

RELATÓRIO DE RESULTADOS

4T
21



MULTIPLAN

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

Contato da equipe de Relações com Investidores:

ri@multiplan.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 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 20 da Instrução CVM nº 480/09 e, dessa forma, tais 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 expressos 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), e ajustando para a venda da Diamond Tower.

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.

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 2021.

Em julho de 2020, a Companhia concluiu a venda da Diamond Tower, torre corporativa localizada na cidade de São Paulo, que em junho de 2020 estava contabilizada como "Ativo não circulante mantido para venda". As informações gerenciais contidas neste relatório segregam as receitas, custos e despesas relacionados à venda, não incluindo na conta "Outras receitas operacionais" como nas Demonstrações Financeiras Anuais.

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.



01. Visão Geral _____	5
02. Destaques _____	6
03. Demonst. Resultados Consolidados _____	9
04. ESG _____	11
05. Inovação Digital _____	17
06. ParkJacarepaguá _____	22
07. Indicadores Operacionais _____	28
08. Estudo de caso I _____	37
09. Estudo de caso II _____	38
10. Receita Bruta _____	43
11. Resultados da Participação em Prop. _____	44
12. Resultados da Gestão de Portfólio _____	50
13. Resultados de Empreendimentos Imob. _____	51
14. Resultados Financeiros _____	52
15. CAPEX _____	58
16. Análise das Prop. para Investimento _____	59
17. MULT3 e o Mercado de Ações _____	61
18. Portfólio de Ativos _____	63
19. Estrutura Societária _____	65
20. Dados Operacionais e Financeiros _____	67
21. Conciliação entre IFRS com CPC 19 e Gerencial _____	71
22. Anexos _____	74
23. Glossário _____	80





4T21

ÍNDICE

VISÃO GERAL

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 operações relacionadas a shopping centers ao criar projetos multiuso em áreas adjacentes.

Ao final do 4T21, a Multiplan detinha – com uma participação média de 80,6% – 20 shopping centers com ABL total de 876.046 m², dos quais 19 shopping centers são administrados pela Companhia, mais de 6.000 lojas e tráfego anual estimado em 190 milhões de visitas (em 2019).

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 926.628 m².

EVOLUÇÃO FINANCEIRA DE LONGO PRAZO (R\$ MILHÕES)

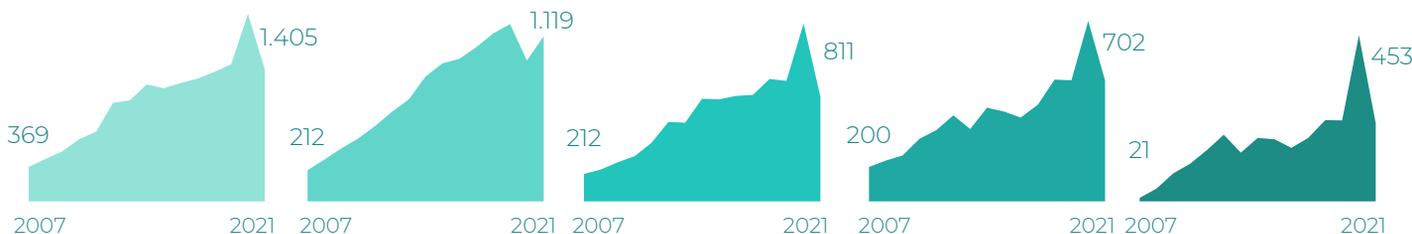
Receita Bruta

NOI

EBITDA

FFO

Lucro Líquido



R\$ Milhões	2007 (IPO) ¹	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Var. '07-'21	CAGR '07-'21
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	+280,8%	+10,0%
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	+427,6%	+12,6%
EBITDA	212,2	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	+282,1%	+10,0%
FFO	200,2	237,2	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	+250,6%	+9,4%
Lucro Líquido	21,2	74,0	163,3	218,4	298,2	388,1	284,6	368,1	362,2	311,9	369,4	472,9	471,0	964,2	453,1	+2.037,3%	+24,4%

¹ EBITDA de 2007 ajustado pelas despesas referentes ao processo de abertura de capital da Companhia.



4T21

ÍNDICE

DESTAQUES

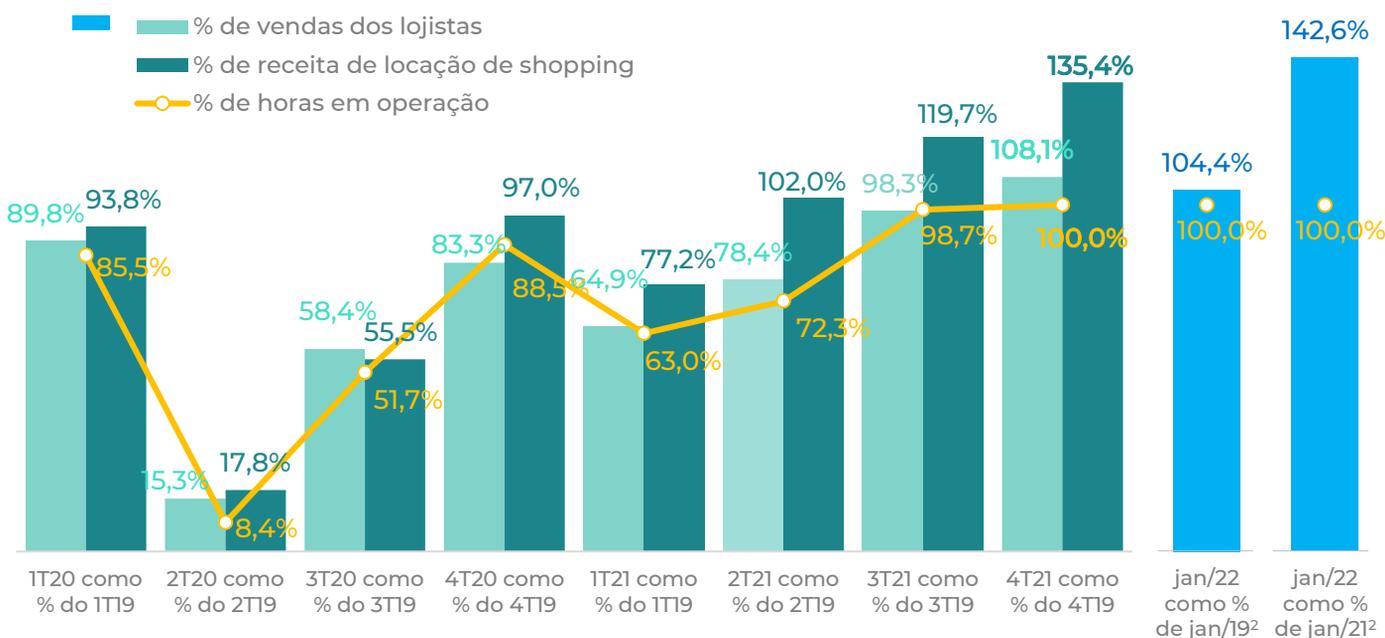
Resiliência comprovada

No 4T21, os shoppings da Multiplan não só atingiram os níveis de 2019, como os superaram de forma sustentável. Nos últimos dois anos, a resiliência do negócio de shopping centers foi testada, tendo que lidar com incertezas, restrições e fechamentos. Nossos consumidores tiveram que adaptar seus hábitos, não podendo visitar shoppings por vários meses. No entanto, uma vez que as restrições foram suspensas, as vendas rapidamente se recuperaram e, no 4T21, nossos shoppings superaram os níveis do 4T19 em 8,1% (página 28), um novo recorde da Companhia, possibilitando também um recorde de receita de aluguel de shoppings no trimestre e em 2021 (+35,4% no 4T21 e +11,1% em 2021 em relação a 2019, respectivamente).

Em janeiro de 2022, as vendas superaram os níveis de 2021 em 42,6% e janeiro de 2019 em 4,4%.

A Multiplan aguarda melhorias, que permitirão que as restrições ainda existentes sejam extintas e os shoppings da Companhia possam voltar a oferecer todos os eventos pelos quais são conhecidos. Hábitos podem mudar, mas as pessoas sempre compartilharão alegria e felicidade, e o objetivo da Multiplan é fazer a vida das pessoas melhor.

Horas em operação¹, vendas de lojistas e receita de locação de shoppings



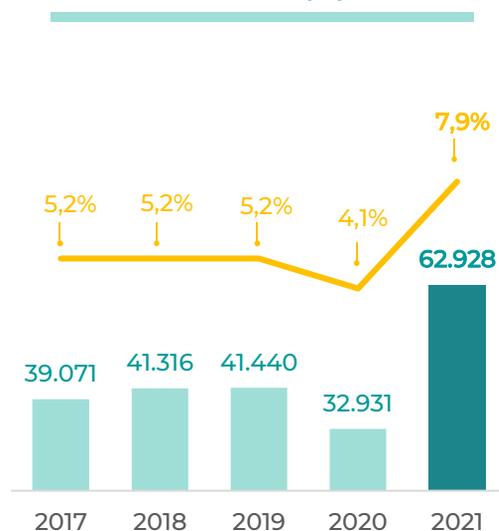
¹ Calculado através da divisão das horas de operação dos shopping centers pelo seu período de funcionamento regular.

² Vendas de janeiro de 2022 não incluem o Parque Shopping Maceió.

A busca por localizações *premium*

Os consumidores não foram os únicos ansiosos por estarem de volta aos nossos shoppings, já que a demanda dos lojistas atingiu um recorde de locação em 2021 (página 33), impulsionada pela tendência de *"flight to quality"*. Os lojistas vêm adaptando sua estratégia, buscando integrar os mundos físico e digital, levando suas lojas a serem mais do que "pontos de vendas". Nossos shoppings tornaram-se parte de uma estratégia omnicanal e um parceiro eficiente para as operações de nossos lojistas.

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



Resultados do 4T21
(Aluguel de shoppings: aumento sobre o 4T19)

Valor sobre Vendas

A abordagem 'Valor sobre Vendas' trouxe uma nova perspectiva para o nosso custo de ocupação, conforme detalhado no estudo de caso (página 37). Enquanto as vendas e o valor das lojas devem aumentar, os encargos condominiais foram reduzidos nos últimos anos (página 36), possibilitando um aumento de 35,4% na receita de locação no 4T21 (página 44). A sustentabilidade dessa estratégia é apoiada por uma taxa de ocupação de 95,3% (página 35) e uma taxa de inadimplência de 4,6% (página 48) no trimestre.



4T21

ÍNDICE

DESTAQUES



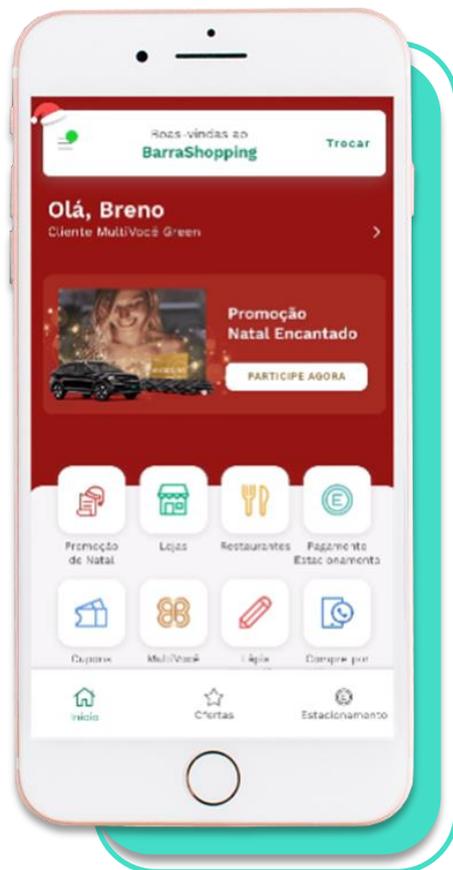
ParkJacarepaguá: comprovando nossa estratégia de longo prazo

O ParkJacarepaguá tem registrado forte venda e fluxo de pessoas desde sua inauguração, em 19 de novembro de 2021, reforçando a demanda por bons shoppings em diversos bairros das principais cidades do Brasil.

O shopping está rapidamente se tornando parte da rotina da região onde está localizado e deve ser um catalisador para o seu desenvolvimento. A demanda dos lojistas também foi forte, levando a um mix moderno e eficiente, em consonância com todas as inovações presentes em sua arquitetura e operações (página 22).

Multi, um superaplicativo consolidado, mas ainda em expansão

O Multi alcançou cerca de 2 milhões de *downloads* entrando no top 10 de aplicativos de compras mais pesquisados na loja de aplicativos da Apple, no Brasil, em dezembro, comprovando o valor agregado à experiência de nossos clientes (página 17). A Multiplan vem colhendo os benefícios do aplicativo ao longo do ano, não somente com a coleta de dados, que é estratégica para as suas equipes de marketing, corretagem e de operações, mas também redução de gastos com encargos condominiais. A Companhia está muito otimista com o desenvolvimento do Multi daqui para frente.



4,8★
9 mil avaliações



Mais de
500 mil
Downloads

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS CONSOLIDADOS

GERENCIAL



4T21

ÍNDICE

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS

(R\$'000)	4T21	4T20	Var. %	4T19	Var. %
Receita de locação	442.207	321.008	+37,8%	341.637	+29,4%
Receita de serviços	25.549	16.004	+59,6%	28.254	-9,6%
Receita de cessão de direitos	(2.211)	5.042	n.d.	(3.664)	-39,7%
Receita de estacionamento	63.248	43.994	+43,8%	63.735	-0,8%
Venda de imóveis	3.082	3.649	-15,5%	3.161	-2,5%
Apropriação de receita de aluguel linear	(66.500)	(63.370)	+4,9%	(34.252)	+94,2%
Outras receitas	3.708	1.428	+159,7%	2.059	+80,1%
Receita Bruta	469.083	327.754	+43,1%	400.929	+17,0%
Tributos sobre receitas	(23.349)	(26.145)	-10,7%	(33.445)	-30,2%
Receita Líquida	445.734	301.609	+47,8%	367.484	+21,3%
Despesas de sede	(44.738)	(71.153)	-37,1%	(39.695)	+12,7%
Remuneração baseada em ações	(9.173)	(12.738)	-28,0%	(22.239)	-58,8%
Despesas de propriedades	(52.260)	(47.673)	+9,6%	(38.015)	+37,5%
Despesas de projetos para locação	(9.967)	(1.961)	+408,4%	(4.845)	+105,7%
Despesas de projetos para venda	(9.279)	(1.299)	+614,3%	(2.042)	+354,3%
Custo de imóveis vendidos	(2.405)	(2.959)	-18,7%	(2.168)	+10,9%
Resultado de equivalência patrimonial	(27.618)	(10.009)	+175,9%	(3.365)	+720,8%
Outras receitas (despesas) operacionais	(5.099)	(5.039)	+1,2%	(2.651)	+92,3%
EBITDA	285.196	148.779	+91,7%	252.463	+13,0%
Receitas financeiras	27.850	21.415	+30,1%	16.202	+71,9%
Despesas financeiras	(88.895)	(30.191)	+194,4%	(47.836)	+85,8%
Depreciações e amortizações	(58.109)	(50.404)	+15,3%	(57.766)	+0,6%
Lucro Antes do Imposto de Renda	166.042	89.598	+85,3%	163.064	+1,8%
Imposto de renda e contribuição social	17.665	(6.866)	n.d.	(24.191)	n.d.
Imposto de renda e contribuição social diferidos	29.942	64.083	-53,3%	3.374	+787,5%
Participação dos acionistas minoritários	(39)	47	n.d.	42	n.d.
Lucro Líquido	213.610	146.861	+45,5%	142.288	+50,1%

(R\$'000)	4T21	4T20	Var. %	4T19	Var. %
NOI	386.695	253.958	+52,3%	333.104	+16,1%
Margem NOI	88,1%	84,2%	+390 p.b.	89,8%	-166 p.b.
EBITDA	285.196	148.779	+91,7%	252.463	+13,0%
Margem EBITDA	64,0%	49,3%	+1.466 p.b.	68,7%	-472 p.b.
EBITDA Ajustado ¹	294.369	161.516	+82,3%	274.702	+7,2%
Margem EBITDA Ajustado ¹	66,0%	53,6%	+1.249 p.b.	74,8%	-871 p.b.
Lucro Líquido	213.610	146.861	+45,5%	142.288	+50,1%
Margem Líquida	47,9%	48,7%	-77 p.b.	38,7%	+920 p.b.
Lucro Líquido Ajustado ¹	222.783	159.599	+39,6%	164.527	+35,4%
Margem Líquida Ajustada ¹	50,0%	52,9%	-293 p.b.	44,8%	+521 p.b.
Fluxo de Caixa Operacional (FFO)	308.277	196.553	+56,8%	230.932	+33,5%
Margem FFO	69,2%	65,2%	+399 p.b.	62,8%	+632 p.b.
Fluxo de Caixa Operacional (FFO) Ajustado ¹	317.450	209.291	+51,7%	253.171	+25,4%
Margem FFO Ajustado ¹	71,2%	69,4%	+183 p.b.	68,9%	+233 p.b.

¹ Não considera a remuneração baseada em ações. Mais detalhes sobre a linha de remuneração baseada em ações estão disponíveis na página 50.

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS CONSOLIDADOS

GERENCIAL



4T21

ÍNDICE

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS

(R\$'000)	2021	2020	Var. %	2019	Var. %
Receita de locação	1.189.869	774.266	+53,7%	1.124.731	+5,8%
Receita de serviços	87.321	67.338	+29,7%	114.932	-24,0%
Receita de cessão de direitos	(5.030)	(6.251)	-19,5%	(12.558)	-59,9%
Receita de estacionamento	166.456	116.850	+42,5%	224.581	-25,9%
Venda de imóveis	7.257	816.649	-99,1%	1.808	+301,4%
Apropriação de receita de aluguel linear	(52.950)	216.854	n.d.	(3.190)	+1.560,0%
Outras receitas	11.613	9.391	+23,7%	9.890	+17,4%
Receita Bruta	1.404.537	1.995.097	-29,6%	1.460.194	-3,8%
Tributos sobre receitas	(94.996)	(88.580)	+7,2%	(131.387)	-27,7%
Receita Líquida	1.309.541	1.906.516	-31,3%	1.328.807	-1,4%
Despesas de sede	(157.142)	(139.401)	+12,7%	(160.104)	-1,9%
Remuneração baseada em ações	(32.705)	(6.604)	+395,2%	(65.544)	-50,1%
Despesas de propriedades	(184.434)	(154.582)	+19,3%	(144.897)	+27,3%
Despesas de projetos para locação	(22.051)	(10.084)	+118,7%	(14.983)	+47,2%
Despesas de projetos para venda	(21.027)	(27.923)	-24,7%	(6.785)	+209,9%
Custo de imóveis vendidos	(5.184)	(213.039)	-97,6%	(1.515)	+242,1%
Resultado de equivalência patrimonial	(44.322)	(18.527)	+139,2%	(4.055)	+993,1%
Outras receitas (despesas) operacionais	(31.888)	40.731	n.d.	1.209	n.d.
EBITDA	810.786	1.377.087	-41,1%	932.134	-13,0%
Receitas financeiras	88.302	76.799	+15,0%	76.404	+15,6%
Despesas financeiras	(202.259)	(155.033)	+30,5%	(224.735)	-10,0%
Depreciações e amortizações	(202.798)	(225.545)	-10,1%	(222.796)	-9,0%
Lucro Antes do Imposto de Renda	494.031	1.073.308	-54,0%	561.006	-11,9%
Imposto de renda e contribuição social	(48.216)	(35.221)	+36,9%	(85.380)	-43,5%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	6.882	(74.109)	n.d.	(6.431)	n.d.
Participação dos acionistas minoritários	401	196	+104,3%	1.803	-77,7%
Lucro Líquido	453.099	964.174	-53,0%	470.998	-3,8%

(R\$'000)	2021	2020	Var. %	2019	Var. %
NOI	1.118.941	953.388	+17,4%	1.201.226	-6,9%
Margem NOI	85,8%	86,0%	-20 p.b.	89,2%	-339 p.b.
EBITDA	810.786	1.377.087	-41,1%	932.134	-13,0%
Margem EBITDA	61,9%	72,2%	-1,032 p.b.	70,1%	-823 p.b.
EBITDA Ajustado ¹	843.491	1.383.691	-39,0%	997.677	-15,5%
Margem EBITDA Ajustado ¹	64,4%	72,6%	-817 p.b.	75,1%	-1,067 p.b.
Lucro Líquido	453.099	964.174	-53,0%	470.998	-3,8%
Margem Líquida	34,6%	50,6%	-1,597 p.b.	35,4%	-85 p.b.
Lucro Líquido Ajustado ¹	485.804	970.778	-50,0%	536.542	-9,5%
Margem Líquida Ajustada ¹	37,1%	50,9%	-1.382 p.b.	40,4%	-328 p.b.
Fluxo de Caixa Operacional (FFO)	701.965	1.046.974	-33,0%	703.415	-0,2%
Margem FFO	53,6%	54,9%	-131 p.b.	52,9%	+67 p.b.
Fluxo de Caixa Operacional (FFO) Ajustado ¹	734.670	1.053.578	-30,3%	768.959	-4,5%
Margem FFO Ajustado ¹	56,1%	55,3%	+84 p.b.	57,9%	-177 p.b.

¹ Não considera a remuneração baseada em ações. Mais detalhes sobre a linha de remuneração baseada em ações estão disponíveis na página 50.

INICIATIVAS SUSTENTÁVEIS

Relatório de Sustentabilidade de 2020: A Multiplan continua dando seguimento à sua estratégia de ESG, que se baseia na sustentabilidade ambiental, impacto social positivo, e ética e responsabilidade corporativa para melhorar a governança e criar valor duradouro, no longo prazo.

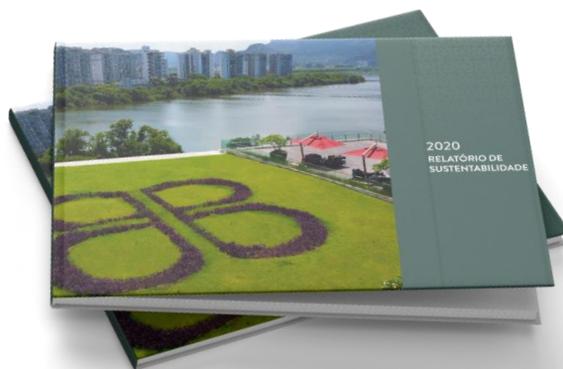
Desde 2011, a Companhia vem divulgando seus resultados ambientais, sociais e econômicos e financeiros através da publicação anual de seu Relatório de Sustentabilidade.

O relatório é elaborado de acordo com os padrões GRI¹ e contém indicadores associados aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas. Em seu último relatório, a Multiplan também incluiu os critérios SASB² relativas ao consumo de energia e gestão da água.

Ambiental: A Multiplan realizou diversas iniciativas ao longo dos anos que visam a sustentabilidade ambiental, considerando biodiversidade, energia, emissões, gestão de resíduos e água, tanto na gestão de seus shoppings quanto no desenvolvimento de novos projetos (página 12).

Social: Valorizar as pessoas é um dos principais compromissos da Companhia. Seu objetivo é gerar um impacto social positivo nas cadeias de relacionamento da Multiplan, incluindo funcionários, clientes, consumidores, fornecedores e comunidade através da melhoria na qualidade de vida e bem-estar (página 14).

Governança: A governança corporativa da Multiplan é baseada na transparência, prestação de contas e responsabilidade corporativa, para fornecer tratamento igualitário a todos os investidores e garantir relacionamentos saudáveis e de longo prazo com seus *stakeholders* (página 15).



Para acessar o relatório anual da Multiplan, clique [aqui](#).

DESENVOLVIMENTOS SUSTENTÁVEIS

A Companhia sempre se preocupou com o projeto, a construção e a operação de seus ativos, buscando mitigar impactos negativos e promover impactos positivos. Isso pode ser evidenciado em seus projetos mais recentes.

Certificação EDGE:

O projeto residencial Golden Lake, lançado em outubro de 2021 em Porto Alegre, está em processo de obtenção da certificação EDGE (Excellence in Design for Greater Efficiencies) pelo IFC (International Finance Corporation), que tem como foco três aspectos que impactam principalmente o processo de construção civil: gestão de energia e água e emprego de materiais sustentáveis durante a construção.

Certificação LEED:

O recém-inaugurado ParkJacarepaguá já está apto para a obtenção do certificado LEED (Leadership in Energy and Environmental Design), que considera critérios relacionados à economia de água e energia, além da redução das emissões de CO₂ e resíduos.

¹ GRI se refere ao Global Reporting Initiative.

² SASB se refere ao Sustainability Accounting Standards Board.

INICIATIVAS AMBIENTAIS

Biodiversidade

Além de preservar e manter áreas verdes adjacentes às suas propriedades, a Multiplan renovou e criou novos parques verdes em seus shoppings nos últimos anos. Um total de 349 mil m² de áreas verdes e parques foram revitalizados e mantidos pela Companhia.

- **Campanha de plantio de árvores do ParkJacarepaguá**

O 20º shopping da Multiplan foi inaugurado em 19 de novembro de 2021. Nas etapas finais antes da conclusão das obras, em homenagem ao Dia Mundial da Natureza, a Companhia realizou uma visita ao local para seus funcionários e suas famílias, que promoveram o plantio de algumas das futuras árvores e arbustos que integrarão a atmosfera verde de 6.000 m² do shopping.

O evento de plantio foi orientado por profissionais do Instituto Moleque Mateiro, instituto local de educação ambiental. Os visitantes receberam mudas de flamboyants e uma placa de identificação com seus nomes ao lado das árvores plantadas.

Clique [aqui](#) para assistir ao vídeo.

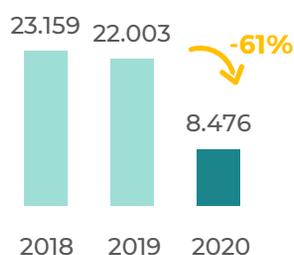


Campanha de plantio de árvores no ParkJacarepaguá

Emissões

A Multiplan prepara anualmente um Inventário de Emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE) de acordo com as especificações do Programa Brasileiro GHG Protocol, permitindo que a Companhia rastreie sua pegada de carbono. Em 2020, as emissões de Escopo 3 foram reduzidas em 61%. A avaliação sobre as emissões de 2021 está em andamento.

Emissões escopo III (tCO₂ / R\$ milhões)



- **Prêmio ABRASCE: projeto de manutenção 4.0**

O Prêmio ABRASCE (Associação Brasileira de Shopping Centers) celebra anualmente os melhores projetos realizados por shoppings no Brasil durante o ano.

O MorumbiShopping ganhou o prêmio Ouro na categoria 'Tecnologia Aplicada em Operações' com seu projeto de manutenção 4.0, que combina inteligência artificial e internet das coisas (IoT) para maior eficiência operacional.

O projeto consistiu na instalação de mais de 1.200 sensores de monitoramento no sistema de climatização do shopping, integrando tecnologias separadas e criando uma atmosfera automatizada e inteligente onde algoritmos baseados em IoT levam a protocolos de manutenção mais assertivos, com até 60% menos necessidade de intervenção.

Além de financeiro, o projeto teve um forte impacto ambiental, reduzindo o consumo de energia e impedindo a emissão de mais de 60 toneladas de CO₂/ano (6,8% das emissões totais em 2020) na atmosfera.

Energia

Mantendo seu compromisso com as melhores práticas de eficiência energética em seus projetos, a Multiplan utiliza o Mercado Livre de Energia para todos os seus shoppings, e todos eles compram energia exclusivamente de fontes sustentáveis, como solar, eólica, biomassa, cogeração qualificada ou pequenas usinas hidrelétricas.

- **Painéis solares**

A Multiplan construiu duas usinas fotovoltaicas - uma que supre totalmente as necessidades energéticas do VillageMall e outra que abastece integralmente sua sede corporativa.

Além disso, quatro shoppings da Companhia já estão equipados com painéis fotovoltaicos em suas propriedades, incluindo o recém-inaugurado ParkJacarepaguá. O novo shopping possui uma usina de energia solar de 16.000 m² instalada em seu telhado, composta por 3.686 painéis de células fotovoltaicas capazes de gerar 2.122 MWh de eletricidade por ano, o suficiente para suprir aproximadamente 15% das necessidades energéticas do shopping.



ParkJacarepaguá – painéis solares

Resíduos

A Multiplan participa do Programa de Gerenciamento de Resíduos Sólidos, que garante a conscientização e o adequado descarte de resíduos, em todos os seus shoppings e em sua sede corporativa.

Nos últimos anos, a Multiplan apresentou aumento no percentual de resíduos reciclados.

Percentual de reciclagem (%)



Água

Através do tratamento de água e sistemas de captação e armazenamento de água da chuva, os shoppings da Multiplan são capazes de reciclar uma quantidade significativa de água.

A estação de tratamento de efluentes do ParkShopping foi inaugurada em 2021, melhorando a eficiência do shopping por meio da economia de custos de água dos lojistas de 34% a 50% durante o ano.

A estação de tratamento de efluentes do ParkJacarepaguá também foi inaugurada em 2021, com capacidade superior a 36 mil metros cúbicos de esgoto por ano, gerando uma economia de cerca de 35% no uso de água potável; e é a sexta planta entre as propriedades da Companhia.

INICIATIVAS SOCIAIS

Por meio de campanhas, eventos culturais e investimentos em infraestrutura, a Multiplan contribui para o desenvolvimento social das comunidades que cercam suas propriedades.

Pandemia da COVID-19

A Multiplan doou materiais de higiene e proteção para diversas instituições do Brasil desde o início da pandemia de COVID-19, além de milhares de máscaras e testes rápidos. Além disso, as instalações dos shoppings da Multiplan foram mobilizadas para conscientizar, oferecer serviços essenciais, coletar doações e realizar testes rápidos. Mais de 250 mil doses de vacina contra a COVID-19 foram administradas em diversos shoppings da Multiplan de março a dezembro de 2021. Em 2022, a iniciativa continua.

Campanhas de doação

O *hub* de iniciativas sociais da Multiplan, "Multiplique o Bem", engaja seus shoppings em diversas campanhas, realizando e arrecadando doações. A Companhia arrecadou e doou mais de 190 toneladas de alimentos, beneficiando mais de 67 mil pessoas por meio de parcerias com 160 ONGs. O vídeo da campanha pode ser visto [aqui](#).

Criação de empregos

A Multiplan tem ajudado a impulsionar o desenvolvimento de suas regiões, estimulando a economia local, atraindo novos negócios e gerando um número significativo de empregos, durante a construção de seus shoppings e em suas operações. Atualmente, a Companhia gera mais de 80 mil empregos diretos e indiretos.

O ParkJacarepaguá é responsável pela geração de cerca de oito mil empregos. O shopping trouxe melhorias na qualidade de vida dos moradores da região, tornando-se um catalisador do crescimento sustentável local. Clique [aqui](#) para acessar depoimentos de pessoas impactadas pela geração de emprego.

MultiSer

O primeiro centro de gerenciamento de emoções do mundo em um shopping center

Com o objetivo de oferecer um local especialmente projetado para prevenir e tratar distúrbios emocionais e contribuir com o desenvolvimento da inteligência emocional, resiliência, empatia e empreendedorismo, a Multiplan criou o MultiSer: o primeiro centro de gestão de emoções no mundo em um shopping - RibeirãoShopping.

A iniciativa visa ajudar qualquer pessoa que precise de assistência psicológica ou um lugar para se sentir seguro para se abrir sobre medos, ansiedade, luto, tristeza e outros, principalmente pela incerteza criada pela pandemia da COVID-19.

O embaixador do projeto é o renomado psiquiatra brasileiro Augusto Cury. O centro conta com uma equipe composta por 16 psicólogos altamente capacitados disponíveis para atendimento clínico e é composto por consultórios e uma sala interativa para oficinas, com capacidade para receber até 70 participantes, distribuídos em 500 m².



MultiSer – Centro de Gestão de Emoções no RibeirãoShopping



INICIATIVAS DE GOVERNANÇA

Responsabilidade corporativa e transparência

Para garantir um alto grau de transparência e confiabilidade às suas iniciativas, a Multiplan cumpre rigorosamente a legislação vigente e está sempre em consonância com as diretrizes estabelecidas pelo Conselho de Administração e Diretoria Executiva.

• Reunião Pública Anual

A Multiplan realizou em 15 de dezembro sua Reunião Pública anual, com a presença de seus executivos, acionistas e analistas do mercado financeiro. A apresentação trouxe visibilidade acerca da gestão da Companhia, esclarecendo a proposta de valor e sua estratégia de crescimento.

Para assistir à apresentação, clique [aqui](#), e para acessar o material apresentado, clique [aqui](#).

• Semana do Compliance

Com o objetivo de assegurar o compromisso com a ética e com as melhores práticas de governança, a Multiplan realizou sua semana do compliance em dezembro de 2021, na qual foram elaborados diversos materiais informativos e questionários abordando os principais aspectos e situações que os colaboradores podem enfrentar nas atividades cotidianas, como interação com agentes governamentais, confidencialidade e *due diligence* de fornecedores.

• Remuneração executiva

Os altos executivos da Companhia recebem remunerações de curto e longo prazo. A remuneração de curto prazo é baseada em metas estabelecidas relacionadas aos resultados da Companhia e ao desempenho individual do executivo. A remuneração baseada em ações busca alinhar os interesses dos acionistas e dos administradores. Mais detalhes estão disponíveis [aqui](#) (Proposta da Administração para a Assembleia Geral Ordinária de 2021).

• Classificação S&P ESG

A Multiplan foi a empresa mais bem qualificada pela S&P nos indicadores de crédito ESG (Ambiental, Social e Governança) do setor imobiliário (*real estate* e *homebuilders*) na América Latina, segundo relatório divulgado pela agência em dezembro de 2021.

A pontuação alcançada corrobora a estratégia ESG da Multiplan, onde a governança é positivamente avaliada, recebendo a maior nota possível na categoria governança, sendo a única Companhia avaliada na América Latina a atingir tal pontuação.

“A aderência da Companhia à sua estratégia resultou em um desempenho robusto no decorrer do tempo. Os principais acionistas, a família Peres, fundadora da Companhia, está presente na Administração, com membros no Conselho de Administração e em posições de gerência. A Multiplan possui padrões rigorosos visando desempenho operacional competitivo, permitindo a manutenção de uma ampla presença no setor imobiliário brasileiro nos últimos anos, com taxas de ocupação tipicamente superiores à média do setor (historicamente em torno de 90%) e forte geração de caixa” (transcrito do relatório S&P).

Diversidade e Inclusão

A Multiplan acredita que a diversidade e a inclusão são alguns dos pilares fundamentais para uma empresa sustentável.

A visão de longo prazo da Multiplan não é aplicada somente aos negócios, mas também à sua cultura corporativa, resultando em muitas longas carreiras, como ilustrado por vários cargos de liderança ocupados por mulheres que há muito tempo fazem parte da Companhia.

Em dezembro de 2021, 44% dos cargos de liderança¹ eram ocupados por mulheres, e 59% dos shoppings administrados possuíam liderança feminina.

¹ Cargos de liderança na sede corporativa (gerentes, diretores e diretores estatutários) e nos shoppings (superintendentes) da Multiplan em dezembro de 2021.



INICIATIVAS DE GOVERNANÇA

Controle e diligência de informações aprimorados

Conforme apresentado na Reunião Pública de 2021 da Multiplan, a estratégia de inovação da Companhia pode ser vista em diversas frentes. Por muitos anos, várias iniciativas de TI (tecnologia da informação) foram implementadas para melhorar as camadas de segurança dentro da Companhia, como a recente migração de todos os arquivos de servidores locais para uma plataforma de serviços de armazenamento em nuvem.

Além disso, sistemas foram desenvolvidos internamente para otimizar o recebimento de dados importantes dos lojistas e acelerar a geração de relatórios gerenciais.

Prêmios e reconhecimento

Pelo sexto ano consecutivo, a pesquisa realizada pela *Institutional Investor* com investidores do mercado financeiro indicou a Multiplan como a melhor empresa do setor imobiliário na América Latina, além de destacar a Companhia e seus executivos em diversas categorias. A Multiplan também ficou em primeiro lugar em categorias importantes como ESG (ambiental, social e governança) e gestão de crises durante a pandemia da COVID-19.

Esse reconhecimento mostra como a responsabilidade corporativa da Multiplan é baseada na consistência e confiança, refletindo a forma como seus líderes conduzem os negócios e se comunicam com as partes interessadas e através de toda a organização.



A ESTRATÉGIA DIGITAL DA MULTIPLAN

Ao longo de 2021, a Multiplan avançou nos três pilares de sua estratégia digital, com resultados positivos: (i) o conhecimento sobre os clientes foi ampliado por meio do canal direto estabelecido com o Multi; (ii) novas funcionalidades e ativações presenciais nos shoppings foram desenvolvidas que geraram recorrência de uso do super aplicativo, mantendo o usuário engajado e obtendo mais dados; e, por fim, (iii) foi aplicada inteligência a esses dados para gerar resultados para a Companhia.

MAIS CONECTADOS AO CLIENTE

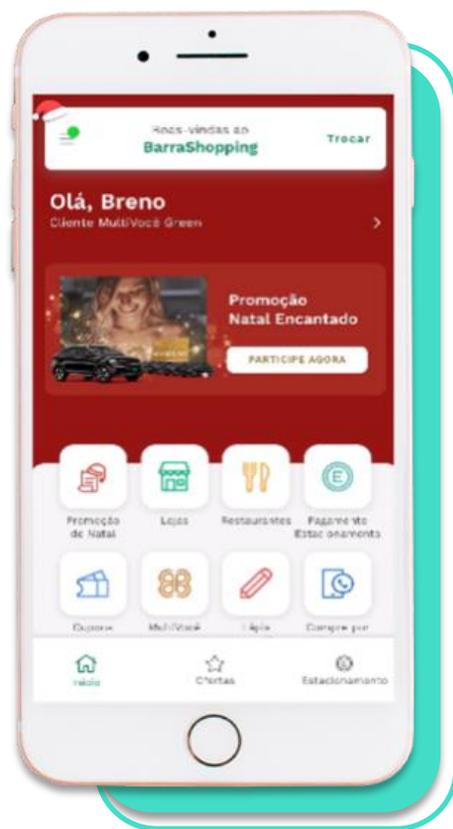
Multi: 700 mil usuários únicos ativos em dezembro, com maior integração à jornada do consumidor

O Multi, o super aplicativo dos shoppings da Multiplan, atingiu resultados relevantes ao longo de 2021, ampliando o número de usuários conforme se integrava mais à jornada do cliente.

Até janeiro de 2022, o Multi atingiu a marca de 2 milhões de *downloads* acumulados em sua história, com alta nota de avaliação nas lojas de aplicativos, mostrando sua relevância para o cliente. Somente no mês de dezembro, foram registrados mais de 700 mil usuários únicos ativos no aplicativo.

Além da utilização do Multi para participação em promoções dos shoppings, também houve adesão relevante a outras funcionalidades do aplicativo, como os cupons de desconto presencial em lojas e o pagamento de estacionamento, lançados ao longo de 2020 e 2021.

Com a opção de pagamento, a Companhia passa a ter novas fontes de dados sobre a jornada do consumidor e oferece mais comodidade ao cliente, gerando ainda mais valor para os usuários do aplicativo.



- ▶ 2 milhões de *downloads*
- ▶ 700 mil usuários únicos ativos
- ▶ Nota 4,9 de 5,0 na App Store



4,8★
9 mil avaliações

L
Classificação
Livre

Mais de
500 mil
Downloads

CHATBOT ZECA, UM CANAL ADICIONAL

O *chatbot* da Multiplan, desenvolvido com inteligência artificial, está presente em todos os sites dos shoppings do portfólio, e em shoppings selecionados através de WhatsApp e Apple Business Chat.

Até o momento, foram trocadas cerca de 3 milhões de mensagens com clientes dos shoppings, não somente reduzindo custos de atendimento, mas também trazendo satisfação e personalização para a relação com estes clientes.

O *chatbot* é mais um canal direto que a Companhia possui com seus consumidores, assim como o aplicativo Multi. A estratégia da Multiplan permanece em investir esforços em trazer cada vez mais funcionalidades e personalização para este canal.



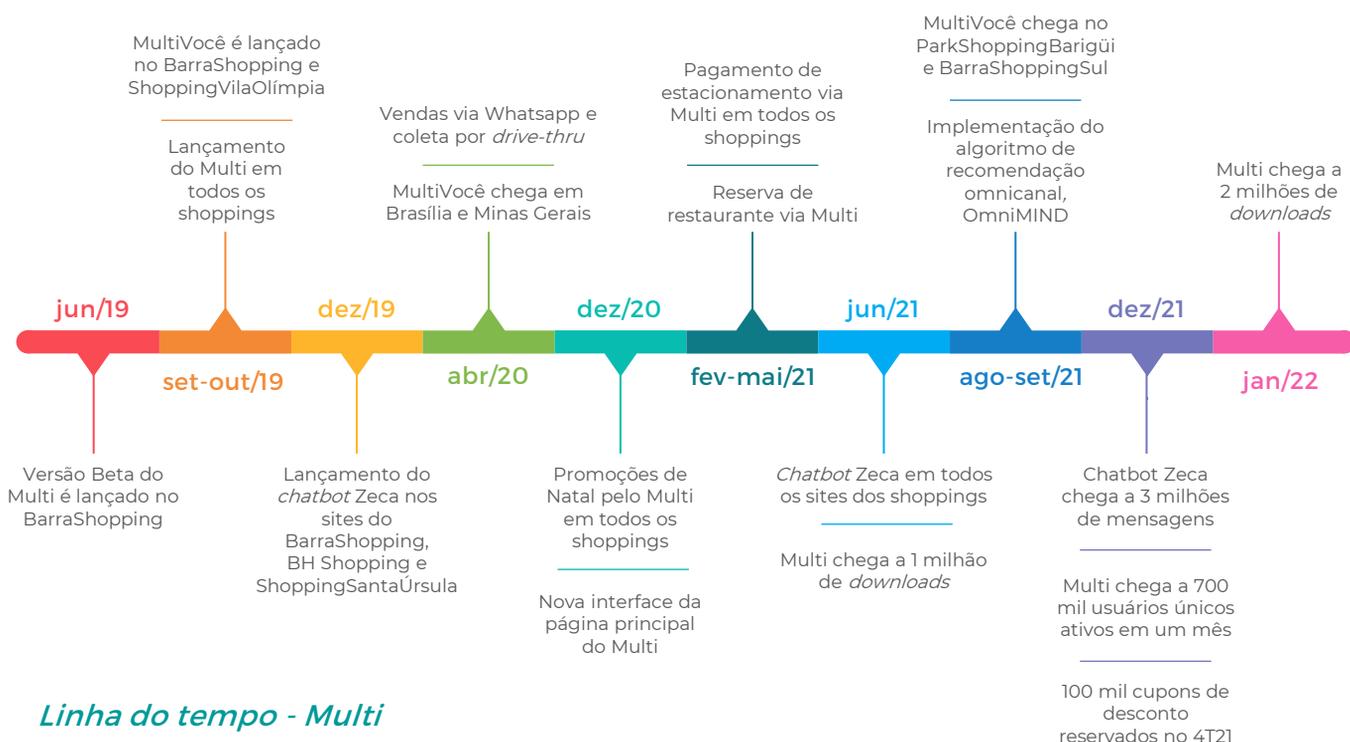
Presente em todos os **19** shoppings gerenciados pela Multiplan



Disponível no *site*, no WhatsApp, e expandindo para novas plataformas



Em 2 anos, **3 milhões de mensagens** trocadas com clientes dos shoppings





4T21

ÍNDICE

INOVAÇÃO DIGITAL

ESTRATÉGIA DIGITAL

MAIOR CONHECIMENTO DA JORNADA DO CONSUMIDOR

34% das vendas foram cadastradas no Multi na temporada de compras no final do ano¹

Após alguns ciclos de testes, aprendizados e implementações, é possível ver o aumento no número de usuários mensais do aplicativo de forma relevante. Com a utilização do Multi pelos clientes, a Companhia aprende mais sobre esses clientes e traz mais funcionalidades relevantes. Assim, a estratégia se reforça. Ao introduzir mais funcionalidades ou ofertas relevantes, o engajamento e a recorrência de uso aumentam, trazendo, assim, maior aprendizado sobre o usuário.

Ao longo do período de promoções¹ no último trimestre de 2021, o Multi obteve firme avanço na captura de dados. Neste período, clientes da Companhia registraram no aplicativo, tanto para participar de promoções quanto dentro do programa de fidelidade MultiVocê, cerca de 3 milhões de notas fiscais, que equivaleram a 34% das vendas dos shoppings da Companhia.

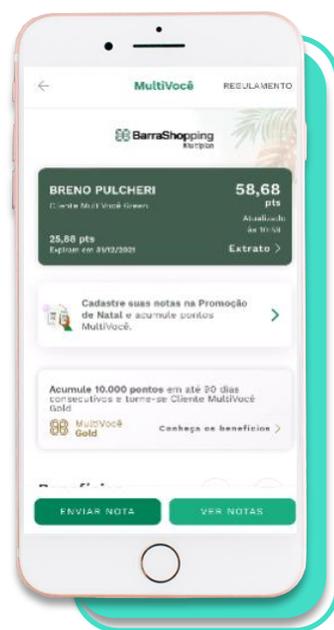
Ao longo desse período, além das notas fiscais, o aplicativo capturou também dados através de utilização de cupons de desconto para uso presencial, pagamentos de estacionamento, navegação pelas páginas de cinema, reservas de restaurantes, dentre outras funcionalidades.

No 4T21, foram reservados cerca de 100 mil cupons de desconto presenciais, trazendo tráfego e consumo para os shoppings da Companhia.

O ano de 2021 fechou com uma base de usuários maior, um aplicativo mais relevante e uma base de dados mais rica e variada, mais do que dobrando o volume de dados armazenados no *data lake* da Companhia.

A Multiplan continuará avançando com a sua capacidade de coleta de dados e engajamento com os usuários em 2022: ao final do primeiro semestre do ano, o programa de fidelidade MultiVocê estará presente em todos os shoppings administrados pela Companhia.

MULTI VC



Promoção de Natal

PARTICIPE AGORA

- ▶ **3 milhões de notas fiscais¹**
- ▶ **34% das vendas passaram pelo Multi na temporada de compras¹**
- ▶ **100 mil cupons de desconto reservados no 4T21**

¹ Referente ao período de compras nos meses de novembro (Black Friday) e dezembro (Natal) de 2021.



4T21

ÍNDICE

INOVAÇÃO DIGITAL

ESTRATÉGIA DIGITAL

RELACIONAMENTO MAIS ASSERTIVO VIA OMNIMIND

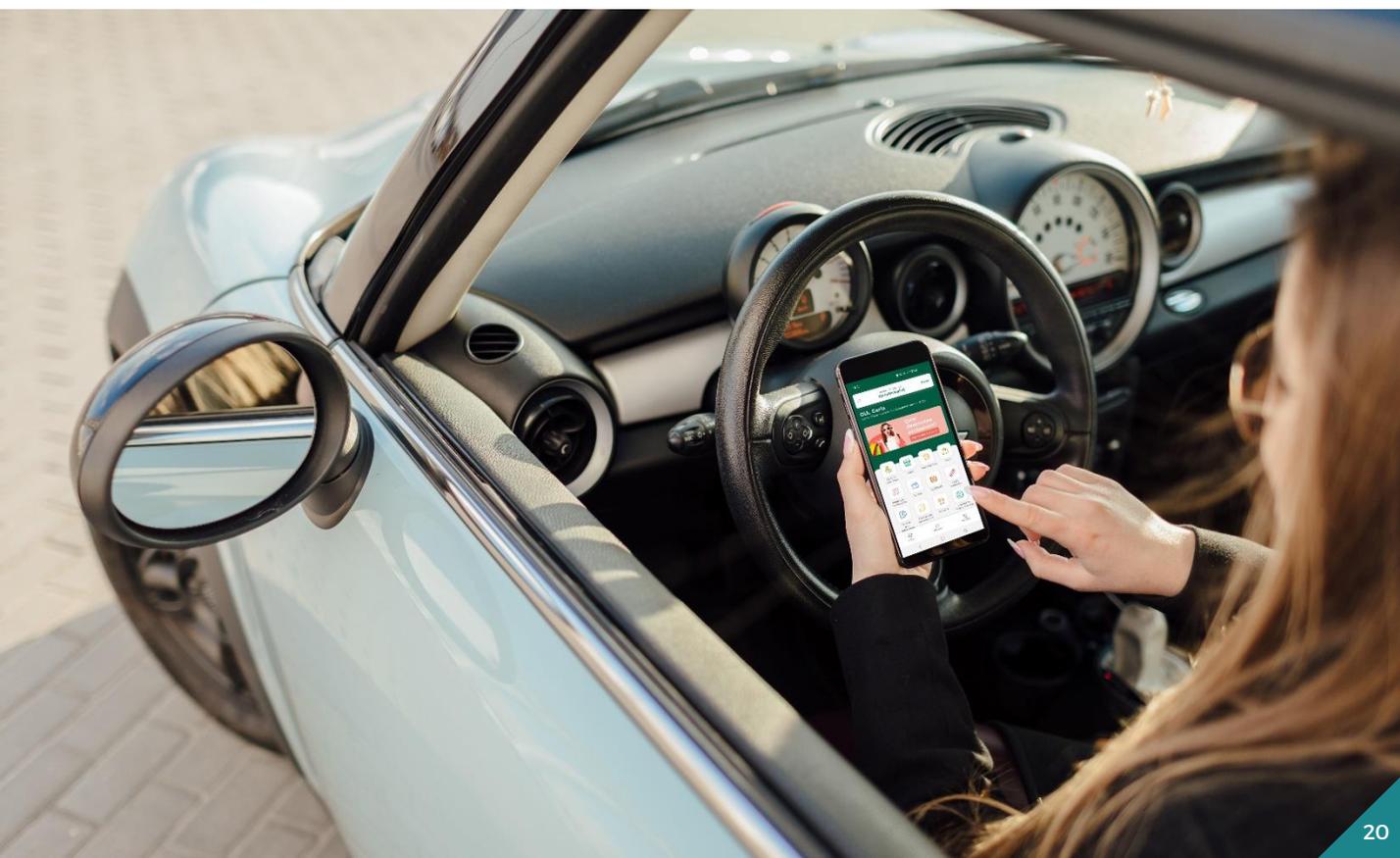
Com o crescimento da base de dados, concentrada em um *data lake* em rígido cumprimento das normas da LGPD¹, é possível dar prosseguimento à execução da estratégia digital da empresa.

Já com pouco mais de três anos de dados acumulados pelo aplicativo, hoje é possível acompanhar o comportamento de segmentos de clientes da Multiplan ao longo do tempo e, não apenas, uma visão pontual.

Análises baseadas nestes dados mostram visões sobre a área de abrangência de cada shopping a cada ano, as correlações de clientes entre lojas e a frequência de visitas aos shoppings, trazendo *insights* para os times comercial e de marketing dos shoppings da Companhia.

Por meio do OmniMIND, o algoritmo de recomendação *phygital* da Multiplan, estes dados são utilizados na comunicação de ofertas, eventos e outras atividades do shopping que sejam relevantes para os clientes, tornando o Multi ainda mais atrativo para os usuários e, portanto, retroalimentando a estratégia digital da Companhia. Da mesma forma, os dados trazem valor para os lojistas mesmo que não haja registro específico de uma compra em sua loja, pois as ações de marketing executadas pelo time Multiplan se tornam mais assertivas, focadas em clientes com o perfil alinhado às suas operações.

¹ LGPD: Se refere a Lei Geral de Proteção de Dados.



CRIAÇÃO DE “PERSONAS” GERA VALOR COMERCIAL

Com o avanço da digitalização das compras efetuadas pelos consumidores, associada aos dados de sua jornada captados pelo Multi, é possível obter um panorama mais nítido de seus hábitos e relação com o shopping.

A ilustração 1 abaixo mostra um exemplo de um das jornadas típicas de compra executadas durante o período de promoções de Natal de 2021. Um roteiro de compras bastante frequente começa com a compra de camisetas e bermudas no segmento de Vestuário, em seguida carrinhos e suprimentos para brinquedos, como pilhas e baterias, no segmento de Artigos Diversos e, por fim, água mineral e pão no supermercado, também no segmento de Artigos Diversos. Assim, sem a necessidade de pesquisas ou entrevistas custosas com os clientes, se desenha uma “persona” que pode ser utilizada tanto pelos algoritmos da Companhia quanto por seus times.

Gerado e utilizado pelo OmniMIND na recomendação de cupons presenciais, este agrupamento de clientes também possibilita que sejam engajados lojistas relevantes para cada “persona”, de maneira a potencializar ao mesmo tempo a experiência dos clientes e vendas destes lojistas.

Com as notas processadas da campanha de Natal, é possível saber a hora da compra e o segmento de consumo para entender a jornada dos clientes nos shoppings.

Para cada nota processada de cada cliente, o segmento e atividade da loja da compra atual e o da loja seguinte são identificados. Uma análise estatística é realizada sobre esta base de informações, o que permite analisar as jornadas mais realizadas pelos clientes no shopping. Com estas informações é possível calcular a propensão do cliente consumir de determinado segmento, baseado no segmento em que acabou de comprar. A ilustração 2 detalha as propensões mais frequentes de o cliente comprar em um segmento após ter comprado em outro.

Em 2022, o OmniMIND irá incorporar dados de horário e sequência de ações do usuário, como as descritas anteriormente, para aumentar a assertividade de suas recomendações.



Ilustração 1: Exemplo de jornada do consumidor típica no período do Natal 2021.

Comrou no segmento	Depois, comrou no segmento	Probabilidade de ocorrência
Vestuário	Vestuário	23,5%
Vestuário	Artigos Diversos	11,5%
Artigos Diversos	Vestuário	9,2%
Alimentação	Artigos Diversos	4,5%

Ilustração 2: Probabilidades de compra consecutiva de um segmento para outro.

PARKJACAREPAGUÁ

PARKJACAREPAGUÁ: 20º SHOPPING CENTER DA MULTIPLAN

O ParkJacarepaguá, o shopping mais moderno da Multiplan, foi inaugurado em 19 de novembro de 2021. O shopping foi construído na Zona Oeste do Rio de Janeiro, localizado em um dos vetores de crescimento da cidade, e é resultado de um investimento de R\$770 milhões.

O shopping apresenta as mais contemporâneas características em termos de tecnologia e eficiência condominial, e é notável por mesclar natureza, entretenimento e varejo por meio de um mix completo de lojas, reunindo um conjunto diversificado de experiências.

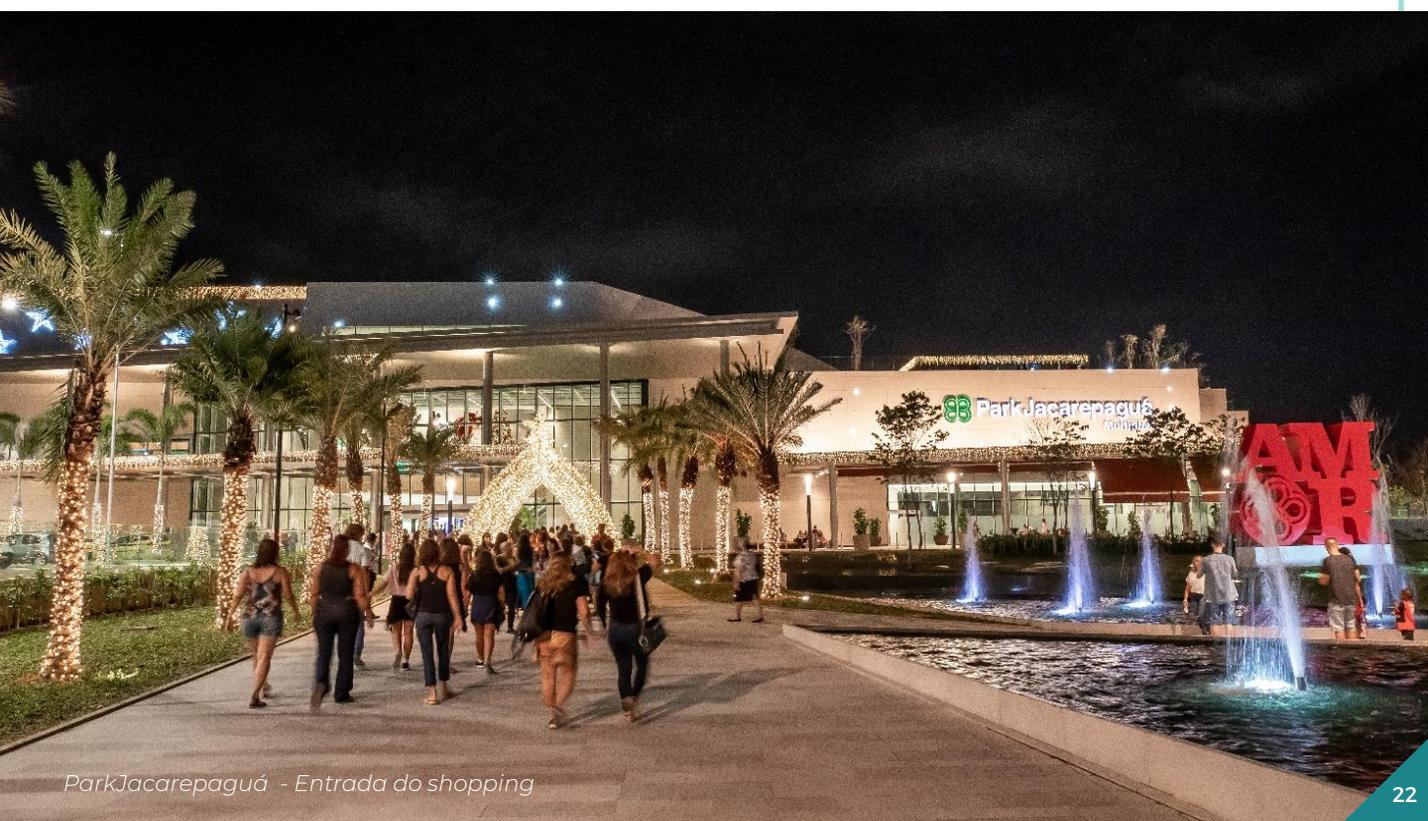
Os 39.937 m² de ABL estão totalmente conectados ao ambiente externo, com um parque verde de 6.000 m², incluindo um parque infantil e uma área para *pets*, e oferece a primeira pista de patinação no gelo *indoor* permanente do Rio de Janeiro, um parque de

de diversões *indoor*, seis salas de cinemas do tipo *stadium*, restaurantes, uma grande praça de alimentação, um supermercado, entre outras opções de serviço e lazer.

Desempenho

Os números do ParkJacarepaguá falam por si só, e os resultados referentes ao quarto trimestre impressionam:

- ✓ Vendas atingiram R\$80,6 milhões;
- ✓ A receita de estacionamento foi de R\$1,2 milhão
- ✓ Mais de 215.000 veículos;
- ✓ A HotZone registrou mais de 14.000 visitantes;
- ✓ Mais de 10.000 visitantes na pista de patinação no gelo.



ParkJacarepaguá - Entrada do shopping

PARKJACAREPAGUÁ

Conveniência

A visão da Multiplan sobre um mix moderno se reflete nas mais de 230 lojas do ParkJacarepaguá: os segmentos de Serviços, Alimentação e Artigos Diversos juntos representam mais da metade de sua ABL¹.

Considerando seu mix, o novo shopping não apenas está preparado para oferecer inúmeras opções de lazer e conveniência para a região, mas opções condizentes com as necessidades diárias das pessoas.

O shopping oferece academia, salões de beleza, farmácias, um supermercado, entre outros. Além disso, existem inúmeras alternativas de alimentação, incluindo dez restaurantes, 27 operações de fast-food e doze cafeterias.

Os clientes dispõem ainda de mais de 2.000 vagas de estacionamento, das quais 508 cobertas, além de um bicicletário com capacidade para 330 bicicletas e um ponto de apoio para ciclistas. Adicionalmente, o bairro foi beneficiado pela localização central do shopping e pela melhoria da região com novos pontos de ônibus.



ParkJacarepaguá – Interior do shopping

¹Distribuição de ABL do ParkJacarepaguá, por segmento, no 4T21.



ParkJacarepaguá – Interior do shopping



ParkJacarepaguá – Exterior do shopping

PARKJACAREPAGUÁ

Lazer

O ParkJacarepaguá é um shopping focado em proporcionar experiências às pessoas, trazendo inúmeras alternativas de lazer.

O shopping possui uma pista de patinação no gelo com 600 m² construída de acordo com padrões internacionais, localizada na região central do shopping, coberta por uma claraboia de 500 m², trazendo luz natural e grandiosidade para a área. O ParkJacarepaguá também traz para a região a HotZone, mais uma opção de lazer *indoor* com 87 brinquedos eletrônicos de última geração e espaço para festas, oferecendo opções de entretenimento para todas as idades. Adicionalmente, o shopping oferece um centro de eventos multiuso com 1.900 m² e capacidade para mil pessoas, que pode ser utilizado para shows, peças de teatro, desfiles, exposições, entre outros eventos.

As pessoas não procuram apenas opções de lazer, mas principalmente opções de lazer ao ar livre. Buscando atender às necessidades e desejos das pessoas, o ParkJacarepaguá está integrado a um parque verde de 6.000 m², com amplos jardins, móveis ao ar livre, paisagismo e o Parque da Magia, um parque infantil com mais de 2.000 m².

O espaço infantil é inspirado no BarraCadabra do BarraShoppingSul e tem inauguração prevista para 2022. O local possui brinquedos especialmente projetados para conforto e entretenimento.

Sabendo da crescente importância dos animais de estimação, a Multiplan dedicou uma área de 2.500 m² exclusivamente para os *pets* no ParkJacarepaguá. Um espaço aberto onde animais de estimação podem correr e brincar com seus donos.

Além disso, o shopping tem um telão de alta definição com 150 m² ao ar livre em sua fachada. O telão está posicionado junto a um anfiteatro de 850 m² onde serão exibidos filmes, *merchandising*, eventos esportivos, dentre outros vídeos e atrativos para o público.

Também é importante destacar o *deck* localizado no 3º andar do shopping integrado a bares e restaurantes, além do Boulevard Gourmet no 1º andar, um espaço com cozinha diversificada, com restaurantes distribuídos em áreas internas climatizadas e com varandas.



ParkJacarepaguá – Deck

Sustentabilidade

O ParkJacarepaguá foi desenvolvido utilizando as mais modernas tecnologias sustentáveis e de acordo com as melhores práticas ambientais. Isso leva a um dos diferenciais que a Multiplan tem buscado no desenvolvimento de seus projetos: a eficiência operacional.

O mais novo shopping é o produto de extensas pesquisas sobre tendências de consumo, arquitetura, materiais, tecnologia e sustentabilidade, levando a uma economia nos encargos condominiais. O ParkJacarepaguá foi inaugurado com uma redução de 15%¹ nos encargos comuns em comparação com a média dos shoppings da Companhia, localizados no Rio de Janeiro.

O novo shopping já está apto para a obtenção do certificado LEED (Leadership in Energy and Environmental Design), que considera critérios relacionados à economia de água e energia, além da redução nas emissões de CO₂ e descarte de resíduos.

¹Estimativa para 2022. Fonte: Multiplan.

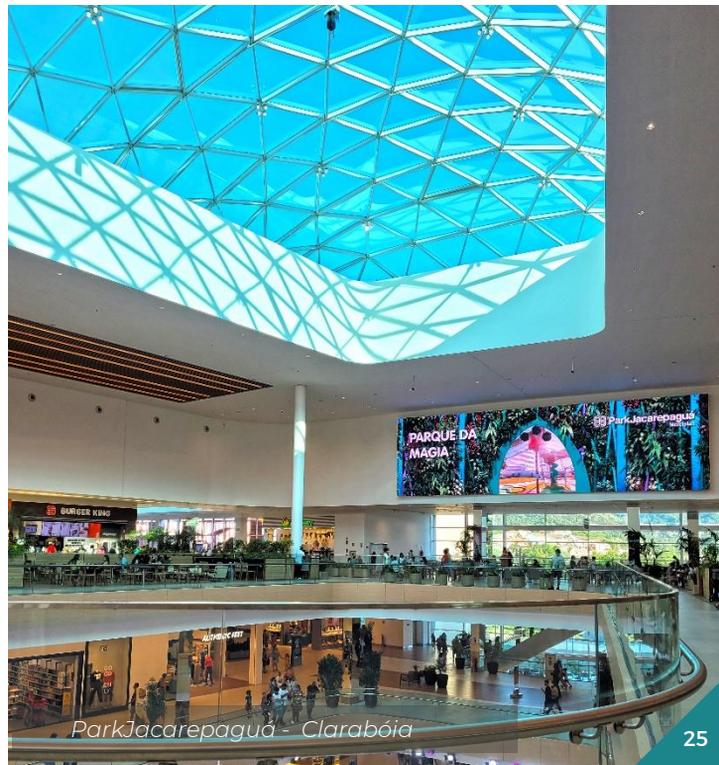
Os seguintes itens contribuem para a futura obtenção da certificação LEED:

- ✓ Estação de tratamento de efluentes gerando uma redução de 35% no uso de água;
- ✓ Iluminação 100% LED para acionamento e dimerização das luminárias, gerando 20% em economia de energia;
- ✓ Vidros de alto desempenho que ajudam a manter o controle de temperatura interna;
- ✓ Sistema de reuso das águas pluviais, que serão utilizadas na irrigação;
- ✓ Sistemas modernos, sustentáveis e inteligentes de ar condicionado, e;
- ✓ 3.686 painéis solares capazes de gerar 2.122 MWh de energia por ano.

Os itens descritos acima possuem um projeto estrutural e materiais que simplificam a manutenção, uma sólida contribuição para a obtenção do selo LEED e a redução das despesas condominiais, que impactam positivamente o custo de ocupação dos lojistas.



ParkJacarepaguá – Estação de tratamento de efluentes



ParkJacarepaguá – Clarabóia

PARKJACAREPAGUÁ

Desenvolvimento de shoppings e regiões do entorno

O desenvolvimento nos vetores de crescimento das cidades beneficia não só a Companhia, mas também a região onde o projeto está localizado.

Relembrando a história de desenvolvimento da Multiplan – o BarraShopping foi o primeiro shopping desenvolvido pela Companhia no Rio de Janeiro e foi inaugurado em 1981. Naquela época, a população da Barra da Tijuca (região onde fica o shopping) totalizava menos de 25 mil habitantes. Atualmente, a população da região está atingindo a marca de 400 mil habitantes e a ABL total do shopping aumentou 128% ao longo dos anos, com quase 700 lojas. Além disso, a região se beneficiou de muitos outros empreendimentos no entorno do shopping, como torres corporativas, torres residenciais, centros médicos, escolas e universidades, entre outros. Mais informações relacionadas ao vetor de crescimento da região estão disponíveis na página 31 da apresentação da Reunião Pública de 2021 da Companhia.

[\[Link\]](#)

Da mesma forma, o ParkJacarepaguá se torna um catalisador para o crescimento da região onde atua. Localizado em uma das regiões que mais crescem na cidade, Jacarepaguá e seus

BarraShopping e seu entorno durante sua inauguração em 1981



arredores têm mostrado forte desenvolvimento nos últimos anos, com a substituição de sítios e casas por edifícios residenciais.

A mudança no perfil do bairro, que tem uma população de aproximadamente 700 mil habitantes¹, reforça a certeza da Companhia em enxergá-lo como o local ideal para abrir o novo shopping.

¹ Fonte: IPP (Instituto Pereira Passos).

ParkJacarepaguá e seu entorno durante sua inauguração em 2021



PARKJACAREPAGUÁ

O entorno do ParkJacarepaguá está sendo beneficiado pelos investimentos da Multiplan, que somaram R\$50 milhões em obras de revitalização de vias e melhorias na educação e infraestrutura em saúde.

A Companhia implantou nova iluminação pública no entorno do shopping, desenvolveu projetos de paisagismo, modernizou mais de 20 conjuntos de semáforos – todos com iluminação led, e renovou a área urbana nas proximidades, incluindo a construção de novas baias para ônibus e abrigos para os passageiros.

Com o objetivo de melhorar o trânsito no bairro, a Multiplan realizou melhorias viárias na região, seguindo as orientações da Prefeitura do Rio de Janeiro. Destaca-se a duplicação da Estrada do Engenho D'Água no trecho de 650 metros entre a Estrada de Jacarepaguá e a Avenida Canal do Anil.

Outra iniciativa relevante realizada pela Multiplan para melhorar o tráfego ocorreu a poucos metros do ParkJacarepaguá: o alargamento da rua em frente à Praça Júlio Sass e ao Terminal Rodoviário.

É importante ressaltar que o ParkJacarepaguá é responsável pela geração de cerca de 8.000 empregos e já traz melhorias para a qualidade de vida dos moradores da região.

Clique [aqui](https://www.parkjacarepagua.com.br) para assistir depoimentos dos moradores da região. Mais informações sobre o shopping estão disponíveis em: <https://www.parkjacarepagua.com.br>.



ParkJacarepaguá - Exposição no centro de eventos



ParkJacarepaguá - Pista de patinação no gelo

INDICADORES OPERACIONAIS

VENDAS

VENDAS DOS LOJISTAS

Novo recorde nas vendas trimestrais

No 4T21, as vendas dos lojistas, pela primeira vez nos últimos dois anos, superaram os níveis de 2019, sendo 8,1% acima do 4T19, alcançando R\$5,6 bilhões. 14 shoppings do portfólio da Multiplan registraram aumento no 4T21 em relação ao 4T19, com destaque especial para o Parque Shopping Maceió (+24,1%) e o VillageMall (+22,3%).

É importante ressaltar que o valor das vendas no 4T21 é um recorde na história da Companhia. Em relação ao 4T20, o trimestre apresentou crescimento de 29,8% nas vendas totais.

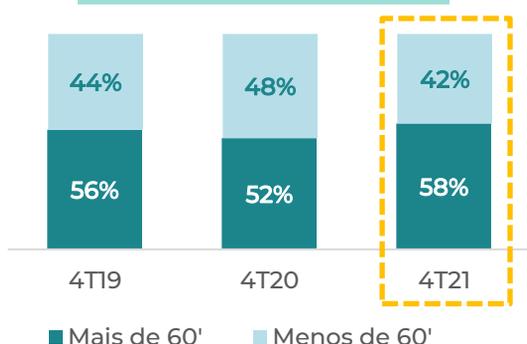
Vale destacar também que o último trimestre do ano foi o primeiro em que os shoppings operaram com 100% de suas horas regulares, embora ainda tendo que enfrentar restrições de capacidade e eventos.

Fluxo de veículos e tempo de permanência no shopping apresentaram melhora ao longo de 2021

O fluxo de veículos atingiu 88,7% dos níveis de 2019, com 11,8 milhões de veículos visitando os shoppings da Multiplan no 4T21.

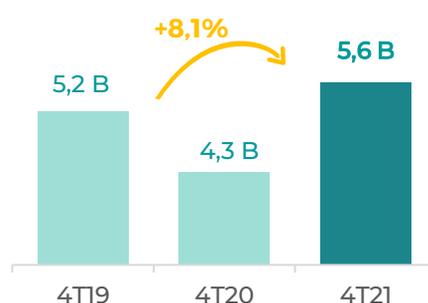
O tempo de permanência, outro fator que impulsiona o desempenho das vendas, superou os níveis de 2019, com 58% dos veículos passando mais de uma hora nos shoppings no 4T21 (contra 56% no 4T19).

Distribuição média do tempo de permanência

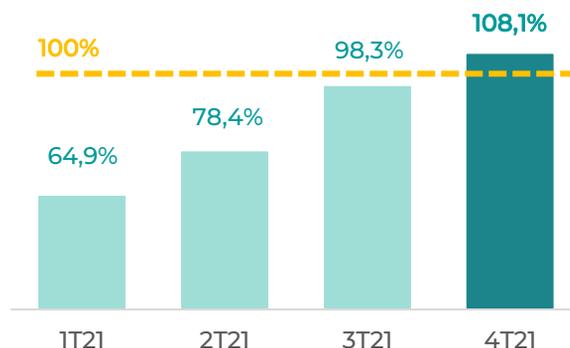


Vendas trimestrais superaram o desempenho recorde de 2019

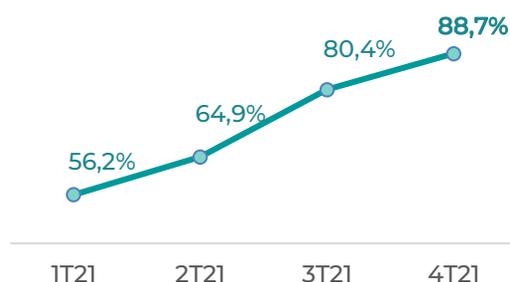
Vendas dos lojistas (R\$)



Vendas dos lojistas como % de 2019



Fluxo de veículos (2021 como % de 2019)



INDICADORES OPERACIONAIS

VENDAS

Crescimento de dois dígitos na semana de Natal

Dezembro foi o destaque do trimestre, respondendo por 110,1% das vendas registradas em dezembro de 2019.

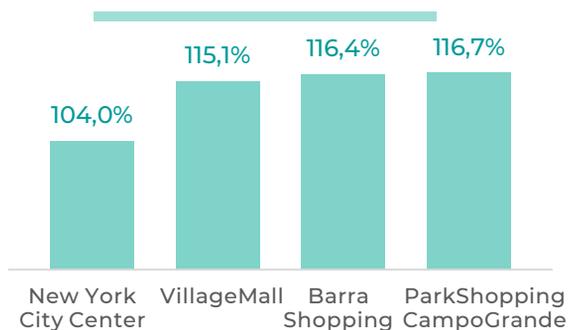
Na semana de Natal (17 a 24 de dezembro), as vendas totais atingiram quase R\$1 bilhão (+16,2% vs. 2019). Além disso, na mesma semana, 15 shoppings registraram aumento de vendas de dois dígitos em relação a 2019.

Na semana de Natal, o BarraShopping e o MorumbiShopping apresentaram vendas de R\$143,5 milhões (+16,4% vs. 2019) e R\$116,2 milhões (+14,2% vs. 2019), respectivamente. Ambos os shoppings foram beneficiados pela recuperação da taxa de ocupação no trimestre, com o MorumbiShopping superando os níveis do 4T19 (98,9% no 4T21 contra 98,2% no 4T19).

Durante a semana de Natal, os shoppings do Rio de Janeiro apresentaram o maior crescimento percentual em relação a 2019 (+26,7%), apoiado pelo recém-inaugurado ParkJacarepaguá, alcançando R\$245,0 milhões em vendas totais.

Além disso, os três shoppings localizados na região Sul do Brasil registraram um aumento de vendas de 19,7% em relação a 2019 na mesma semana.

Vendas - Semana de Natal Shoppings no Rio de Janeiro (2021 como % de 2019)



VillageMall registrou o melhor desempenho de vendas em 2021 e superou as vendas de 2019 em 13,0%

Em 2021, os shopping centers registraram vendas de R\$14,6 bilhões, o equivalente a 89,5% dos níveis de 2019. O VillageMall e o Parque Shopping Maceió se destacaram e apresentaram crescimento de 13,0% e 9,6% em relação a 2019, respectivamente.

Em 12 de janeiro, a Multiplan divulgou a prévia operacional do 4T21, a qual pode ser acessada clicando [aqui](#).

Em jan/22, vendas superaram níveis de 2019 e 2021

Em janeiro de 2022, os shoppings administrados pela Multiplan registraram vendas¹ de R\$1,2 bilhão, crescimento de 42,6% em relação a jan/21 e de 4,4% em relação a jan/19.

O VillageMall e o ParkShopping Canoas, mais uma vez, foram os destaques. As vendas do VillageMall alcançaram R\$69,2 milhões em jan/22, não apenas superando os níveis registrados em jan/21 (+64,8%), como também superando os níveis de jan/19 (+48,7%). Da mesma forma, as vendas do ParkShopping Canoas foram de R\$45,8 milhões em jan/22, 21,6% e 20,6% acima de jan/21 e jan/19, respectivamente. O ParkShoppingBarigüi também apresentou crescimento em jan/22, atingindo R\$87,3 milhões, sendo 25,3% e 11,1% acima de jan/21 e jan/19, respectivamente.

¹ Vendas de janeiro de 2022 não incluem o Parque Shopping Maceió.

INDICADORES OPERACIONAIS

VENDAS

Vendas de lojistas (100%)	4T21	4T20	Var. % (21 vs. 20)	4T19	Var. % (21 vs. 19)
BH Shopping	448,3 M	316,6 M	+41,6%	405,0 M	+10,7%
RibeirãoShopping	311,9 M	235,2 M	+32,6%	287,6 M	+8,4%
BarraShopping	830,4 M	689,2 M	+20,5%	760,9 M	+9,1%
MorumbiShopping	664,0 M	490,9 M	+35,3%	628,0 M	+5,7%
ParkShopping	427,9 M	359,5 M	+19,0%	402,2 M	+6,4%
DiamondMall	181,4 M	141,5 M	+28,2%	188,6 M	-3,8%
New York City Center	41,9 M	32,1 M	+30,6%	54,6 M	-23,3%
ShoppingAnáliaFranco	436,1 M	332,7 M	+31,1%	400,2 M	+9,0%
ParkShoppingBarigüi	409,6 M	301,6 M	+35,8%	350,1 M	+17,0%
Pátio Savassi	152,0 M	109,0 M	+39,5%	157,9 M	-3,7%
ShoppingSantaÚrsula	37,3 M	37,4 M	-0,4%	57,7 M	-35,4%
BarraShoppingSul	240,8 M	169,0 M	+42,5%	225,6 M	+6,7%
ShoppingVilaOlímpia	93,1 M	68,5 M	+36,0%	148,7 M	-37,4%
ParkShoppingSãoCaetano	245,8 M	191,3 M	+28,5%	226,1 M	+8,7%
JundiaíShopping	186,2 M	143,6 M	+29,6%	180,3 M	+3,3%
ParkShoppingCampoGrande	198,2 M	183,1 M	+8,3%	194,6 M	+1,9%
VillageMall	229,1 M	202,8 M	+13,0%	187,3 M	+22,3%
Parque Shopping Maceió	177,8 M	144,9 M	+22,7%	143,3 M	+24,1%
ParkShopping Canoas	185,1 M	148,6 M	+24,6%	162,0 M	+14,2%
ParkJacarepaguá	80,6 M	-	n.d.	-	n.d.
Total	5.577,4 M	4.297,4 M	+29,8%	5.160,6 M	+8,1%



INDICADORES OPERACIONAIS

VENDAS

Venda de lojistas (100%)	% de horas em operação em 2021 ¹	2021	2020	Var. % (21 vs. 20)	2019	Var. % (21 vs. 19)
BH Shopping	73,7%	1.097,7 M	679,7 M	+61,5%	1.259,3 M	-12,8%
RibeirãoShopping	75,4%	754,8 M	509,4 M	+48,2%	896,8 M	-15,8%
BarraShopping	94,0%	2.366,8 M	1.688,1 M	+40,2%	2.385,0 M	-0,8%
MorumbiShopping	82,0%	1.645,5 M	1.151,9 M	+42,8%	1.947,6 M	-15,5%
ParkShopping	88,8%	1.160,2 M	879,7 M	+31,9%	1.252,6 M	-7,4%
DiamondMall	73,7%	475,7 M	356,1 M	+33,6%	608,2 M	-21,8%
New York City Center	94,0%	124,3 M	99,7 M	+24,8%	206,0 M	-39,7%
ShoppingAnáliaFranco	82,0%	1.104,5 M	778,5 M	+41,9%	1.236,1 M	-10,6%
ParkShoppingBarigüi	81,5%	1.047,8 M	717,3 M	+46,1%	1.082,3 M	-3,2%
Pátio Savassi	73,7%	381,2 M	266,3 M	+43,2%	516,7 M	-26,2%
ShoppingSantaÚrsula	75,4%	97,9 M	85,8 M	+14,1%	195,4 M	-49,9%
BarraShoppingSul	89,9%	628,4 M	388,6 M	+61,7%	723,6 M	-13,2%
ShoppingVilaOlímpia	82,0%	238,0 M	218,1 M	+9,1%	518,7 M	-54,1%
ParkShoppingSãoCaetano	83,5%	646,3 M	455,1 M	+42,0%	707,8 M	-8,7%
JundiaíShopping	83,6%	482,0 M	340,0 M	+41,8%	582,4 M	-17,2%
ParkShoppingCampoGrande	94,0%	571,3 M	461,8 M	+23,7%	620,8 M	-8,0%
VillageMall	94,0%	683,1 M	447,3 M	+52,7%	604,3 M	+13,0%
Parque Shopping Maceió	83,6%	489,9 M	337,1 M	+45,3%	447,0 M	+9,6%
ParkShopping Canoas	89,9%	522,5 M	392,1 M	+33,3%	513,2 M	+1,8%
ParkJacarepaguá	100,0%	80,6 M	-	n.d.	-	n.d.
Total	83,6%	14.598,4 M	10.252,6 M	+42,4%	16.303,8 M	-10,5%

¹ Calculado através da divisão das horas de operação dos shopping centers pelo seu período de funcionamento regular.



INDICADORES OPERACIONAIS

VENDAS NAS MESMAS LOJAS (SSS)

VENDAS NAS MESMAS LOJAS (SSS)

Recuperação de dois dígitos em relação a 2019

As vendas nas mesmas lojas (SSS) cresceram 10,3% no 4T21 em relação ao 4T19, uma forte melhora de desempenho quando comparada com os números do 3T21 (+1,5% no 3T21 no vs. 3T19).

O segmento de Vestuário apresentou um aumento de 19,0% em relação ao 4T19, o maior aumento do SSS no trimestre. Em relação ao desempenho anual, o segmento também cresceu quando comparado a 2019 (+0,5%).

Os segmentos de Alimentação & Áreas Gourmet e Serviços também foram destaques no 4T21, recuperando vendas em relação ao trimestre anterior (3T21 vs. 3T19). Ainda sendo os

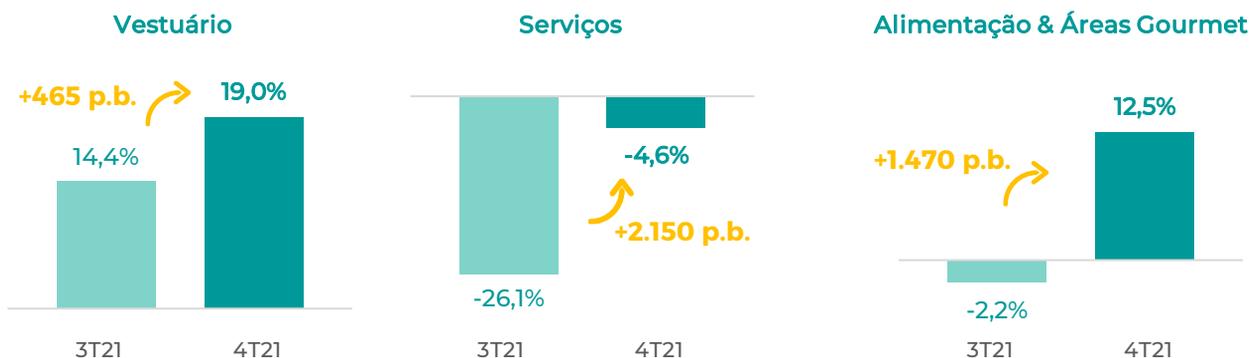
dois segmentos mais impactados por medidas de distanciamento social, os segmentos de Serviços e Alimentação & Áreas Gourmet apresentaram recuperação de vendas ao longo do ano.

Vale ressaltar que atividades como Restaurantes e *Fast-Food* apresentaram números melhores em relação ao trimestre anterior, porém a atividades de *Fast-Food* ainda é mais afetada pelas restrições atuais.

✓ **Restaurantes:** +17,4% (4T21 vs. 4T19) e +0,7% (3T21 vs. 3T19);

✓ **Fast-Food:** -0,1% (4T21 vs. 4T19) e -13,5% (3T21 vs. 3T19).

Vendas nas mesmas lojas (SSS) (Segmentos: 2021 vs. 2019)



Vendas nas mesmas lojas	4T21 x 4T19		
	Âncora	Satélite	Total
Alimentação/ Áreas Gourmet	-	+12,5%	+12,5%
Vestuário	+16,2%	+20,5%	+19,0%
Artigos do Lar & Escritório	-21,6%	-6,3%	-10,8%
Artigos Diversos	+10,1%	+11,3%	+11,0%
Serviços	-11,9%	-3,0%	-4,6%
Total	+7,3%	+11,2%	+10,3%

Vendas nas mesmas lojas	2021 x 2019		
	Âncora	Satélite	Total
Alimentação/ Áreas Gourmet	-	-13,8%	-13,8%
Vestuário	+0,2%	+0,7%	+0,5%
Artigos do Lar & Escritório	-29,6%	-17,5%	-21,2%
Artigos Diversos	+8,1%	-4,6%	-1,0%
Serviços	-55,0%	-22,4%	-29,9%
Total	-7,8%	-8,4%	-8,2%

Nota: O ParkJacarepaguá ainda não contribui para o indicador SSS devido a sua data de abertura em novembro de 2021.

**4T21**

ÍNDICE

INDICADORES OPERACIONAIS

TURNOVER (TROCA DE LOJAS)

TURNOVER (TROCA DE LOJAS)

Forte e consistente demanda por ABL da Multiplan leva a recorde anual de *turnover*

A Multiplan registrou um *turnover* de 1,8% da ABL total administrada¹ no 4T21, ou 14.363 m², mais uma vez, reafirmando a forte demanda dos lojistas para fazer parte do portfólio da Multiplan.

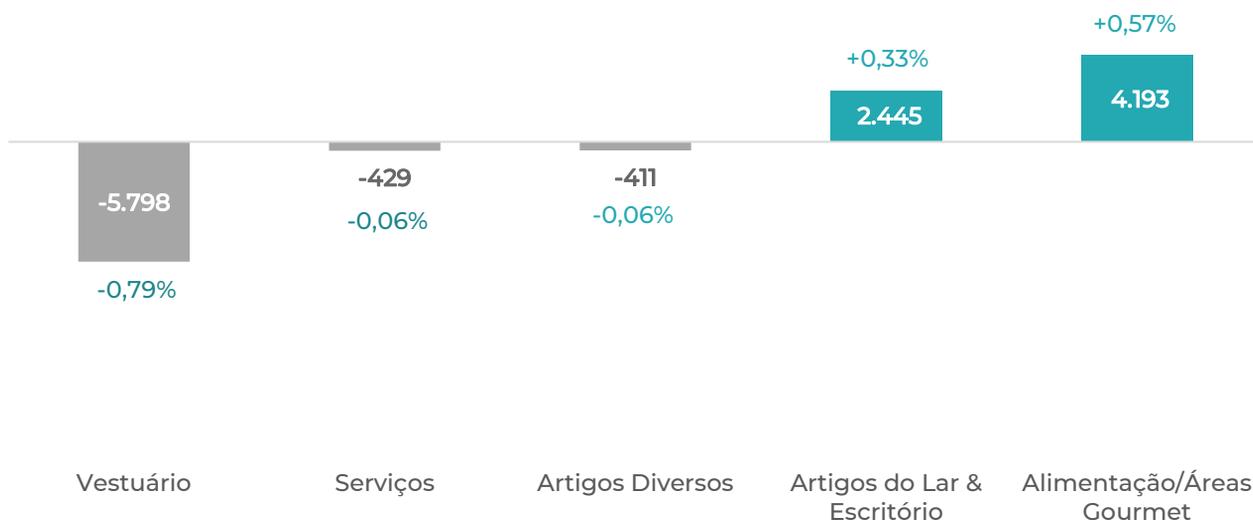
Quase todas as lojas locadas (132 de 133) no trimestre foram lojas satélites (92,7% da ABL do *turnover*).

O RibeirãoShopping teve o maior *turnover* do trimestre, locando 2.688 m² (18,7% do *turnover* do 4T21) e incluindo uma grande loja do segmento de Artigos do Lar & Escritório (única loja âncora locada no trimestre) com forte presença digital e uma das maiores varejistas do Brasil, resultando em um aumento de 132 p.b. na taxa de ocupação.

O segundo maior *turnover* ocorreu no BarraShopping (15,8% ou 2.271 m²), tendo locado 20 lojas no trimestre. Destaque para a adição de uma churrascaria de 500 m².

Em 2021, a Multiplan apresentou uma demanda recorde por espaços nos seus shoppings, resultando na locação de 468 novas lojas, o equivalente a 7,9% da ABL administrada pela Companhia (62.928 m²), reforçando a demanda por locais *premium* e a visão "*flight to quality*"

Turnover líquido por segmento em m² e como % da ABL administrada¹ – 2021

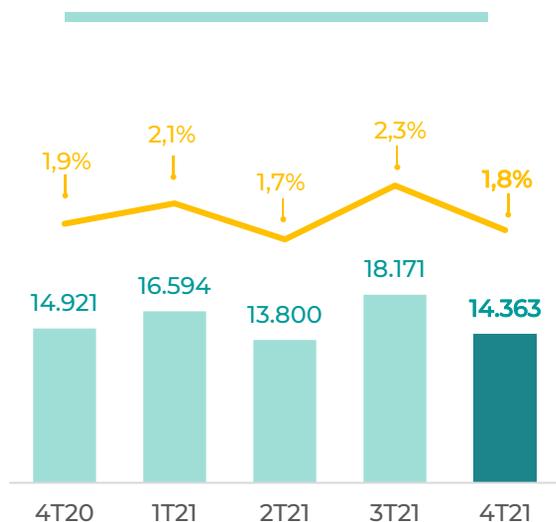


¹ ABL administrada pela Multiplan. ABL total (média) excluindo o Parque Shopping Maceió.

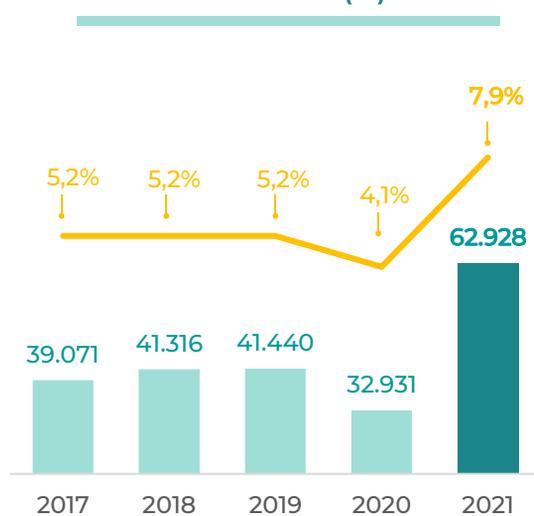
INDICADORES OPERACIONAIS

TURNOVER (TROCA DE LOJAS)

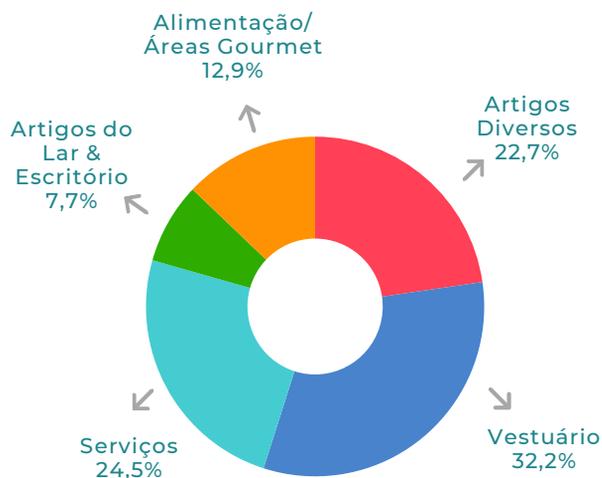
Troca de lojas em ABL (m²) e em % da ABL total¹ (%)



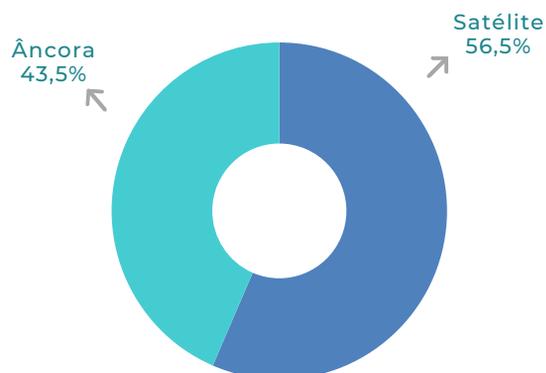
Troca de lojas em ABL (m²) e em % da ABL total¹ (%)



Distribuição da ABL ocupada por segmento – dez/21



Distribuição da ABL ocupada por tipo de loja – dez/21



¹ ABL administrada pela Multiplan. ABL total (média) excluindo o Parque Shopping Maceió.

INDICADORES OPERACIONAIS

TAXA DE OCUPAÇÃO

TAXA DE OCUPAÇÃO

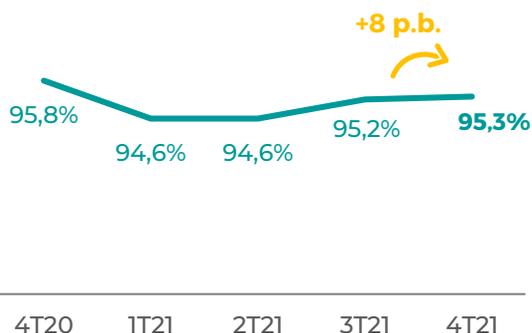
Tendência de crescimento continua com dez shoppings acima da taxa de ocupação de 97%

O portfólio de shopping centers da Multiplan apresentou uma taxa de ocupação média de 95,3% no trimestre, um aumento de 8 p.b. em relação ao trimestre anterior e uma queda de 271 p.b. em relação ao 4T19.

Dez shoppings apresentaram taxa de ocupação igual ou superior a 97,0%, dos quais o Pátio Savassi e o ParkShoppingSãoCaetano se destacaram, apresentando crescimento trimestral de 281 p.b. e 153 p.b., para 97,9% e 98,4%, respectivamente.

A taxa média de ocupação em 2021 foi de 94,9%, vs. 97,6% em 2019, uma redução de 264 p.b., principalmente devido ao impacto de restrições mais rigorosas em 2020 e no primeiro semestre de 2021, que foram parcialmente compensadas pela recuperação nas vendas e aumento da demanda por ABL nos shoppings da Multiplan ao longo do ano, apesar da menor taxa de ocupação.

Taxa média de ocupação dos shopping centers



INDICADORES OPERACIONAIS

CUSTO DE OCUPAÇÃO

CUSTO DE OCUPAÇÃO

O efeito de longo prazo da eficiência

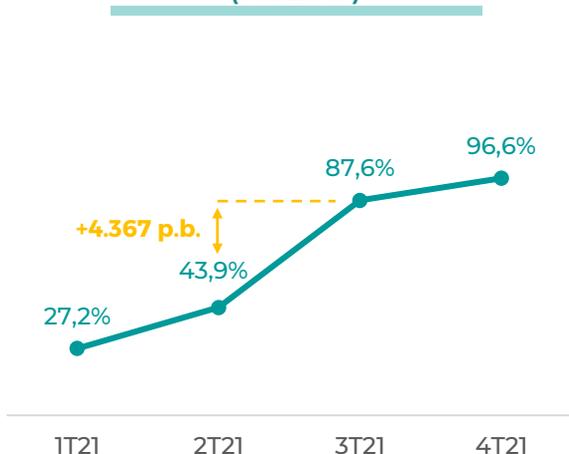
O custo de ocupação dos lojistas atingiu 12,7% no 4T21, apresentando uma redução de 97 p.b. sobre o 3T21 e um aumento de 106 p.b. vs. 4T19.

A parcela do aluguel no custo de ocupação do lojista no 4T21 atingiu 9,1%, apoiada pela receita de locação de shopping center no trimestre, como resultado do aumento das vendas e das iniciativas bem-sucedidas implementadas pela Multiplan para reduzir os encargos comuns.

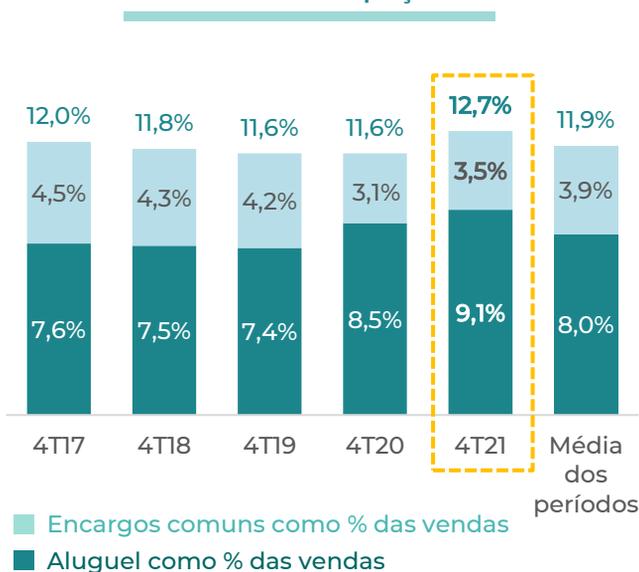
Vale ressaltar que as contribuições do fundo de promoção foram cobradas em linha com 2019 (96,6% no 4T21 vs. 4T19), um aumento de 904 p.b. em relação ao 3T21, principalmente devido às despesas relacionadas às campanhas de Natal, que sintetizam a ideia de que os encargos comuns deverão ser uma parcela menor do custo de ocupação no longo prazo.

Em 2021, com a recuperação das vendas ao longo do ano, o custo de ocupação atingiu 13,6%, um aumento de 93 p.b. em relação a 2019. A participação dos encargos comuns diminuiu 77 p.b. em relação a 2019, resultado das iniciativas de incremento de eficiência implementadas ao longo do período.

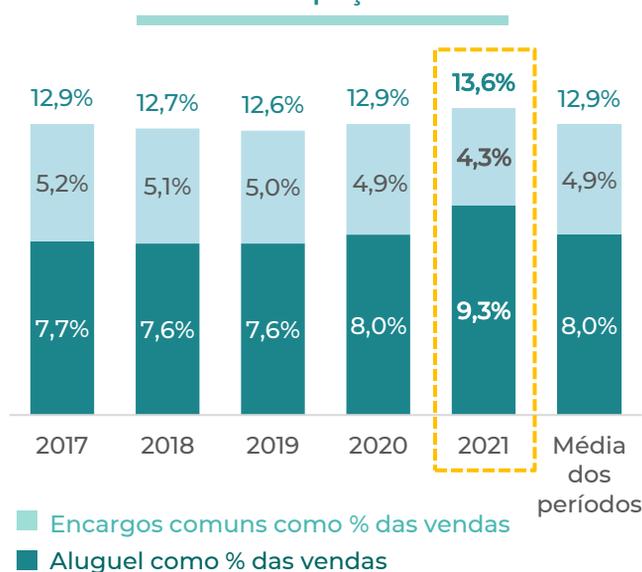
Contribuições do fundo de promoção (vs. 2019)



Abertura trimestral do custo de ocupação



Abertura anual do custo de ocupação



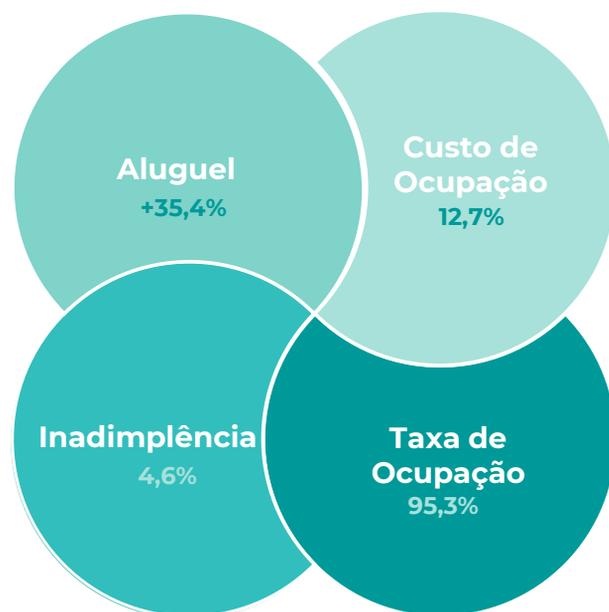
CRESCIMENTO CONSTANTE E SUSTENTÁVEL

Parte da busca por crescimento sustentável trilha um caminho fundado sobre quatro pilares: (i) aumento de receita de locação, (ii) custo de ocupação controlado, (iii) baixa taxa de inadimplência e (iv) aumento da taxa de ocupação. Esses indicadores estão intimamente relacionados entre si.

- i. Receita de locação:** Os contratos de locação da Multiplan são indexados à inflação, apresentando um aumento de 44,9%¹ nos últimos dois anos. Tais reajustes contratuais podem levar a um custo de ocupação mais elevado.
- ii. Custo de ocupação:** Esse indicador é composto pelo aluguel somado aos encargos comuns (incluindo fundo de promoção), e um aumento na parcela de aluguel poderia aumentar o total desse custo. No entanto, uma constante redução nos encargos comuns pode ajudar na manutenção de um custo de ocupação sustentável, aumentando os recebimentos.
- iii. Taxa de inadimplência:** Elevados níveis de recebíveis são a consequência de um bom *mix* de lojistas financeiramente estáveis. A busca por esses lojistas pode resultar em um aumento temporário de vacância.
- iv. Taxa de ocupação:** Para manter uma forte taxa de ocupação, o equilíbrio entre as métricas supracitadas deve ser alcançado, como se parte de um ciclo de melhoria contínua.

A Multiplan fornece um fluxo forte e qualificado de clientes para seus lojistas, para que eles possam se beneficiar de sua alta produtividade de vendas e alavancagem operacional e suportar um custo de ocupação saudável, resultando, conseqüentemente, em níveis mais baixos de inadimplência e em uma taxa de ocupação crescente.

Assim, a Multiplan busca continuamente aumentar sua receita de aluguel (e sua consequente parcela do custo de ocupação) ao mesmo tempo em que aplica sua estratégia ESG (entre outras iniciativas) a fim de reduzir os encargos comuns e manter um custo saudável de ocupação.



Resultados do 4T21
(Aluguel de shoppings: aumento sobre o 4T19)

¹ Índice IGP-DI.

ESTUDO DE CASO II

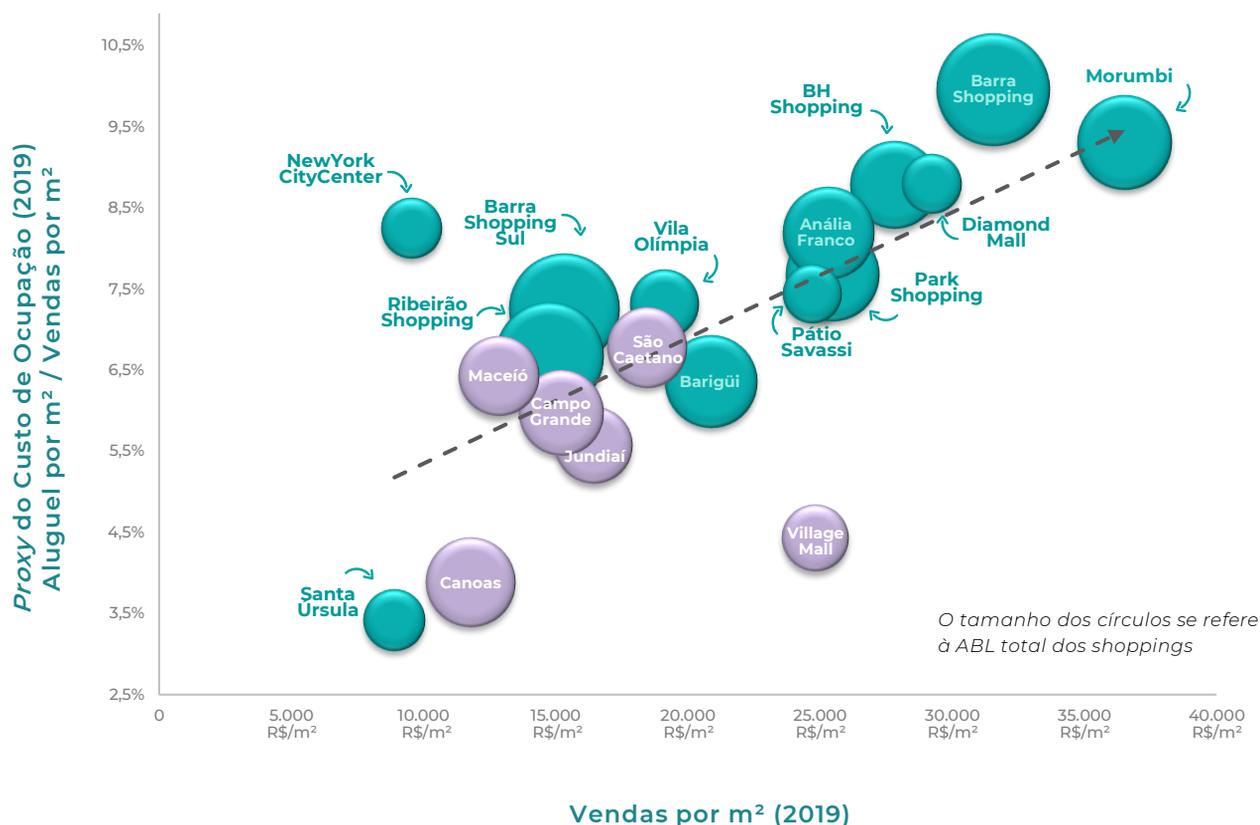
NOVAS LOJAS, NOVAS ESTRATÉGIAS, NOVO CUSTO DE OCUPAÇÃO

NOVAS LOJAS, NOVAS ESTRATÉGIAS, NOVO CUSTO DE OCUPAÇÃO

Assim como as regiões, os shoppings, o *mix*, as lojas e a estratégia se adaptam e evoluem, o mesmo acontece com o custo de ocupação.

Todas essas mudanças afetam o valor de uma loja e a sustentabilidade de seus níveis do custo de ocupação. Cada shopping pode ser afetado por esses fatores de diferentes maneiras; assim, cada shopping tem seu próprio custo de ocupação.

Abaixo está um gráfico de como "vendas por m²" foram correlacionadas com "aluguel por m²/vendas por m²" dos shoppings da Multiplan em 2019. O aumento do custo de ocupação pode ser parcialmente explicado pela alavancagem operacional das lojas, especialmente as lojas de padrão mais elevado, que têm menores despesas variáveis, levando o crescimento das vendas a ter um efeito ainda mais forte (alavancagem) em seu resultado final.



- Shoppings operando há mais de 10 anos¹
- Shoppings operando há menos de 10 anos¹

¹Dados de 2019.

ESTUDO DE CASO II

NOVAS LOJAS, NOVAS ESTRATÉGIAS, NOVO CUSTO DE OCUPAÇÃO

Embora as vendas tenham uma forte correlação com o custo de ocupação, o que significa que uma maior produtividade pode levar a um custo médio de ocupação mais alto, outros fatores podem levar a um aumento desse custo, ou até mesmo uma diminuição se evoluírem na direção oposta.

Esses fatores estão se tornando cada vez mais críticos para equilibrar os níveis de custo de ocupação. Abaixo está uma lista não exaustiva de alguns deles.

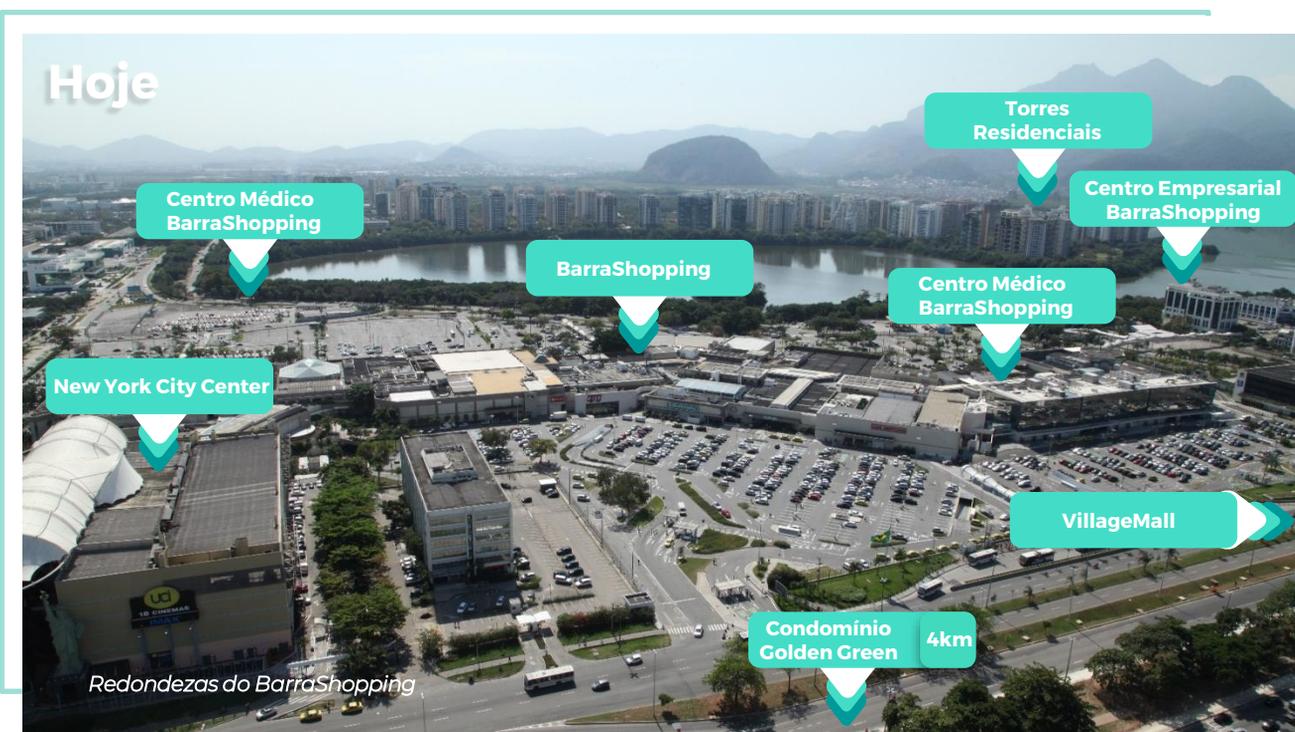
1. Vetor de Crescimento

Embora a gestão e o *mix* sejam os agentes mais óbvios que afetam o desempenho das vendas, outro fator-chave para sustentar o crescimento a longo prazo é a localização. Uma região de crescimento da densidade demográfica deve resultar em um aumento nas vendas. Por isso, desenvolver shoppings no vetor de crescimento da cidade pode levar a um crescimento sustentável.

Esse crescimento pode ser catalisado pelo desenvolvimento de projetos multiuso, que

concentram o crescimento na área de influência do shopping, trazendo um fluxo consistente de pessoas ao shopping durante a semana, que vivem, trabalham e passam tempo em suas redondezas.

Esse efeito pode ser visto em muitos dos projetos da Multiplan – veja a apresentação da Reunião Pública da Multiplan, página 31, [link](#).



ESTUDO DE CASO II

NOVAS LOJAS, NOVAS ESTRATÉGIAS, NOVO CUSTO DE OCUPAÇÃO

2. Maturidade do shopping

O custo de ocupação de um shopping varia ao longo do tempo de acordo com seu ciclo de crescimento:

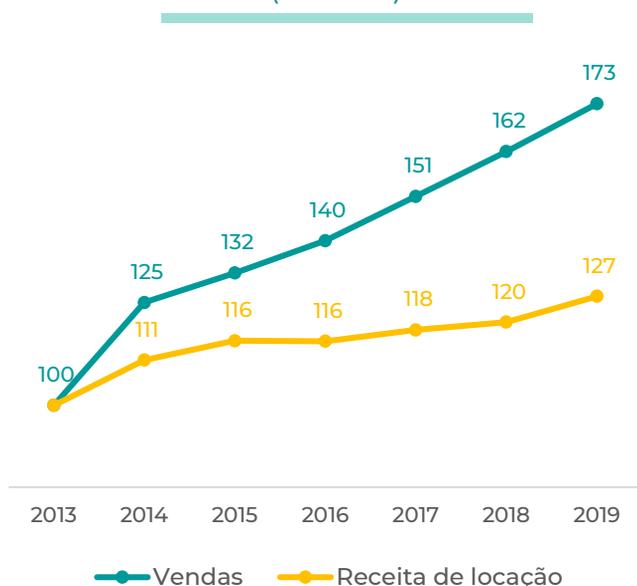
(i) **Abertura:** quando um shopping abre, a região em seu entorno e seus residentes levam algum tempo para adaptar seus hábitos e incluir o shopping em sua rotina. Isso leva os novos shoppings a terem um custo de ocupação mais alto em seus primeiros anos;

(ii) **Amadurecimento:** à medida em que o shopping amadurece, o desempenho das vendas pode superar o crescimento do aluguel, levando a uma redução no custo de ocupação, como visto nos gráficos abaixo;

(iii) **Consolidação:** após essa fase inicial, conforme os shoppings consolidam e aumentam suas vendas, o custo de ocupação também deve aumentar.



Receita de vendas e aluguel
Shoppings inaugurados em 2011 e 2012¹
(base 100)



Ciclo de crescimento do shopping



¹ ParkShoppingSãoCaetano, JundiaíShopping, ParkShoppingCampoGrande e VillageMall.

ESTUDO DE CASO II

NOVAS LOJAS, NOVAS ESTRATÉGIAS, NOVO CUSTO DE OCUPAÇÃO

3. Gestão estratégica

A gestão da Multiplan está constantemente desenvolvendo estratégias com o objetivo de criar valor para seus lojistas e consumidores, trazendo cada vez mais clientes para seus empreendimentos através de uma série de iniciativas, tais como:

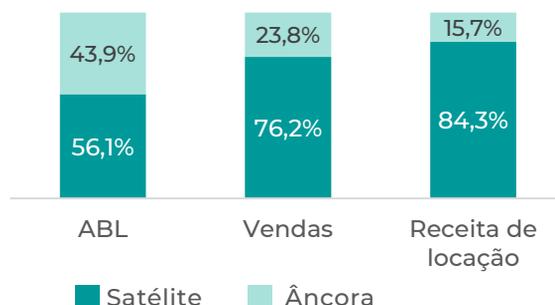
- a. Criando uma atmosfera convidativa, com arquitetura grandiosa, áreas verdes e opções de entretenimento únicas;
- b. Realizando eventos exclusivos nos shoppings da Multiplan, apresentando uma variedade de opções de encontros sociais cobrindo diversas áreas de interesse;
- c. Com um uso preciso da base de dados, nutrida pelo superaplicativo Multi, que identifica tendências e o efeito de promoções, eventos e características no fluxo de pessoas do shopping.

Todas essas iniciativas permitem que os shoppings dependam menos de grandes lojas, como as lojas âncoras, para atrair clientes, permitindo que a Companhia reduza o tamanho médio das lojas (como apresentado no relatório de Resultados do 2T21, página 29, [link](#)).

As lojas satélites geralmente têm um desempenho de vendas mais elevado, quando comparado ao de lojas âncoras, que, combinado com sua alavancagem operacional, permitem que elas sustentem uma base de custo de ocupação também mais alta, conforme ilustrado abaixo.

Com as lojas satélites expandindo sua presença no portfólio da Multiplan e as lojas âncoras reduzindo o tamanho de suas lojas, como resultado dos processos de maturação e consolidação, o custo médio de ocupação também deve aumentar no longo prazo.

Âncoras vs. lojas satélites (2021)



ESTUDO DE CASO II

NOVAS LOJAS, NOVAS ESTRATÉGIAS, NOVO CUSTO DE OCUPAÇÃO

4. O valor de uma loja

Por muitos anos, os lojistas vêm reavaliando sua estratégia, percebendo que uma loja deve ser mais do que apenas um ponto de venda, enxergando-as como parte de uma estratégia de negócios maior e mais abrangente. Portanto, o aluguel deixou de ser estritamente relacionado com as vendas, mas também, de acordo com a percepção de valor que a loja pode criar para o negócio, tais como:

a. Estratégia omnicanal: uma loja pode ser usada como um *hub* de distribuição, centro de logística reversa, ponto de coleta, *showrooming* e muitas outras etapas da jornada do cliente.

b. Exposição da marca: no novo mundo global, o tempo de atenção do público é uma *commodity* volátil e a concorrência é grande, levando a um CAC ("custo de aquisição de clientes") muito alto. Ter a oportunidade de anunciar uma marca em uma boa localização, para um potencial comprador e oferecer uma experiência única pode fazer com que a marca se destaque diante de seus concorrentes.

c. Redução de custos: um shopping não só oferece um potencial aumento na receita, mas também redução de custos, oferecendo menor custo de serviços públicos (*utilities*), segurança, um programa de fidelidade e muitos outros custos que são reduzidos dada a escala de um shopping.

A Companhia acredita que todos esses fatores têm e podem aumentar ainda mais o valor de suas lojas.

Nos últimos anos, o efeito do reajuste da inflação, permitiu, em parte, que a Multiplan equilibrasse o aluguel de inúmeras lojas que há muito se beneficiam dessa criação de valor.

Como sempre, os shoppings da Companhia continuam amadurecendo, se adaptando e se consolidando, assim como nosso custo de ocupação.

O valor de uma loja



RECEITA BRUTA

RECEITA BRUTA

Crescimento de dois dígitos sobre os níveis do 4T19

A receita bruta totalizou R\$469,1 milhões no 4T21, 17,0% acima do 4T19, principalmente devido ao aumento de R\$100,6 milhões na receita de locação (ilustrado pelo aumento de 41,4% no SSR), apesar do efeito negativo da linearidade.

O efeito negativo da linearidade de R\$66,5 milhões no trimestre, reflete a amortização de condições especiais concedidas durante as fases mais críticas da pandemia e o efeito do

aluguel sazonal. Apenas para fins de análise, se fosse excluído o efeito da linearidade, a receita bruta teria crescido 23,1% em relação aos níveis de 2019.

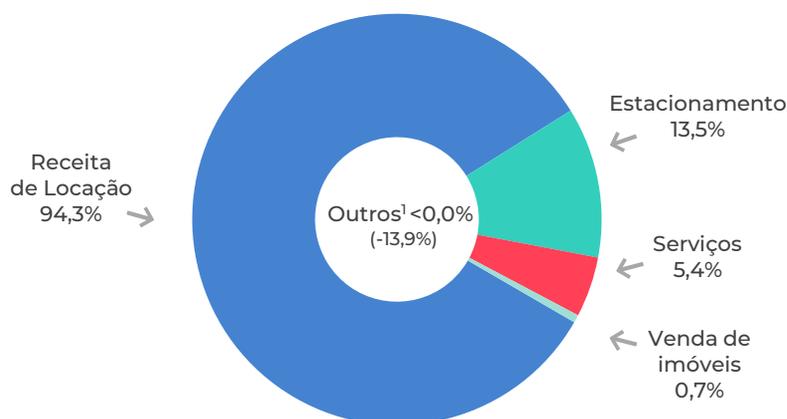
A receita de estacionamento totalizou R\$63,2 milhões no trimestre, em linha com o 4T19, enquanto o fluxo de veículos atingiu 88,7% dos níveis de 2019.

Em 2021, a receita bruta totalizou R\$1.404,5 milhões, 3,8% inferior a 2019, enquanto os shoppings operaram 83,6% do horário regular durante o ano.

Evolução da Receita Bruta (R\$) – 4T21 vs. 4T19



Abertura da Receita Bruta % – 4T21



¹"Outros" incluem o efeito da linearidade (-R\$66,5 milhões), cessão de direitos (-R\$2,2 milhões) e outros (R\$3,7 milhões).



RESULTADOS DA PARTICIPAÇÃO EM PROPRIEDADES

RECEITA DE LOCAÇÃO

4T21

ÍNDICE

RECEITA DE LOCAÇÃO

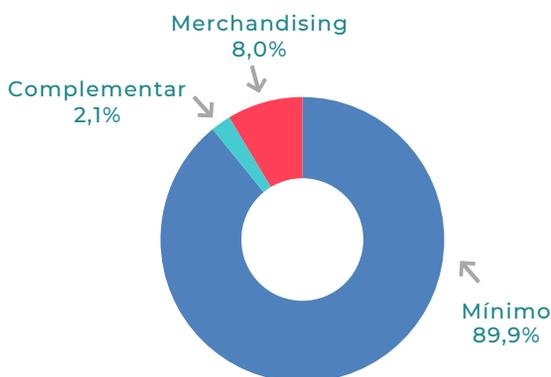
Maior receita de aluguel já registrada

A receita total de locação da Multiplan (soma de shoppings e torres comerciais) atingiu o recorde de R\$442,2 milhões no trimestre, alta de 29,4% em relação ao 4T19, principalmente devido ao efeito do reajuste de 41,4% do IGP-DI no trimestre (vs. 4T19) e a redução das condições concedidas.

A receita de locação de shoppings atingiu R\$430,5 milhões no 4T21, o maior valor já registrado, resultando em um aumento de 35,4% em relação ao 4T19, impulsionado principalmente (i) pela aquisição de participações no ParkShopping e ShoppingSantaÚrsula em fev/20, (ii) pela inauguração do ParkJacarepaguá em novembro e (iii) pelo forte SSR de 41,4% no período, sendo parcialmente compensados pela maior taxa de vacância (+271 p.b.).

Em 2021, com a contínua retirada de restrições e recuperação dos números de vendas ao longo do ano, a receita total anual de locação atingiu o recorde de R\$1.189,9 milhões, 5,8% superior a 2019, com destaque para a receita de locação de shoppings, que totalizou R\$1.141,8 milhões (+11,1% vs. 2019), sendo parcialmente compensada pela venda da Diamond Tower em jul/20.

Detalhamento da receita de locação % - 4T21



Dezessete shoppings superaram a receita de locação no 4T19

No 4T21, dezessete shoppings apresentaram receitas de locação acima dos níveis do 4T19 (todos com incrementos de dois dígitos).

O ParkShopping aumentou sua receita de locação em 87,5% vs. 4T19, a maior evolução individual no trimestre, enquanto a receita de locação do ShoppingSantaÚrsula cresceu 78,4% vs. 4T19, ambos beneficiados pela aquisição de participação ocorrida em fev/20.

O VillageMall tem apresentado consistentemente alguns dos melhores desempenhos de receita de aluguel ao longo do ano e, no trimestre, apresentou um aumento de 54,0% em relação a 2019.

Evolução da receita de locação(R\$)



- Receita de locação de shopping centers
- Receita de locação de torres corporativas

RESULTADOS DA PARTICIPAÇÃO EM PROPRIEDADES

ALUGUEL NAS MESMAS LOJAS (SSR) E EFEITO DA LINEARIDADE

4T21

ÍNDICE

ALUGUEL NAS MESMAS LOJAS (SSR)

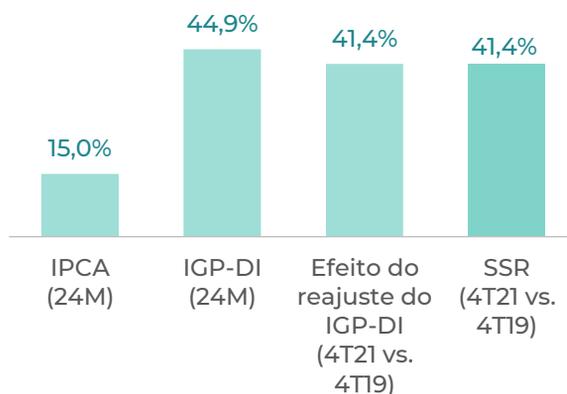
Igualando o efeito do reajuste do IGP-DI

No 4T21, a Companhia registrou um aumento de Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR) de 41,4% em relação ao 4T19, principalmente em decorrência da remoção de descontos previamente concedidos. O número não só superou o crescimento registrado no 3T21 (28,4%), como se igualou ao efeito do reajuste do IGP-DI¹ do período (41,4%).

É importante destacar que, no 4T21, três shoppings apresentaram SSR acima de 50% (vs. 4T19), evidenciando a reversão das concessões concedidas em apoio aos lojistas.

Em 2021, a Multiplan registrou um SSR de 17,2% (vs. 2019), com seis shoppings apresentando crescimento superior a 20%. O efeito do reajuste do IGP-DI no período foi de 34,7%.

Comparação entre índices e o SSR



¹ O efeito do reajuste do IGP-DI reflete os efeitos de inflação dos contratos de locação da Companhia nos últimos 24 meses. Para mais informações, consultar o estudo de caso disponível no site de RI da Multiplan. [\[Link\]](#).

APROPRIAÇÃO DE RECEITA DE ALUGUEL LINEAR

Reversão das condições da COVID-19 observadas ao longo do ano

No 4T21, o efeito negativo da linearidade de R\$66,5 milhões reflete a combinação dos três efeitos mencionados no Estudo de Caso disponível no site de Relações com Investidores ([link](#)), com a reversão das condições da COVID-19, totalizando R\$32,1 milhões no trimestre.

Em relação a 2021, o efeito da linearidade foi negativo em R\$53,0 milhões, sendo que a reversão das condições da COVID-19 teve impacto negativo total de R\$49,8 milhões.



RESULTADOS DA PARTICIPAÇÃO EM PROPRIEDADES



4T21

ÍNDICE

RECEITA DE LOCAÇÃO

Receita de Locação (R\$)	4T21	4T20	Var.% 21 vs. 20	4T19	Var.% 21 vs. 19
BH Shopping	46,6 M	32,5 M	+43,3%	36,9 M	+26,3%
RibeirãoShopping	22,8 M	14,3 M	+58,9%	16,8 M	+35,5%
BarraShopping	64,3 M	51,0 M	+26,1%	49,0 M	+31,4%
MorumbiShopping	64,0 M	46,4 M	+38,1%	48,6 M	+31,9%
ParkShopping	35,0 M	23,9 M	+46,1%	18,6 M	+87,5%
DiamondMall	18,9 M	13,5 M	+40,2%	15,7 M	+20,6%
New York City Center	2,6 M	2,9 M	-11,8%	2,9 M	-11,1%
Shopping Anália Franco	13,3 M	9,6 M	+38,0%	10,3 M	+28,9%
ParkShoppingBarigüi	31,5 M	22,3 M	+41,3%	21,9 M	+43,8%
Pátio Savassi	16,0 M	10,2 M	+57,0%	12,4 M	+29,4%
ShoppingSantaÚrsula	2,6 M	1,8 M	+45,3%	1,5 M	+78,4%
BarraShoppingSul	22,2 M	15,9 M	+39,7%	17,1 M	+29,6%
Shopping Vila Olímpia	5,4 M	3,7 M	+44,6%	7,6 M	-29,1%
ParkShoppingSãoCaetano	19,8 M	15,3 M	+29,4%	15,8 M	+25,9%
JundiaíShopping	15,3 M	11,1 M	+37,5%	11,0 M	+38,5%
ParkShoppingCampoGrande	14,0 M	11,4 M	+23,0%	11,2 M	+24,7%
VillageMall	14,7 M	11,9 M	+23,2%	9,6 M	+54,0%
Parque Shopping Maceió	6,5 M	5,1 M	+28,3%	5,4 M	+21,6%
ParkShopping Canoas	8,7 M	5,4 M	+59,1%	5,8 M	+50,0%
ParkJacarepaguá	6,3 M	-	n.d.	-	n.d.
Subtotal Shopping Centers	430,5 M	308,4 M	+39,6%	317,9 M	+35,4%
Morumbi Corporate ¹	10,3 M	11,2 M	-8,8%	22,8 M	-54,9%
ParkShopping Corporate	1,5 M	1,4 M	+6,9%	1,0 M	+52,1%
Subtotal Torres Corporativas	11,7 M	12,6 M	-7,1%	23,7 M	-50,6%
Total Portfolio	442,2 M	321,0 M	+37,8%	341,6 M	+29,4%

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



RESULTADOS DA PARTICIPAÇÃO EM PROPRIEDADES



4T21

ÍNDICE

RECEITA DE LOCAÇÃO

Receita de Locação (R\$)	% de horas em operação em 2021 ¹	2021	2020	Var.% 21 vs. 20	2019	Var.% 21 vs. 19
BH Shopping	73,7%	119,6 M	69,4 M	+72,3%	113,4 M	+5,5%
RibeirãoShopping	75,4%	58,6 M	31,1 M	+88,4%	56,6 M	+3,4%
BarraShopping	94,0%	189,4 M	119,4 M	+58,6%	159,6 M	+18,7%
MorumbiShopping	82,0%	167,3 M	100,6 M	+66,3%	151,3 M	+10,6%
ParkShopping	88,8%	91,3 M	55,7 M	+63,9%	61,4 M	+48,7%
DiamondMall	73,7%	49,6 M	31,0 M	+60,2%	51,4 M	-3,5%
New York City Center	94,0%	8,8 M	6,8 M	+29,3%	9,6 M	-8,0%
Shopping Anália Franco	82,0%	34,6 M	21,8 M	+58,7%	33,0 M	+4,6%
ParkShoppingBarigüi	81,5%	81,3 M	49,9 M	+63,0%	69,1 M	+17,6%
Pátio Savassi	73,7%	39,8 M	23,7 M	+67,6%	39,4 M	+0,9%
ShoppingSantaÚrsula	75,4%	6,9 M	5,2 M	+34,3%	5,3 M	+29,5%
BarraShoppingSul	89,9%	58,6 M	35,3 M	+65,9%	56,7 M	+3,3%
Shopping Vila Olímpia	82,0%	12,1 M	11,2 M	+8,2%	25,0 M	-51,7%
ParkShoppingSãoCaetano	83,5%	54,6 M	34,2 M	+59,6%	51,7 M	+5,7%
JundiaíShopping	83,6%	40,9 M	24,0 M	+70,7%	36,1 M	+13,4%
ParkShoppingCampoGrande	94,0%	39,4 M	28,3 M	+39,2%	38,7 M	+1,9%
VillageMall	94,0%	42,9 M	25,5 M	+68,5%	31,9 M	+34,6%
Parque Shopping Maceió	83,6%	18,6 M	11,4 M	+62,9%	17,4 M	+7,1%
ParkShopping Canoas	89,9%	21,1 M	13,7 M	-53,9%	20,2 M	+4,5%
ParkJacarepaguá	100,0%	6,3 M	-	n.d.	-	n.d.
Subtotal Shopping Centers	83,6%	1.141,8 M	698,1 M	+63,5%	1.027,9 M	+11,1%
Morumbi Corporate ²		42,1 M	70,8 M	-40,5%	93,5 M	-54,9%
ParkShopping Corporate		6,0 M	5,4 M	+11,4%	3,3 M	+79,7%
Subtotal Torres Corporativas		48,1 M	76,1 M	-36,8%	96,8 M	-50,3%
Total Portfólio		1.189,9 M	774,3 M	+53,7%	1.124,7 M	+5,8%

¹ Calculado através da divisão das horas de operação dos shopping centers pelo seu período de funcionamento regular.

² 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

4T21

ÍNDICE

RECEITA DE ESTACIONAMENTO

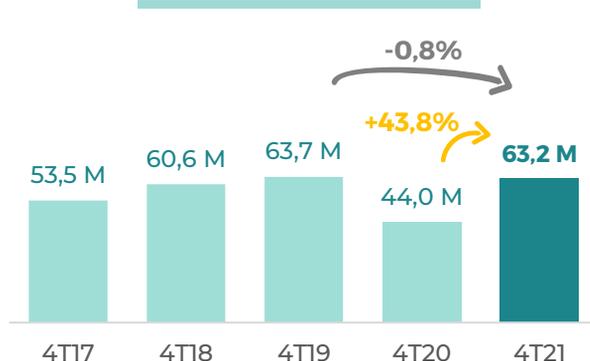
Receita de estacionamento volta aos níveis de 2019

No 4T21, a receita de estacionamento apresentou um aumento de 37,2% em relação ao 3T21, e ficou em linha com o 4T19, totalizando R\$63,2 milhões, enquanto o fluxo de veículos foi de 88,7% no trimestre.

Vale ressaltar que o fluxo de veículos em dezembro atingiu 94,4% dos níveis de 2019 e o tempo de permanência no shopping em dezembro superou o de 2019, com 61% dos veículos passando mais de uma hora no shopping, levando a uma maior receita de estacionamento em dez/21 sobre dez/19 (+4,8%).

Em 2021, a receita de estacionamento atingiu R\$166,5 milhões, queda de 25,9% em relação a 2019, principalmente devido a severas restrições ocorridas no primeiro semestre.

Evolução da receita de estacionamento (R\$)



DESPESAS DE PROPRIEDADES

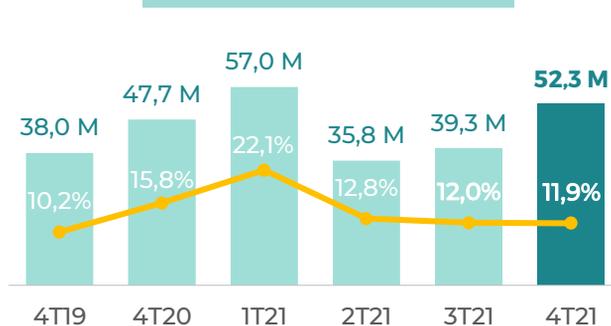
Maior receita de locação dos shoppings leva a maiores provisões

As despesas de propriedades (soma dos shopping centers e torres comerciais) atingiram R\$52,3 milhões no 4T21, representando um aumento de 9,6% em relação ao 4T20. Em relação ao 4T19, as despesas de propriedades no 4T21 apresentaram crescimento de 37,5%, principalmente devido a maiores despesas com vacância, maiores provisões para inadimplência e aumento de 51.246 m² na ABL¹ dos shoppings, parcialmente compensados por menores despesas com marketing.

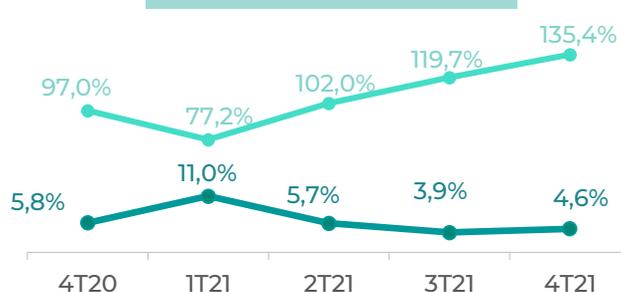
Apesar do crescimento de 35,4% na receita de locação dos shoppings (vs. 4T19), a inadimplência líquida atingiu 4,6% no 4T21, 70 p.b. superior ao 3T21, mas ainda abaixo dos 11,0% registrados no 1T21 e 5,8% no 4T20, o que mostra a sustentabilidade da estratégia de crescimento de aluguéis da Multiplan.

A perda de aluguel – baseada na baixa de inadimplência de lojistas – atingiu 0,8% no 4T21.

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



Taxa de inadimplência líquida e receita de locação



■ Receita de locação de shoppings como % de 2019

■ Taxa de inadimplência líquida %

¹ Aumento da ABL relacionado a (i) aquisições de participações minoritárias no ShoppingSantaÚrsula e ParkShopping e (ii) ao recém-inaugurado ParkJacarepaguá.

RESULTADOS DA PARTICIPAÇÃO EM PROPRIEDADES



4T21

ÍNDICE

NOI

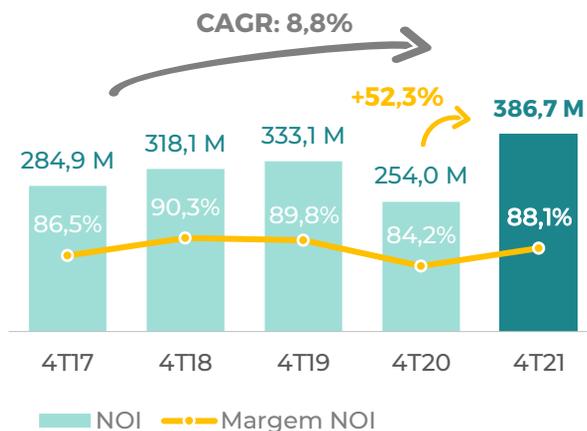
RESULTADO OPERACIONAL LÍQUIDO (NOI)

NOI e margem crescentes

O Resultado Operacional Líquido (NOI) encerrou o trimestre com recorde histórico de R\$386,7 milhões, 52,3% superior ao 4T20 e 16,1% acima do 4T19, com margem de 88,1% (+390 p.b. vs. 4T20 e -166 p.b. vs. 4T19), mais uma vez, atingindo a maior margem desde o início da pandemia, fruto da receita operacional recorde de R\$439,0 milhões no trimestre.

Em 2021, o NOI atingiu R\$1.118,9 milhões, 17,4% acima de 2020 e 6,9% abaixo de 2019.

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



NOI (R\$)	4T21	4T20	Var.%	4T19	Var.%	2021	2020	Var.%	2019	Var.%
Receita de locação	442,2 M	321,0 M	+37,8%	341,6 M	+29,4%	1.189,9 M	774,3 M	+53,7%	1.124,7 M	+5,8%
Apropriação de receita de aluguel linear	(66,5 M)	(63,4 M)	+4,9%	(34,3 M)	+94,2%	(53,0 M)	216,9 M	n.d.	(3,2 M)	+1.560,0%
Receita de estacionamento	63,2 M	44,0 M	+43,8%	63,7 M	-0,8%	166,5 M	116,9 M	+42,5%	224,6 M	-25,9%
Receita operacional	439,0 M	301,6 M	+45,5%	371,1 M	+18,3%	1.303,4 M	1.108,0 M	+17,6%	1.346,1 M	-3,2%
Despesas de propriedades	(52,3 M)	(47,7 M)	+9,6%	(38,0 M)	+37,5%	(184,4 M)	(154,6 M)	+19,3%	(144,9 M)	+27,3%
NOI	386,7 M	254,0 M	+52,3%	333,1 M	+16,1%	1.118,9 M	953,4 M	+17,4%	1.201,2 M	-6,9%
Margem NOI	88,1%	84,2%	390 p.b.	89,8%	-166 p.b.	85,8%	86,0%	-20 p.b.	89,2%	-339 p.b.





RESULTADOS DA GESTÃO DE PORTFÓLIO

RECEITA DE SERVIÇOS, DESPESAS G&A, REMUN. BASEADA EM AÇÕES

4T21

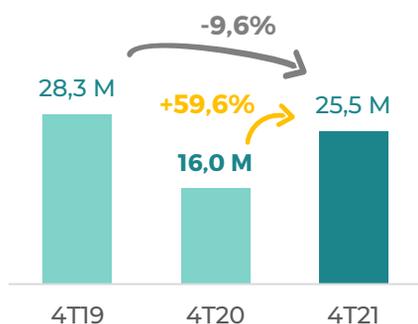
ÍNDICE

RECEITA DE SERVIÇOS

Maior receita de serviços desde o 1T20

A receita de serviços totalizou R\$25,5 milhões no 4T21, o maior valor desde o início da pandemia, impulsionado pelo maior *turnover* registrado no trimestre. Quando comparado ao 4T19, a linha apresentou queda de 9,6%, principalmente devido a menores despesas condominiais e aquisições de participações minoritárias no período, resultando em menores taxas de administração.

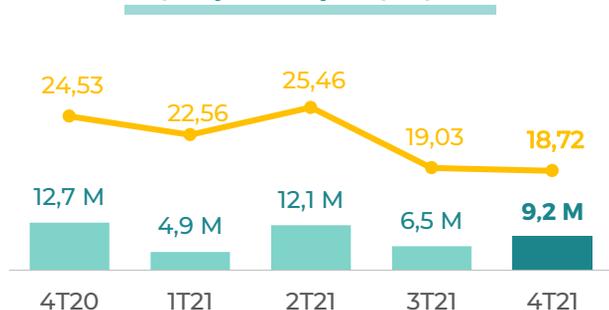
Receita de serviços (R\$)



REMUNERAÇÃO BASEADA EM AÇÕES

As despesas com remuneração baseada em ações encerraram o 4T21 em R\$9,2 milhões, uma redução de 28,0% vs. 4T20 e uma redução de 58,8% vs. 4T19 (R\$22,2 milhões), principalmente devido ao efeito da marcação a mercado dado à queda no preço das ações no período.

Remuneração baseada em ações e preço da ação (R\$)¹



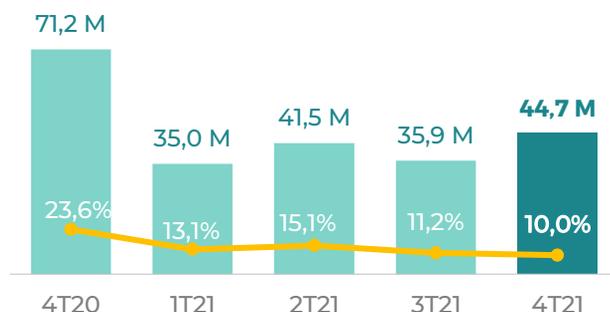
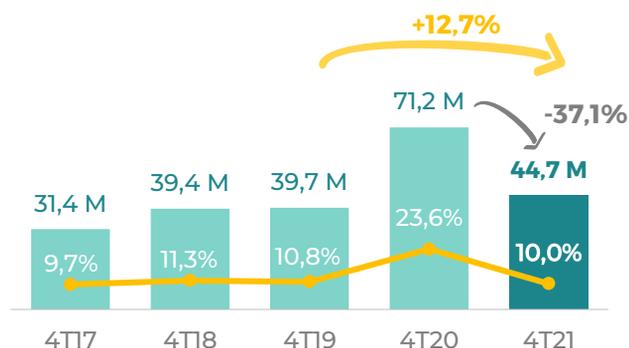
DESPESAS GERAIS & ADMINISTRATIVAS

G&A abaixo dos níveis pré-Covid

As despesas gerais e administrativas da Multiplan totalizaram R\$44,7 milhões no 4T21, uma redução de 37,1% em relação ao 4T20 e 12,7% acima do 4T19, apesar da inflação medida pelo IPCA de 15,0% no período. As despesas gerais e administrativas no 4T21 foram equivalentes a 10,0% da receita líquida, uma diluição em relação aos três anos anteriores.

Em 2021, as despesas gerais e administrativas foram de R\$157,1 milhões, 1,9% abaixo de 2019, apesar da inflação acumulada medida pelo IPCA de 15,0%.

Evolução das despesas de sede (R\$) e como % da receita líquida



¹Valor das ações calculado pela média ponderada do volume financeiro e do número de ações negociadas dos 20 pregões anteriores ao fim de cada período. O valor é usado para marcar a mercado os planos do *Phantom Stock Option*.

RESULTADOS DE EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS

RESULTADOS DE EMPREENDIMENTOS IMOB. & BANCO DE TERRENOS

4T21

ÍNDICE

RESULTADOS DE EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS

Lançamento do Golden Lake

A receita de venda de imóveis foi de R\$3,1 milhões no 4T21, impulsionada principalmente pelas vendas de unidades da Diamond Tower e Residence du Lac (parte do complexo BarraShoppingSul).

O custo dos imóveis vendidos foi de R\$2,4 milhões no trimestre, principalmente devido às vendas acima mencionadas.

Dado o lançamento do projeto Golden Lake em outubro de 2021, foram incorridos R\$7,6 milhões de despesas de marketing, contribuindo para um resultado líquido negativo de imóveis para venda de R\$8,6 milhões no 4T21.

No 4T21, não foram contabilizados receitas ou custos relacionados ao projeto Golden Lake.



Projeto Golden Lake

Golden Lake Fase 1

VG¹ de **\$530 milhões**
R\$207 milhões já vendidos equivalente a **42%**² em área privativa

¹ VGV se refere ao Valor Geral de Vendas.

² Vendas até 31 de janeiro de 2022.

BANCO DE TERRENOS

Multiplan mantém 825.142 m² em área privativa potencial para futuros desenvolvimentos multiuso

A Multiplan possui 715.927 m² de terrenos para futuros projetos multiuso. Com base em estudos internos, a Companhia estima uma área privativa para venda potencial de aproximadamente 830 mil metros quadrados a serem desenvolvidos. Todas as áreas listadas são integradas aos shoppings da Companhia e deverão ser utilizadas para o desenvolvimento de projetos multiuso.

A Multiplan também estima um potencial aumento de quase 200.000 m² de ABL através de expansões futuras em seus shopping centers, que não estão na tabela.

Localização do terreno (shopping próximo)	% Mult. ¹	Área terreno (m ²)	Área potencial para venda (m ²)
BarraShoppingSul	100%	177.600	294.130
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%	715.927	825.142

¹ Participação da Multiplan calculada pela média ponderada da área total do terreno.

RESULTADOS FINANCEIROS

EBITDA

EBITDA

EBITDA ex-linearidade 22,7% acima do 4T19

O EBITDA atingiu R\$285,2 milhões no 4T21, um aumento de 13,0% em relação ao 4T19, principalmente devido ao aumento de 21,3% na receita líquida no trimestre, que foi parcialmente compensado por custos não recorrentes associados à descontinuidade das operações da Delivery Center que impactaram R\$27,6 milhões a linha de equivalência patrimonial e R\$8,5 milhões em outras despesas operacionais.

Se, apenas para fins de análise, fosse excluído o efeito da linearidade, o EBITDA ex-linearidade atingiria R\$351,7 milhões, o maior valor trimestral já registrado (sem considerar o efeito da venda da Diamond Tower no 3T20), ficando 22,7% superior ao 4T19.

O EBITDA de 2021 atingiu R\$810,8 milhões, queda de 13,0% em relação a 2019 principalmente devido às restrições mais severas impostas pela pandemia.

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



RESULTADOS FINANCEIROS

ENDIVIDAMENTO E DISPONIBILIDADES

ENDIVIDAMENTO E DISPONIBILIDADES

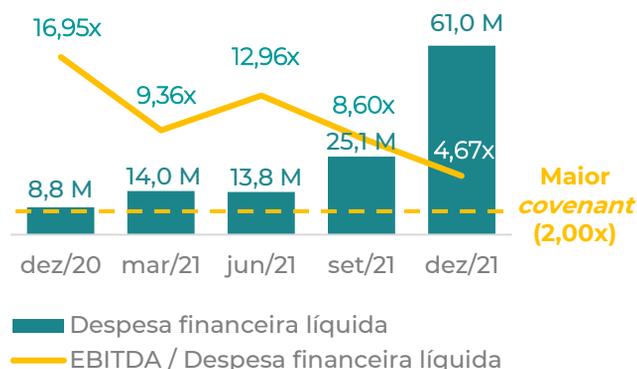
Dívida Líquida / EBITDA cai para 3,06x

A dívida bruta totalizou R\$3.267,0 milhões, uma redução de 5,2% em relação a set/21. Em comparação a dez/20, a dívida bruta apresentou um decréscimo de 3,3%.

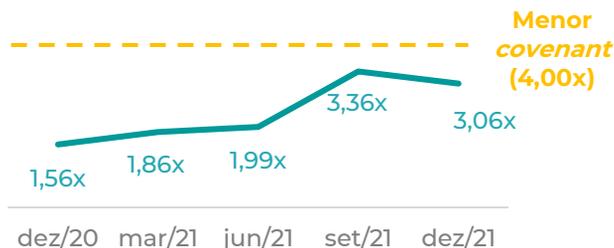
Ao final de dezembro de 2021, a posição de caixa da Multiplan era de R\$783,3 milhões, 33,6% inferior ao final de setembro de 2021. Com isso, a dívida líquida apresentou um aumento de 9,7%, totalizando R\$2.483,7 milhões.

Os principais desembolsos de caixa no 4T21 foram relacionados: (i) ao resgate antecipado da 8ª e 9ª emissões de debêntures no valor de R\$400,0 milhões, mais R\$5,7 milhões de taxas associadas ao pré-pagamento; (ii) amortizações programadas no valor de R\$241,5 milhões; (iii) R\$237,0 milhões pagos a título de juros sobre capital próprio; (iv) R\$120,5 milhões em CAPEX, principalmente relacionados às obras do ParkJacarepaguá no valor de R\$87,9 milhões; e, (v) R\$27,3 milhões referentes ao programa de recompra de ações, representando 1.450.000 de ações recompradas. Esses desembolsos foram parcialmente compensados pelo (i) FFO do trimestre (R\$308,3 milhões), (ii) pela emissão da 10ª debênture no valor de R\$450,0 milhões, e (iii) R\$26,3 milhões referentes às vendas do Golden Lake.

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



Evolução da dívida líquida/EBITDA



A relação Dívida Líquida/EBITDA registrou queda em relação ao trimestre anterior, atingindo 3,06x em dez/21, de 3,36x em set/21, impulsionada pelo EBITDA (12M) em dez/21, que apresentou um crescimento de 20,2% sobre set/21 (12M).

Indicadores Financeiros (R\$)	30/12/21	30/09/21	Var. %
Dívida Bruta	3.267,0 M	3.444,5 M	-5,2%
Posição de Caixa	783,3 M	1.179,9 M	-33,6%
Dívida Líquida	2.483,7 M	2.264,6 M	+9,7%
EBITDA 12M	810,8 M	674,4 M	+20,2%
Valor justo das propriedades para investimentos	22.895,6 M	21.974,8 M	+4,2%
Dívida Líquida/EBITDA	3,06x	3,36x	-8,8%
Dívida Bruta/EBITDA	4,03x	5,51x	-21,1%
EBITDA/Despesa Financeira Líquida	7,11x	10,93x	-34,9%
Dívida Líquida/Valor Justo	10,8%	10,3%	+50 p.b.
Dívida Total/Patrimônio Líquido	0,51x	0,53x	-3,6%
Dívida Líquida/Valor de Mercado	22,1%	19,8%	+230 p.b.
Prazo Médio de Amortização (meses)	45	40	+12,2%

RESULTADOS FINANCEIROS

ENDIVIDAMENTO E DISPONIBILIDADES

Gerenciamento de passivos eficiente ao longo do ano

Em abril de 2021, a Multiplan estendeu um linha de crédito (R\$250,0 milhões) com vencimento em mar/22 (*bullet*) para 2025 e 2026 (duas parcelas iguais), além de reduzir o custo da dívida de CDI+1,95% para CDI+1,80%, a partir da data da prorrogação contratual.

Ainda em abril, a Companhia firmou acordo com o Jockey Club, localizado em Porto Alegre, alterando a obrigação de permuta do terreno para construção de uma torre comercial por um pagamento de duas parcelas, em 2023 (R\$86,0 milhões) e 2025 (R\$12,0 milhões), indexado ao IPCA, com pagamento inicial de R\$10,0 milhões.

Em jun/21, a Companhia estendeu uma linha de crédito com vencimento em dez/21 (R\$125,0 milhões) para 2025, 2026 e 2027, além de aumentar o seu valor em R\$75,0 milhões, totalizando R\$200,0 milhões.

Gerenciamento de Passivos no 4T21

VPL pré-pagamento¹: R\$12,3 milhões

Redução no spread da dívida (vs. Selic) de 103 p.b. em set/21 para 48 p.b. em dez/21

Aumento do prazo: 5 meses

Em outubro de 2021, a Multiplan emitiu sua 10ª debênture (parcela única não conversível), no valor de R\$450,0 milhões, com taxa inicial de CDI+1,45%, reduzindo, após o processo de *bookbuilding*, para CDI+1,30% a.a. A emissão foi classificada como AAA(bra) pela Fitch Ratings, tem vencimento em sete anos e será amortizada em três parcelas iguais e sucessivas no quinto, sexto e sétimo anos contados da data de emissão.

Em novembro e dezembro de 2021, a Multiplan resgatou antecipadamente as 8ª e 9ª emissões de

Cronograma de amortização da dívida bruta em 31 de dezembro de 2021



debêntures simples, não conversíveis em ações, no valor total de R\$400,0 milhões (R\$200,0 milhões cada), que tinham um custo de CDI+3,0% e vencimento em 2025 e 2026.

O valor presente líquido dessas transações foi positivo e totalizou R\$12,3 milhões em economia para a Companhia. O *spread* do custo da dívida foi reduzido no 4T21 de 103 p.b. a 48 p.b. (considerando o custo da dívida de 9,73% e a Taxa Selic de 9,25% em dez/21 vs. 7,28% e 6,25% em set/21, respectivamente), e o prazo teve um aumento de 5 meses.

A Companhia tem amortizações programadas de R\$535,9 milhões em 2022. A geração de caixa medida pelo FFO (R\$702,0 milhões) em 2021 cobre cada amortização anual da dívida de todos os anos futuros, desconsiderando outros desembolsos de caixa como JCP (juros sobre capital próprio) e CAPEX. Vale ressaltar que o FFO de 2021 ficou em linha com o de 2019.

¹ Calculado com base na variação entre os fluxos da 8ª e 9ª emissões versus o fluxo da 10ª emissão descontados pelo CDI, líquido de taxas.

RESULTADOS FINANCEIROS

ENDIVIDAMENTO E DISPONIBILIDADES

Despesas financeiras

As despesas financeiras no 4T21 totalizaram R\$88,9 milhões, incluindo R\$70,6 milhões referentes a despesas com juros, R\$7,8 milhões referentes a taxas de pré-pagamento de debêntures e R\$10,6 milhões em acordos de discussões judiciais sobre tributação de transferência imobiliária (ITBI¹).

¹ ITBI se refere ao Imposto de Transmissão de Bens Imóveis.

Spread para taxa básica de juros reduzido mais uma vez

Apesar do recente aumento da taxa básica de juros do Brasil (Selic) em 300 p.b. (dez/21 vs. set/21), o custo médio da dívida da Multiplan subiu 245 p.b no 4T21, atingindo 9,73% no final de dez/21 (vs. 7,28% no final de set/21), o menor spread desde jun/17.

Em dezembro de 2021, a exposição da dívida da Companhia ao CDI era de 83,8% da dívida bruta. A dívida atrelada à TR (taxa referencial) era de 12,6%, enquanto os demais índices, principalmente o IPCA, representavam apenas 3,6%. Toda a dívida da Multiplan é denominada em moeda local.



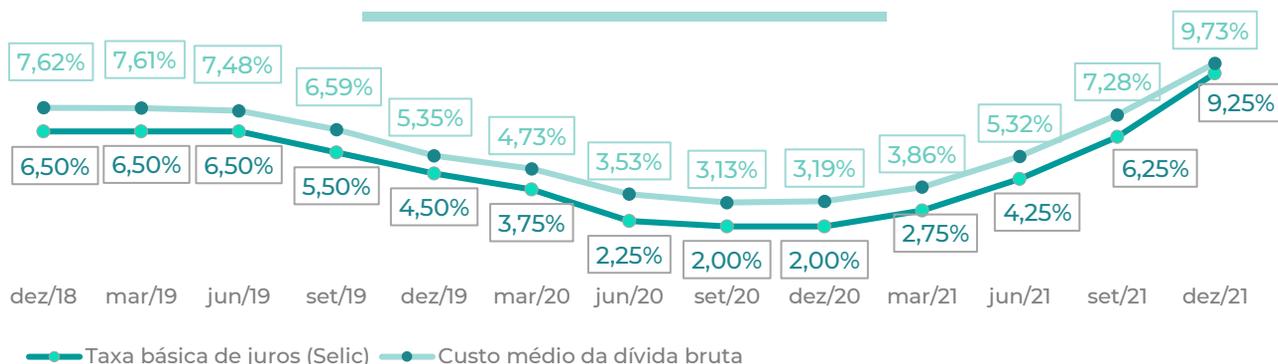
Indexadores do endividamento (a.a.) - dez/21

	Desempenho do indexador	Taxa de juros média ¹	Custo da dívida	Dívida bruta (R\$)
TR	0,05%	8,31%	8,36%	412,1 M
CDI	9,25%	0,67%	9,92%	2.738,0 M
Outros ²	10,06%	0,00%	10,06%	116,9 M
Total	8,12%	1,61%	9,73%	3.267,0 M

¹ Média ponderada da taxa anual.

² 'Outros' incluem IPCA e outros índices.

Custo médio da dívida bruta (% a.a.)



RESULTADOS FINANCEIROS

LUCRO LÍQUIDO

LUCRO LÍQUIDO

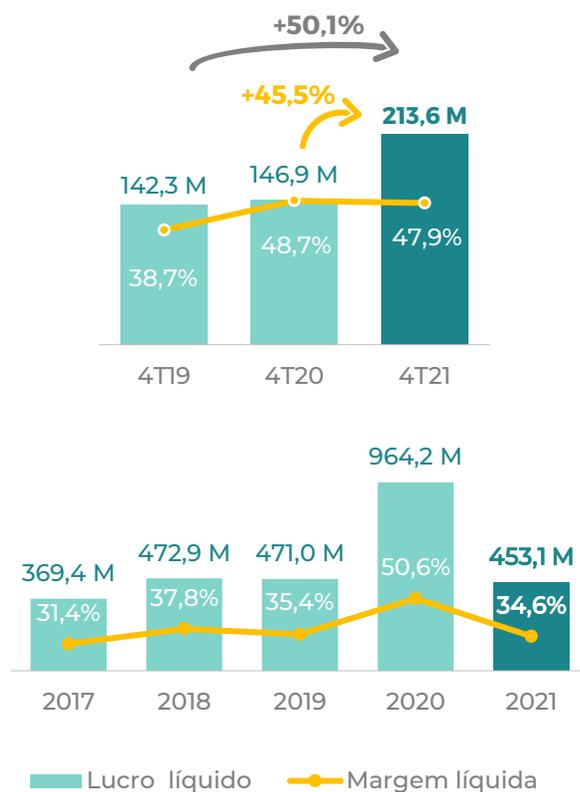
O lucro líquido totalizou R\$213,6 milhões no 4T21, um aumento de 50,1% em relação ao 4T19, beneficiado pelo crescimento da receita no trimestre e menor carga tributária, parcialmente compensados por maiores despesas financeiras.

Juros sobre o capital próprio com distribuição recorde

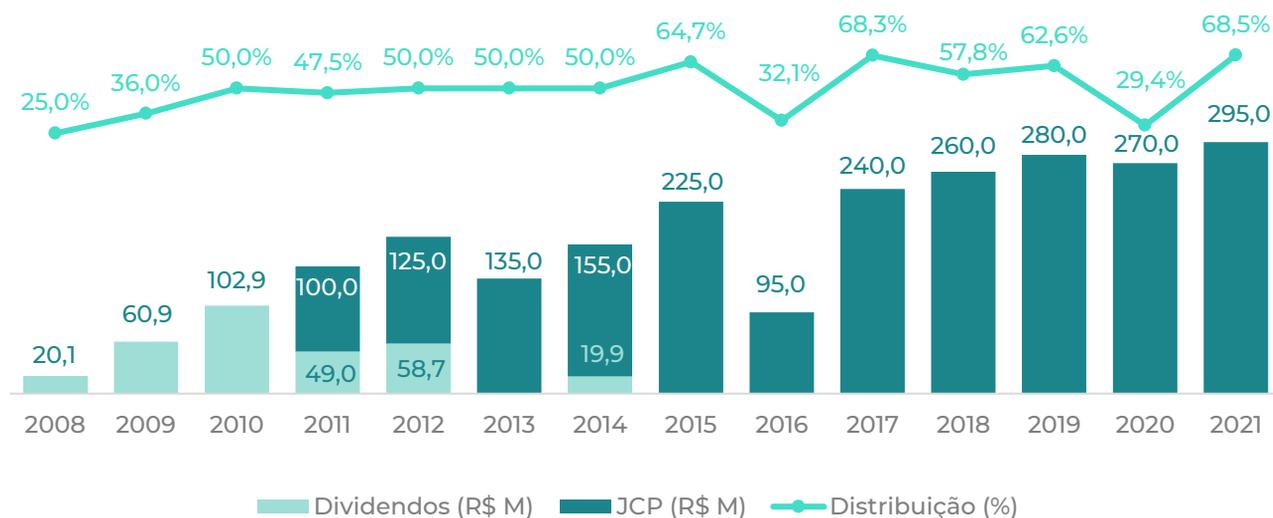
Em dezembro de 2021, a Multiplan anunciou a distribuição de juros sobre capital próprio (JCP) no valor bruto de R\$295,0 milhões. O pagamento será feito aos acionistas até 30 de dezembro de 2022.

A Companhia vem remunerando seus acionistas de forma consistente, indo além do mínimo obrigatório, ao longo dos anos por meio do pagamento de dividendos e juros sobre o capital próprio, levando, em 2021, a um *payout ratio* de 68,5%, enquanto permanece investindo no crescimento de seu negócio.

Lucro líquido (R\$) e margem (%)



Distribuição da remuneração aos acionistas



RESULTADOS FINANCEIROS

FFO

FLUXO DE CAIXA OPERACIONAL (FFO)

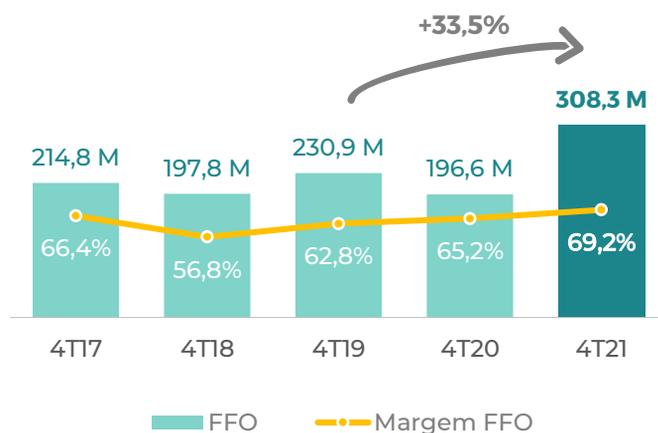
FFO com crescimento de dois dígitos vs. 2019

O Fluxo de Caixa Operacional (FFO) totalizou R\$308,3 milhões no 4T21, o maior FFO registrado pela Multiplan (desconsiderando o 3T20, devido à venda da Diamond Tower) e um aumento de 33,5% em relação ao 4T19, principalmente devido ao aumento de 29,4% na receita de locação.

Em 2021, o FFO atingiu R\$702,0 milhões, em linha com 2019.

Visando estabelecer uma melhor aproximação entre o FFO e a geração de caixa, a Companhia não considera a apropriação de receita de aluguel linear no cálculo do FFO, conforme pode ser verificado na tabela abaixo.

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



FFO (R\$)	4T21	4T20	Var.%	4T19	Var.%	2021	2020	Var.%	2019	Var.%
Lucro Líquido	213,6 M	146,9 M	+45,5%	142,3 M	+50,1%	453,1 M	964,2 M	-53,0%	471,0 M	-3,8%
(-) Depreciações e amortizações	(58,1 M)	(50,4 M)	+15,3%	(57,8 M)	+0,6%	(202,8 M)	(225,5 M)	-10,1%	(222,8 M)	-9,0%
(-) Imposto de renda e contrib. social diferidos	29,9 M	64,1 M	-53,3%	3,4 M	+787,4%	6,9 M	(74,1 M)	n.d.	(6,4 M)	n.d.
(-) Aprop. receita de aluguel linear	(66,5 M)	(63,4 M)	+4,9%	(34,3 M)	+94,2%	(53,0 M)	216,9 M	n.d.	(3,2 M)	+1.560,0%
FFO	308,3 M	196,6 M	+56,8%	230,9 M	+33,5%	702,0 M	1.047,0 M	-33,0%	703,4 M	-0,2%
Margem FFO	69,2%	65,2%	+399 p.b.	62,8%	+632 p.b.	53,6%	54,9%	-131 b.p.	52,9%	+67 p.b.



CAPEX

Por meio de *greenfields*, expansões, revitalizações e iniciativas de inovação digital, investimentos somam R\$416 milhões em 2021

O CAPEX em 2021 foi de R\$416,4 M, sendo o ParkJacarepaguá, o mais novo shopping da Multiplan, responsável por 68,8% do total dos investimentos anuais. O shopping foi inaugurado em novembro de 2021.

Alinhado com sua visão de longo prazo e estratégia de crescimento, o investimento da Multiplan em expansões de shoppings totalizou R\$34,2 M em 2021, principalmente relacionado ao ParkShoppingBarigüi e DiamondMall.

As revitalizações de shoppings atingiram R\$48,9 milhões em 2021, com importantes investimentos na modernização do BH Shopping, BarraShopping, BarraShoppingSul e ParkShoppingSãoCaetano.

Detalhamento do CAPEX

Investimentos (R\$)	4T21	2021
Desenvolvimento de <i>Greenfields</i>	88,1 M	287,0 M
Expansões	10,2 M	34,2 M
Revitalizações, TI, Inovação Digital e Outros	20,2 M	76,0 M
Aquisição de Minoritários	0,1 M	11,1 M
Compra de Terrenos	1,9 M	8,1 M
Total	120,5 M	416,4 M

As melhorias em inovação digital também fizeram parte dos investimentos anuais da Companhia e se devem principalmente aos investimentos em sistemas e *softwares* ao longo do ano.





ANÁLISE DAS PROPRIEDADES PARA INVESTIMENTO

4T21

ÍNDICE

VALOR JUSTO DAS PROPRIEDADES PARA INVESTIMENTO de acordo com o CPC 28

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 do mercado nacional (Risco País).

Em 2019 a Companhia atualizou sua metodologia de cálculo da taxa de desconto, alinhando a taxa de risco do país com as práticas de mercado,

passando a utilizar o Beta desalavancado antes dos ajustes. Em 2020 passou a utilizar o nível de alavancagem média dos últimos 20 trimestres para o cálculo do beta desalavancado, ao entender que esta média reflete melhor seu impacto sobre o cálculo do beta.

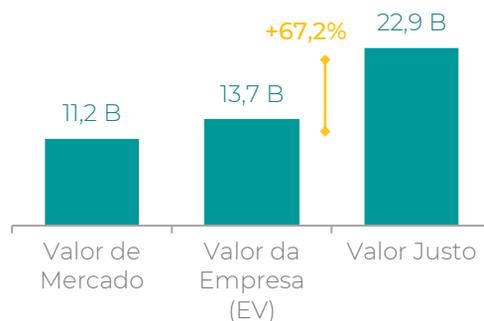
Em linha com a carta de intenções de venda do edifício Diamond Tower assinada em maio de 2020, foram transferidos os saldos contábeis do empreendimento de propriedades para investimento para Ativo não Circulante Mantido para Venda, não sendo considerado na avaliação de propriedades para investimento desde 30 de junho de 2020. Em 24 de julho de 2020, a venda da Diamond Tower foi concluída e, portanto, os valores contabilizados na linha de Ativo não Circulante Mantido para Venda foram baixados.

Para obter mais detalhes, consulte as Demonstrações Financeiras de 31 de dezembro de 2021, disponível no site de RI da Companhia.

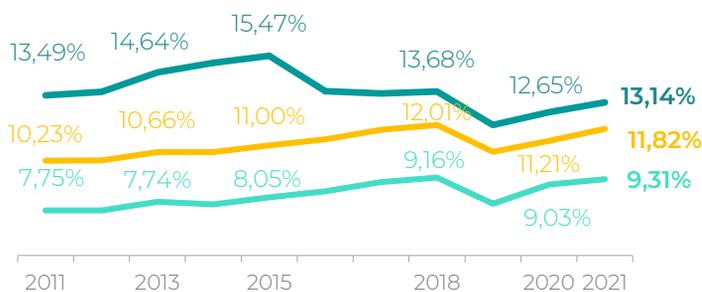
Valor justo por ação (R\$)



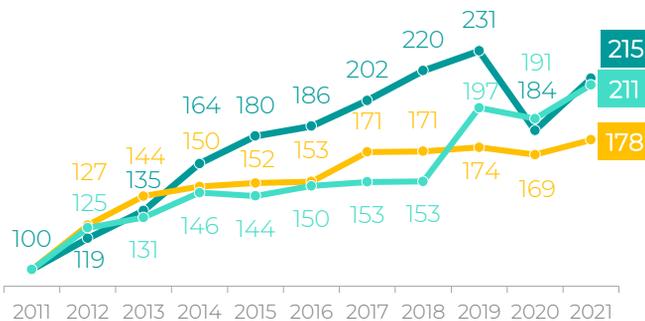
Comparação entre métricas de valor (dez/21)



Evolução das taxas de desconto



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



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

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

ANÁLISE DAS PROPRIEDADES PARA INVESTIMENTO



4T21

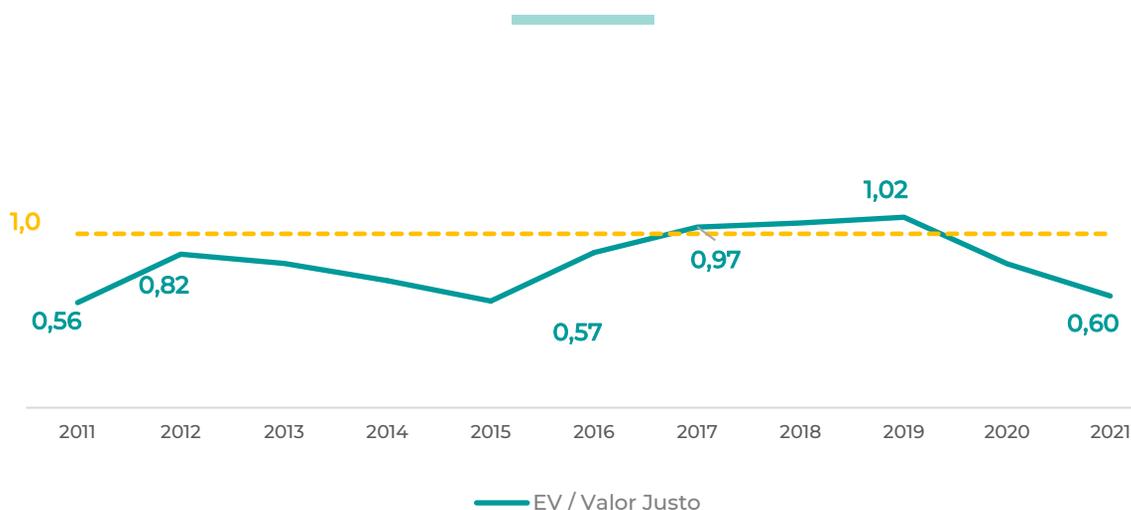
ÍNDICE

Custo de Capital Próprio	2021	2020	2019	2018	2017
Taxa livre de risco (<i>Risk-free rate</i>)	3,28%	3,32%	3,35%	3,38%	3,39%
Prêmio de risco de mercado	6,69%	6,47%	6,35%	6,11%	6,26%
Beta	0,96	0,87	0,80	0,87	0,82
Risco país	194 p.b.	224 p.b.	245 p.b.	300 p.b.	287 p.b.
Prêmio de risco adicional	27 p.b.	27 p.b.	27 p.b.	31 p.b.	38 p.b.
Custo de capital próprio - US\$ nominal	11,82%	11,21%	10,67%	12,01%	11,78%
Premissas de inflação					
Inflação (Brasil) ¹	3,50%	3,32%	3,64%	3,92%	4,05%
Inflação (EUA)	2,30%	2,00%	2,40%	2,40%	2,40%
Custo de capital próprio - R\$ nominal	13,14%	12,65%	12,01%	13,68%	13,58%

¹ A inflação estimada (BR) para dezembro de 2021 considera a média de 4 anos entre janeiro de 2022 e dezembro de 2025. A premissa de inflação utilizada nos modelos de 2017, 2018, 2019 e 2020 considerou a inflação estimada para os 12 meses seguintes.

Valor Justo de Propriedades para Investimento (R\$)	2021	2020	2019	2018	2017
Shopping centers e torres comerciais em operação	22.653 M	20.459 M	21.155 M	16.405 M	16.379 M
Projetos em desenvolvimento	54 M	481 M	343 M	208 M	110 M
Projetos futuros	189 M	174 M	174 M	170 M	161 M
Total	22.896 M	21.114 M	21.672 M	16.783 M	16.650 M

EV¹ / Valor Justo²



¹ Enterprise Value (EV): Valor de Mercado + dívida líquida em 31 de dezembro de 2021.

² Valor Justo das Propriedades calculado conforme metodologia detalhada nas Demonstrações Financeiras de 31 de dezembro de 2021.

MULT3 E O MERCADO DE AÇÕES

MULT3 E O MERCADO DE AÇÕES

A ação da Multiplan (MULT3) estava cotada a R\$18,72 no final de 2021, 1,6% abaixo do final de set/21, queda de 20,4% em relação ao final de 2020 e 5,3% abaixo dos níveis de 2016. Vale destacar que o Ibovespa¹ subiu 74,4% do final de 2016 para 2021 (de 60.227 para 104.822 pontos) e a taxa de juros Selic² caiu de 13,75% para 9,25% no mesmo período.

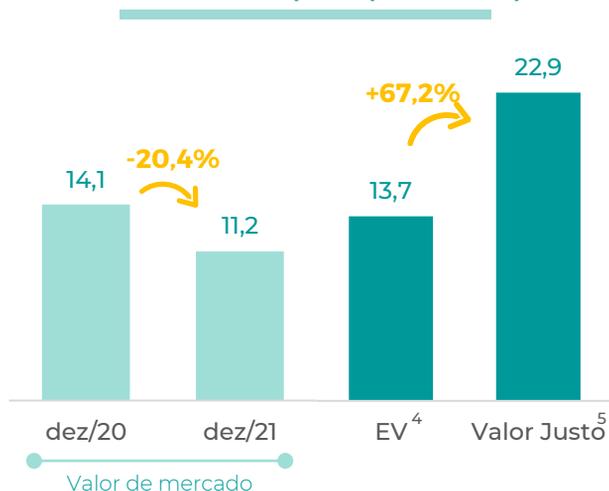
O volume médio diário negociado foi de R\$155,5 milhões no trimestre (equivalente a US\$ 27,8 milhões³), um aumento de 10,4% em relação ao volume médio diário do 4T20.

Programa de recompra de ações

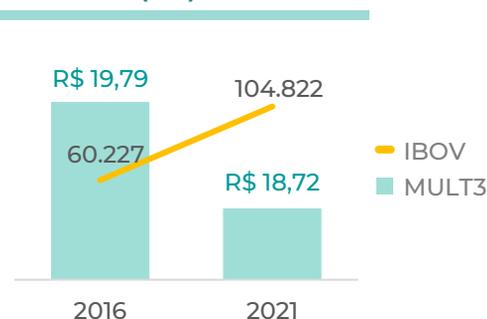
Utilizando o programa de recompra de ações aprovado em dez/20, a Multiplan recomprou 1,45 milhão de ações no 4T21, aumentando assim as ações em tesouraria em 14,2%, encerrando o ano com 9.460.101 ações.

No período de 12 meses desde fev/21, a Multiplan recomprou 4,5 milhões de ações.

Valor da Multiplan (R\$ bilhão)

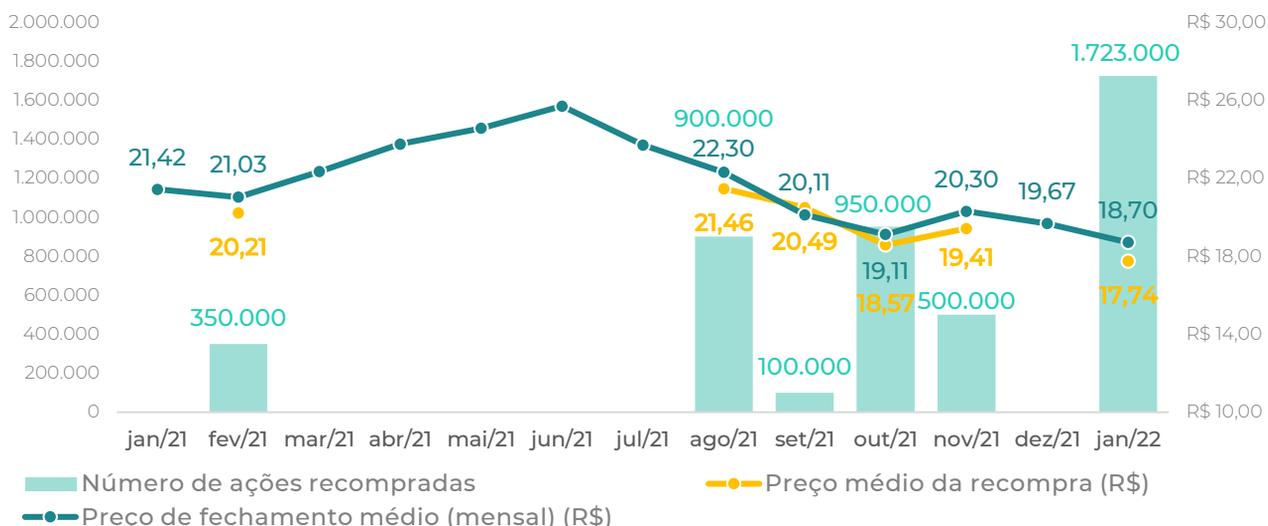


MULT3 (R\$) vs. IBOV¹



¹O Ibovespa ou IBOV é o principal indicador de desempenho das ações negociadas na B3. ²A taxa Selic é a taxa básica de juros no Brasil. ³Baseado na taxa média do câmbio, informada pelo Banco Central de R\$5,5881/USD no 4T21. ⁴Enterprise Value (EV): Valor de Mercado + dívida líquida em 31 de dezembro de 2021. ⁵Valor Justo das Propriedades calculado conforme metodologia detalhada nas Demonstrações Financeiras de 31 de dezembro de 2021.

Evolução da execução do programa de recompra de ações



MULT3 E O MERCADO DE AÇÕES

NÚMERO DE INVESTIDORES PESSOA FÍSICA AUMENTOU 80% EM 2021

O número de investidores pessoas físicas ao final do 4T21 permaneceu em linha com o trimestre anterior, em 50.620 pessoas físicas: um aumento de 80,1% em relação a dez/20.

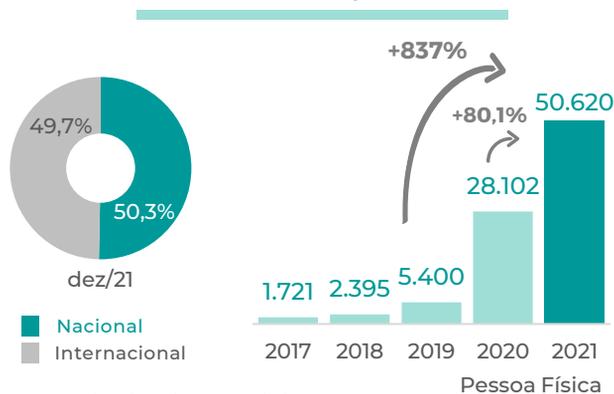
A MULT3 foi listada em 114 índices ao final do trimestre, incluindo o Índice Bovespa (IBOV), Índice Brasil 50 (IBRX50), Índice Carbono Eficiente (ICO2), Índice S&P/B3 Brasil ESG e Índice FTSE All-World ex North America USD.

Em 31 de dezembro de 2021, o Sr. e a Sra. Peres detinham 25,8% das ações da Companhia, direta ou indiretamente, e o Ontario Teachers' Pension Plan detinha 27,4%.

O *free float* era equivalente a 45,2% do total de ações, das quais 50,3% detidas por investidores

nacionais e os 49,7% restantes, por investidores internacionais, enquanto o montante detido pela Administração e Tesouraria da Multiplan representou 1,6%.

Nacionalidade do *free-float*¹ e evolução de investidores pessoa física



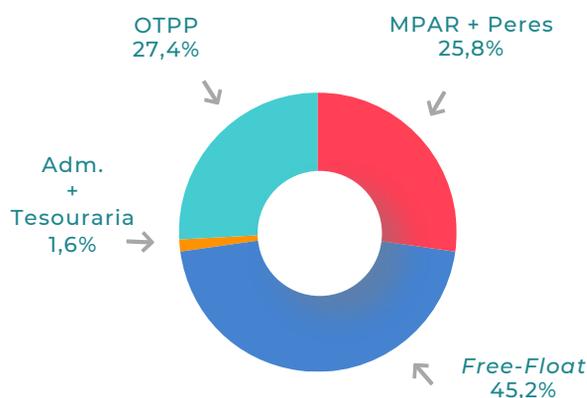
¹ Fonte: B3 – Bolsa de Valores Brasileira. Classificação de acordo com os dados coletados da B3.

MULT3 na B3	4T21	4T20	Var.%	2021	2020	Var.%
Preço de fechamento médio (R\$)	19,69	22,53	-12,6%	22,03	23,88	-7,8%
Preço de fechamento (R\$) – fim do período	18,72	23,53	-20,4%	18,72	23,53	-20,4%
Valor médio diário negociado (R\$ M)	155.459	140.848	10,4%	153.383	142.552	7,6%
Volume médio diário negociado (nº de ações)	7.899.592	6.273.034	25,9%	7.063.647	6.226.991	13,4%
Média diária do número de negócios	22.525	22.902	-1,6%	21.509	23.770	-9,5%
Valor de mercado (R\$) – fim do período	11.246,2 M	14.135,9 M	-20,4%	11.246,2 M	14.135,9 M	-20,4%

Evolução do volume médio de ações negociadas²



Abertura da estrutura societária em 31 de dezembro 2021



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

PORTFÓLIO DE ATIVOS

Portfólio (4T21)	Abertura	Estado	Multiplan %	ABL Total	Taxa de ocupação média
<i>Shopping centers em operação</i>					
BH Shopping	1979	MG	100,0%	46.976 m ²	98,6%
RibeirãoShopping	1981	SP	82,5%	74.881 m ²	93,7%
BarraShopping	1981	RJ	65,8%	77.667 m ²	97,6%
MorumbiShopping	1982	SP	73,7%	55.998 m ²	98,9%
ParkShopping	1983	DF	73,5%	53.205 m ²	92,4%
DiamondMall	1996	MG	90,0% ¹	21.351 m ²	95,9%
New York City Center	1999	RJ	50,0%	21.796 m ²	84,2%
ShoppingAnáliaFranco	1999	SP	30,0%	51.590 m ²	97,5%
ParkShoppingBarigüi	2003	PR	93,3%	52.296 m ²	99,0%
Pátio Savassi	2004	MG	96,5%	21.107 m ²	97,9%
ShoppingSantaÚrsula	1999	SP	100,0%	23.329 m ²	84,4%
BarraShoppingSul	2008	RS	100,0%	72.147 m ²	97,0%
ShoppingVilaOlímpia	2009	SP	60,0%	28.369 m ²	76,8%
ParkShoppingSãoCaetano	2011	SP	100,0%	39.253 m ²	98,4%
JundiaíShopping	2012	SP	100,0%	36.468 m ²	98,2%
ParkShoppingCampoGrande	2012	RJ	90,0%	43.776 m ²	95,7%
VillageMall	2012	RJ	100,0%	26.877 m ²	92,9%
Parque Shopping Maceió	2013	AL	50,0%	39.965 m ²	99,3%
ParkShopping Canoas	2017	RS	82,3%	49.058 m ²	94,6%
ParkJacarepaguá	2021	RJ	91,0%	39.937 m ²	93,2%
Subtotal Shopping centers em operação			80,6%	876.046 m²	95,3%
<i>Torres corporativas</i>					
ParkShopping Corporate	2012	DF	70,0%	13.302 m ²	91,7%
Morumbi Corporate – Golden Tower ²	2013	SP	100,0%	37.280 m ² ³	88,7%
Subtotal de torres corporativas			92,1%	50.582 m²	
Total portfólio			81,2%	926.628 m²	

¹ Arrendamento até 2030.

² Em 24 de julho de 2020, a Multiplan concluiu a venda da Diamond Tower, uma das duas torres do complexo de escritórios Morumbi Corporate, com 36.918 m² de ABL.

³ Inclui 828 m² da área gourmet localizada no Morumbi Corporate.



4T21

ÍNDICE

PORTFÓLIO DE ATIVOS

 Shopping center em operação

 Torre para locação em operação



Alagoas - AL

Maceió

 Parque Shopping Maceió

Distrito Federal - DF

Brasília

 ParkShopping

 ParkShopping Corporate

Minas Gerais - MG

Belo Horizonte

 Pátio Savassi

 DiamondMall

 BH Shopping

São Paulo - SP

São Paulo

 ShoppingAnália Franco

 MorumbiShopping

 ShoppingVilaOlímpia

 Morumbi Corporate – Golden Tower

Jundiaí

 JundiaíShopping

Ribeirão Preto

 ShoppingSantaÚrsula

 RibeirãoShopping

São Caetano

 ParkShopping SãoCaetano

Paraná - PR

Curitiba

 ParkShopping Barigüi

Rio Grande do Sul - RS

Porto Alegre

 BarraShoppingSul

Canoas, RS

 ParkShopping Canoas

Rio de Janeiro - RJ

 BarraShopping

 New York City Center

 VillageMall

 ParkShopping CampoGrande

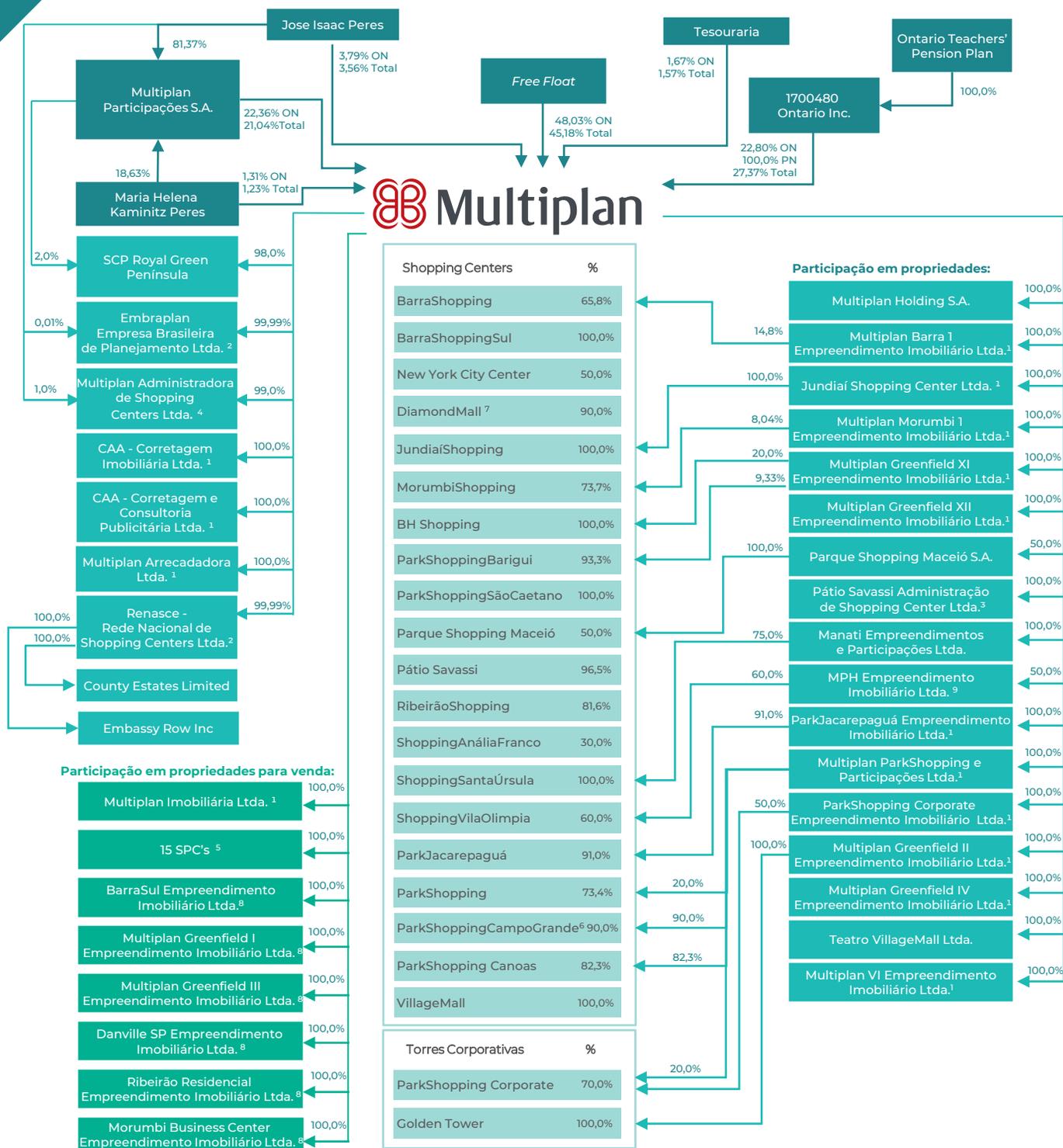
 ParkJacarepaguá



4T21

ESTRUTURA SOCIETÁRIA

ÍNDICE



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 15 SPC'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. Além disso, a Renasce Ltda. possui 0,45% de participação na DiamondMall.

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.

**4T21**

ÍNDICE

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.

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..

**4T21**

ÍNDICE

DADOS OPERACIONAIS E FINANCEIROS

DESTAQUES OPERACIONAIS E FINANCEIROS

Desempenho Financeiro (% Multiplan)	4T21	4T20	Var.%	2021	2020	Var.%
Receita bruta R\$'000	469.083	327.754	+43,1%	1.404.537	1.995.097	-29,6%
Receita líquida R\$'000	445.734	301.609	+47,8%	1.309.541	1.906.516	-31,3%
Receita líquida R\$/m ²	617,5	432,9	+42,7%	1.861,6	2.643,0	-29,6%
Receita líquida US\$/pé ²	10,3	7,7	+32,9%	31,0	47,2	-34,4%
Receita de locação (com efeito da linearidade) R\$'000	375.707	257.638	+45,8%	1.136.919	991.119	+14,7%
Receita de locação R\$/m ²	520,5	369,7	+40,8%	1.616,2	1.374,0	+17,6%
Receita de locação US\$/pé ²	8,7	6,6	+31,1%	26,9	24,6	+9,5%
Receita de locação mensal R\$/m ²	204,2	153,6	+33,0%	141,0	89,4	+57,6%
Receita de locação mensal US\$/pé ²	3,4	2,7	+23,8%	2,3	1,6	+46,8%
Resultado Operacional Líquido (NOI) R\$'000	386.695	253.958	+52,3%	1.118.941	953.388	+17,4%
Resultado Operacional Líquido R\$/m ²	535,7	364,5	+47,0%	1.590,7	1.321,7	+20,4%
Resultado Operacional Líquido US\$/pé ²	8,9	6,5	+36,9%	26,5	23,6	+12,1%
Margem NOI	88,1%	84,2%	+390 p.b.	85,8%	86,0%	-20 p.b.
NOI por ação R\$	0,65	0,43	+52,8%	1,89	1,61	+17,8%
Despesas de sede R\$'000	44.738	71.153	-37,1%	157.142	139.401	+12,7%
Despesas de sede/Receita líquida	10,0%	23,6%	-1.355 p.b.	12,0%	7,3%	+469 p.b.
EBITDA R\$'000	285.196	148.779	+91,7%	810.786	1.377.087	-41,1%
EBITDA R\$/m ²	395,1	213,5	+85,0%	1.152,6	1.909,0	-39,6%
EBITDA US\$/pé ²	6,6	3,8	+72,3%	19,2	34,1	-43,8%
Margem EBITDA	64,0%	49,3%	+1.466 p.b.	61,9%	72,2%	-1.032 p.b.
EBITDA por ação R\$	0,48	0,25	+92,4%	1,37	2,32	-40,9%
FFO R\$'000	308.277	196.553	+56,8%	701.965	1.046.974	-33,0%
FFO R\$/m ²	427,1	282,1	+51,4%	997,9	1.451,4	-31,2%
FFO US\$'000	55.242	37.823	+46,1%	125.789	201.469	-37,6%
FFO US\$/pé ²	7,1	5,0	+41,0%	16,6	25,9	-36,0%
Margem FFO	69,2%	65,2%	+399 p.b.	53,6%	54,9%	-131 p.b.
FFO por ação (R\$)	0,52	0,33	+57,4%	1,19	1,76	-32,7%
Dólar (US\$) câmbio final do período	5,5805	5,1967	+7,4%	5,5805	5,1967	+7,4%

Desempenho de Mercado	4T21	4T20	Var.%	2021	2020	Var.%
Número de ações	600.760.875	600.760.875	+0,0%	600.760.875	600.760.875	+0,0%
Ações ordinárias	565.185.834	565.185.834	+0,0%	565.185.834	565.185.834	+0,0%
Ações preferenciais	35.575.041	35.575.041	+0,0%	35.575.041	35.575.041	+0,0%
Preço médio da ação (R\$)	19,69	22,53	-12,6%	22,03	23,88	-7,8%
Preço de fechamento da ação (R\$)	18,72	23,53	-20,4%	18,72	23,53	-20,4%
Volume médio diário negociado R\$ '000	155.459	140.848	+10,4%	153.383	142.552	+7,6%
Valor de mercado R\$ '000	11.246.244	14.135.903	-20,4%	11.246.244	14.135.903	-20,4%
Dívida bruta R\$ '000	3.266.980	3.378.089	-3,3%	3.266.980	3.378.089	-3,3%
Caixa R\$ '000	783.317	1.235.470	-36,6%	783.317	1.235.470	-36,6%
Dívida líquida R\$ '000	2.483.663	2.142.619	+15,9%	2.483.663	2.142.619	+15,9%
P/FFO (Últimos 12 meses)	16,0 x	13,5 x	+18,7%	16,0 x	13,5 x	+18,7%
EV/EBITDA (Últimos 12 meses)	16,9 x	11,8 x	+43,3%	16,9 x	11,8 x	+43,3%
Dívida Líquida/EBITDA (Últimos 12 meses)	3,06 x	1,56 x	+96,9%	3,06 x	1,56 x	+96,9%

**4T21**

ÍNDICE

DADOS OPERACIONAIS E FINANCEIROS

DESTAQUES OPERACIONAIS E FINANCEIROS

Desempenho Financeiro (% Multiplan)	4T21	4T19	Var.%	2021	2019	Var.%
Receita bruta R\$'000	469.083	400.929	+17,0%	1.404.537	1.460.194	-3,8%
Receita líquida R\$'000	445.734	367.484	+21,3%	1.309.541	1.328.807	-1,4%
Receita líquida R\$/m ²	617,5	513,7	+20,2%	1.861,6	1.867,4	-0,3%
Receita líquida US\$/pé ²	10,3	11,8	-13,2%	31,0	43,0	-27,9%
Receita de locação (com efeito da linearidade) R\$'000	375.707	307.385	+22,2%	1.136.919	1.121.541	+1,4%
Receita de locação R\$/m ²	520,5	429,7	+21,1%	1.616,2	1.576,1	+2,5%
Receita de locação US\$/pé ²	8,7	9,9	-12,5%	26,9	36,3	-25,9%
Receita de locação mensal R\$/m ²	204,2	159,2	+28,3%	141,0	175,6	-19,7%
Receita de locação mensal US\$/pé ²	3,4	3,7	-7,3%	2,3	4,0	-42,5%
Resultado Operacional Líquido (NOI) R\$'000	386.695	333.104	+16,1%	1.118.941	1.201.226	-6,9%
Resultado Operacional Líquido R\$/m ²	535,7	465,7	+15,0%	1.590,7	1.688,1	-5,8%
Resultado Operacional Líquido US\$/pé ²	8,9	10,7	-16,9%	26,5	38,9	-31,9%
Margem NOI	88,1%	89,8%	-166 p.b.	85,8%	89,2%	-340 p.b.
NOI por ação R\$	0,65	0,56	+17,1%	1,89	2,01	-6,0%
Despesas de sede R\$'000	44.738	39.695	+12,7%	157.142	160.104	-1,9%
Despesas de sede/Receita líquida	10,0%	10,8%	-76 p.b.	12,0%	12,0%	-
EBITDA R\$'000	285.196	252.463	+13,0%	810.786	932.134	-13,0%
EBITDA R\$/m ²	395,1	352,9	+12,0%	1.152,6	1.309,9	-12,0%
EBITDA US\$/pé ²	6,6	8,1	-19,1%	19,2	30,2	-36,4%
Margem EBITDA	64,0%	68,7%	-472 p.b.	61,9%	70,1%	-820 p.b.
EBITDA por ação R\$	0,48	0,42	+14,0%	1,37	1,56	-12,2%
FFO R\$'000	308.277	196.680	+56,7%	701.965	703.415	-0,2%
FFO R\$/m ²	427,1	274,9	+55,3%	997,9	988,5	+1,0%
FFO US\$'000	55.242	48.796	+13,2%	125.789	174.514	-27,9%
FFO US\$/pé ²	7,1	6,3	+12,2%	16,6	22,8	-27,2%
Margem FFO	69,2%	53,5%	+1.564 p.b.	53,6%	52,9%	+70 p.b.
FFO por ação (R\$)	0,52	0,33	+58,1%	1,19	1,18	+0,8%
Dólar (US\$) câmbio final do período	5,5805	4,0307	+38,4%	5,5805	4,0307	+38,4%

Desempenho de Mercado	4T21	4T19	Var.%	2021	2019	Var.%
Número de ações	600.760.875	600.760.875	+0,0%	600.760.875	600.760.875	+0,0%
Ações ordinárias	565.185.834	565.185.834	+0,0%	565.185.834	565.185.834	+0,0%
Ações preferenciais	35.575.041	35.575.041	+0,0%	35.575.041	35.575.041	+0,0%
Preço médio da ação (R\$)	19,69	29,42	-33,1%	22,03	26,50	-16,9%
Preço de fechamento da ação (R\$)	18,72	33,10	-43,4%	18,72	33,10	-43,4%
Volume médio diário negociado R\$ '000	155.459	82.899	+87,5%	153.383	79.870	+92,0%
Valor de mercado R\$ '000	11.246.244	19.885.185	-43,4%	11.246.244	19.885.185	-43,4%
Dívida bruta R\$ '000	3.266.980	3.143.931	+3,9%	3.266.980	3.143.931	+3,9%
Caixa R\$ '000	783.317	913.882	-14,3%	783.317	913.882	-14,3%
Dívida líquida R\$ '000	2.483.663	2.230.049	+11,4%	2.483.663	2.230.049	+11,4%
P/FFO (Últimos 12 meses)	16,0 x	28,4 x	-43,6%	16,0 x	28,4 x	-43,6%
EV/EBITDA (Últimos 12 meses)	16,9 x	23,7 x	-28,6%	16,9 x	23,7 x	-28,6%
Dívida Líquida/EBITDA (Últimos 12 meses)	3,06 x	2,39 x	+28,0%	3,06 x	2,39 x	+28,0%

**4T21**

ÍNDICE

DADOS OPERACIONAIS E FINANCEIROS

DESTAQUES OPERACIONAIS E FINANCEIROS

Operacional (% Multiplan) ¹	4T21	4T20	Var.%	2021	2020	Var.%
ABL Shopping Center total final (m ²)	876.046	835.015	+4,9%	876.046	835.015	+4,9%
ABL Shopping Center própria final (m ²)	706.162	668.503	+5,6%	706.162	668.503	+5,6%
ABL Shopping Center própria %	80,6%	80,1%	+55 p.b.	80,6%	80,1%	+55 p.b..
ABL Torre Comercial total final (m ²)	50.582	50.640	-0,1%	50.582	50.640	-0,1%
ABL Torre Comercial própria final (m ²)	46.591	46.632	-0,1%	46.591	46.632	-0,1%
ABL Total final (m ²)	926.628	885.655	+4,6%	926.628	885.655	+4,6%
ABL Própria final (m ²)	752.754	715.135	+5,3%	752.073	715.135	+5,3%
ABL Shopping Center total ajustada (med.) (m ²) ²	857.888	816.679	+5,0%	857.463	816.739	+0,9%
ABL Shopping Center própria ajustada (med.) (m ²) ²	688.004	650.159	+5,8%	687.818	650.110	+5,8%
ABL Torre Comercial total (med.) (m ²) ²	50.582	50.640	-0,1%	50.582	75.252	-32,8%
ABL Torre Comercial própria (med.) (m ²) ²	46.591	46.632	-0,1%	46.591	71.244	-34,6%
ABL Total ajustada (med.) (m ²) ²	908.470	867.319	+4,7%	908.045	891.991	-1,9%
ABL Própria ajustada (med.) (m ²) ²	734.596	696.791	+5,4%	703.444	721.354	-2,5%
Vendas totais R\$'000	5.577.416	4.295.920	+29,8%	14.598.432	10.251.051	+42,4%
Vendas totais R\$/m ² ³	7.333	5.753	+27,4%	19.872	13.854	+43,4%
Vendas totais US\$/pé ² ³	122	103	+18,7%	331	248	+33,6%
Vendas das lojas satélites R\$/m ² ³	9.828	7.694	+27,7%	26.246	18.051	+45,4%
Vendas das lojas satélites USD/pé ² ³	164	138	+19,0%	437	323	+35,4%
Aluguel total R\$/m ²	660	485	+36,1%	457	1.084	-57,8%
Aluguel total USD/pé ²	11,0	8,7	+26,7%	7,6	19,4	-60,7%
Vendas nas Mesmas Lojas ³	+27.2% ⁵	-15.1% ⁵	n.d.	-8.6% ⁵	-36.8% ⁵	n.d.
Aluguel nas Mesmas Lojas ³	+43.0% ⁵	-0.2% ⁵	n.d.	+17.0% ⁵	-32.4% ⁵	n.d.
Efeito do reajuste do IGP-DI	+28.5% ⁵	+10.0%	+1.847 p.b.	+22,5% ⁵	+7,2%	+1,531 p.b.
Custos de ocupação ⁴	12,7%	11,6%	+105 p.b.	13,6%	12,6%	+93 p.b.
Aluguel como % das vendas	9,1%	8,5%	+64 p.b.	9,3%	7,6%	+170 p.b.
Outros como % das vendas	3,5%	3,1%	+42 p.b.	4,3%	5,0%	-77 p.b.
Turnover ⁴	1,8%	1,9%	-7 p.b.	7,9%	4,1%	+376 p.b.
Taxa de ocupação ⁴	95,3%	95,8%	-49 p.b.	94,9%	96,3%	-142 p.b.
Inadimplência bruta	5,7%	7,7%	-179 p.b.	8,6%	10,9%	-138 p.b.
Inadimplência líquida	4,6%	5,8%	-121 p.b.	6,3%	8,0%	-114 p.b.
Perda de aluguel	0,8%	1,1%	-25 p.b.	1,2%	0,5%	-168 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.⁵ Vendas Totais, Aluguel Total e Efeito do reajuste do IGP-DI no 4T21 e em 2021 comparados ao mesmo período em 2020.

**4T21**

ÍNDICE

DADOS OPERACIONAIS E FINANCEIROS

DESTAQUES OPERACIONAIS E FINANCEIROS

Operacional (% Multiplan) ¹	4T21	4T19	Var.%	2021	2019	Var.%
ABL Shopping Center total final (m ²)	876.046	834.092	+5,0%	876.046	834.092	+5,0%
ABL Shopping Center própria final (m ²)	706.162	652.649	+8,2%	706.162	652.649	+8,2%
ABL Shopping Center própria %	80,6%	78,2%	+236 p.b.	80,6%	78,2%	+236 p.b..
ABL Torre Comercial total final (m ²)	50.582	87.558	-42,2%	50.582	87.558	-42,2%
ABL Torre Comercial própria final (m ²)	46.591	80.878	-42,4%	46.591	80.878	-42,4%
ABL Total final (m ²)	926.628	921.650	+0,5%	926.628	921.650	+0,5%
ABL Própria final (m ²)	752.754	733.527	+2,6%	752.754	733.527	+2,6%
ABL Shopping Center total ajustada (med.) (m ²) ²	857.888	815.904	+5,1%	857.463	814.944	+5,2%
ABL Shopping Center própria ajustada (med.) (m ²) ²	688.004	634.454	+8,4%	687.818	630.705	+9,1%
ABL Torre Comercial total (med.) (m ²) ²	50.582	87.558	-42,2%	50.582	87.558	-42,2%
ABL Torre Comercial própria (med.) (m ²) ²	46.591	80.878	-42,4%	46.591	80.878	-42,4%
ABL Total ajustada (med.) (m ²) ²	908.470	903.462	+0,6%	908.045	902.502	+0,6%
ABL Própria ajustada (med.) (m ²) ²	734.596	715.332	+2,7%	703.444	711.583	-1,1%
Vendas totais R\$'000	5.577.416	5.160.640	+8,1%	14.598.432	16.303.811	-10,5%
Vendas totais R\$/m ² ³	7.333	6.705	+9,4%	19.872	21.409	-7,2%
Vendas totais US\$/pé ² ³	122	155	-21,0%	331	493	-33,0%
Vendas das lojas satélites R\$/m ² ³	9.828	8.925	+10,1%	26.246	28.096	-6,6%
Vendas das lojas satélites USD/pé ² ³	164	206	-20,5%	437	648	-32,5%
Aluguel total R\$/m ²	660	499	+32,3%	457	1.626	-71,9%
Aluguel total USD/pé ²	11,0	11,5	-4,4%	7,6	37,5	-79,7%
Vendas nas Mesmas Lojas ³	+10.3% ⁵	+5.8%	n.d.	-8.2% ⁵	+5.1%	n.d.
Aluguel nas Mesmas Lojas ³	+41.4% ⁵	+8.3%	n.d.	+17.2% ⁵	+8.7%	n.d.
Efeito do reajuste do IGP-DI	+41.4% ⁵	+6.4%	+3.498 p.b.	+34.7% ⁵	+6.7%	+2,148 p.b.
Custos de ocupação ⁴	12,7%	11,6%	+106 p.b.	13,6%	12,6%	+93 p.b.
Aluguel como % das vendas	9,1%	7,4%	+170 p.b.	9,3%	7,6%	+170 p.b.
Outros como % das vendas	3,5%	4,2%	-64 p.b.	4,3%	5,0%	-77 p.b.
Turnover ⁴	1,8%	1,2%	+64 p.b.	7,9%	5,2%	+269 p.b.
Taxa de ocupação ⁴	95,3%	98,0%	-271 p.b.	94,9%	97,6%	-264 p.b.
Inadimplência bruta	5,9%	2,9%	+305 p.b.	9,5%	3,3%	+618 p.b.
Inadimplência líquida	4,6%	0,9%	+368 p.b.	6,9%	1,6%	+527 p.b.
Perda de aluguel	0,8%	1,1%	-33 p.b.	1,2%	1,2%	-237 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.

⁵ Vendas Totais, Aluguel Total e Efeito do reajuste do IGP-DI no 4T21 e em 2021 comparados ao mesmo período em 2019.

CONCILIAÇÃO ENTRE IFRS COM CPC 19 (R2) E GERENCIAL



4T21

ÍNDICE

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

Demonstração de Resultados (R\$'000)	CPC 19 R2 4T21	Gerencial 4T21	Efeito Diferença	CPC 19 R2 2021	Gerencial 2021	Efeito Diferença
Receita de locação	435.676	442.207	6.531	1.171.228	1.189.869	18.641
Receita de serviços	25.549	25.549	-	87.320	87.321	-
Receita de cessão de direitos	(2.251)	(2.211)	40	(5.190)	(5.030)	160
Receita de estacionamento	62.100	63.248	1.148	163.362	166.456	3.094
Venda de imóveis	3.082	3.082	-	7.257	7.257	-
Apropriação de receita de aluguel linear	(65.876)	(66.500)	(624)	(53.151)	(52.950)	201
Outras receitas	3.707	3.708	-	11.610	11.613	3
Receita Bruta	461.987	469.083	7.096	1.382.437	1.404.537	22.100
Tributos sobre receita	(23.057)	(23.349)	(292)	(94.045)	(94.996)	(951)
Receita Líquida	438.930	445.734	6.804	1.288.392	1.309.541	21.148
Despesas de sede	(44.738)	(44.738)	-	(157.142)	(157.142)	-
Remuneração baseada em ações	(9.173)	(9.173)	-	(32.705)	(32.705)	-
Despesas de propriedades	(51.670)	(52.260)	(590)	(181.057)	(184.434)	(3.377)
Despesas com novos projetos para locação	(9.967)	(9.967)	-	(22.051)	(22.051)	-
Despesas com novos projetos para venda	(9.279)	(9.279)	-	(21.027)	(21.027)	-
Custo de imóveis vendidos	(2.405)	(2.405)	-	(5.184)	(5.184)	-
Resultado de equivalência patrimonial	(17.540)	(27.618)	(10.078)	(10.880)	(44.322)	(33.443)
Outras receitas (despesas) operacionais	(10.426)	(5.099)	5.327	(45.742)	(31.888)	13.854
EBITDA	283.732	285.196	1.464	812.604	810.786	(1.818)
Receitas financeiras	27.785	27.850	65	86.624	88.302	1.678
Despesas financeiras	(88.888)	(88.895)	(7)	(200.779)	(202.259)	(1.480)
Depreciações e amortizações	(57.674)	(58.109)	(435)	(201.087)	(202.798)	(1.711)
Lucro Antes do Imposto de Renda	164.955	166.042	1.086	497.362	494.031	(3.331)
Imposto de renda e contribuição social	19.093	17.665	(1.428)	(42.174)	(48.216)	(6.042)
Imposto de renda e contribuição social diferidos	29.601	29.942	342	(2.493)	6.882	9.375
Participação dos acionistas minoritários	(39)	(39)	-	401	401	1
Lucro Líquido	213.610	213.610	-	453.096	453.099	3

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 4T21 são: (i) aumento de R\$7,1 milhões na receita bruta; (ii) queda de R\$10,1 milhões em resultado de equivalência patrimonial e; (iii) queda de R\$0,6 milhão em despesas de propriedades.

Em 2021, as maiores diferenças são: (i) aumento de R\$22,1 milhões em receita bruta, (ii) queda de R\$33,4 milhões em resultado de equivalência patrimonial, e; (iii) queda de R\$3,4 milhão em despesas de propriedade.

Em decorrência das variações mencionadas acima, houve um aumento de R\$1,5 milhões no EBITDA do 4T21 e queda de R\$1,8 milhões em 2021.

CONCILIAÇÃO ENTRE IFRS COM CPC 19 (R2) E GERENCIAL



4T21

ÍNDICE

VARIAÇÕES NO BALANÇO PATRIMONIAL

ATIVO (R\$'000)	IFRS com CPC 19 R2 31/12/2021	Gerencial 31/12/2021	Efeito CPC 19 R2 Diferença
Passivo Circulante			
Caixa e equivalentes a caixa	778.463	783.317	4.854
Contas a receber	533.846	542.513	8.667
Terrenos e imóveis a comercializar	66.437	66.437	-
Partes relacionadas	38.849	38.883	34
Impostos e contribuições sociais a compensar	43.296	43.296	-
Custos diferidos	45.681	45.681	-
Outros	28.515	29.711	1.196
Total do Ativo Circulante	1.535.087	1.549.837	14.750
Ativo não Circulante			
Contas a receber	29.297	29.297	-
Terrenos e imóveis a comercializar	470.114	470.114	-
Partes relacionadas	58.767	58.767	-
Depósitos judiciais	157.088	157.173	85
Imposto de renda e contribuição social diferidos	21.478	21.478	-
Custos diferidos	99.087	99.087	-
Outros	4.889	12.932	8.041
Investimentos	139.417	2.202	(137.215)
Propriedades para investimento	7.673.145	7.790.955	117.810
Imobilizado	105.159	105.159	-
Intangível	368.932	368.951	18
Total do Ativo não Circulante	9.127.373	9.116.115	(11.258)
Total do Ativo	10.662.460	10.665.952	3.492

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; (ii) aumento de R\$8,7 milhões em contas a receber e; (iii) redução de R\$137,2 milhões em investimentos.

Em decorrência das variações, houve um aumento de R\$14,8 milhões no Total do Ativo Circulante e queda de R\$11,3 milhões no Total do Ativo não Circulante.

CONCILIAÇÃO ENTRE IFRS COM CPC 19 (R2) E GERENCIAL



4T21

ÍNDICE

VARIAÇÕES NO BALANÇO PATRIMONIAL

PASSIVO (R\$'000)	IFRS com CPC 19 R2 31/12/2021	Gerencial 31/12/2021	Efeito CPC 19 R2 Diferença
Passivo Circulante			
Empréstimos e financiamentos	113.488	113.488	-
Debêntures	316.021	316.021	-
Contas a pagar	137.434	137.460	26
Obrigações por aquisição de bens	106.481	106.481	-
Impostos e contribuições a recolher	15.332	16.849	1.516
Juros sobre capital próprio a pagar	258.526	258.526	-
Receitas diferidas	21.488	21.488	-
Outros	89.387	89.601	214
Total Passivo Circulante	1.058.157	1.059.913	1.756
Passivo não Circulante			
Empréstimos e financiamentos	1.198.054	1.198.054	-
Contas a pagar	45.686	45.686	-
Debêntures	1.396.149	1.396.149	-
Imposto de renda e contribuições sociais diferidos	283.000	284.287	1.287
Obrigações por aquisição de bens	136.787	136.787	-
Outros	108.095	108.095	-
Provisão para contingências	13.755	13.755	-
Receitas diferidas	59.584	60.034	450
Total do Passivo não Circulante	3.241.110	3.236.846	1.736
Patrimônio Líquido			
Capital social	2.988.062	2.988.062	-
Reserva de capital	1.042.469	1.042.468	-1
Reserva de lucros	2.658.231	2.658.231	-3
Gasto com emissão de ações	(43.548)	(43.548)	-
Ações em tesouraria	(194.835)	(194.834)	-1
Efeitos em Transação de Capital	(89.996)	(89.995)	1
Participação dos acionistas minoritários	2.810	2.810	-
Total do Patrimônio Líquido	6.363.193	6.363.193	-
Total do Passivo	10.662.460	10.665.952	3.492

As principais diferenças referentes ao CPC 19 R2 são (i) aumento de R\$1,5 milhão em impostos e contribuições a recolher e; (ii) o aumento de R\$1,3 milhão em imposto de renda e contribuições sociais diferidos.

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

IFRS com CPC 19 (R2)						
(R\$'000)	4T21	4T20	Var. %	2021	2020¹	Var. %
Receita de locação	435.676	315.919	+37,9%	1.171.228	762.585	+53,6%
Receita de serviços	25.549	15.999	+59,7%	87.320	67.342	+29,7%
Receita de cessão de direitos	(2.251)	4.992	n.d.	(5.190)	(6.340)	-18,1%
Receita de estacionamento	62.100	43.056	+44,2%	163.362	114.543	+42,6%
Venda de imóveis	3.082	3.649	-15,5%	7.257	6.649	+9,1%
Apropriação de receita de aluguel linear	(65.876)	(62.998)	+4,6%	(53.151)	215.515	n.d.
Outras receitas	3.707	1.404	+164,0%	11.610	9.282	+25,1%
Receita Bruta	461.987	322.020	+43,5%	1.382.437	1.169.576	+18,2%
Tributos sobre receitas	(23.057)	(25.910)	-11,0%	(94.045)	(88.000)	+6,9%
Receita Líquida	438.930	296.110	+48,2%	1.288.392	1.081.576	+19,1%
Despesas de sede	(44.738)	(71.153)	-37,1%	(157.142)	(139.401)	+12,7%
Remuneração baseada em ações	(9.173)	(12.738)	-28,0%	(32.705)	(6.604)	+395,2%
Despesas de propriedades	(51.670)	(46.748)	+10,5%	(181.057)	(151.755)	+19,3%
Despesas de projetos para locação	(9.967)	(1.961)	+408,4%	(22.051)	(10.851)	+103,2%
Despesas de projetos para venda	(9.279)	(1.367)	+578,6%	(21.027)	(5.224)	+302,5%
Custo de imóveis vendidos	(2.405)	(2.959)	-18,7%	(5.184)	(4.156)	+24,8%
Resultado de equivalência patrimonial	(17.540)	(4.256)	+312,1%	(10.880)	(5.221)	+108,4%
Outras receitas (despesas) operacionais	(10.426)	(8.221)	+26,8%	(45.742)	611.884	n.d.
EBITDA	283.732	146.708	+93,4%	812.604	1.370.248	-40,7%
Receitas financeiras	27.785	21.355	+30,1%	86.624	76.561	+13,1%
Despesas financeiras	(88.888)	(30.189)	+194,4%	(200.779)	(152.681)	+31,5%
Depreciações e amortizações	(57.674)	(49.977)	+15,4%	(201.087)	(223.799)	-10,1%
Lucro Antes do Imposto de Renda	164.955	87.896	+87,7%	497.362	1.070.330	-53,5%
Imposto de renda e contribuição social	19.093	(6.305)	n.d.	(42.174)	(33.936)	+24,3%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	29.601	65.224	-54,6%	(2.493)	(72.416)	-96,6%
Participação dos acionistas minoritários	(39)	47	n.d.	401	196	+104,0%
Lucro Líquido	213.610	146.861	+45,5%	453.096	964.174	-53,0%

(R\$'000)	4T21	4T20	Var. %	2021	2020	Var. %
NOI	380.230	249.229	+52,6%	1.100.382	940.888	+17,0%
Margem NOI	88,0%	84,2%	+383 p.b.	85,9%	86,1%	-24 p.b.
EBITDA	283.732	146.708	+93,4%	812.604	1.370.248	-40,7%
Margem EBITDA	64,6%	49,5%	+1.510 p.b.	63,1%	126,7%	-6.362 p.b.
Lucro Líquido	213.610	146.861	+45,5%	453.096	964.174	-53,0%
Margem líquida	48,7%	49,6%	-93 p.b.	35,2%	89,1%	-5.398 p.b.
FFO	307.560	194.613	+58,0%	709.827	1.044.874	-32,1%
Margem FFO	70,1%	65,7%	+435 p.b.	55,1%	96,6%	-4.151 p.b.

¹ O resultado apurado na venda da Diamond Tower em julho de 2020 foi de R\$ 574,3 milhões, registrado na linha de "Outras receitas (despesas) operacionais líquidas".

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

IFRS com CPC 19 (R2)						
(R\$'000)	4T21	4T19	Var. %	2021	2019	Var. %
Receita de locação	435.676	335.392	29,9%	1.171.228	1.104.111	6,1%
Receita de serviços	25.549	28.277	-9,6%	87.320	115.126	-24,2%
Receita de cessão de direitos	(2.251)	(3.451)	-34,8%	(5.190)	(11.736)	-55,8%
Receita de estacionamento	62.100	62.252	-0,2%	163.362	219.282	-25,5%
Venda de imóveis	3.082	3.161	n.d.	7.257	1.808	n.d.
Apropriação de receita de aluguel linear	(65.876)	(33.913)	n.d.	(53.151)	(3.224)	1548,5%
Outras receitas	3.707	2.010	84,4%	11.610	9.671	20,1%
Receita Bruta	461.987	393.730	17,3%	1.382.437	1.435.037	-3,7%
Tributos sobre receitas	(23.057)	(32.881)	-29,9%	(94.045)	(129.450)	-27,4%
Receita Líquida	438.930	360.849	21,6%	1.288.392	1.305.587	-1,3%
Despesas de sede	(44.738)	(39.695)	12,7%	(157.142)	(160.085)	-1,8%
Remuneração baseada em ações	(9.173)	(22.239)	-58,8%	(32.705)	(65.544)	-50,1%
Despesas de propriedades	(51.670)	(36.319)	42,3%	(181.057)	(138.419)	30,8%
Despesas de projetos para locação	(9.967)	(4.845)	105,7%	(22.051)	(14.983)	47,2%
Despesas de projetos para venda	(9.279)	(2.042)	354,3%	(21.027)	(6.785)	209,9%
Custo de imóveis vendidos	(2.405)	(2.168)	10,9%	(5.184)	(1.515)	242,2%
Resultado de equivalência patrimonial	(17.540)	(1.056)	1.560,9%	(10.880)	5.648	n.d.
Outras receitas (despesas) operacionais	(10.426)	(2.548)	309,1%	(45.742)	1.101	n.d.
EBITDA	283.732	249.936	13,5%	812.604	925.006	-12,2%
Receitas financeiras	27.785	16.104	72,5%	86.624	75.785	14,3%
Despesas financeiras	(88.888)	(46.374)	91,7%	(200.779)	(221.298)	-9,3%
Depreciações e amortizações	(57.674)	(57.178)	0,9%	(201.087)	(220.483)	-8,8%
Lucro Antes do Imposto de Renda	164.955	162.487	1,5%	497.362	559.009	-11,0%
Imposto de renda e contribuição social	19.093	(23.952)	-179,7%	(42.174)	(84.652)	-50,2%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	29.601	3.711	697,7%	(2.493)	(5.162)	-51,7%
Participação dos acionistas minoritários	(39)	42	-191,8%	401	1.803	-77,8%
Lucro Líquido	213.610	142.288	50,1%	453.096	470.998	-3,8%

(R\$'000)	4T21	4T19	Var. %	2021	2019	Var. %
NOI	380.230	327.412	16,1%	1.100.382	1.181.749	-6,9%
Margem NOI	88,0%	90,0%	-198 p.b.	85,9%	89,5%	-364 p.b.
EBITDA	283.732	249.936	13,5%	812.604	925.006	-12,2%
Margem EBITDA	64,6%	69,3%	-462 p.b.	63,1%	70,8%	-778 p.b.
Lucro Líquido	213.610	142.288	50,1%	453.096	470.998	-3,8%
Margem líquida	48,7%	39,4%	923 p.b.	35,2%	36,1%	-91 p.b.
FFO	307.560	229.670	33,9%	709.827	699.868	1,4%
Margem FFO	70,1%	63,6%	642 p.b.	55,1%	53,6%	149 p.b.

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS CONSOLIDADOS – RELATÓRIO GERENCIAL

(R\$'000)	4T21	4T20	Var. %	2021	2020	Var. %
Receita de locação	442.207	321.008	+37,8%	1.189.869	774.266	+53,7%
Receita de serviços	25.549	16.004	+59,6%	87.321	67.338	+29,7%
Receita de cessão de direitos	(2.211)	5.042	n.d.	(5.030)	(6.251)	-19,5%
Receita de estacionamento	63.248	43.994	+43,8%	166.456	116.850	+42,5%
Venda de imóveis	3.082	3.649	-15,5%	7.257	816.649	-99,1%
Apropriação de receita de aluguel linear	(66.500)	(63.370)	+4,9%	(52.950)	216.854	n.d.
Outras receitas	3.708	1.428	+159,7%	11.613	9.391	+23,7%
Receita Bruta	469.083	327.754	+43,1%	1.404.537	1.995.097	-29,6%
Tributos sobre receitas	(23.349)	(26.145)	-10,7%	(94.996)	(88.580)	+7,2%
Receita Líquida	445.734	301.609	+47,8%	1.309.541	1.906.516	-31,3%
Despesas de sede	(44.738)	(71.153)	-37,1%	(157.142)	(139.401)	+12,7%
Remuneração baseada em ações	(9.173)	(12.738)	-28,0%	(32.705)	(6.604)	+395,2%
Despesas de propriedades	(52.260)	(47.673)	+9,6%	(184.434)	(154.582)	+19,3%
Despesas de projetos para locação	(9.967)	(1.961)	+408,4%	(22.051)	(10.084)	+118,7%
Despesas de projetos para venda	(9.279)	(1.299)	+614,3%	(21.027)	(27.923)	-24,7%
Custo de imóveis vendidos	(2.405)	(2.959)	-18,7%	(5.184)	(213.039)	-97,6%
Resultado de equivalência patrimonial	(27.618)	(10.009)	+175,9%	(44.322)	(18.527)	+139,2%
Outras receitas (despesas) operacionais	(5.099)	(5.039)	+1,2%	(31.888)	40.731	n.d.
EBITDA	285.196	148.779	+91,7%	810.786	1.377.087	-41,1%
Receitas financeiras	27.850	21.415	+30,1%	88.302	76.799	+15,0%
Despesas financeiras	(88.895)	(30.191)	+194,4%	(202.259)	(155.033)	+30,5%
Depreciações e amortizações	(58.109)	(50.404)	+15,3%	(202.798)	(225.545)	-10,1%
Lucro Antes do Imposto de Renda	166.042	89.598	+85,3%	494.031	1.073.308	-54,0%
Imposto de renda e contribuição social	17.665	(6.866)	n.d.	(48.216)	(35.221)	+36,9%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	29.942	64.083	-53,3%	6.882	(74.109)	n.d.
Participação dos acionistas minoritários	(39)	47	n.d.	401	196	+104,3%
Lucro Líquido	213.610	146.861	+45,5%	453.099	964.174	-53,0%

(R\$'000)	4T21	4T20	Var. %	2021	2020	Var. %
NOI	386.695	253.958	+52,3%	1.118.941	953.388	+17,4%
Margem NOI	88,1%	84,2%	+390 p.b.	85,8%	86,0%	-20 p.b.
EBITDA	285.196	148.779	+91,7%	810.786	1.377.087	-41,1%
Margem EBITDA	64,0%	49,3%	+1.466 p.b.	61,9%	72,2%	-1.032 p.b.
EBITDA Ajustado ¹	294.369	161.516	+82,3%	843.491	1.383.691	-39,0%
Margem EBITDA Ajustado ¹	66,0%	53,6%	+1.249 p.b.	64,4%	72,6%	-817 p.b.
Lucro Líquido	213.610	146.861	+45,5%	453.099	964.174	-53,0%
Margem líquida	47,9%	48,7%	-77 p.b.	34,6%	50,6%	-1.597 p.b.
Lucro Líquido Ajustado ¹	222.783	159.599	+39,6%	485.804	970.778	-50,0%
Margem líquida Ajustada ¹	50,0%	52,9%	-293 p.b.	37,1%	50,9%	-1.382 p.b.
Fluxo de Caixa Operacional (FFO)	308.277	196.553	+56,8%	701.965	1.046.974	-33,0%
Margem FFO	69,2%	65,2%	+399 p.b.	53,6%	54,9%	-131 p.b.
Fluxo de Caixa Operacional (FFO) Ajustado ¹	317.450	209.291	+51,7%	734.670	1.053.578	-30,3%
Margem FFO Ajustado ¹	71,2%	69,4%	+183 p.b.	56,1%	55,3%	+84 p.b.

¹ Não considera a remuneração baseada em ações. Mais detalhes sobre a linha de remuneração baseada em ações estão disponíveis na página 50.

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS CONSOLIDADOS – RELATÓRIO GERENCIAL

(R\$'000)	4T21	4T19	Var.%	2021	2019	Var.%
Receita de locação	442.207	341.637	+29,4%	1.189.869	1.124.731	+5,8%
Receita de serviços	25.549	28.254	-9,6%	87.321	114.932	-24,0%
Receita de cessão de direitos	(2.211)	(3.664)	-39,7%	(5.030)	(12.558)	-59,9%
Receita de estacionamento	63.248	63.735	-0,8%	166.456	224.581	-25,9%
Venda de imóveis	3.082	3.161	-2,5%	7.257	1.808	+301,4%
Apropriação de receita de aluguel linear	(66.500)	(34.252)	+94,2%	(52.950)	(3.190)	+1.560,0%
Outras receitas	3.708	2.059	+80,1%	11.613	9.890	+17,4%
Receita Bruta	469.083	400.929	+17,0%	1.404.537	1.460.194	-3,8%
Tributos sobre receitas	(23.349)	(33.445)	-30,2%	(94.996)	(131.387)	-27,7%
Receita Líquida	445.734	367.484	+21,3%	1.309.541	1.328.807	-1,4%
Despesas de sede	(44.738)	(39.695)	+12,7%	(157.142)	(160.104)	-1,9%
Remuneração baseada em ações	(9.173)	(22.239)	-58,8%	(32.705)	(65.544)	-50,1%
Despesas de propriedades	(52.260)	(38.015)	+37,5%	(184.434)	(144.897)	+27,3%
Despesas de projetos para locação	(9.967)	(4.845)	+105,7%	(22.051)	(14.983)	+47,2%
Despesas de projetos para venda	(9.279)	(2.042)	+354,3%	(21.027)	(6.785)	+209,9%
Custo de imóveis vendidos	(2.405)	(2.168)	+10,9%	(5.184)	(1.515)	+242,1%
Resultado de equivalência patrimonial	(27.618)	(3.365)	+720,8%	(44.322)	(4.055)	+993,1%
Outras receitas (despesas) operacionais	(5.099)	(2.651)	+92,3%	(31.888)	1.209	n.d.
EBITDA	285.196	252.463	+13,0%	810.786	932.134	-13,0%
Receitas financeiras	27.850	16.202	+71,9%	88.302	76.404	+15,6%
Despesas financeiras	(88.895)	(47.836)	+85,8%	(202.259)	(224.735)	-10,0%
Depreciações e amortizações	(58.109)	(57.766)	+0,6%	(202.798)	(222.796)	-9,0%
Lucro Antes do Imposto de Renda	166.042	163.064	+1,8%	494.031	561.006	-11,9%
Imposto de renda e contribuição social	17.665	(24.191)	n.d.	(48.216)	(85.380)	-43,5%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	29.942	3.374	+787,5%	6.882	(6.431)	n.d.
Participação dos acionistas minoritários	(39)	42	n.d.	401	1.803	-77,7%
Lucro Líquido	213.610	142.288	+50,1%	453.099	470.998	-3,8%

(R\$'000)	4T21	4T19	Var.%	2021	2019	Var.%
NOI	386.695	333.104	+16,1%	1.118.941	1.201.226	-6,9%
Margem NOI	88,1%	89,8%	-166 b.p.	85,8%	89,2%	-339 b.p.
EBITDA	285.196	252.463	+13,0%	810.786	932.134	-13,0%
Margem EBITDA	64,0%	68,7%	-472 b.p.	61,9%	70,1%	-823 b.p.
EBITDA Ajustado ¹	294.369	274.702	+7,2%	843.491	997.677	-15,5%
Margem EBITDA Ajustado ¹	66,0%	74,8%	-871 b.p.	64,4%	75,1%	-1.067 b.p.
Lucro Líquido	213.610	142.288	+50,1%	453.099	470.998	-3,8%
Margem líquida	47,9%	38,7%	+920 b.p.	34,6%	35,4%	-85 b.p.
Lucro Líquido Ajustado ¹	222.783	164.527	+35,4%	485.804	536.542	-9,5%
Margem líquida Ajustada ¹	50,0%	44,8%	+521 b.p.	37,1%	40,4%	-328 b.p.
Fluxo de Caixa Operacional (FFO)	308.277	230.932	+33,5%	701.965	703.415	-0,2%
Margem FFO	69,2%	62,8%	+632 b.p.	53,6%	52,9%	+67 b.p.
Fluxo de Caixa Operacional (FFO) Ajustado ¹	317.450	253.171	+25,4%	734.670	768.959	-4,5%
Margem FFO Ajustado ¹	71,2%	68,9%	+233 b.p.	56,1%	57,9%	-177 b.p.

¹ Não considera a remuneração baseada em ações. Mais detalhes sobre a linha de remuneração baseada em ações estão disponíveis na página 50.

BALANÇO PATRIMONIAL – GERENCIAL

Ativo (R\$'000)	31/12/2021	30/09/2021	Var. %
Disponibilidades e valores equivalentes	783.317	1.179.864	-33,6%
Contas a receber	542.513	503.103	+7,8%
Terrenos e imóveis a comercializar	66.437	55.707	+19,3%
Partes relacionadas	38.883	23.949	+62,4%
Impostos e contribuições sociais a compensar	43.296	36.549	+18,5%
Custos diferidos	45.681	44.390	+2,9%
Outros	29.711	28.537	+4,1%
Total do Ativo Circulante	1.549.837	1.872.099	-17,2%
Contas a receber	29.297	40.908	-28,4%
Terrenos e imóveis a comercializar	470.114	471.038	-0,2%
Partes relacionadas	58.767	50.704	+15,9%
Depósitos judiciais	157.173	195.234	-19,5%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	21.478	21.068	+1,9%
Custos diferidos	99.087	91.508	+8,3%
Outros	12.932	14.827	-12,8%
Investimentos	2.202	10.700	-79,4%
Propriedades para investimento	7.790.955	7.686.528	+1,4%
Imobilizado	105.159	106.080	-0,9%
Intangível	368.951	368.252	+0,2%
Total do Ativo não Circulante	9.116.115	9.056.847	+0,7%
Total Ativo	10.665.952	10.928.946	-2,4%

Passivo (R\$'000)	31/12/2021	30/09/2021	Var. %
Empréstimos e financiamentos	113.488	305.424	-62,8%
Debêntures	316.021	23.769	+1.229,6%
Contas a pagar	137.460	138.380	-0,7%
Obrigações por aquisição de bens	106.481	104.778	+1,6%
Impostos e contribuições a recolher	16.849	19.336	-12,9%
Juros sobre capital próprio a pagar	258.526	237.048	+9,1%
Receitas diferidas	21.488	19.609	+9,6%
Outros	89.601	38.535	+132,5%
Total Passivo Circulante	1.059.913	886.878	+19,5%
Empréstimos e financiamentos	1.198.054	1.206.127	-0,7%
Contas a pagar	45.686	43.081	+6,0%
Debêntures	1.396.149	1.645.994	-15,2%
Imposto de renda e contribuições social diferidos	284.287	313.819	-9,4%
Obrigações por aquisição de bens	136.787	158.401	-13,6%
Outros	108.095	141.187	-23,4%
Provisão para contingências	13.755	13.065	+5,3%
Receitas diferidas	60.034	55.360	+8,4%
Total do Passivo não Circulante	3.242.846	3.577.034	-9,3%
Patrimônio Líquido			
Capital	2.988.062	2.988.062	+0,0%
Reserva de capital	1.042.468	1.041.346	+0,1%
Reserva de lucros	2.658.231	2.499.899	+6,3%
Gasto com emissão de ações	(43.548)	(43.548)	+0,0%
Ações em tesouraria	(194.834)	(173.135)	+12,5%
Efeitos em transação de capital	(89.995)	(89.995)	+0,0%
Lucros acumulados	-	239.633	n.d.
Participação dos acionistas minoritários	2.810	2.771	+1,4%
Total do Patrimônio Líquido	6.363.193	6.465.034	-1,6%
Total do Passivo	10.665.952	10.928.946	-2,4%



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 2021.

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.

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.

Abraçce: Associação Brasileira de Shopping Centers.

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

Aluguel mínimo (ou Aluguel-base): É o aluguel mínimo do contrato de locação de um lojista. Caso um lojista não tenha contratado um aluguel-base, o aluguel mínimo será uma porcentagem de suas vendas.

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

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

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

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

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

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

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

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

CDI: Certificado de Depósito Interbancário. Certificados emitidos pelos bancos para geração de liquidez. Sua taxa média de 1 (um) dia, anualizada, é utilizada como referência para as taxas de juros da economia brasileira.

Cessão de direitos (CD): Cessão de Direitos é o valor pago pelo lojista para ingressar no shopping center. O contrato de cessão de direitos, quando assinado, é contabilizado na conta de receita diferida e no contas a receber. A receita é reconhecida na conta de receita de cessão de direitos em parcelas lineares durante o prazo do contrato de locação. A receita apropriada é líquida de “luvas invertidas” ou outros incentivos oferecidos pela Companhia aos lojistas, e desde o 4T20, inclui taxas de transferência.

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

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

Debênture: Instrumento de dívida emitido pelas companhias para captação de recursos. As debêntures da Multiplan são do tipo não conversíveis, significando que não podem ser convertidas em ações. Além disso, o titular da debênture não tem direito a voto.

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

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

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

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

Efeito da linearidade (Apropriação de receita de aluguel linear):

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

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

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

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

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

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

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

IBGE: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

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

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

IPCA (Índice de Preços ao Consumidor Amplo):

Calculado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, é o indicador nacional de inflação com período de coleta do primeiro ao último dia do mês de referência.

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

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

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

Margem EBITDA: EBITDA dividido pela Receita Líquida.

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

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

Mix de lojistas: Composição estratégica das lojas definida pelo administrador dos shoppings.

Multiuso: Estratégia baseada no desenvolvimento de empreendimentos residenciais, comerciais, corporativos entre outros em áreas próximas aos shopping centers.

Perda de aluguel: baixas geradas pela inadimplência de lojistas.

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

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

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

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

Taxa de ocupação: ABL locada dividida pela ABL total.

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



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

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

Vacância: ABL disponível para locação.

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

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

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

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