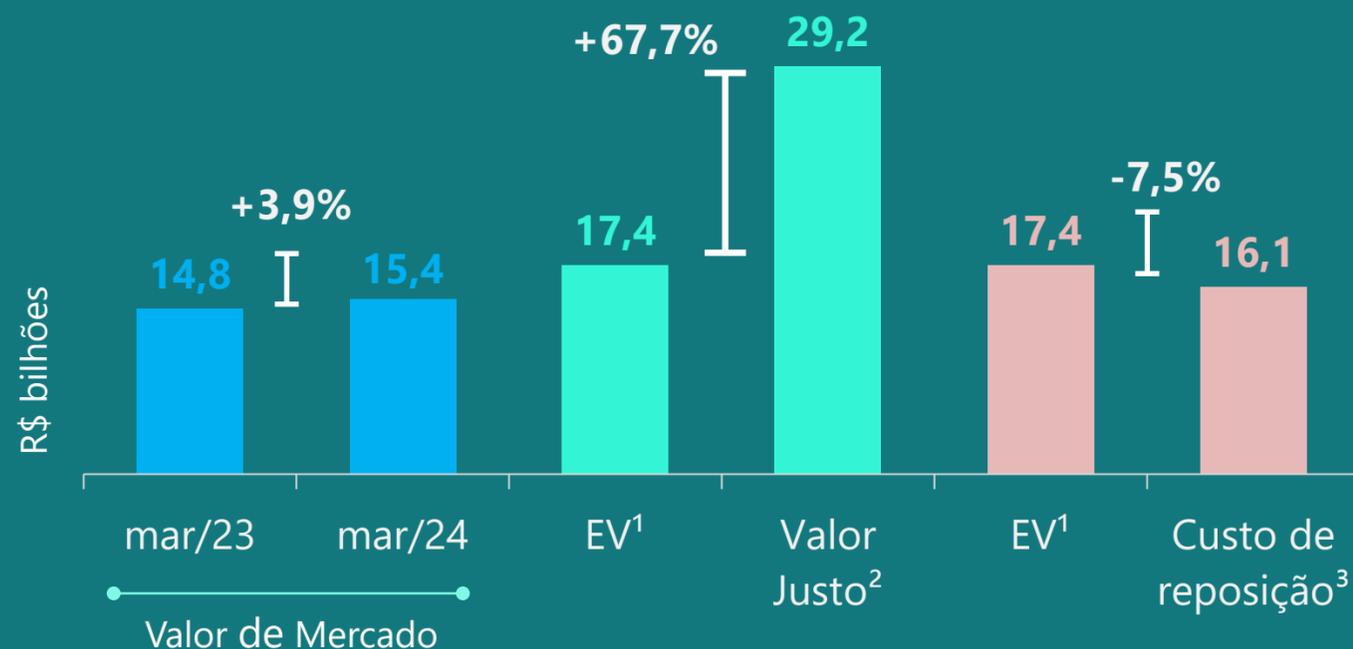


<sup>2</sup> Fonte: B3. Dados classificados de acordo com os dados recebidos da B3. Dados de fim de período.

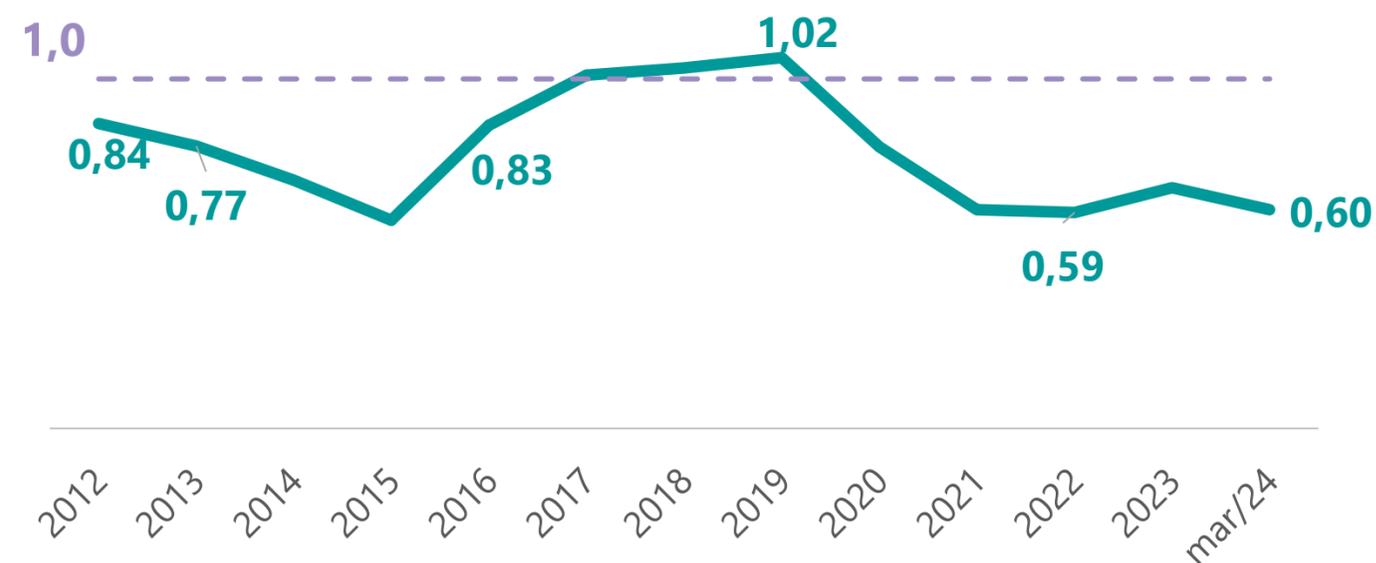
# Valor Justo

Valor da Empresa (EV) 68% abaixo do Valor Justo

## Valor da Multiplan



## EV<sup>1</sup> / Valor Justo<sup>2</sup>



<sup>1</sup>Enterprise Value (EV): valor de mercado + dívida líquida ao final de março de 2024.

<sup>2</sup>Valor Justo dos imóveis calculado conforme metodologia detalhada nas Demonstrações Financeiras de 31 de março de 2024.

<sup>3</sup>Custo de Reposição calculado através da multiplicação de uma estimativa de custo de reposição por m<sup>2</sup> e a ABL própria (760.357 m<sup>2</sup>) ao final de março de 2024. A estimativa do custo de reposição por m<sup>2</sup> foi calculada usando o capex do ParkJacarepaguá de R\$770,0 milhões dividido pela ABL própria do shopping (36.342 m<sup>2</sup>), levando a um custo de reposição por m<sup>2</sup> de R\$21.188/m<sup>2</sup>.

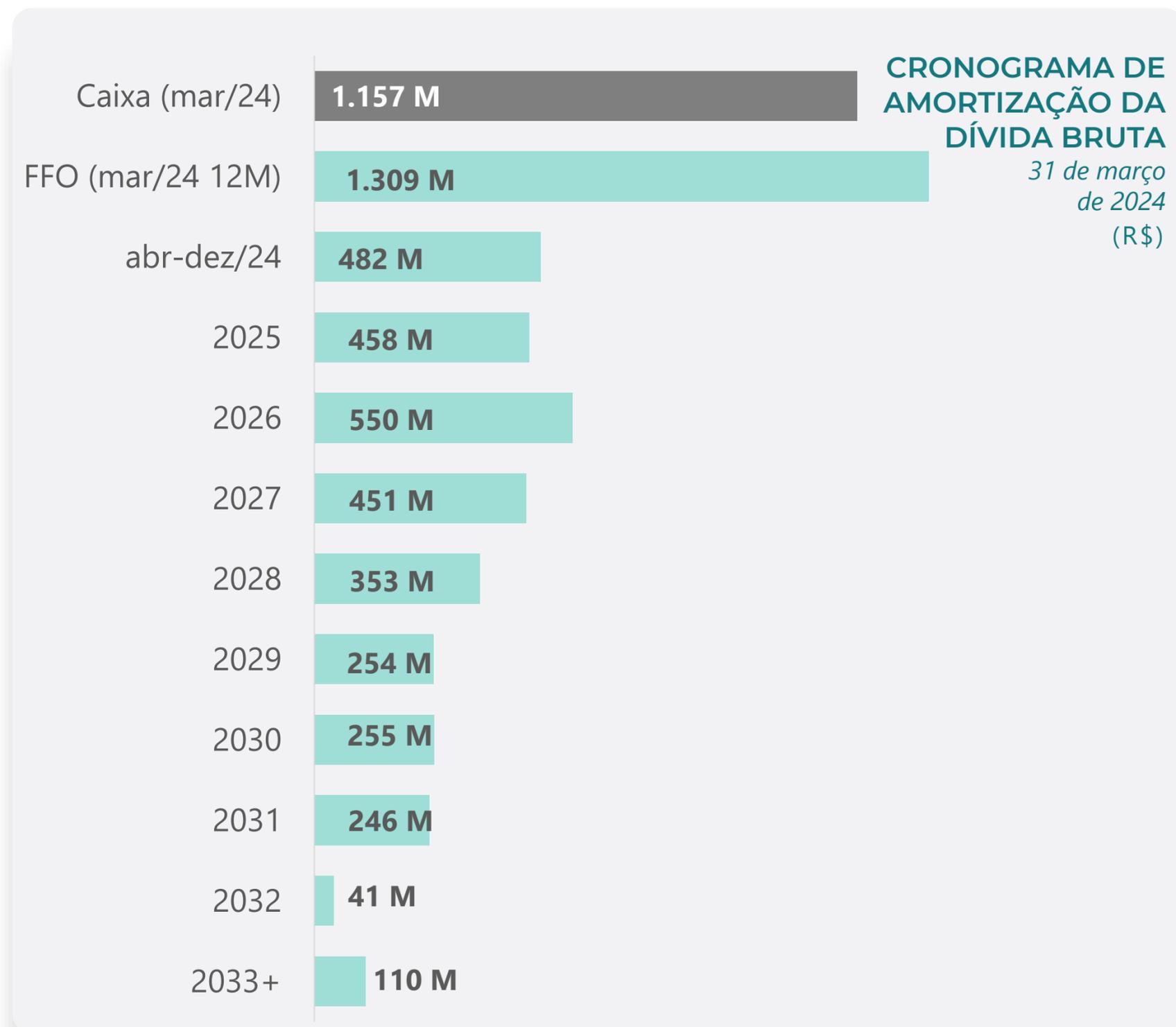
# Capital: redução na dívida bruta e líquida

Dívida líquida/EBITDA em 1,32x  
(mar/24)

- » Dívida bruta: **R\$3.199,8 M**
- » Custo médio a.a.: **11,42%**
- » Dívida líquida: **R\$2.042,6 M**
- » Dívida líquida / EBITDA: **1,32x**
- » Valor Justo das Propriedades<sup>1</sup>: **R\$29.200,7 M**
- » Dívida líquida / Valor Justo: **7,0%**



<sup>1</sup> Valor Justo das Propriedades calculado conforme metodologia detalhada nas Demonstrações Financeiras de 31 de março de 2024.



# Estrutura de capital

88,7% da dívida indexada à Selic

## Endividamento por índice

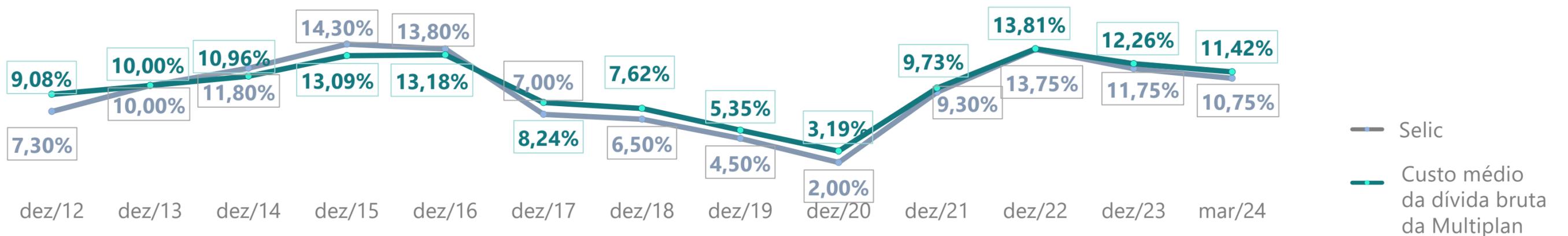
(mar/24)



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



## Custo médio da dívida bruta (a.a.)





# R\$140 milhões em investimentos no 1T24

*Expansão do ParkShoppingBarigüi a todo vapor*

| <b>CAPEX (R\$)</b>                            | <b>1T24</b>    |
|---|----------------|
| Desenvolvimento de Greenfields                | 0,0 M          |
| Expansões                                     | 81,2 M         |
| Revitalizações, TI, Inovação Digital e Outros | 58,6 M         |
| Aquisição de Participação Minoritária         | 0,0 M          |
| <b>Total</b>                                  | <b>139,9 M</b> |

# 7 expansões, 70 mil m<sup>2</sup> de ABL

| Shopping               | ABL <sup>1,2</sup> (m <sup>2</sup> ) | Inauguração <sup>2</sup> |
|------------------------|--------------------------------------|--------------------------|
| ParkShoppingBarigüi    | 14.314                               | 2S24                     |
| DiamondMall            | 5.116                                | 2S24                     |
| Parque Shopping Maceió | 5.506                                | 2025                     |
| MorumbiShopping        | 13.141                               | 1S26                     |
| ParkShopping           | 8.615                                | 1S26                     |
| JundiaíShopping        | 7.850                                | 1S27                     |
| ParkShoppingSãoCaetano | 12.746                               | 2S27                     |
| <b>Total</b>           | <b>67.288</b>                        |                          |

<sup>1</sup> Refere-se a 67.288 m<sup>2</sup> de expansões, incluindo 8.122 m<sup>2</sup> de readequações, o que resultará em uma adição de 59.167 m<sup>2</sup> de ABL. A expansão do MorumbiShopping adicionará 7.377 m<sup>2</sup> de ABL, além de 5.764 m<sup>2</sup> de readequações. A expansão do DiamondMall adicionará 3.181 m<sup>2</sup> de ABL, além de 1.935 m<sup>2</sup> de readequações. A expansão do ParkShoppingBarigüi adicionará 13.892 m<sup>2</sup> de ABL, além de 423 m<sup>2</sup> de readequações.

<sup>2</sup> As informações são preliminares e baseadas em dados disponíveis até a presente data, sujeitando-se a riscos e incertezas que podem levar a resultados reais diferentes dos previstos. A Companhia não está obrigada divulgar a atualização ou revisão destas informações, que poderão ser alteradas sem aviso prévio. Para mais informações sobre os riscos de execução da estratégia de crescimento da empresa, leia atentamente o Formulário de Referência disponível no site de RI, em especial a seção "Fatores de Risco".

# Reinvestindo para crescer

New York City Center

## Estudo de caso: New York City Center

Um dos **shoppings mais “jovens” do portfólio**, foi alvo de amplo processo de **revitalização** e **mudança de mix** em 2023 – do paisagismo à reforma da fachada, piso e banheiros, e um novo mix **trazendo mais experiência**.

**1T24 vs. 1T23**

Vendas: **+42,0%**

Aluguel: **+21,6%**

Taxa de ocupação: **+567 p.b.**



**Fachada e piso**



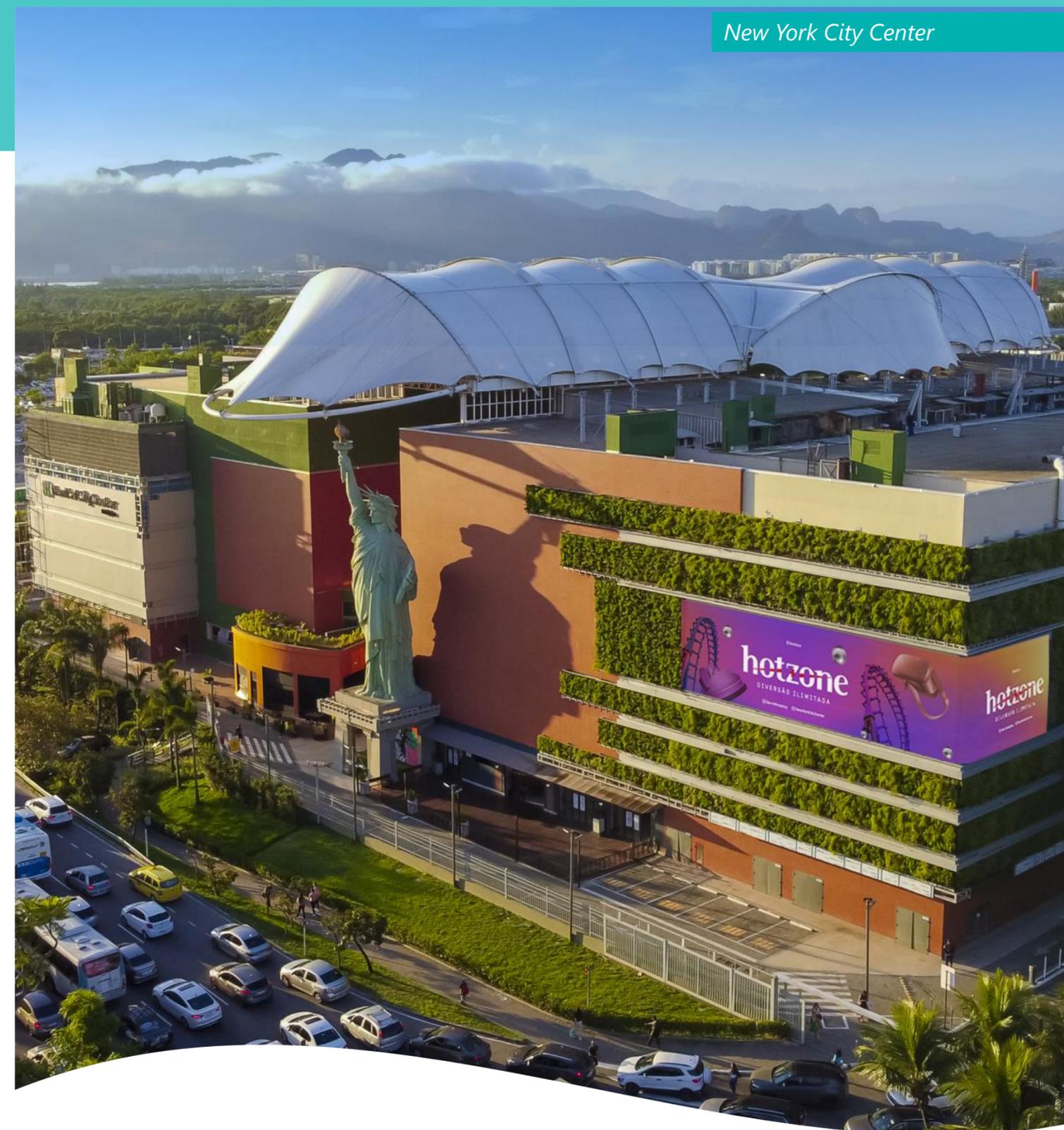
**Iluminação**



**Novo mix**



**Paisagismo e decoração**



# Golden Lake – Fase 1

Construção segue a todo vapor



Construção do Golden Lake – abr/24

Lançamento: **out/21**  
Entrega: **dez/24**

Vendas: **61,7% das unidades<sup>1</sup>**  
equivalente a **R\$329 M do VGV<sup>2</sup>**

Receita 1T24: **R\$22,0 milhões**  
Margem bruta mar/24 12M: **29,8%<sup>3</sup>**

*1ª fase com 4 torres*

*94 unidades*

*34 mil m<sup>2</sup>*

*VGV<sup>2</sup> de R\$560 milhões*

<sup>1</sup>Vendas contabilizadas até 17 de abril de 2024. <sup>2</sup>VGV refere-se ao Valor Geral de Vendas.

<sup>3</sup>A margem bruta considera o resultado bruto das vendas (receita – custo) sobre a receita de vendas no período.

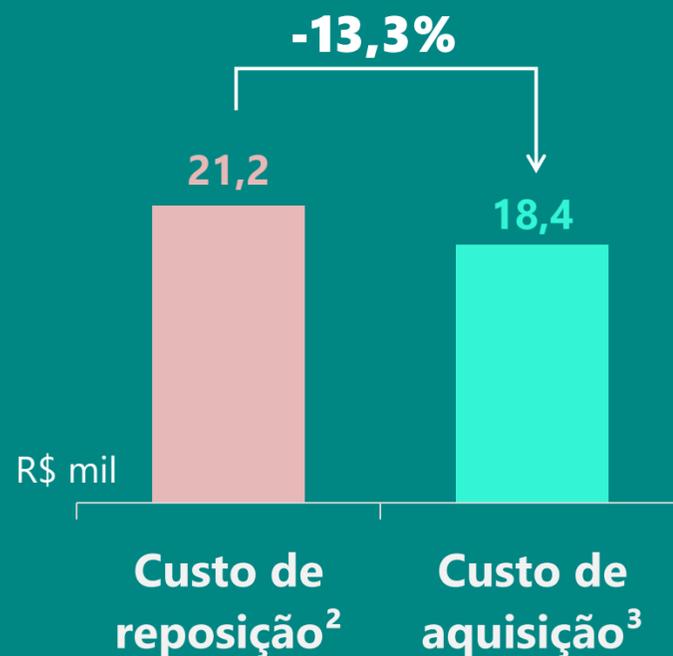
# Evento recente: aumentando participação no ParkJacarepaguá

► Aquisição<sup>1</sup> de 9% de participação em um "greenfield"

Participação final → 100%

ABL adquirida → 3.594 m<sup>2</sup>

Preço → R\$66 milhões



<sup>1</sup> A conclusão da aquisição está sujeita ao cumprimento de condições precedentes usuais em negócios desta natureza.

<sup>2</sup> Custo de reposição calculado através da multiplicação de uma estimativa de custo de reposição por m<sup>2</sup> e a ABL própria (760.357 m<sup>2</sup>) ao final de março de 2024. A estimativa do custo de reposição por m<sup>2</sup> foi calculada usando o capex do ParkJacarepaguá de R\$770,0 milhões dividido pela ABL própria do shopping (36.342 m<sup>2</sup>), levando a um custo de reposição por m<sup>2</sup> de R\$21.188/m<sup>2</sup>

<sup>3</sup> Custo de aquisição calculado através da divisão do preço pela ABL correspondente adquirida.



# Evento recente: venda de terrenos no entorno do RibeirãoShopping

*Ativos que geram valor através de parcerias*

## Benefícios:

- ▶ Desenvolvimento de projetos multiuso por parceiros, adensando a região
- ▶ Integração com o shopping, através de área verde, reforçando a sinergia entre lazer, multiuso e shopping

## Terreno 1:

- Área de 23.834 m<sup>2</sup>
- Preço: R\$48,4 milhões

## Terreno 2:

- Área de 11.217 m<sup>2</sup>
- Preço: permuta financeira de 14,0% do VGV<sup>1</sup> líquido



<sup>1</sup>VGV refere-se ao Valor Geral de Vendas.



 **Multiplan**

**Relações com Investidores**

[ri@multiplan.com.br](mailto:ri@multiplan.com.br) ● +55 21 3031-5400