

RELATÓRIO DE RESULTADOS

MULTIPLAN

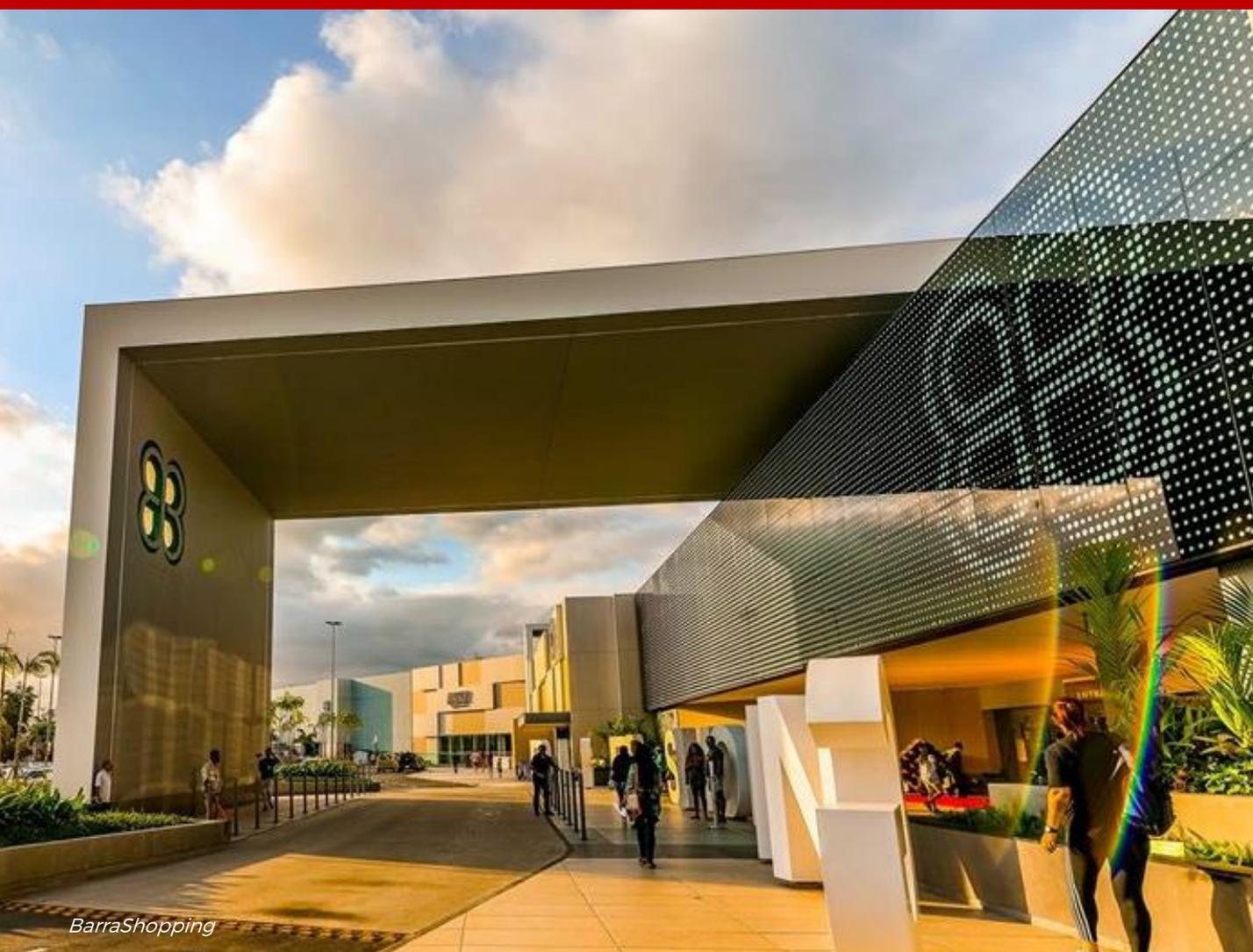
<http://ri.multiplan.com.br>

Contate a equipe de Relações com Investidores:

ri@multiplan.com.br

+55 21 3031-5224

3T
20



BarraShopping

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 DEPOSITORY RECEIPTS

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

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

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

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

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



ParkShoppingBarigüi

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 30 de setembro de 2020.

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 no Relatório Financeiro Trimestral.

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

ÍNDICE

1. Prefácio	5
2. Iniciativas Digitais	8
3. Demonstrações de Resultados	9
4. Indicadores Operacionais	10
5. Estudo de Caso: O Mix do Futuro	16
6. Receita Bruta	18
7. Resultados da Part. em Propriedades	19
8. Resultados da Gestão de Portfólio	24
9. Resultados Financeiros	25
10. Capex & Desenvolvimentos	31
11. Análise das Prop. para Investimentos	32
12. MULT3 e Mercado de Ações	34
13. Portfólio de Ativos	35
14. Estrutura Societária	37
15. Dados Operacionais e Financeiros	39
16. Reconciliação IFRS & Gerencial	41
17. Anexos	44
18. Glossário	48

VISÃO GERAL

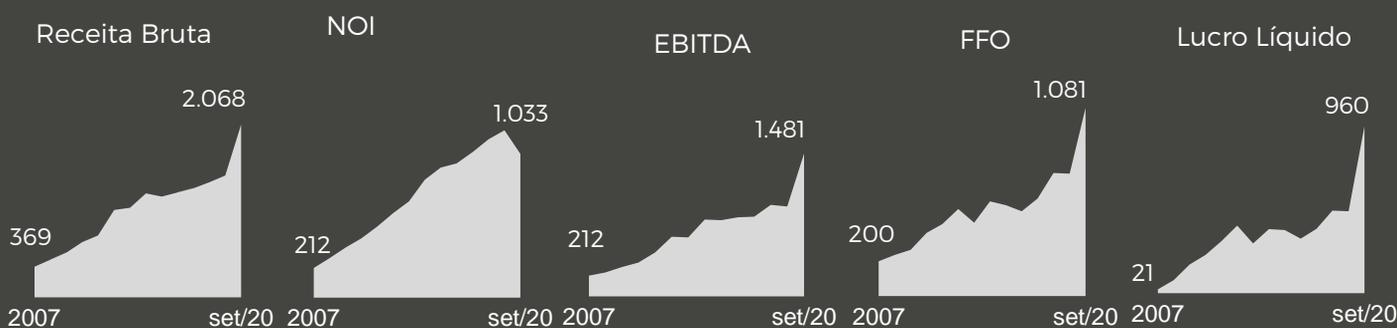
A Multiplan Empreendimentos Imobiliários S.A. é uma das maiores empresas de shopping centers do Brasil. Fundada como uma empresa *full service*, responsável pelo planejamento, desenvolvimento, propriedade e administração de um dos maiores e melhores portfólios de shopping centers do Brasil.

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

Ao final do 3T20, a Multiplan detinha – com uma participação média de 80,1% – 19 shopping centers com ABL total de 834.871 m², dos quais 18 shopping centers são administrados pela Companhia, mais de 5.800 lojas e tráfego anual estimado em 190 milhões de visitas.

Adicionalmente, a Multiplan detinha – com uma participação média de 92,1% – dois complexos corporativos com ABL total de 50.640 m², que adicionados à ABL de shopping center somam uma ABL total de 885.511 m².

EVOLUÇÃO FINANCEIRA DE LONGO PRAZO (R\$ MILHÕES)



R\$ Milhões	2007 (IPO)	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	set/20 (12M)	Var. '07/'19	CAGR '07/'19
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	2.068,3	+295,9%	+12,2%
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	1.032,5	+466,4%	+15,5%
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	1.480,8	+339,2%	+13,1%
FFO	200,2	237,2	272,6	368,2	415,4	515,6	426,2	552,9	530,7	484,2	558,5	703,7	700,2	1.081,4	+249,8%	+11,0%
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	959,6	+2.126,2%	+29,5%

FORTE RECUPERAÇÃO

Horas em operação, vendas de lojistas e receita de locação de shoppings (2020 como % de 2019)



Shopping centers seguem fazendo parte da vida das pessoas

Após o maior “stress test” da história da Companhia, no 2T20, a Multiplan no terceiro trimestre de 2020 testemunhou uma consistente recuperação operacional e resultados financeiros recordes.

À medida que as restrições foram gradualmente flexibilizadas, as vendas dos lojistas e o fluxo de pessoas seguiram melhorando, com mais segmentos voltando a operar e os consumidores reintegrando os shopping centers em sua rotina. O moderno mix de lojistas da Multiplan - voltado para serviços e entretenimento - ficou prejudicado pela impossibilidade de promover eventos, encontros e todas as experiências que vão além do shopping tradicional; possibilitando uma retomada ainda maior quando tudo se normalizar.

O dia 8 de agosto de 2020 marcou a primeira vez, desde 18 de março de 2020, em que todos os 19 shopping centers do portfólio da Multiplan estavam - embora ainda parcialmente - operando simultaneamente, permanecendo assim até o dia da publicação deste relatório (28 de outubro de 2020). Para todos os shopping centers reabertos, mesmo aqueles que voltaram a operar no 3T20, a Companhia considerou as diferentes restrições que afetavam cada propriedade, bem como os diversos

impactos em diferentes atividades, propondo concessões aos lojistas com base em análises caso a caso.

A Multiplan reconhece que as restrições continuarão afetando o desempenho de vendas dos lojistas e, portanto, assume que tais concessões devem persistir no futuro próximo, embora reduzindo gradualmente à medida que os negócios se recuperem rapidamente.

Ainda, apesar das restrições em curso, o terceiro trimestre confirmou esta tendência positiva decorrente de reaberturas e protocolos de distanciamento social menos restritivos, os quais permitiram os shopping centers da Companhia a operar por um maior horário de funcionamento.

Vendas, locação, e horário de funcionamento em setembro: todos acima de 70%

> 73,9%¹ do horário **regular de funcionamento**;

> 74,6% das **vendas dos lojistas** em setembro de 2019;

> 74,4% da **receita de locação** de shopping centers em setembro de 2019.

Importante ressaltar que mesmo com aumentos mensais no faturamento de aluguéis, a inadimplência líquida reduziu de 16,3% no 2T20 para 7,2% no 3T20, alinhada com o aumento da sensação de otimismo que incentiva nossos lojistas e o recebimento de aluguéis passados.

1. Com base em números preliminares da Companhia:

Vendas dos lojistas: estimativa considerando 100% de participação nos shopping centers, entre os dias 1º e 25/out/20, comparado ao mesmo período do ano anterior. Não inclui o Parque Shopping Maceió.

Receita de locação: estimada para out/20 na participação da Multiplan. Não inclui o Parque Shopping Maceió.

Horas em operação: calculado pela divisão do horário de funcionamento estimado dos shopping centers em out/20 pelo seu horário regular de funcionamento.

EVENTOS RECENTES

Dados de outubro confirmam tendência positiva

O quarto trimestre começou seguindo a tendência observada no 3T20. Em out/20, as vendas dos lojistas¹ já registravam a maior marca desde mar/20, alcançando 80,8%¹ dos níveis do ano passado, beneficiando-se de uma maior flexibilidade no horário de funcionamento dos shoppings, que atingiu 84,8%¹. As vendas também foram impulsionadas pelo Dia das Crianças, primeira data comemorativa nacional em 2020 em que, apesar de algumas restrições em curso, todos os 19 shoppings da Multiplan estavam em operação.

Enquanto isso, a receita de locação de shopping center estimada para out/20 atingiu 85,4%¹ do nível do ano passado, confirmando a curva de recuperação positiva esperada.

Destaques de out-20¹

2/3 dos shoppings voltaram a operar com 100% do horário regular de funcionamento:

- Seis shoppings operando 100% do tempo regular durante todo o mês – no Rio de Janeiro, em Maceió e em Canoas;
- Outros seis shoppings atingiram 100% do horário regular durante o mês – em São Paulo e em Brasília.

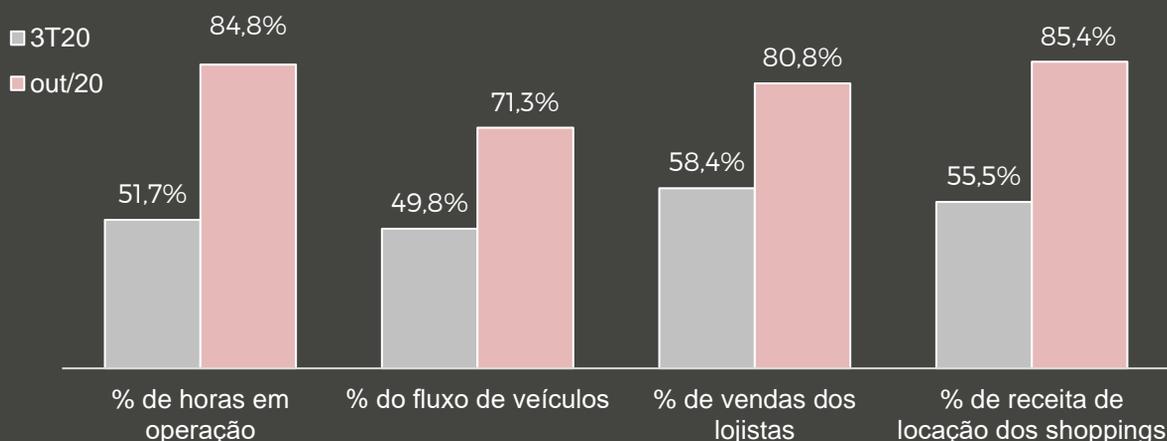
Volume de vendas e fluxo de veículos também estão melhorando:

- O fluxo de veículos atingiu 71,3% em out/20, um aumento de 2.149 p.b. em comparação com os números do 3T20;
- As vendas dos lojistas em out/20 atingiram 80,8% do mesmo período de 2019, um aumento de 296 p.b. em relação ao 3T20.

O quarto trimestre começa com forte recuperação na receita de locação:

- Mais da metade dos shoppings atingiram 80% dos níveis do ano passado, sendo que cinco ultrapassaram a marca de 90%.

Horas em operação, fluxo de veículos, vendas de lojistas e receita de locação de shoppings em outubro¹ (2020 como % de 2019)



1. Com base em números preliminares da Companhia:

Vendas dos lojistas: estimativa considerando 100% de participação nos shopping centers, entre os dias 1º e 25/out/20, comparado ao mesmo período do ano anterior. Não inclui o Parque Shopping Maceió.

Receita de locação: estimada para out/20 na participação da Multiplan. Não inclui o Parque Shopping Maceió.

Horas em operação: calculado pela divisão do horário de funcionamento estimado dos shopping centers em out/20 pelo seu horário regular de funcionamento.

Fluxo de veículos: auferido entre os dias 1º e 25/out/20, comparado ao mesmo período do ano anterior. Não inclui o Parque Shopping Maceió.

ÍNDICE

Mares agitados fazem marinheiros mais fortes

> Em julho de 2020, a Companhia concluiu duas emissões de debêntures e vendeu uma torre comercial localizada no complexo Morumbi Corporate, levantando um total de R\$1,2 bilhão no mês. O fortalecimento da posição de caixa permitiu à Multiplan apoiar ainda mais seus lojistas com concessões de aluguel ao longo do trimestre, estruturar as fontes de financiamento para crescimento futuro, recomprar ações, bem como atuar na gestão de passivos, reduzindo o custo médio da dívida da Companhia e gerando economia de R\$23,6 milhões a valor presente (detalhado na página 27).

> As medidas de retenção de custos implementadas desde março de 2020 permitiram à Multiplan reduzir as despesas de sede em 48,5% no 3T20; uma economia parcialmente temporária, mas que também terá um impacto residual nos próximos anos. Da mesma forma, renegociação de contratos e gestão eficiente resultaram em redução nos encargos condominiais, levando - mesmo com vendas menores - o custo de ocupação trimestral da Companhia de volta aos níveis históricos, oferecendo aos lojistas uma recuperação acessível e uma economia no longo prazo.

Longo prazo inalterado - hábitos são temporários, a essência humana é permanente

Como em todas as crises anteriores, vários aspectos do *status quo* são testados, desafiando a capacidade do sistema vigente em se adaptar e evoluir. Nesse sentido, novos hábitos podem ter surgido, levando a um aumento na demanda por produtos relacionados ao *home office*, eletrônicos, serviços médicos e vida saudável, entre outros.

Alavancado por medidas de distanciamento social, o processo de digitalização se expandiu rapidamente e acelerou seu crescimento na maioria dos setores e serviços; uma tendência inevitável que a Multiplan abraça e fomenta. Nesse contexto, a Companhia tem ampliado seus planos de inovação digital, refletindo a integração cada vez maior do varejo físico e digital, e se adaptando às modernas tendências de consumo.

Apesar das adversidades atuais, a Multiplan reitera firmemente sua estratégia de longo prazo com foco no consumidor, baseada em localizações privilegiadas, evolução constante do mix de lojistas e *omnichannel* em constante expansão. Novos hábitos podem levar a novas demandas, mas a essência gregária da natureza humana sempre perseguirá a necessidade de novas experiências - e os shoppings da Multiplan, sendo centros sociais, se destacam por reunir consumidores e proporcionar experiências.



INICIATIVAS DIGITAIS

MULTIPLAN AUMENTA SEU INVESTIMENTO NA DELIVERY CENTER; INVESTIDA FAZ PARCERIAS COM B2W E GOOGLE

O 3T20 marcou o primeiro aniversário do *superapp* Multi da Multiplan - um ano de múltiplas realizações, desenvolvimentos, lançamentos e crescimento acelerado, alavancado pelo aumento da demanda desde o início do ano.

Com o objetivo de fortalecer a atratividade de seus shopping centers por meio da complementaridade e comodidade da experiência digital, a Multiplan e a Delivery Center firmaram duas novas parcerias:

- **B2W:** permitirá que os lojistas dos shoppings da Multiplan incorporem as soluções oferecidas pelos *marketplaces* da B2W, proporcionando aos consumidores novos canais de compra, podendo optar pela retirada em loja ou entrega em domicílio.
- **Google:** permitirá operações de alimentação, localizadas nos shoppings da Multiplan, como restaurantes e praças de alimentação, receberem pedidos diretamente das ferramentas de pesquisa do Google e do Google Maps. A integração dos restaurantes à plataforma do Google, assim como as entregas, serão feitas pela Delivery Center.

Outros destaques do *superapp* Multi e da Delivery Center incluem:

- A Delivery Center já está operando em 16 shoppings da Multiplan;
- O lançamento do recurso de *marketplace* no aplicativo Multi alcançará 16 shoppings antes da Black Friday 2020, permitindo a compra direta de produtos integrados;

- O Multi atingiu a marca de 44 mil produtos disponíveis para compra no aplicativo.

Eventos Recentes

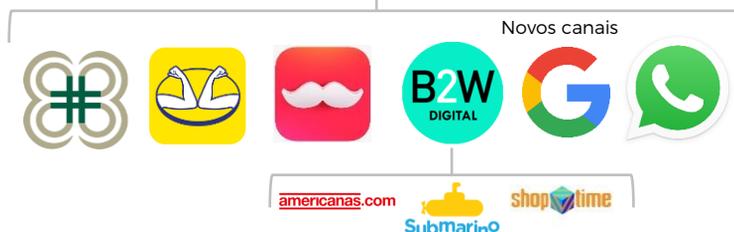
Multiplan aumenta investimento na Delivery Center

A Multiplan anunciou em 5 de outubro de 2020 um novo investimento na Delivery Center totalizando R\$18,6 milhões. O novo investimento, motivado pelo sucesso da estratégia de “*mall as a hub*”, e alavancado pela demanda por esse serviço durante o distanciamento social, permitirá a Delivery Center consolidar sua presença nos centros urbanos já atendidos e acelerar sua expansão para novas cidades, além de aprimorar sua tecnologia de integração de estoques e conexão com *marketplaces*. Após este investimento, a participação da Multiplan na Delivery Center aumentou para 26,5% do capital social da investida.

Multiplan conclui primeiro passo em direção ao *superapp* no WhatsApp

Também em out/20, a Multiplan deu início à versão Beta do *marketplace* dentro do WhatsApp, um projeto piloto construído em parceria com a Delivery Center. Com essa iniciativa, a Multiplan está caminhando para integrar seu *superapp* Multi ao aplicativo de mensagens. O novo canal concentra centenas de estabelecimentos em um único número do WhatsApp (+55 11 4005-1533) e é o primeiro *marketplace* a usar geolocalização nesta plataforma no Brasil.

O novo serviço permite que a interação entre o consumidor final e as marcas aconteça de forma simples e rápida através do WhatsApp. Ao enviar uma mensagem com sua localização, o cliente recebe um cardápio digital de lojas com entrega em até uma hora.



DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS CONSOLIDADOS - GERENCIAL

3T
20

ÍNDICE

RESULTADOS FINANCEIROS

(R\$'000)	3T20	3T19	Var. %	9M20	9M19	Var. %
Receita de locação	150.167	267.026	-43,8%	453.258	783.094	-42,1%
Receita de serviços	14.483	28.630	-49,4%	51.334	86.678	-40,8%
Receita de cessão de direitos	(3.559)	(2.785)	+27,8%	(11.294)	(8.895)	+27,0%
Receita de estacionamento	22.300	54.753	-59,3%	72.856	160.847	-54,7%
Venda de imóveis	814.129	(725)	n.d.	813.000	(1.353)	n.d.
Apropriação de receita de aluguel linear	64.513	11.079	+482,3%	280.224	31.062	+802,1%
Outras receitas	4.017	3.609	+11,3%	7.964	7.832	+1,7%
Receita Bruta	1.066.051	361.588	+194,8%	1.667.342	1.059.265	+57,4%
Tributos sobre receitas	(44.157)	(32.990)	+33,9%	(62.435)	(97.942)	-36,3%
Receita Líquida	1.021.893	328.598	+211,0%	1.604.907	961.323	+66,9%
Despesas de sede	(20.622)	(40.062)	-48,5%	(68.248)	(120.409)	-43,3%
Remuneração baseada em ações	(9.674)	(10.666)	-9,3%	6.134	(43.305)	n.d.
Despesas de propriedades	(32.980)	(35.401)	-6,8%	(106.909)	(106.881)	+0,0%
Despesas de projetos para locação	(2.851)	(2.409)	+18,3%	(8.123)	(10.138)	-19,9%
Despesas de projetos para venda	(23.377)	(2.266)	+931,4%	(26.624)	(4.743)	+461,4%
Custo de imóveis vendidos	(209.848)	751	n.d.	(210.081)	653	n.d.
Resultado de equivalência patrimonial	(3.704)	(503)	+636,0%	(8.519)	(690)	+1.134,7%
Outras receitas (despesas) operacionais	(14.990)	(2.969)	+404,9%	45.770	3.860	+1.085,6%
EBITDA	703.848	235.072	+199,4%	1.228.308	679.670	+80,7%
Receitas financeiras	20.078	18.932	+6,1%	55.384	60.201	-8,0%
Despesas financeiras	(42.617)	(60.997)	-30,1%	(124.842)	(176.899)	-29,4%
Depreciações e amortizações	(58.061)	(57.567)	+0,9%	(175.140)	(165.031)	+6,1%
Lucro Antes do Imposto de Renda	623.248	135.441	+360,2%	983.710	397.943	+147,2%
Imposto de renda e contribuição social	(27.365)	(10.176)	+168,9%	(28.355)	(61.189)	-53,7%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(27.178)	(4.284)	+534,5%	(138.192)	(9.805)	+1.309,4%
Participação dos acionistas minoritários	57	544	-89,5%	150	1.761	-91,5%
Lucro Líquido	568.762	121.525	+368,0%	817.313	328.710	+148,6%

(R\$'000)	3T20	3T19	Var. %	9M20	9M19	Var. %
NOI	204.001	297.457	-31,4%	699.429	868.121	-19,4%
Margem NOI	86,1%	89,4%	-328 p.b.	86,7%	89,0%	-230 p.b.
EBITDA	703.848	235.072	+199,4%	1.228.308	679.670	+80,7%
Margem EBITDA	68,9%	71,5%	-266 p.b.	76,5%	70,7%	+583 p.b.
EBITDA Ajustado¹	713.522	245.738	+190,4%	1.222.174	722.975	+69,0%
Margem EBITDA Ajustado ¹	69,8%	74,8%	-496 p.b.	76,2%	75,2%	+95 p.b.
Lucro Líquido	568.762	121.525	+368,0%	817.313	328.710	+148,6%
Margem líquida	55,7%	37,0%	+1.867 p.b.	50,9%	34,2%	+1.673 p.b.
Lucro Líquido Ajustado¹	578.436	132.191	+337,6%	811.179	372.015	+118,1%
Margem líquida Ajustada ¹	56,6%	40,2%	+1.638 p.b.	50,5%	38,7%	+1.185 p.b.
Fluxo de Caixa Operacional (FFO)	589.489	172.296	+242,1%	850.421	472.483	+80,0%
Margem FFO	57,7%	52,4%	+525 p.b.	53,0%	49,1%	+384 p.b.
Fluxo de Caixa Operacional (FFO) Ajustado¹	599.163	182.962	+227,5%	844.287	515.788	+63,7%
Margem FFO Ajustado ¹	58,6%	55,7%	+295 p.b.	52,6%	53,7%	-105 p.b.

¹ Não considera a remuneração baseada em ações. Mais detalhes sobre a linha de remuneração baseada em ações estão disponíveis na página 24.

INDICADORES OPERACIONAIS

3T
20

ÍNDICE

Calendário de reaberturas e horário de funcionamento (data/ horas em operação)	mai/20	jun/20	jul/20	ago/20	set/20	Média 3T20
BH Shopping					ago 6/ 8h	29,0%
RibeirãoShopping			jun 1/ 4h		ago 8/ 8h	37,7%
BarraShopping			jun 11/ 8h		ago 6/ 12h	92,8%
MorumbiShopping			jun 12/ 4h		ago 22/ 8h	56,3%
ParkShopping			mai 27/ 8h		ago 6/ 8h	80,8%
DiamondMall					ago 6/ 8h	29,0%
New York City Center			jun 11/ 8h		ago 6/ 12h	92,8%
ShoppingAnáliaFranco			jun 12/ 4h		ago 22/ 8h	56,3%
ParkShoppingBarigüi			mai 25/ 8h		ago 18/ 10h	61,6%
Pátio Savassi					ago 6/ 8h	29,0%
ShoppingSantaÚrsula			jun 1/ 4h		ago 8/ 8h	37,7%
BarraShoppingSul			mai 22/ 8h		ago 7/ 8h	30,5%
ShoppingVilaOlímpia			jun 12/ 4h		ago 22/ 8h	56,3%
ParkShoppingSãoCaetano			jun 15/ 4h		ago 22/ 8h	56,3%
JundiaíShopping			jun 3/ 6h		ago 22/ 8h	45,8%
ParkShoppingCampoGrande			jun 11/ 8h		ago 6/ 12h	92,8%
VillageMall			jun 11/ 8h		ago 6/ 12h	92,8%
Parque Shopping Maceió					ago 18/ 7h; set 3/ 9h; set 25/ 12h	35,8%
ParkShopping Canoas		mai 1/ 8h			ago 6/ 8h	58,3%
Média Total	3,6%	21,8%	22,0%	59,9%	73,9%	51,7%

Reabertura

Fechamento

Alteração no horário de funcionamento



Mudança nos dias de operação:

Shoppings em Belo Horizonte: abertura gradual, ficando fechados 11 dias úteis em agosto; em setembro os shoppings fecharam aos sábados até p dia 11, e em todos os domingos;

ParkShoppingBarigüi: fechado aos finais de semana de 15 de julho a 18 de agosto;

BarraShoppingSul: fechado aos finais de semana de 7 de agosto a 2 de setembro, fechado aos domingos de 2 de setembro em diante;

JundiaíShopping: fechado às segundas-feiras de 24 de julho a 6 de agosto;

ParkShopping Canoas: fechado aos domingos de 6 de agosto a 25 de setembro.

VENDAS DOS LOJISTAS

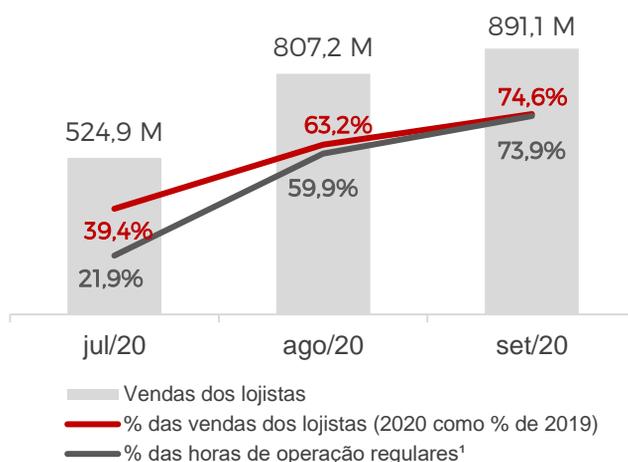
APÓS MELHORIAS GRADUAIS NOS HORÁRIOS DE FUNCIONAMENTO E REABERTURAS, UM SETEMBRO ANIMADOR INDICA O CAMINHO PARA O FUTURO

Na medida em que o horário de funcionamento aumentou e as restrições diminuíram, os shoppings recuperaram o fluxo de visitantes e as vendas ao longo do 3T20. Conforme ilustrado no gráfico ao lado, a melhoria da saúde pública e o consequente aumento de flexibilidade no horário de funcionamento motivaram os consumidores a integrarem os shoppings novamente à sua rotina, gerando maior volume de vendas.

Em jul/20, apesar de operar por 21,9% do tempo regular, as vendas dos lojistas atingiram 39,4% de jul-19. No mês seguinte, ago/20, o horário de funcionamento aumentou para 59,9% do tempo regular, beneficiado pela reabertura dos shoppings de Belo Horizonte e Canoas e pelo funcionamento em horário integral na cidade do Rio de Janeiro. Essas mudanças levaram as vendas dos lojistas a atingirem R\$807,2 milhões, o equivalente a 63,2% das vendas de ago/19. Em set/20, as vendas melhoraram ainda mais, confirmando a tendência observada nos últimos meses: as vendas dos lojistas avançaram e atingiram 74,6% de set/19, enquanto os shoppings abriram por 73,9% do tempo regular.

À medida que os clientes aumentam a participação dos shoppings em sua rotina, não só aumenta o fluxo de carros, conforme destacado no gráfico abaixo,

Horas de funcionamento mensal¹ e evolução das vendas dos lojistas (R\$)

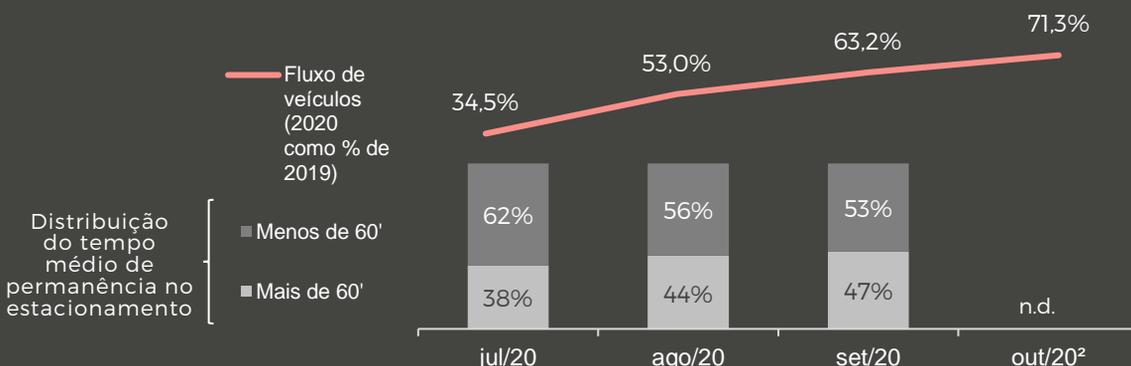


mas também expande o tempo de permanência desses carros nos estacionamentos. Enquanto no 3T19, antes do distanciamento social, 54% dos carros permaneciam por mais de uma hora nos shoppings, esse percentual chegou à apenas 38% em jul/20, e já evoluiu para 47% em set/20.

Vendas nas Mesmas Lojas (SSS)

A métrica Vendas nas Mesmas Lojas, por definição, representa “variações nas vendas informadas de lojas que estavam em operação em ambos os períodos comparados” (Glossário e Siglas, página 48). Devido à suspensão das operações dos shoppings em grande parte do 3T20, a ausência de informações relevantes impossibilita o cálculo desse indicador para o trimestre atual. Esta restrição não afeta as informações de vendas totais dos lojistas, mostradas nas próximas páginas.

Fluxo de veículos (2020 como % de 2019) e tempo médio de permanência



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

² Fluxo de veículos entre os dias 1º e 25/out/20, comparado ao mesmo período do ano anterior. Não inclui o Parque Shopping Maceió.

ÍNDICE

As vendas em set/20 do ParkShoppingCampoGrande e do Parque Shopping Maceió superam 95% do mesmo mês do ano anterior

O ParkShoppingCampoGrande e o Parque Shopping Maceió apresentaram os melhores desempenhos do portfólio da Companhia em set/20, com vendas representando 95,9% e 101,1% dos níveis de set/19, respectivamente. Favorecidos por suas características únicas, essas propriedades atendem a regiões densamente povoadas que, em muitos casos, consideram os shoppings como sua mais importante opção de lazer e compras, podendo ainda terem se beneficiados dos incentivos sociais temporários oferecidos pelo Governo Federal.

Destacamos também que, apesar do elevado nível de horas em funcionamento em set/20 - 100% no ParkShoppingCampoGrande e 83% no Parque Shopping Maceió - algumas operações ainda não alcançaram sua total capacidade, ao terem restrições nas experiências usualmente oferecidas, impactando as vendas e o fluxo de consumidores. É o caso de (i) restaurantes, academias e salões de beleza, que operavam com capacidade reduzida; (ii) lojas de vestuário, com disponibilidade limitada de provedores para clientes; (iii) lojas de maquiagem, sem testagem de produtos; (iv) cinemas, que ainda estão fechados na maioria das cidades; entre outras restrições, bem como teatros e centros de eventos.

Oportunidades surgem em todas as crises: vendas de produtos de luxo no VillageMall aumentaram

As vendas totais dos lojistas no VillageMall foram equivalentes a 78,6% das vendas de set-19, mesmo com importantes lojas âncoras ainda fechadas nesse período. Considerando apenas as lojas que reportaram vendas em set/20, as vendas dos lojistas atingiram praticamente as mesmas vendas do ano anterior (97,2%), um desempenho muito forte que foi impulsionado pelas lojas de artigo de luxo.

Em set/20, as vendas das lojas de artigos de luxo¹ no VillageMall cresceram 9,5% em relação ao mesmo mês de 2019, possivelmente se beneficiando das restrições aplicadas às viagens internacionais, que favoreceram o consumo de artigos de luxo no mercado interno.

¹ Considera apenas as lojas em operação em set/19 e set/20.



INDICADORES OPERACIONAIS

3T
20

ÍNDICE

Vendas dos lojistas (100%)	set/20	set/19	% de horas em operação ¹	Vendas set/20 como % de set/19	3T20	3T19	% de horas em operação ¹	Vendas do 3T20 com % do 3T19
BH Shopping	61,3 M	91,0 M	55,6%	67,4%	110,2 M	296,6 M	29,0%	37,2%
RibeirãoShopping	45,0 M	63,3 M	66,7%	71,1%	84,2 M	206,8 M	37,7%	40,7%
BarraShopping	159,6 M	177,9 M	100,0%	89,7%	452,5 M	564,3 M	92,8%	80,2%
MorumbiShopping	92,0 M	142,1 M	66,7%	64,7%	243,6 M	444,5 M	56,3%	54,8%
ParkShopping	73,0 M	89,2 M	83,3%	81,8%	206,8 M	293,4 M	80,8%	70,5%
DiamondMall	30,9 M	45,5 M	55,6%	67,8%	66,5 M	144,3 M	29,0%	46,1%
New York City Center	7,6 M	14,3 M	100,0%	52,8%	21,6 M	48,1 M	92,8%	44,9%
ShoppingAnáliaFranco	66,5 M	88,1 M	66,7%	75,5%	182,8 M	282,5 M	56,3%	64,7%
ParkShoppingBarigüi	61,1 M	81,5 M	83,3%	75,0%	145,2 M	248,5 M	61,6%	58,4%
Pátio Savassi	22,5 M	37,8 M	55,6%	59,5%	45,1 M	124,6 M	29,0%	36,2%
ShoppingSantaÚrsula	7,0 M	14,3 M	66,7%	48,9%	14,4 M	45,6 M	37,7%	31,5%
BarraShoppingSul	33,6 M	52,5 M	57,5%	64,1%	55,9 M	168,4 M	30,5%	33,2%
ShoppingVilaOlímpia	16,8 M	39,5 M	66,7%	42,5%	41,0 M	123,3 M	56,3%	33,2%
ParkShoppingSãoCaetano	39,3 M	52,0 M	66,7%	75,5%	106,0 M	163,5 M	56,3%	64,8%
JundiaíShopping	29,9 M	42,6 M	66,7%	70,1%	66,3 M	137,8 M	45,8%	48,1%
ParkShoppingCampoGrande	43,3 M	45,2 M	100,0%	95,9%	123,6 M	143,4 M	92,8%	86,2%
VillageMall	36,3 M	46,1 M	100,0%	78,6%	105,4 M	142,0 M	92,8%	74,2%
Parque Shopping Maceió	32,7 M	32,4 M	83,3%	101,1%	80,3 M	103,1 M	58,3%	77,9%
ParkShopping Canoas	32,7 M	38,4 M	70,3%	85,1%	71,7 M	123,5 M	35,8%	58,0%
Total	891,1 M	1.193,8 M	73,9%	74,6%	2.223,1 M	3.804,2 M	51,7%	58,4%

¹ Calculado através da divisão das horas de operação dos shopping centers no 3T20 sobre o período de funcionamento regular.



ParkShoppingBarigüi, 17 de outubro de 2020

CUSTO DE OCUPAÇÃO

MENOR CUSTO DE OCUPAÇÃO PARA UM TERCEIRO TRIMESTRE DESDE O IPO DA COMPANHIA IMPULSIONA A RECUPERAÇÃO DOS LOJISTAS

Com a recuperação gradual das vendas e a redução de encargos condominiais e contribuições para os fundos de promoção, o custo de ocupação dos lojistas atingiu 11,8% no 3T20, a mínima histórica para um terceiro trimestre. A marca representa uma queda de 116 p.b. em relação ao mesmo período do ano anterior e é parte da estratégia da Companhia para apoiar seus lojistas.

Enquanto isso, a recuperação das vendas permitiu um leve retorno da cobrança de aluguel, apesar de ainda permanecer abaixo da média histórica da série.

Abertura trimestral do custo de ocupação



ÍNDICE

TURNOVER (TROCA DE LOJAS) E TAXA DE OCUPAÇÃO

TURNOVER PERTO DE NÍVEIS HISTÓRICOS

A Multiplan registrou um *turnover* de 8.414 m² no 3T20, equivalente a 90 lojas, 1,1% da ABL total administrada¹ e quatro vezes o valor do trimestre anterior, indicando a retomada da atividade comercial nos shoppings após as reaberturas e recuperação do consumo.

Do *turnover* total do trimestre, a maior parcela ocorreu no ShoppingAnáliaFranco (21,4% ou 1.803 m²), devido, principalmente, à locação de uma grande área para uma loja âncora de

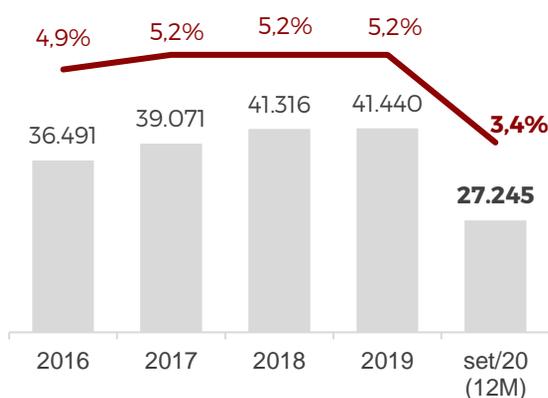
vestuário, seguido pelo BarraShopping (18,8% ou 1.502 m²), que está readequando seu mix e já substituiu 17 lojas, o maior número de lojas substituídas do portfólio.

É importante ressaltar que, alinhada com a visão de longo prazo da Multiplan, a Companhia tem sido seletiva na assinatura de novos contratos com lojistas, a fim de priorizar a receita de locação e a qualidade de seu mix.

No período de 12 meses encerrado em set/20, foram trocados 3,4% da ABL dos shoppings (27.245 m²), totalizando 245 lojas.

O portfólio de shopping centers da Multiplan apresentou uma taxa de ocupação média de 95,3% no trimestre, 105 p.b. abaixo do 2T20.

Troca de mix em ABL (m²) e em % do ABL total¹ (%)



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

MIX COMO PARTE DA VIDA DAS PESSOAS

I. Templos de Consumo: um conceito desatualizado e incorreto para descrever os ativos da Multiplan

Desde sua fundação, a Multiplan tem aproveitado suas localizações privilegiadas, nos vetores de crescimento de cada cidade, integrando seus shoppings à vida dos clientes do entorno. Esta integração não se limitou ao consumo, o que não só se refletiu na sua arquitetura única ao combinar seus ativos com a natureza, praças ao ar livre, parques e áreas de lazer, mas também em um mix muito mais diversificado do que de um "shopping tradicional". Essa diversificação de mix, serviços e produtos pode ser observada dentro de cada segmento, atividade e até loja.

II. Vestuário: mais moda, mais diversificação, mais regional, menos *commodities*

A Companhia entende que cada loja deve gerar experiências únicas e exclusivas. Analisando os diferentes segmentos, vestuário, que em muitos shoppings ao redor do mundo ocupa a maior parcela da ABL (em torno de 57%¹ nos EUA, por exemplo), atualmente, nos shoppings da Multiplan, representa aproximadamente um terço da ABL. Analisando o segmento, o vestuário feminino tem dado espaço a um mix mais amplo de clientes e atividades, ao ter lojas dedicadas a homens, crianças, *plus size*, atividades esportivas, moda praia e outras necessidades específicas.

Da mesma forma, em média, cada loja de vestuário está em menos de 3 shoppings (2,87 ou 16% do portfólio),

¹ Fonte: ICSC -International Council of Shopping Centers (2017).

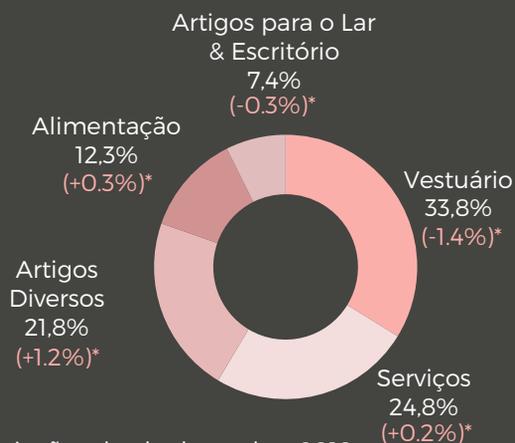
trazendo a cada shopping uma experiência regional única. No entanto, 81,8% da ABL da Multiplan é ocupada por lojistas que possuem pelo menos duas lojas no portfólio.

Enxergamos também uma clara estratégia dos lojistas de reforçar o uso de suas lojas como ponto de interação com os clientes, que, além da compra em si, podem ter atendimento personalizado, uma logística reversa facilitada, um centro de distribuição, um local para vivenciar novas tendências, eventos e comemorações ou uma exposição à marca. Os serviços de valor agregado estão se tornando mais relevantes na seleção de espaços. Dessa forma, até mesmo os lojistas focados em comércio eletrônico estão buscando cada vez mais a abertura de lojas físicas em shoppings.

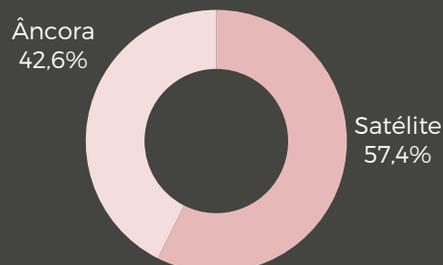
III. Restaurantes e praças de alimentação: alta demanda e altos retornos

A diversificação do mix também pode ser observada em outros segmentos, como alimentação, que hoje conta com uma variedade de cozinhas internacionais e opções de restaurantes de alto padrão. Conveniências como estacionamento e ambientes casuais e climatizados a caminho de uma mesa nos lotados restaurantes, aguçam a preferência de clientes por refeições em shoppings. Essa demanda também leva cada vez mais as operações de restaurantes a buscarem espaços nos shoppings da Multiplan, resultando no segmento com maior aluguel por m² do portfólio. Além disso, atualmente, os restaurantes tornaram-se uma das principais alternativas de entretenimento - uma experiência muito distinta dos pedidos para entrega, permitindo confraternizações familiares e sociais.

Distribuição da ABL por segmento - set/20



Distribuição da ABL por tipo de loja - set/20



* Variações desde dezembro 2018

IV. Artigos para o Lar & Escritório: um possível retorno?

Embora as lojas de artigos para o lar & escritório tenham evoluído nos últimos anos para locais de exposição e teste de produtos, as atuais mudanças de hábito levaram a um aumento nas vendas do setor. À medida que mais pessoas estão em *home office*, os consumidores estão atualizando suas casas, fazendo mais reformas e projetos do tipo “faça você mesmo”, levando a um aumento da demanda para este segmento.

Da mesma forma, o recente aquecimento do mercado imobiliário também beneficiou o aumento de vendas das lojas de artigos para o lar & escritório.

V. Artigos Diversos: Conveniência ao dispor

A localização conveniente dos shoppings da Multiplan os torna a escolha natural para os consumidores solucionarem as mais diversas pendências. O segmento de artigos diversos, como o nome indica, possui um variedade muito grande de atividades, incluindo mercados, artigos esportivos, eletrônicos, joalherias, livrarias, brinquedos e muitas outras.

Os clientes vêm aos shoppings para visitar essas lojas e em seguida aproveitar os demais segmentos ou visitam o shopping por outros motivos e descobrem as opções do segmento de artigos diversos. Ambas as experiências são muito comuns, aumentando a ABL do segmento de artigos diversos nos últimos anos.

VI. Serviços: Uma parte importante e prazerosa da vida

Os cinemas eram “O” principal lazer dos shoppings, mas muito mais opções foram adicionadas nos últimos anos. O segmento de serviços conta com muitas lojas âncoras de lazer, mas a variedade se expandiu incluindo academias, teatros, boliche, parques de diversão e outros.

Enquanto a participação da ABL focada em lojas âncoras de serviços não aumentou, as lojas satélites foram o principal impulsionador do crescimento de ABL e receita do segmento de serviços. No 3T20 o segmento de serviços detinha a segunda maior participação de ABL e a maior quantidade de atividades.

As atividades incluem centros médicos, spas, *pet shops*, *coworking*, empresas de telefonia, serviços públicos, farmácias e muitas outras atividades de conve-

niência e lazer. Os serviços ajudam as pessoas a manterem o hábito de ir aos shoppings e o prazer de frequentá-los.

VII. O shopping do futuro

A Multiplan está constantemente adaptando seus shoppings ao que considera ser o shopping do futuro. Essas propriedades não são apenas parte da vida das pessoas, mas na verdade uma parcela da melhor parte de suas vidas. O shopping deve oferecer atrações, ambientes e conveniências únicas, além de ser um local que atenda à essência humana de ser gregário e compartilhar experiências.

No mercado imobiliário “a localização é o Deus e o mix é o Rei”, a Multiplan sempre seguiu esse lema. Enquanto a localização de um shopping não pode ser alterada, o mix deve sempre ser adaptado. Novos hábitos e tendências devem e irão remodelar os shoppings. A Multiplan sempre adaptou seu mix, mas sempre manteve um foco sustentável: “Nosso negócio é levar prazer às pessoas”.



RECEITA BRUTA

MAIOR RECEITA BRUTA TRIMESTRAL NA HISTÓRIA DA COMPANHIA

A receita bruta atingiu o volume recorde de R\$1.066,1 milhões no 3T20, um aumento de 194,8% em comparação ao 3T19, impulsionada pela venda da Diamond Tower, em julho de 2020, por R\$810,0 milhões.

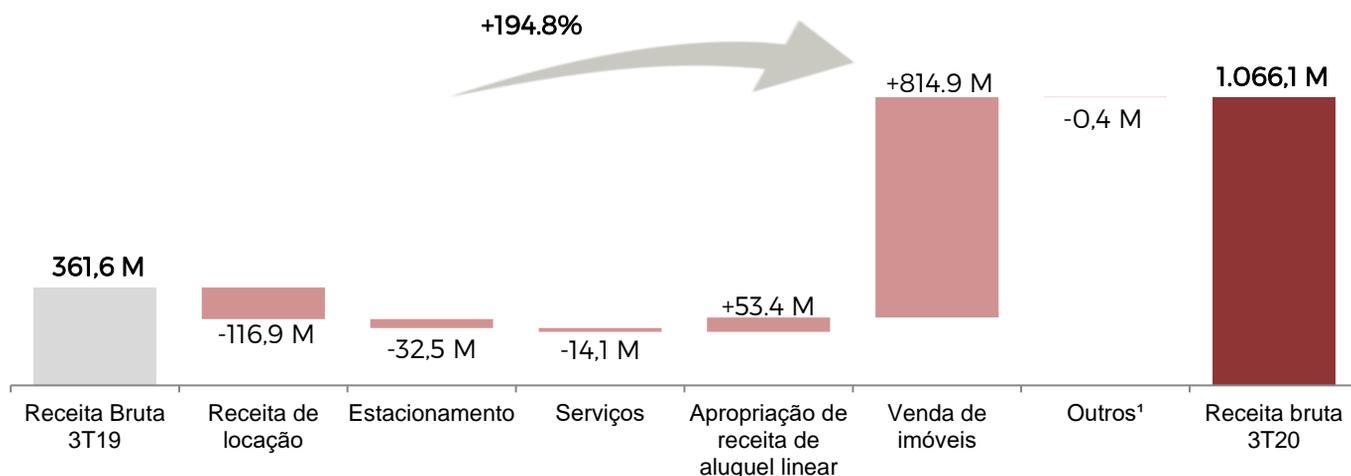
As operações da Companhia continuaram a se recuperar gradualmente, apesar de ainda serem impactadas pelas suspensões temporárias e restrições vigentes ao longo do trimestre, com o

consequente efeito nas receitas de estacionamento e nas condições locatícias oferecidas para apoiar os lojistas.

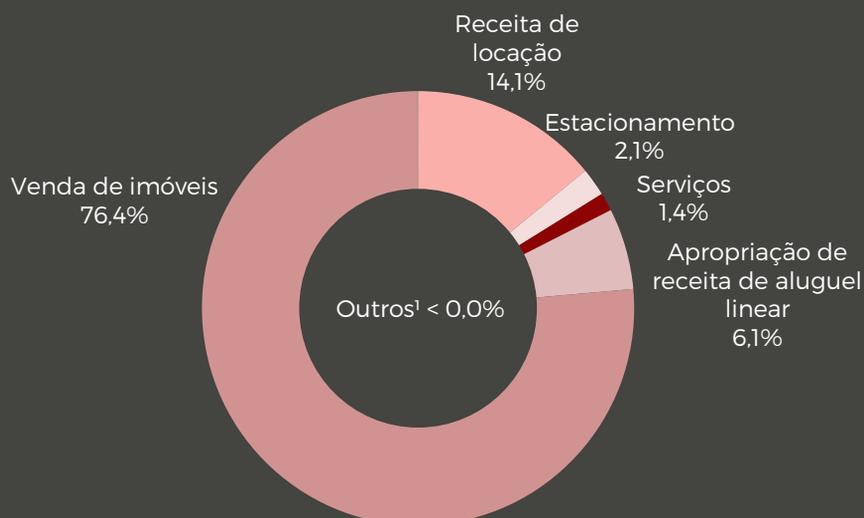
Nos primeiros nove meses de 2020, a receita bruta alcançou R\$1.667,3 milhões, 57,4% acima do mesmo período do ano anterior.

Mais detalhes sobre as linhas de receitas estão disponíveis nos próximos tópicos.

Evolução da receita bruta (R\$) - 3T20



Detalhamento da receita bruta (R\$) - 3T20



¹ "Outros" inclui cessão de direitos e outras receitas.

RESULTADOS DA PARTICIPAÇÃO EM PROPRIEDADES

3T
20

ÍNDICE

VENDA DE IMÓVEIS

VENDA DE UMA ÚNICA TORRE GERA RECEITA RECORDE

Como parte da estratégia de longo prazo da Multiplan de desenvolver projetos multiuso, no 3T20, a Companhia vendeu a Diamond Tower, torre localizada no complexo Morumbi Corporate. Sendo assim, a receita com venda de imóveis alcançou R\$814,1 milhões no 3T20, o maior valor na história da Companhia. Embora a Companhia constantemente desenvolva e comercialize imóveis, a venda da Diamond Tower foi a maior em um único trimestre.

A Diamond Tower é uma das duas torres do complexo de escritórios Morumbi Corporate, que está conectado por uma passarela ao MorumbiShopping e faz parte de um projeto multiuso num vetor de crescimento da cidade de São Paulo. Embora a Companhia não tenha vendido shoppings desde sua abertura de capital, a venda de torres de escritórios, corporativas e residenciais tem sido um negócio recorrente, dado o alto retorno obtido com o desenvolvimento das regiões onde os shoppings estão localizados, oferecendo todas as conveniências e experiências aos empreendimentos em seus entornos.

Nesse sentido, a Diamond Tower, vendida por R\$810,0 milhões e desenvolvida por R\$266,8 milhões, alcançou uma margem bruta histórica de 67,1%. Esse custo não considera que, desde sua inauguração, em 2013, foram recebidos R\$269,7 milhões em receitas de locação – volume maior do que o custo total de construção. Considerando o complemento da renda mínima garantida mensal¹ de R\$22,0 milhões e o custo depreciado desde a sua inauguração em 2013, a venda resultou em uma margem bruta de 71,5% no 3T20.

Consulta formal a SRF para confirmar parecer jurídico

A Companhia provisionou R\$29,6 milhões em PIS/Cofins e R\$24,9 milhões em imposto de renda e contribuição social. O entendimento da Companhia foi respaldado pelo parecer dos advogados externos e nas normas fiscais vigentes.

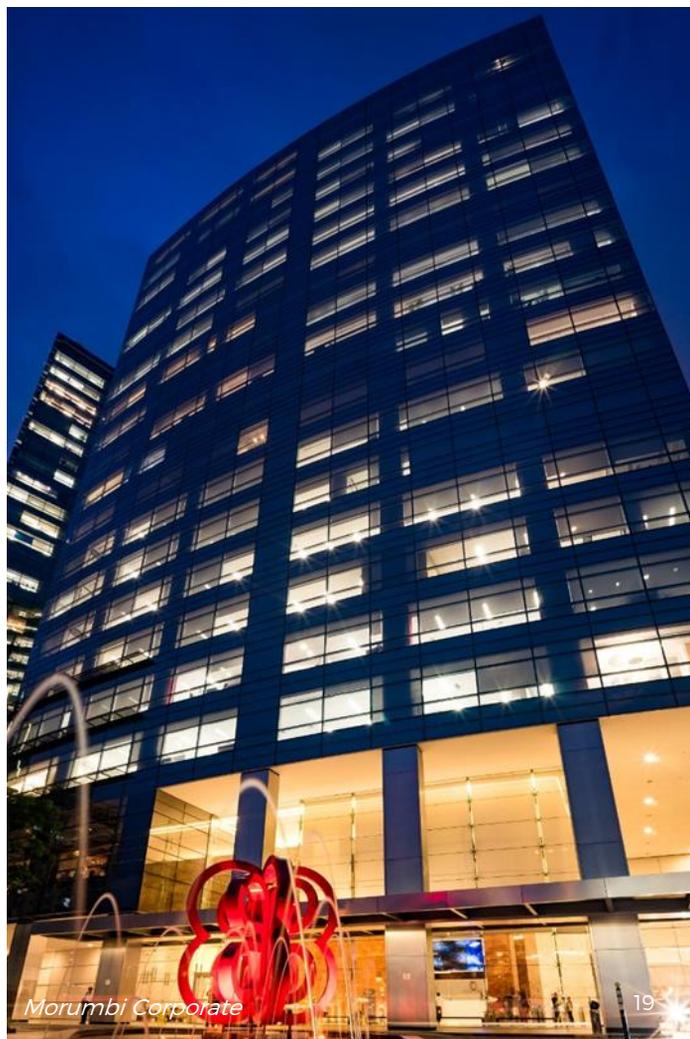
Com objetivo de confirmar tal procedimento fiscal, a Companhia efetuou uma consulta formal perante a Secretaria da Receita Federal Brasileira requerendo que o

órgão manifeste seu entendimento quanto ao adequado tratamento tributário da operação de venda da Diamond Tower. Aguarda-se posicionamento da Receita Federal Brasileira acerca da consulta.

Alterações das normas fiscais, bem como decisões judiciais, que sustentem uma modificação no parecer dos advogados externos, podem levar no futuro a uma provisão tributária adicional de R\$149,9 milhões no resultado.

Resultados records e banco de terrenos para desenvolvimentos futuro

A venda contribuiu com R\$547,1 milhões para o EBITDA e com R\$519,8 milhões para o Lucro Líquido, reforçando a criação de valor resultante da estratégia multiuso, boas localizações, visão de longo prazo e foco na qualidade. A Companhia acredita que seu banco de terrenos (ver página 31) será um fator chave na criação de valor para seus acionistas, oferecendo a oportunidade de desenvolver cerca de 1 milhão de m² no entorno de seus shoppings.



1. A operação possui um compromisso de renda mínima garantida mensal no montante de R\$4,9 milhões durante os 24 meses seguintes a data de aquisição, ficando o complemento por parte da Companhia limitado ao montante de R\$22,0 milhões.

RESULTADOS DA PARTICIPAÇÃO EM PROPRIEDADES

3T
20

ÍNDICE

RECEITA DE LOCAÇÃO

RECEITA DE LOCAÇÃO DOS SHOPPINGS SE RECUPERA GRADUALMENTE E MAIS DO QUE TRIPLICA SOBRE TRIMESTRE ANTERIOR

A receita de locação de shoppings no 3T20 alcançou R\$134,9 milhões, mais de três vezes o valor do trimestre anterior (R\$42,9 milhões no 2T20). O aumento trimestral está relacionado à reabertura total do portfólio da Companhia, bem como com a melhoria gradual no desempenho operacional, uma vez que as restrições foram parcialmente flexibilizadas ao longo do 3T20.

Os shoppings da Multiplan funcionaram durante 51,7%¹ do horário regular de operação no 3T20, com a receita de locação representando 55,5% dos níveis do 3T19. A receita de locação total (soma de

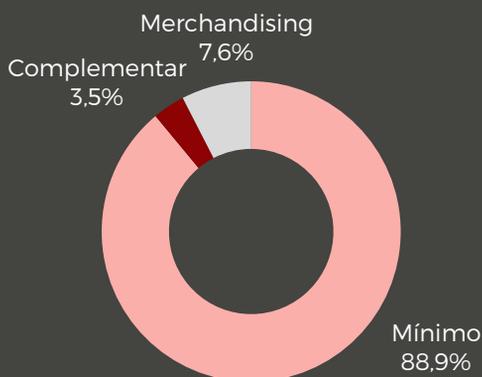
shoppings e torres comerciais) foi de R\$150,2 milhões no 3T20, equivalente a 56,2% do 3T19, devido, principalmente, às condições de aluguel oferecidas aos lojistas após a suspensão temporária das operações de varejo no Brasil e restrições operacionais vigentes. A venda da Diamond Tower, em julho de 2020, também reduziu a receita de locação de torres comerciais, conforme esperado.

A redução da receita de locação no 3T20 foi parcialmente compensada: (i) pelo efeito do reajuste do IGP-DI de 6,2% no trimestre; e (ii) pela aquisição de 20% do ParkShopping Corporate em fev/20, que – em conjunto com os 115 p.b. de aumento na taxa de ocupação – levou ao aumento da receita de locação da torre em 58,0%.

Nos 9M20, a receita de locação diminuiu 42,1% e atingiu R\$453,3 milhões.

1. Calculado através da divisão das horas de operação dos shopping centers no 3T20 sobre o período de funcionamento regular.

Detalhamento da receita de locação - 3T20



Evolução da receita de locação (R\$)

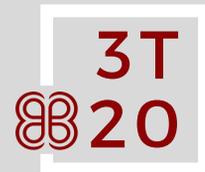


EFEITO DA LINEARIDADE

Desde o mês de março de 2020, em função da pandemia de Covid-19, que trouxe impactos diretos nas operações da Companhia, a Administração introduziu uma modificação em sua relação com os lojistas, permitindo que os mesmos, fizessem tais pagamentos com uma redução pontual do valor do aluguel, além de uma redução dos valores devidos à título de encargos e fundo de promoção.

Essas reduções foram aplicáveis para os meses de março a setembro de 2020, e não serão compensadas em parcelas remanescentes dos contratos de arrendamento. Dessa forma, essa condição foi tratada como uma modificação do fluxo do contrato de arrendamento e, portanto, a Companhia revisou a linearização de seus aluguéis mínimos de acordo com o prazo remanescente de cada contrato, como previsto pelo CPC 06(R2) / IFRS 16.

RESULTADOS DA PARTICIPAÇÃO EM PROPRIEDADES



ÍNDICE

Receita de Locação (R\$)	Abertura	% de horas em operação ⁴	3T20	3T19	Var.%	9M20	9M19	Var.%
BH Shopping	1979	29,0%	11,2 M	27,7 M	-59,6%	36,9 M	76,5 M	-51,8%
RibeirãoShopping	1981	37,7%	3,8 M	13,6 M	-71,9%	16,7 M	39,8 M	-57,9%
BarraShopping	1981	92,8%	28,7 M	37,6 M	-23,7%	68,4 M	110,7 M	-38,2%
MorumbiShopping	1982	56,3%	20,4 M	35,6 M	-42,7%	54,2 M	102,7 M	-47,3%
ParkShopping	1983	80,8%	12,5 M	14,8 M	-15,5%	31,8 M	42,7 M	-25,7%
DiamondMall	1996	29,0%	5,0 M	11,9 M	-58,2%	17,5 M	35,8 M	-51,0%
New York City Center	1999	92,8%	1,1 M	2,3 M	-50,1%	3,9 M	6,7 M	-41,5%
Shopping Anália Franco	1999	56,3%	4,7 M	7,6 M	-38,7%	12,2 M	22,7 M	-46,5%
ParkShoppingBarigüi	2003	61,6%	8,6 M	16,5 M	-47,9%	27,6 M	47,2 M	-41,6%
Pátio Savassi	2007 ¹	29,0%	4,2 M	9,4 M	-55,4%	13,5 M	27,0 M	-50,0%
Shopping Santa Úrsula	2008 ²	37,7%	0,6 M	1,1 M	-47,8%	3,4 M	3,9 M	-13,4%
BarraShoppingSul	2008	30,5%	4,6 M	13,4 M	-65,9%	19,4 M	39,5 M	-51,0%
Shopping Vila Olímpia	2009	56,3%	1,7 M	5,8 M	-71,4%	7,4 M	17,4 M	-57,3%
ParkShoppingSãoCaetano	2011	56,3%	7,0 M	12,1 M	-42,0%	18,9 M	35,9 M	-47,4%
JundiaíShopping	2012	45,8%	4,2 M	8,6 M	-50,6%	12,9 M	25,0 M	-48,6%
ParkShoppingCampoGrande	2012	92,8%	6,7 M	9,1 M	-26,3%	17,0 M	27,5 M	-38,3%
VillageMall	2012	92,8%	5,7 M	7,1 M	-19,8%	13,5 M	22,3 M	-39,4%
Parque Shopping Maceió	2013	58,3%	2,4 M	4,1 M	-41,6%	6,4 M	12,0 M	-47,2%
ParkShopping Canoas	2017	35,8%	1,9 M	4,5 M	-59,2%	8,3 M	14,4 M	-42,8%
Subtotal Shopping Centers		51,7%	134,9 M	242,8 M	-44,5%	389,7 M	710,0 M	-45,1%
Diamond Tower ³	2013		3,0 M	11,7 M	-74,1%	26,8 M	35,2 M	-23,9%
Golden Tower	2013		10,9 M	11,7 M	-6,6%	32,8 M	35,6 M	-7,8%
ParkShopping Corporate	2014		1,4 M	0,9 M	+58,0%	4,0 M	2,4 M	+69,1%
Subtotal Torres Corporativas			15,3 M	24,2 M	-36,8%	63,5 M	73,1 M	-13,1%
Total do Portfólio			150,2 M	267,0 M	-43,8%	453,3 M	783,1 M	-42,1%

¹ Pátio Savassi iniciou suas operações em 2004 e foi adquirido pela Multiplan em junho de 2007. ² ShoppingSantaÚrsula iniciou suas operações em 1999 e foi adquirido pela Multiplan em abril de 2008. ³ Diamond Tower foi vendida em julho de 2020. ⁴ Calculado através da divisão das horas de operação dos shopping centers no 3T20 sobre o período de funcionamento regular.

Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR)

A métrica de Aluguel nas Mesmas Lojas, por definição, representa “variação de aluguel faturado das lojas em operação nos dois períodos de comparados” (Glossário, página 48). Devido à suspensão das operações de shopping centers na maior parte do 3T20, a comparação desigual das condições impossibilita o cálculo desse indicador para o trimestre atual. Deve se observar que isso não afeta as informações de receita de locação, mostradas anteriormente nesta sessão.



RESULTADOS DA PARTICIPAÇÃO EM PROPRIEDADES

3T
20

ÍNDICE

RECEITA DE ESTACIONAMENTO

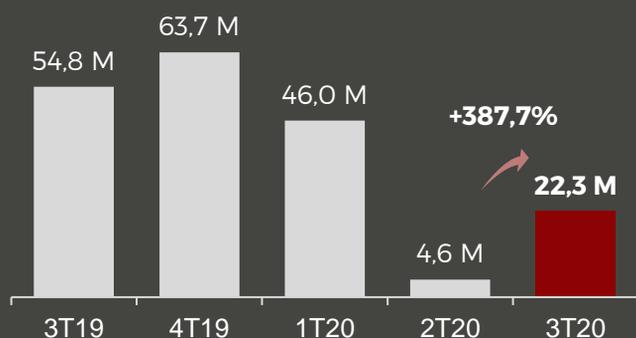
CONTÍNUA RECUPERAÇÃO NO FLUXO DE VEÍCULOS E AUMENTO DE QUASE CINCO VEZES DA RECEITA DE ESTACIONAMENTO SOBRE O 2T20

A receita de estacionamento totalizou R\$22,3 milhões no 3T20, quase cinco vezes o valor registrado no trimestre anterior, acompanhando a recuperação mensal do fluxo de veículos.

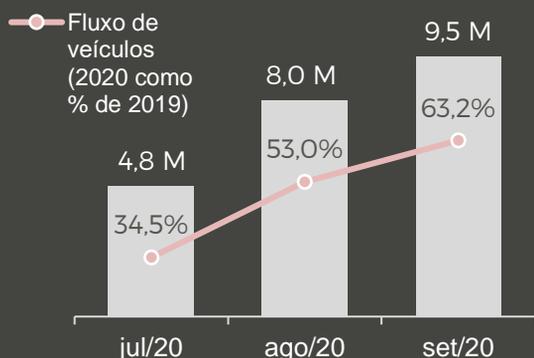
Na comparação com o mesmo período do ano anterior, o número representa uma redução de 59,3%, ainda substancialmente impactado pelas suspensões temporárias dos shoppings e restrições de reabertura, bem como pela menor permanência dos clientes.

Nos 9M20, a receita de estacionamento foi de R\$72,9 milhões, 54,7% menor na comparação com o mesmo período do ano anterior.

Evolução da receita de estacionamento (R\$)



Receita de estacionamento (R\$) e evolução no fluxo de veículos (%)



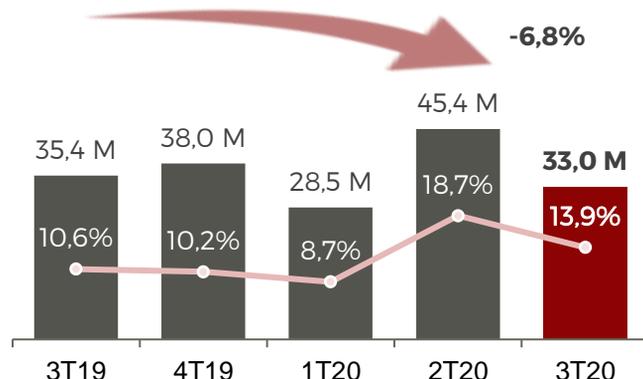
DESPESAS DE PROPRIEDADES, TAXA DE INADIMPLÊNCIA E PERDA DE ALUGUEL

EFICIENTE CONTROLE DE CUSTOS REDUZ DESPESAS DE PROPRIEDADE

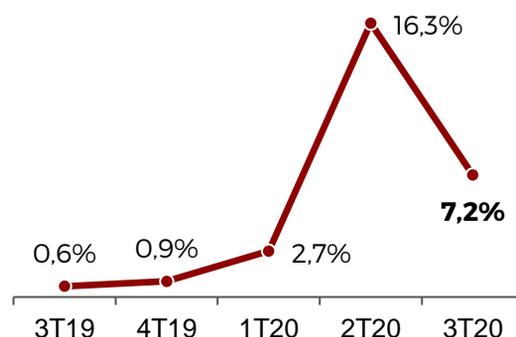
As despesas de propriedades (a soma das despesas de shopping centers e de torre corporativas) atingiram R\$33,0 milhões no 3T20, queda de 6,8% em relação ao 3T19, resultado de eficientes medidas de controle de custos implementadas nos últimos meses, reduzindo as despesas com lojas vagas.

Apesar do aumento do aluguel faturado, a inadimplência líquida atingiu 7,2% do aluguel total no 3T20; número ainda acima dos níveis históricos, mas bem abaixo da marca de 16,3% registrada no trimestre anterior. A perda de aluguel - baseada na baixa da inadimplência de lojistas - diminuiu ainda mais para 0,3%, 101 p.b. menor quando comparada ao 3T19.

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



Taxa de inadimplência líquida



RESULTADOS DA PARTICIPAÇÃO EM PROPRIEDADES

3T
20

ÍNDICE

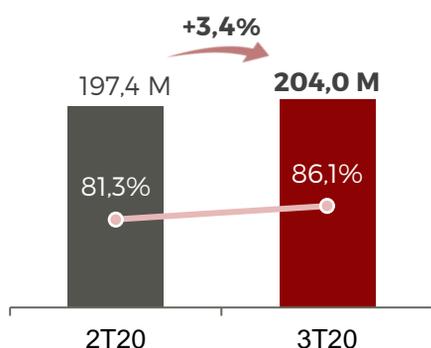
RESULTADO OPERACIONAL LÍQUIDO - NOI

MARGEM NOI CRESCE 479 P.B. SOBRE O TRIMESTRE ANTERIOR

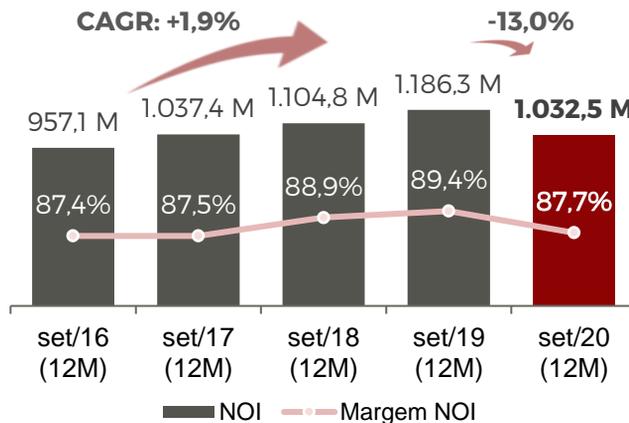
O Resultado Operacional Líquido (NOI) foi de R\$204,0 milhões no 3T20, um aumento de 3,4% em relação ao trimestre anterior, mas uma queda de 31,4% em relação ao 3T19, reflexo da redução da receita operacional no período. A margem NOI foi de 86,1%, um aumento de 479 p.b. em relação ao 2T20, uma vez que as despesas com propriedades diminuíram em relação ao trimestre anterior.

Nos 9M20, o NOI apresentou queda de 19,4% em relação ao mesmo período do ano anterior, totalizando R\$699,4 milhões, com margem de 86,7%.

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



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



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

NOI (R\$)	3T20	3T19	Var.%	9M20	9M19	Var.%
Receita de locação	150,2 M	267,0 M	-43,8%	453,3 M	783,1 M	-42,1%
Apropriação de receita de aluguel linear	64,5 M	11,1 M	+482,3%	280,2 M	31,1 M	+802,1%
Receita de estacionamento	22,3 M	54,8 M	-59,3%	72,9 M	160,8 M	-54,7%
Receita operacional	237,0 M	332,9 M	-28,8%	806,3 M	975,0 M	-17,3%
Despesas de propriedades	(33,0 M)	(35,4 M)	-6,8%	(106,9 M)	(106,9 M)	+0,0%
NOI	204,0 M	297,5 M	-31,4%	699,4 M	868,1 M	-19,4%
Margem NOI	86,1%	89,4%	-328 p.b.	86,7%	89,0%	-230 p.b.

RESULTADOS DA GESTÃO DE PORTFÓLIO

3T
20

ÍNDICE

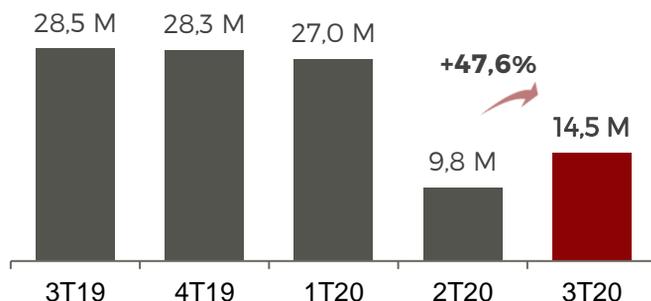
RECEITA DE SERVIÇOS

RECEITA DE SERVIÇOS AUMENTA 47,6% NA COMPARAÇÃO COM O 2T20

A receita de serviços totalizou R\$14,5 milhões no 3T20, um aumento de 47,6% em relação ao 2T20, mas 49,4% abaixo do 3T19, principalmente em função das menores despesas de condomínio e fundo de promoção, além do menor *turnover*.

Nos 9M20, a receita de serviços atingiu R\$51,3 milhões, 40,8% abaixo do mesmo período do ano anterior.

Receita de serviços (R\$)



DESPESAS GERAIS & ADMINISTRATIVAS

MENORES DESPESAS DE SEDE EXPANDEM MARGENS DA COMPANHIA

As despesas gerais e administrativas da Multiplan contabilizaram R\$20,6 milhões no 3T20, 48,5% abaixo do 3T19. A redução reflete as medidas de contingência implementadas para preservar o capital de curto prazo da Companhia e aumentar a eficiência no futuro próximo. As iniciativas de redução de custos incluem redução salarial temporária (sancionada pela Lei 14.020 / 2020), ajustes da estrutura corporativa, além de redução de despesas com serviços, marketing e viagens.

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

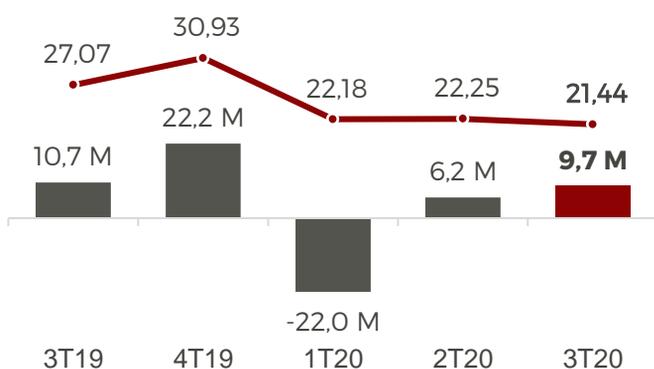


REMUNERAÇÃO BASEADA EM AÇÕES

EXERCÍCIO DO PLANO DE AÇÕES RESTRITAS IMPACTA A CONTA DE REMUNERAÇÃO BASEADA EM AÇÕES

A remuneração baseada em ações contabilizou R\$9,7 milhões no 3T20, principalmente pelo reconhecimento linear das despesas com os planos de ações restritas e seu exercício parcial. Esse valor representa uma redução de 9,3% em relação aos R\$10,7 milhões provisionados no 3T19.

Evolução da remuneração baseada em ações e do preço da ação (R\$) ¹



¹ Valor 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*.

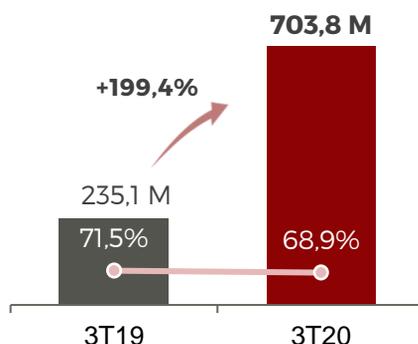
EBITDA

EBITDA RECORDE BENEFICIADO PELA VENDA DA DIAMOND TOWER

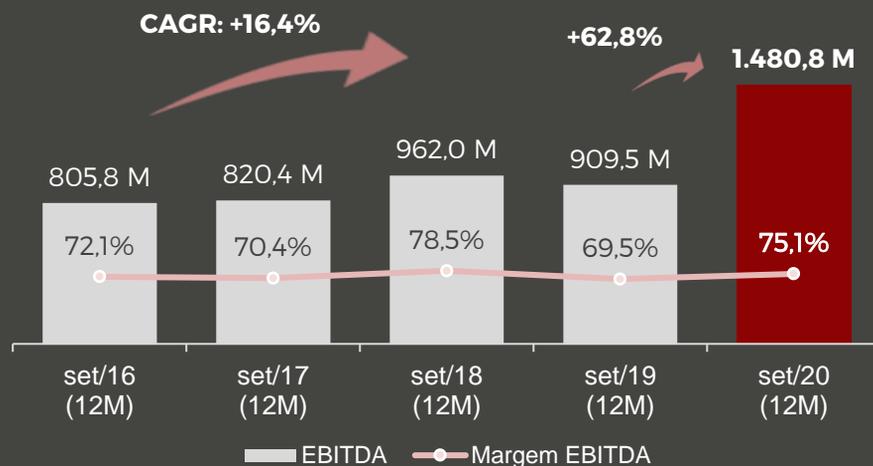
O EBITDA foi de R\$703,8 milhões no 3T20 - o maior da história da Companhia - com margem de 68,9%. O valor representa quase três vezes o EBITDA do mesmo período do ano anterior, beneficiado pela venda da Diamond Tower em julho de 2020, que também reduziu a margem do trimestre.

Considerando os últimos 12 meses encerrados em setembro de 2020, o EBITDA somou R\$1.480,8 milhões, registrando aumento de 62,8% em relação ao mesmo período do ano anterior. O EBITDA registrou um crescimento anual (CAGR) de 16,4% nos últimos cinco anos.

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



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



ENDIVIDAMENTO E DISPONIBILIDADES

FORTE POSIÇÃO DE CAIXA E GESTÃO DOS PASSIVOS LEVAM A UMA DÍVIDA LÍQUIDA/EBITDA DE 1,33x

No final de set/20, a posição de caixa da Multiplan era de R\$1.836,4 M, 66,9% superior ao final de jun/20, impactada positivamente pelos recursos de duas emissões de debentures liquidadas em jul/20 (R\$400,0 milhões) e pela venda da Diamond Tower (R\$810,0 milhões).

Uma parcela desses recursos foi destinada a apoiar a gestão de passivos da Companhia durante o 3T20, incluindo o pré-pagamento de dívidas e refinanciamento de contratos vinculados à TR. Além disso, a Multiplan retomou seu programa de recompra de ações, adquirindo quase 2 milhões de ações durante o 3T20.

A dívida bruta ficou praticamente estável em R\$3.810,5 milhões (-0,8% em relação ao trimestre anterior). Já a dívida líquida apresentou redução de 27,9%, levando a relação dívida líquida/EBITDA para 1,33x, saindo de 2,71x no final de jun/20 e de 2,40x em set/19. O menor *covenant* de dívida líquida/EBITDA da Companhia está em 4,00x.

Evolução da dívida líquida/EBITDA



Despesa financeira líquida e índice de cobertura (12M)



Indicadores Financeiros (R\$)	30/09/2020	30/06/2020	Var. %
Dívida Bruta	3.810,5 M	3.839,6 M	-0,8%
Posição de Caixa	1.836,4 M	1.100,1 M	+66,9%
Dívida Líquida	1.974,0 M	2.739,5 M	-27,9%
EBITDA 12M	1.480,8 M	1.012,0 M	+46,3%
Valor justo das propriedades para investimentos	19.619,9 M	20.834,6 M	-5,8%
Dívida Líquida/EBITDA	1,33x	2,71x	-50,8%
Dívida Bruta/EBITDA	2,57x	3,79x	-32,2%
EBITDA/Despesa Financeira Líquida	14,65x	8,39x	+74,6%
Dívida Líquida/Valor Justo	10,1%	13,1%	-309 p.b.
Dívida Total/Patrimônio Líquido	0,61x	0,65x	-6,7%
Dívida Líquida/Valor de Mercado	16,9%	22,2%	-533 p.b.
Prazo Médio de Amortização (meses)	40	43	-5,2%

ENDIVIDAMENTO E DISPONIBILIDADES

Novas emissão de debêntures, refinanciamentos e pré-pagamentos de dívidas fortalecem estrutura de capital

Gestão de passivos gera economia de R\$23,6 milhões a Valor Presente Líquido (VPL)

Como parte da estratégia de gestão de passivos da Companhia, durante o 3T20 a Multiplan refinanciou um contrato atrelado à TR e pré-pagou quatro dívidas no valor total de R\$388,4 milhões. O pré-pagamento resultou na liquidação de dois contratos atrelados à TR e no pagamento parcial de dois outros contratos, sendo um referente à venda da Diamond Tower no Morumbi Corporate.

A nova estrutura de capital permitiu à Companhia reduzir em 127 pontos base o custo total de todas as dívidas atreladas à TR, de 6,75% a.a. no 2T20 para 5,48% a.a. no 3T20.

R\$ 400,0 milhões captados em duas emissões de debentures

Em jul/20, a Multiplan liquidou a 8ª e a 9ª emissões de debêntures, no valor de R\$400,0 milhões (R\$200,0 milhões cada) a um custo de CDI + 3,0% a.a., com prazos de cinco e seis anos, fortalecendo a posição de caixa e a estrutura de capital da Companhia, além de apoiar pagamentos futuros de despesas gerais e das dívidas de curto e longo prazos.

Multiplan conclui a venda da Diamond Tower, em São Paulo

Em 24 de julho de 2020, a Multiplan concluiu a venda da Diamond Tower, uma das duas torres do complexo de escritórios Morumbi Corporate, em São Paulo. A propriedade de 36.918 m² de Área Bruta Locável (ABL) foi vendida por R\$810 milhões, equivalente a R\$21.941/m², que foram integralmente recebidos na mesma data. Mais detalhes na página 19.

Cronograma de amortização da dívida bruta em 30 de setembro de 2020



Desembolsos de caixa esperados para o 4T20

Considerando apenas o atual cronograma de amortização da dívida e o pagamento de juros sobre capital próprio em 23 de outubro de 2020, a Companhia deverá ter um desembolso de caixa de R\$597,0 milhões no 4T20. O cronograma de amortização de dívida no 4T20 inclui R\$424,1 milhões em empréstimos e financiamentos e R\$24,5 milhões em obrigações por aquisição de bens, principalmente relacionadas ao DiamondMall. O pagamento de juros sobre capital próprio de R\$148,4 milhões foi concluído em outubro de 2020, tendo sido provisionados R\$69,7 milhões em set/19 e R\$78,6 milhões em dez/19.

Custo médio da dívida permanece o menor da história da Companhia: 3,13%

A maior exposição da Companhia a dívidas atreladas à taxas de juros flutuantes (CDI), aliada à recente queda da taxa básica de juros do Brasil (Selic) e à renegociação de contratos de financiamento nos trimestres recentes, levou a um custo da dívida de 3,13% a.a. no final de set/20, uma redução de 40 p.b. quando comparada com 3,53% a.a. no final de jun/20, enquanto a Selic caiu 25 p.b. no mesmo período. A diferença entre o custo médio de dívida da Multiplan e a Selic foi de 113 p.b. no 3T20.

Todo o endividamento da Multiplan é em moeda local.

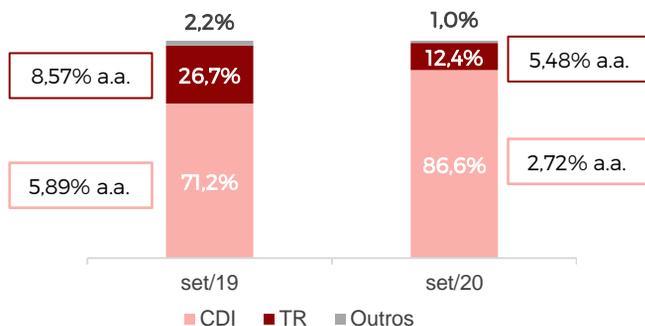
Indexadores do endividamento set/20

	Desempenho do indexador	Taxa de juros média ¹	Custo da dívida	Dívida bruta (R\$)
TR	0,00%	5,48%	5,48%	472,7 M
CDI	2,00%	0,72%	2,72%	3.299,2 M
Outros ²	5,66%	4,02%	9,68%	38,6 M
Total	1,79%	1,34%	3,13%	3.810,5 M

¹ Média ponderada da taxa anual.

² 'Outros' incluem IGP-M e outros índices.

Distribuição dos índices da dívida bruta e custo médio em set/20 e set/19



Custo médio ponderado da dívida bruta (% a.a)



LUCRO LÍQUIDO

LUCRO LÍQUIDO DO TRIMESTRE MAIS QUE TRIPLICA

O lucro líquido totalizou R\$568,8 milhões com margem de 55,7% no 3T20, o maior da história da Companhia. O trimestre foi beneficiado pela venda da Diamond Tower que contribuiu com R\$519,8 milhões para o lucro líquido.

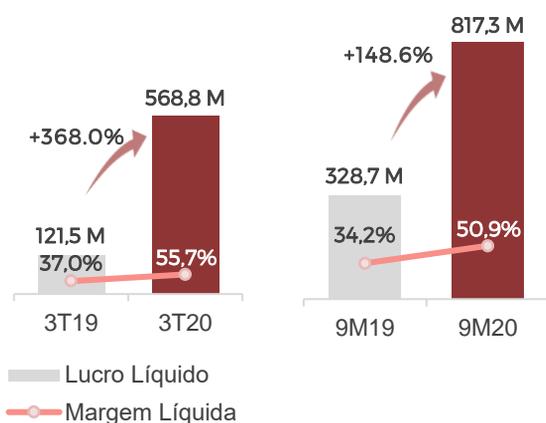
O aumento do lucro líquido sobre o 3T19 também foi beneficiado: (i) pela bem-sucedida iniciativa de controle de custo da Companhia, que reduziu as despesas de sede e de propriedades em 48,5% e 6,8%, respectivamente; e (ii) a redução de 46,4%

no resultado financeiro devido às recentes renegociações de dívidas, pré-pagamentos e redução da taxa básica de juros (Selic).

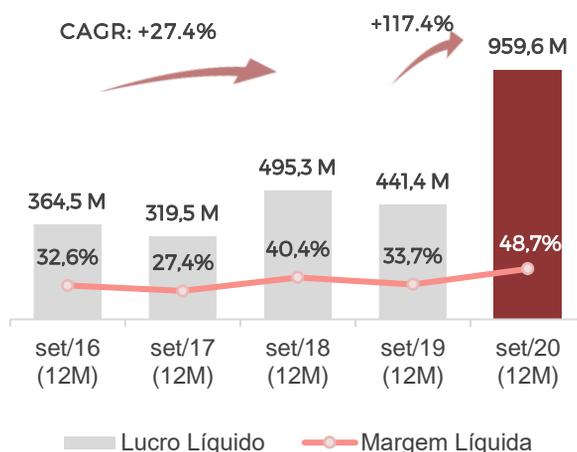
Esses impactos foram parcialmente compensados pelas restrições aplicadas aos shoppings da Companhia que afetaram a maioria das linhas de receita operacional como aluguel, estacionamento e serviços.

Nos últimos 12 meses, o lucro líquido cresceu 117,4% em relação a set/19 (12M), atingindo R\$959,6 milhões e representando um CAGR de 27,4% nos últimos cinco anos.

Lucro Líquido (R\$) e margem (%)



Lucro Líquido (R\$) e margem (%)



FLUXO DE CAIXA OPERACIONAL (FFO)

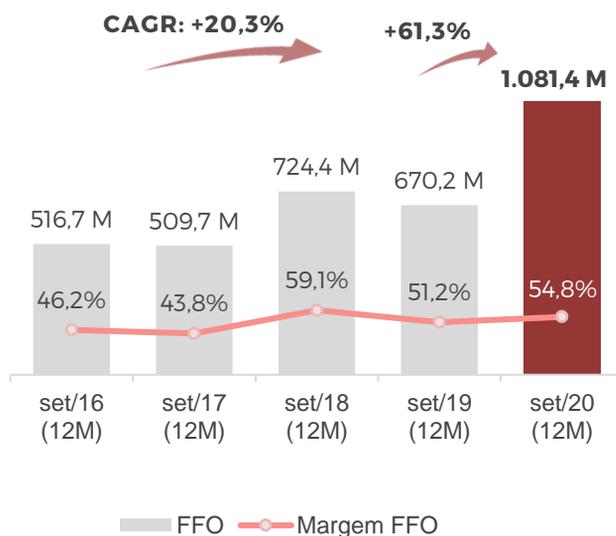
FFO SUPERA A MARCA DE R\$1 BILHÃO NOS ÚLTIMOS DOZE MESES

O fluxo de caixa operacional (FFO) aumentou 242,1% em relação ao 3T19, totalizando R\$589,5 milhões no 3T20, com margem de 57,7%. Este é o FFO trimestral mais alto da história da Multiplan.

Nos últimos 12 meses encerrados em set/20, o FFO atingiu R\$1.081,4 milhões, representando um CAGR de 20,3% nos últimos cinco anos.

Visando estabelecer uma melhor *proxy* 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 a seguir.

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



FFO (R\$)	3T20	3T19	Var. %	9M20	9M19	Var. %
Lucro Líquido	568,8 M	121,5 M	+368,0%	817,3 M	328,7 M	+148,6%
Depreciações e amortizações	58,1 M	57,6 M	+0,9%	175,1 M	165,0 M	+6,1%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	27,2 M	4,3 M	+534,5%	138,2 M	9,8 M	+1.309,4%
Apropriação de receita de aluguel linear	(64,5 M)	(11,1 M)	+482,3%	(280,2 M)	(31,1 M)	+802,1%
FFO	589,5 M	172,3 M	+242,1%	850,4 M	472,5 M	+80,0%
Margem FFO	57,7%	52,4%	+525 p.b.	53,0%	49,1%	+384 p.b.



CAPEX

INAUGURAÇÃO DO PARKJACAREPAGUÁ PREVISTA PARA 2021

O CAPEX no 3T20 totalizou R\$45,2M, destacando a estratégia e habilidade da Companhia em reduzir a saída de caixa quando necessário. Mesmo assim, a Companhia manteve o foco, investindo principalmente em dois projetos: um *greenfield* e em inovação.

As obras do ParkJacarepaguá estão evoluindo de acordo com seu cronograma revisado e sua inauguração está prevista para o quarto trimestre de 2021. O *greenfield* mantém, apesar do ambiente atual, aproximadamente 70% de sua ABL locada e a confiança no sucesso de sua inauguração.

Enquanto a locação da expansão do ParkShoppingBarigüi também evolui, o CAPEX de expansões foi mantido em apenas R\$2,2 milhões. As obras de expansão do ParkShoppingBarigüi devem começar no primeiro semestre de 2021, reduzindo seu impacto no shopping durante o período de Natal.

Detalhamento do CAPEX

Investimentos (R\$)	3T20	9M20
Desenvolvimento de <i>Greenfields</i>	26,5 M	97,5 M
Expansões	2,2 M	8,0 M
Revitalizações, TI e Outros	16,5 M	61,9 M
Aquisição de Minoritários	0,0 M	584,2 M
Compra de Terrrenos	0,0 M	0,1 M
Total	45,2 M	751,6 M

Revitalizações, TI e Outros somaram R\$16,5 milhões e incluem importantes investimentos na modernização dos shoppings como BarraShopping, BHSshopping e ParkShopping, além de investimentos adicionais em projetos de inovação digital.

BANCO DE TERRENOS E CRESCIMENTO FUTURO

MULTIPLAN MANTÉM 820.519 M² EM TERRENOS PARA FUTUROS DESENVOLVIMENTOS MULTIÚSO

A Multiplan possui 820.519 m² de terrenos para futuros projetos multiúso. Com base em estudos internos, a Companhia estima uma área privativa para venda potencial de aproximadamente um milhão de metros quadrados. Todas as áreas listadas ao lado são integradas aos shoppings da Companhia e deverão ser utilizadas para o desenvolvimento de projetos multiúso.

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 ao lado.

Localização do terreno (shopping próximo)	Área terreno (m ²)	Potencial Área privativa para venda (m ²)	% Mult.
BarraShoppingSul	159.587	294.130	100%
JundiaíShopping	4.500	11.616	100%
ParkShoppingBarigüi	28.214	26.185	94%
ParkShoppingCampoGrande	317.755	114.728	90%
ParkShoppingCanoas	18.721	19.703	82%
ParkShoppingSãoCaetano	36.948	103.850	100%
Parque Shopping Maceió	86.699	164.136	50%
RibeirãoShopping	102.295	118.749	100%
ShoppingAnáliaFranco	29.800	92.768	36%
VillageMall	36.000	31.340	100%
Total	820.519	977.205	83%

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.

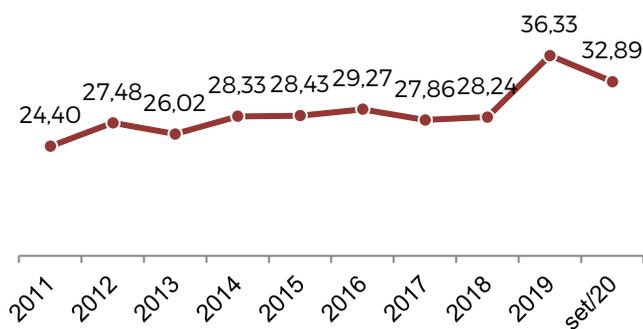
Em 2020 passou a utilizar o nível de alavancagem

média dos últimos 20 trimestres para o cálculo do beta desalavancado, pois entendemos que esta média reflete melhor seu impacto sobre o cálculo do beta.

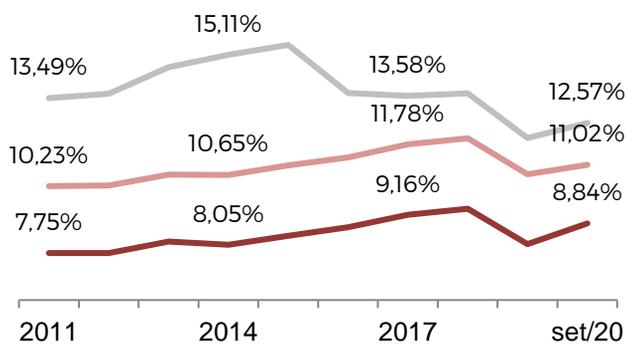
Em linha com a carta de intenções de venda do edifício Diamond Tower assinada em maio de 2020, foram transferidos os saldos contábeis do empreendimento de propriedades para investimento para Ativo não Circulante Mantido para Venda, não sendo considerado na avaliação de propriedades para investimento 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 30 de setembro de 2020, disponível no site de RI da Companhia.

Valor justo por ação (R\$)

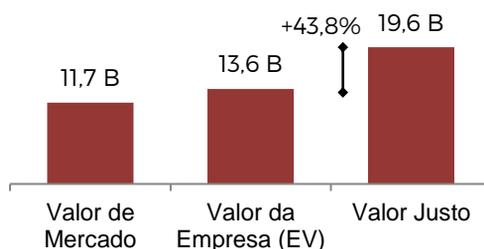


Evolução das taxas de desconto

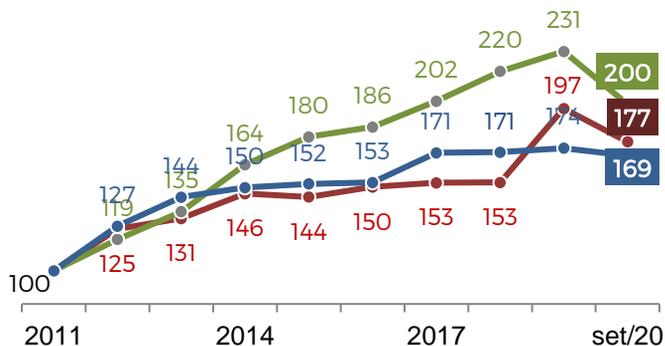


- Custo de capital próprio - R\$ nominal
- Custo de capital próprio - US\$ nominal
- Custo de capital próprio - Termos reais

Comparação entre métricas de valor



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



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

ANÁLISE DAS PROPRIEDADES PARA INVESTIMENTO

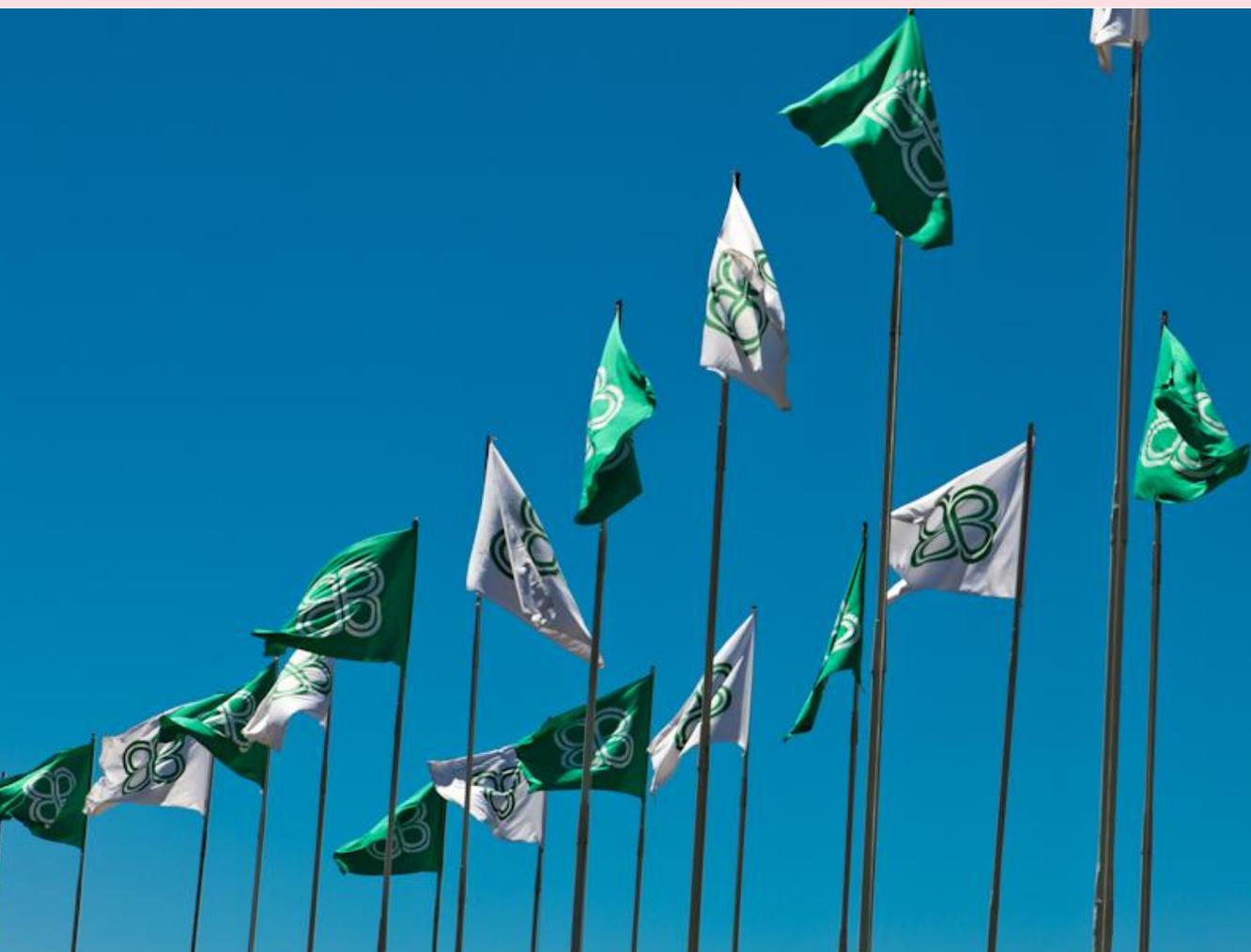
3T
20

ÍNDICE

Custo de Capital Próprio	set/20	2019	2018	2017	2016
Taxa livre de risco (Risk-free rate)	3,35%	3,35%	3,38%	3,39%	3,42%
Prêmio de risco de mercado	6,35%	6,35%	6,11%	6,26%	6,11%
Beta	0,85	0,80	0,87	0,82	0,79
Risco país	237 p.b.	245 p.b.	300 p.b.	287 p.b.	270 p.b.
Prêmio de risco adicional	27 p.b.	27 p.b.	31 p.b.	38 p.b.	38 p.b.
Custo de capital próprio - US\$ nominal	11,02%	10,67%	12,01%	11,78%	11,30%
Premissas de inflação					
Inflação (Brasil) ¹	3,43%	3,64%	3,92%	4,05%	4,59%
Inflação (EUA)	2,00%	2,40%	2,40%	2,40%	2,40%
Custo de capital próprio - R\$ nominal	12,57%	12,01%	13,68%	13,58%	13,69%

¹ A inflação estimada (BR) para setembro de 2020 considera a média de 4 anos entre outubro de 2020 e setembro de 2024. A premissa de inflação utilizada nos modelos de 2016, 2017, 2018 e 2019 considerou a inflação estimada para os 12 meses seguintes.

Valor Justo de Propriedades para Investimento (R\$)	set/20	2019	2018	2017	2016
Shopping centers e torres comerciais em operação	19.017 M	21.155 M	16.405 M	16.379 M	16.116 M
Projetos em desenvolvimento (anunciados)	428 M	343 M	208 M	110 M	295 M
Projetos futuros (ainda não anunciados)	175 M	174 M	170 M	161 M	156 M
Total	19.620 M	21.672 M	16.783 M	16.650 M	16.568 M



MULT3 E O MERCADO DE AÇÕES

NÚMERO DE INVESTIDORES PESSOA FÍSICA SEGUE AUMENTANDO; A COMPANHIA RETOMA PLANO DE RECOMPRA DE AÇÕES

A ação da Multiplan (MULT3) foi cotada a R\$19,43 ao final de setembro de 2020, 5,2% menor que ao final do trimestre anterior e com queda de 32,7% em relação a setembro de 2019. As ações em tesouraria no 3T20 aumentaram 51,1% em relação ao último trimestre, em função da recompra de 1.955.700 ações pela Companhia. O volume médio diário negociado foi de R\$127,6 milhões no trimestre (equivalente à USD23,7 milhões¹). A média diária de negócios atingiu 21.483 no 3T20, um aumento de 50,9% quando comparado ao 3T19.

O número de investidores pessoa física continua a

aumentar rapidamente nos períodos recentes, chegando a 21.529: um crescimento de 17,5% comparado a junho de 2020 e 378,3% comparado a setembro de 2019.

A MULT3 estava listada em 80 índices ao final do 2Q20, incluindo o IBOVESPA (IBOV), o Índice Brasil 50 (IBRX50), o Índice Carbono Eficiente (ICO2), o MSCI Emerging Markets Index e o FTSE All-World ex North America Index USD. Recentemente, em outubro de 2020, o recém-lançado Índice S&P/B3 Brasil ESG também anunciou a inclusão das ações da Multiplan em sua carteira.

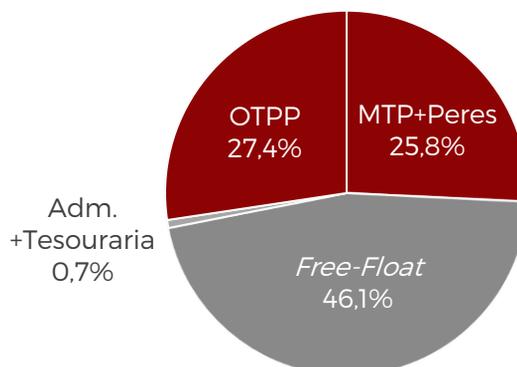
Em 30 de setembro de 2020, o Sr. e a Sra. Peres detinham 25,8% das ações da Companhia, direta ou indiretamente, enquanto que a Ontario Teachers' Pension Plan (OTPP) detinha 27,4%. O *free-float* era equivalente a 46,1% das ações totais emitidas, enquanto a soma das ações da Administração e em Tesouraria representava 0,7%.

MULT3 na B3	3T20	3T19	Var. %	9M20	9M19	Var. %
Preço de fechamento médio (R\$)	21,96	27,49	-20,1%	24,32	25,55	-4,8%
Preço de fechamento (R\$) – fim do período	19,43	28,85	-32,7%	19,43	28,85	-32,7%
Valor médio diário negociado (R\$)	127,6 M	87,4 M	+45,9%	143,1 M	78,9 M	+81,4%
Volume médio diário negociado (nº de ações)	5.812.766	3.181.768	+82,7%	6.212.052	3.090.850	+101,0%
Média diária do número de negócios	21.483	14.239	+50,9%	24.051	14.565	+65,1%
Valor de mercado (R\$) – fim do período	11.672,8 M	17.332,0 M	-32,7%	11.672,8 M	17.332,0 M	-32,7%

Evolução do volume médio de ações negociadas



Abertura da estrutura societária em 30 de setembro, 2020



¹ Baseado na taxa média do câmbio, informada pelo Banco Central, de R\$5,3772/USD no 3T20.

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

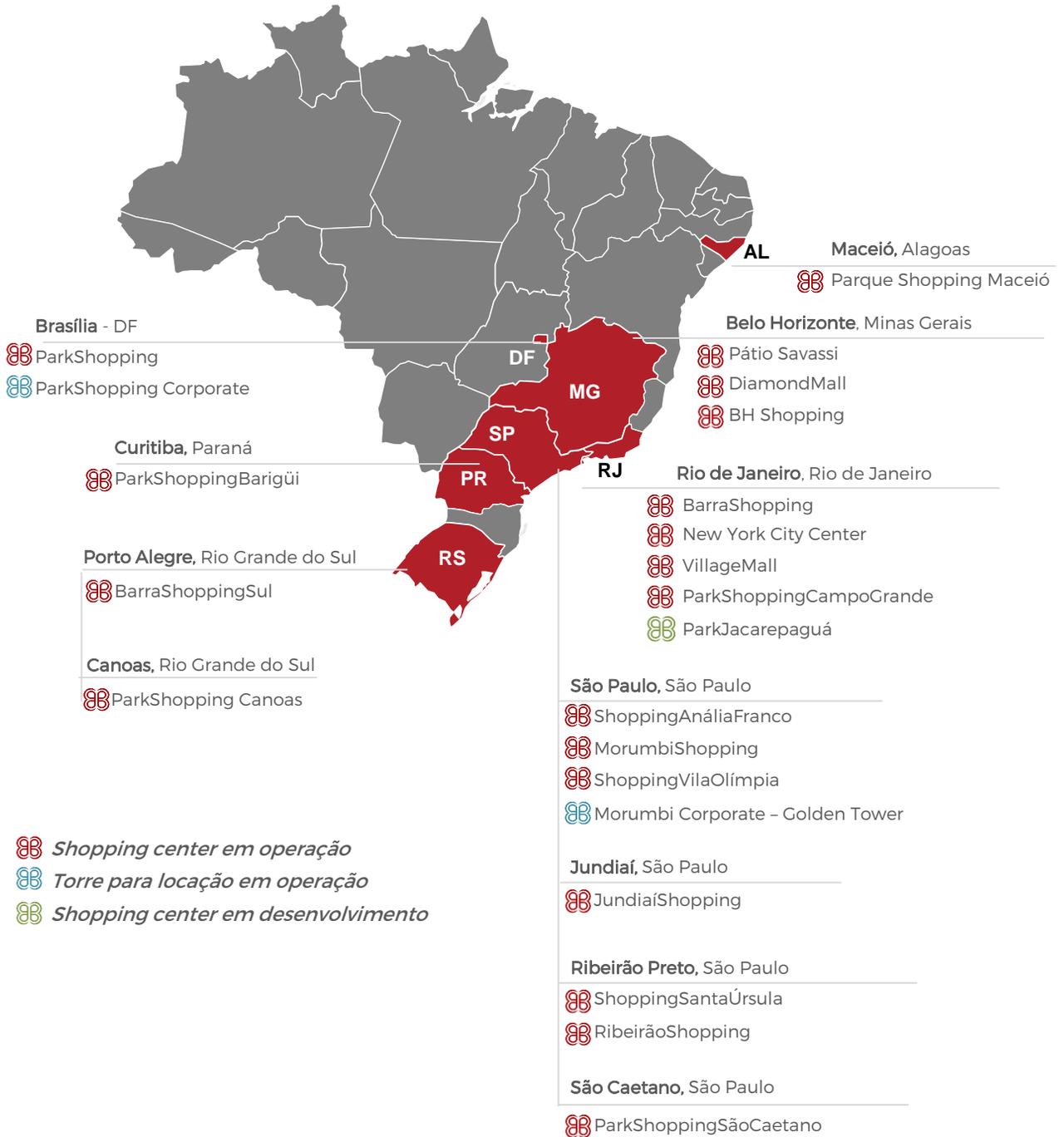
PORTFÓLIO DE ATIVOS

Portfólio (3T20)	Abertura	Estado	Multiplan %	ABL Total	Taxa de Ocupação Média
<i>Shopping centers em operação</i>					
BH Shopping	1979	MG	100,0%	46.989 m ²	94,4%
RibeirãoShopping	1981	SP	81,6%	74.881 m ²	96,4%
BarraShopping	1981	RJ	65,8%	77.633 m ²	94,4%
MorumbiShopping	1982	SP	73,7%	55.992 m ²	95,9%
ParkShopping	1983	DF	73,4%	53.117 m ²	94,8%
DiamondMall	1996	MG	90,0% ¹	21.351 m ²	95,3%
New York City Center	1999	RJ	50,0%	21.796 m ²	89,1%
ShoppingAnáliaFranco	1999	SP	30,0%	51.590 m ²	95,3%
ParkShoppingBarigüi	2003	PR	93,3%	52.325 m ²	98,3%
Pátio Savassi	2004	MG	96,5%	21.108 m ²	95,9%
ShoppingSantaÚrsula	1999	SP	100,0%	23.108 m ²	93,0%
BarraShoppingSul	2008	RS	100,0%	72.148 m ²	97,4%
ShoppingVilaOlímpia	2009	SP	60,0%	28.367 m ²	89,2%
ParkShoppingSãoCaetano	2011	SP	100,0%	39.253 m ²	95,7%
JundiaíShopping	2012	SP	100,0%	36.468 m ²	98,6%
ParkShoppingCampoGrande	2012	RJ	90,0%	43.820 m ²	94,1%
VillageMall	2012	RJ	100,0%	26.880 m ²	97,9%
Parque Shopping Maceió	2013	AL	50,0%	39.214 m ²	97,3%
ParkShopping Canoas	2017	RS	82,3%	48.832 m ²	91,6%
Subtotal Shopping centers em operação			80,1%	834.871 m²	95,3%
<i>Torres corporativas</i>					
ParkShopping Corporate	2012	DF	70,0%	13.360 m ²	68,0%
Morumbi Corporate – Golden Tower ²	2013	SP	100,0%	37.280 m ² ³	90,6%
Subtotal de torres corporativas			92,1%	50.640 m²	
Total de propriedades para locação			80,7%	885.511 m²	
<i>Shopping centers em desenvolvimento</i>					
ParkJacarepaguá	2021	RJ	91,0%	39.000 m ²	
Subtotal shopping center em desenvolvimento			91,0%	39.000 m²	
Total portfolio			81,2%	961.429 m²	

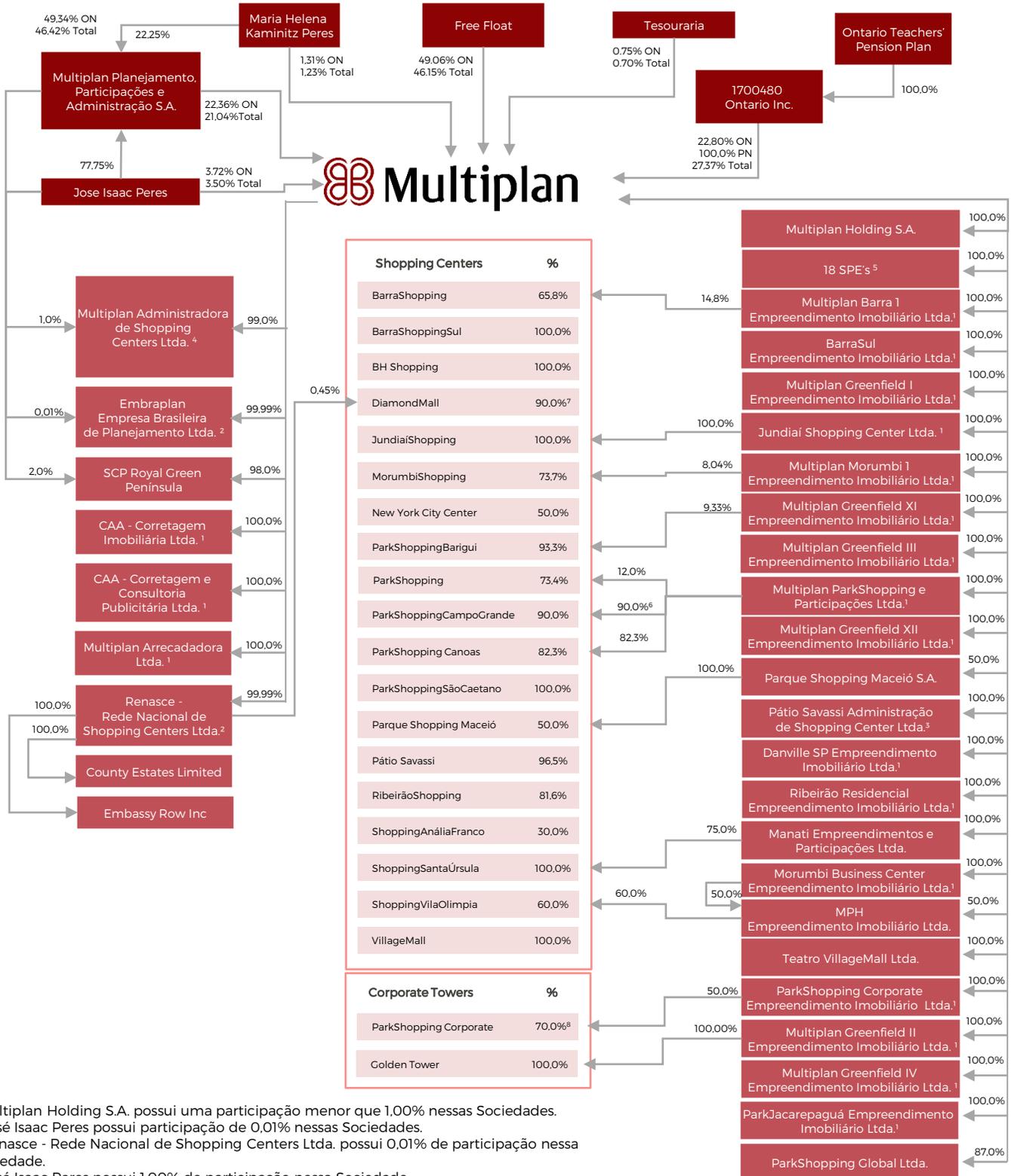
¹ Arrendamento até 2030.

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. A Multiplan agora detém 50,24% do Morumbi Corporate. ³ Inclui 828 m² da área gourmet localizada no Morumbi Corporate.

PORTFÓLIO DE ATIVOS



ESTRUTURA SOCIETÁRIA



¹ Multiplan Holding S.A. possui uma participação 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 18 SPE's relacionadas aos novos projetos. A Multiplan Holding S.A possui participação igual ou inferior a 1,00% nessas Sociedades.
⁶ Dos 90% de participação, 40% são direitos aquisitivos.
⁷ A Multiplan detém 50,1% do DiamondMall. A Companhia assinou contrato de arrendamento e possui 90% das receitas do shopping até novembro de 2026 e 100% de dezembro de 2026 a novembro 2030.
⁸ 20% do ParkShopping Corporate é detido pela Multiplan ParkShopping e Participações Ltda.

ESTRUTURA SOCIETÁRIA

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

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

Manati Empreendimentos e Participações Ltda : possui 75,0% de participação no ShoppingSantaÚrsula, localizado na cidade de Ribeirão Preto, SP, que combinada aos 25,0% de participação detida diretamente pela Multiplan no empreendimento, totaliza 100,0%. A Multiplan possui uma participação de 100,0% na Manati Empreendimentos e Participações S.A.

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

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

Multiplan Holding S.A.: subsidiária integral da Multiplan, que tem por objeto a participação em outras sociedades do grupo Multiplan.

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

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

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

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

Multiplan Greenfield II Empreendimento Imobiliário Ltda.: possui 100,00% 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 100,00% de participação no Plaza Gourmet, parte do Morumbi Corporate, um empreendimento imobiliário comercial na cidade de São Paulo, SP.

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 12,00% de participação 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.

ParkShopping Global Ltda.: SPE criada para o desenvolvimento de empreendimento imobiliário na cidade de São Paulo, SP.

ParkJacarepaguá Empreendimento Imobiliário Ltda.: SPE criada para o desenvolvimento do 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%. 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.

DESTAQUES OPERACIONAIS E FINANCEIROS

Desempenho Financeiro (% Multiplan)	3T20	3T19	Var. %	9M20	9M19	Var. %
Receita bruta R\$'000	1.066.051	361.588	+194,8%	1.667.342	1.059.265	+57,4%
Receita líquida R\$'000	1.021.893	328.598	+211,0%	1.604.907	961.323	+66,9%
Receita líquida R\$/m ²	1.466,6	460,3	+218,6%	2.303,4	1.353,3	+70,2%
Receita líquida US\$/pé ²	24,2	10,3	+135,3%	37,9	30,2	+25,7%
Receita de locação (com efeito da linearidade) R\$'000	214.680	278.106	-22,8%	733.482	814.156	-9,9%
Receita de locação R\$/m ²	308,1	389,5	-20,9%	1.052,7	1.146,2	-8,2%
Receita de locação US\$/pé ²	5,1	8,7	-41,6%	17,3	25,6	-32,2%
Receita de locação mensal R\$/m ²	71,8	124,7	-42,4%	72,3	122,5	-41,0%
Receita de locação mensal US\$/pé ²	1,2	2,8	-57,5%	1,2	2,7	-56,4%
Resultado Operacional Líquido (NOI) R\$'000	204.001	297.457	-31,4%	699.429	868.121	-19,4%
Resultado Operacional Líquido R\$/m ²	292,8	416,6	-29,7%	1.003,9	1.222,1	-17,9%
Resultado Operacional Líquido US\$/pé ²	4,8	9,3	-48,1%	16,5	27,3	-39,4%
Margem NOI	86,1%	89,4%	-328 p.b.	86,7%	89,0%	-230 p.b.
NOI por ação R\$	0,34	0,50	-31,4%	1,17	1,46	-19,5%
Despesas de sede R\$'000	20.622	40.062	-48,5%	68.248	120.409	-43,3%
Despesas de sede/Receita líquida	2,0%	12,2%	-1.017 p.b.	4,3%	12,5%	-827 p.b.
EBITDA R\$'000	703.848	235.072	+199,4%	1.228.308	679.670	+80,7%
EBITDA R\$/m ²	1.010,1	329,3	+206,8%	1.762,9	956,8	+84,2%
EBITDA US\$/pé ²	16,6	7,3	+126,5%	29,0	21,3	+36,0%
Margem EBITDA	68,9%	71,5%	-266 p.b.	76,5%	70,7%	+583 p.b.
EBITDA por ação (R\$)	1,18	0,39	+199,3%	2,06	1,14	+80,7%
FFO R\$'000	589.489	172.296	+242,1%	850.421	472.483	+80,0%
FFO R\$/m ²	846	241,3	+250,6%	1.220,6	665,2	+83,5%
FFO US\$'000	104.517	41.374	+152,6%	150.781	113.458	+32,9%
FFO US\$/pé ²	13,9	5,4	+158,8%	20,1	14,8	+35,5%
Margem FFO	57,7%	52,4%	+525 p.b.	53,0%	49,1%	+384 p.b.
FFO por ação (R\$)	0,99	0,29	+242,0%	1,43	0,79	+79,9%
Dólar (US\$) final do período	5,6401	4,1644	+35,4%	5,6401	4,1644	+35,4%

Desempenho de Mercado	3T20	3T19	Var. %	9M20	9M19	Var. %
Número de ações	600.760.875	600.760.875	-	600.760.875	600.760.875	-
Ações ordinárias	565.185.834	565.185.834	-	565.185.834	565.185.834	-
Ações preferenciais	35.575.041	35.575.041	-	35.575.041	35.575.041	-
Preço médio da ação (R\$)	21,96	27,49	-20,1%	24,32	25,55	-4,8%
Preço de fechamento da ação (R\$)	19,43	28,85	-32,7%	19,43	28,85	-32,7%
Volume médio diário negociado R\$ '000	127.558	87.411	+45,9%	143.105	78.882	+81,4%
Valor de mercado R\$ '000	11.672.784	17.331.951	-32,7%	11.672.784	17.331.951	-32,7%
Dívida bruta R\$ '000	3.810.452	3.172.509	+20,1%	3.810.452	3.172.509	+20,1%
Caixa R\$ '000	1.836.421	986.379	+86,2%	1.836.421	986.379	+86,2%
Dívida líquida R\$ '000	1.974.031	2.186.130	-9,7%	1.974.031	2.186.130	-9,7%
P/FFO (Últimos 12 meses)	10,8 x	25,9 x	-58,3%	10,8 x	25,9 x	-58,3%
EV/EBITDA (Últimos 12 meses)	9,2 x	21,5 x	-57,1%	9,2 x	21,5 x	-57,1%
Dívida Líquida/EBITDA (Últimos 12 meses)	1,3 x	2,4 x	-44,5%	1,3 x	2,4 x	-44,5%

DESTAQUES OPERACIONAIS E FINANCEIROS

Operacional (% Multiplan) ¹	3T20	3T19	Var. %	9M20	9M19	Var. %
ABL Shopping Center total final (m ²)	834.871	834.074	+0,1%	834.871	834.074	+0,1%
ABL Shopping Center própria final (m ²)	668.349	651.529	+2,6%	668.349	651.529	+2,6%
ABL Shopping Center própria %	80,1%	78,1%	+194 b.p.	80,1%	78,1%	+194 b.p.
ABL Torre Comercial total final (m ²)	50.640	87.558	-42,2%	50.640	87.558	-42,2%
ABL Torre Comercial própria final (m ²)	46.632	80.878	-42,3%	46.632	80.878	-42,3%
ABL Total final (m ²)	885.511	921.632	-3,9%	885.511	921.632	-3,9%
ABL Própria final (m ²)	714.981	732.407	-2,4%	714.981	732.407	-2,4%
ABL Shopping Center total ajustada (med.) (m ²) ²	816.679	815.247	+0,2%	816.739	814.624	+0,3%
ABL Shopping Center própria ajustada (med.) (m ²) ²	650.159	633.075	+2,7%	650.110	629.455	+3,3%
ABL Torre Comercial total (med.) (m ²) ²	50.640	87.558	-42,2%	75.252	87.558	-14,1%
ABL Torre Comercial própria (med.) (m ²) ²	46.632	80.878	-42,3%	71.244	80.878	-11,9%
ABL Total ajustada (med.) (m ²) ²	867.319	902.805	-3,9%	891.991	902.182	-1,1%
ABL Própria ajustada (med.) (m ²) ²	696.791	713.953	-2,4%	721.354	710.333	+1,6%
Vendas totais R\$'000	2.223.135	3.804.218	-41,6%	5.955.131	11.143.171	-46,6%
Vendas totais R\$/m ² ³	3.004	4.996	-39,9%	7.959	14.889	-46,5%
Vendas totais US\$/pé ² ³	49	111	-55,6%	131	332	-60,5%
Vendas das lojas satélites R\$/m ² ³	3.929	6.588	-40,3%	10.292	19.539	-47,3%
Vendas das lojas satélites USD/pé ² ³	65	147	-56,0%	170	436	-61,1%
Aluguel total R\$/m ²	214	381	-43,8%	591	1.127	-47,5%
Aluguel total USD/pé ²	3,5	8,5	-58,5%	9,7	25,1	-61,3%
Vendas nas Mesmas Lojas ^{3 5}	n.d.	+5,4%	n.d.	n.d.	+4,8%	n.d.
Aluguel nas Mesmas Lojas ^{3 6}	n.d.	+10,8%	n.d.	n.d.	+8,9%	n.d.
Efeito do reajuste do IGP-DI	+6,2%	+7,5%	-129 p.b.	+5,9%	+6,8%	-91 p.b.
Custos de ocupação ⁴	11,8%	12,9%	-116 p.b.	13,8%	13,1%	+72 p.b.
Aluguel como % das vendas	7,2%	7,6%	-45 p.b.	7,5%	7,7%	-18 p.b.
Outros como % das vendas	4,6%	5,3%	-70 p.b.	6,3%	5,4%	+91 p.b.
Turnover ⁴	1,1%	1,6%	-59 p.b.	0,8%	4,1%	-330 p.b.
Taxa de ocupação ⁴	95,3%	97,6%	-230 p.b.	96,5%	97,4%	-89 p.b.
Inadimplência bruta	11,0%	2,9%	+815 p.b.	12,0%	3,5%	+848 p.b.
Inadimplência líquida	7,2%	0,6%	+662 p.b.	8,8%	1,8%	+692 p.b.
Perda de aluguel	0,3%	1,3%	-101 p.b.	0,3%	1,2%	-90 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 A métrica de Vendas nas Mesmas Lojas, por definição, representa "variação nas vendas informadas das lojas que estavam em operação em ambos os períodos de comparação" (Glossário, página 48). Devido à suspensão das operações do shopping na maior parte do 3T20, a ausência de informações relevantes de vendas impossibilita o cálculo desse indicador para o trimestre atual. Esta restrição não afeta as informações de vendas totais dos lojistas, mostradas anteriormente nesta sessão.

⁶ A métrica de Aluguel nas Mesmas Lojas, por definição, representa "variação de aluguel faturado das lojas em operação nos dois períodos de comparados" (Glossário, página 48). Devido à suspensão das operações de shopping centers na maior parte do 3T20, a comparação desigual das condições impossibilita o cálculo desse indicador para o trimestre atual. Deve-se observar que isso não afeta as informações de receita de locação, mostradas anteriormente nesta sessão.

CONCILIAÇÃO ENTRE IFRS COM CPC 19 (R2) E GERENCIAL

3T
20

ÍNDICE

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

Demonstração de Resultados (R\$'000)	CPC 19 R2 3T20	Gerencial 3T20	Diferença	CPC 19 R2 9M20	Gerencial 9M20	Diferença
Receita de locação	147.755	150.167	2.412	446.666	453.258	6.592
Receita de serviços	14.496	14.483	(13)	51.343	51.334	(9)
Receita de cessão de direitos	(3.599)	(3.559)	40	(11.331)	(11.294)	38
Receita de estacionamento	21.807	22.300	494	71.488	72.856	1.369
Venda de imóveis	4.129	814.129	810.000	3.000	813.000	810.000
Apropriação de receita de aluguel linear	66.194	64.513	(1.682)	278.513	280.224	1.710
Outras receitas	4.017	4.017	-	7.878	7.963	86
Receita Bruta	254.799	1.066.050	811.251	847.556	1.667.342	819.786
Tributos sobre receita	(44.056)	(44.157)	(101)	(62.090)	(62.435)	(345)
Receita Líquida	210.743	1.021.893	811.150	785.466	1.604.907	819.441
Despesas de sede	(20.622)	(20.622)	-	(68.248)	(68.248)	-
Remuneração baseada em ações	(9.674)	(9.674)	-	6.134	6.134	-
Despesas de propriedades	(32.715)	(32.980)	(265)	(105.007)	(106.909)	(1.902)
Despesas com novos projetos para locação	(2.851)	(2.851)	-	(8.891)	(8.123)	768
Despesas com novos projetos para venda	(1.377)	(23.377)	(22.000)	(3.856)	(26.624)	(22.768)
Custo de imóveis vendidos	(964)	(209.848)	(208.884)	(1.197)	(210.081)	(208.884)
Resultado de equivalência patrimonial	(1.120)	(3.704)	(2.584)	(966)	(8.519)	(7.553)
Outras receitas (despesas) operacionais	559.347	(14.990)	(574.337)	620.105	45.771	(574.335)
EBITDA	700.768	703.848	3.080	1.223.540	1.228.308	4.768
Receitas financeiras	20.053	20.078	25	55.207	55.384	177
Despesas financeiras	(40.253)	(42.617)	(2.364)	(122.492)	(124.842)	(2.350)
Depreciações e amortizações	(57.635)	(58.061)	(426)	(173.821)	(175.140)	(1.319)
Lucro Antes do Imposto de Renda	622.932	623.248	316	982.434	983.710	1.277
Imposto de renda e contribuição social	(27.151)	(27.365)	(214)	(27.631)	(28.355)	(725)
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(27.077)	(27.178)	(101)	(137.640)	(138.192)	(552)
Participação dos acionistas minoritários	57	57	-	150	150	-
Lucro Líquido	568.762	568.762	-	817.313	817.313	-

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 no Relatório Financeiro Trimestral.

Como consequência, as principais diferenças no 3T20 e 9M20 relacionadas à venda da Diamond Tower são: (i) aumento de R\$810,0M na receita de venda de imóveis; (ii) redução de R\$208,9M no custo dos imóveis vendidos; (iii) redução de R\$22,0M em despesas com novos projetos para venda; e (iv) redução de R\$574,3 milhões em outras receitas / despesas operacionais.

A diferença entre o Pronunciamento CPC 19 (R2) e os números gerenciais referem-se à participação de 50,0% no Parque Shopping Maceió, através da participação de 50,0% no Parque Shopping Maceió S.A. queda de R\$0,3 M nas despesas de propriedades; e (iii) queda de R\$0,4 M com depreciação e amortização. No 9M20, as principais variações são: (i) aumento de R\$ 1,7M em apropriação de receita de aluguel linear; (ii) queda de R\$1,9M em despesas de propriedades; e (iii) queda de R\$1,3 M com depreciação e amortização.

Em decorrência das variações acima, no 3T20 e 9M20, houve queda de R\$2,6 M e R\$7,6 M no resultado de equivalência patrimonial, visto que o resultado do Parque Shopping Maceió passou a ser apresentado nesta conta.

VARIAÇÕES NO BALANÇO PATRIMONIAL

ATIVO (R\$'000)	IFRS com CPC 19 R2 30/09/2020	Gerencial 30/09/2020	Efeito CPC 19 R2 Diferença
Ativo Circulante			
Caixa e equivalentes a caixa	1.765.917	1.774.291	8.373
Aplicações financeiras	62.131	62.131	-
Contas a receber	477.807	484.847	7.040
Terrenos e imóveis a comercializar	24.128	24.128	-
Partes relacionadas	21.722	21.756	34
Impostos e contribuições sociais a compensar	63.504	63.97	466
Custos diferidos	42.879	42.879	-
Outros	23.330	24.786	1.456
Total do Ativo Circulante	2.481.418	2.498.786	17.369
Ativo não Circulante mantido para venda			
Ativo não Circulante			
Contas a receber	45.133	45.133	-
Terrenos e imóveis a comercializar	427.119	427.119	-
Partes relacionadas	7.404	7.404	-
Depósitos judiciais	35.060	35.088	28
Imposto de renda e contribuição social diferidos	17.828	17.828	-
Custos diferidos	91.359	91.359	-
Outros	4.104	4.104	-
Investimentos	148.219	19.253	(128.966)
Propriedades para investimento	7.412.791	7.535.112	122.320
Imobilizado	104.120	104.120	-
Intangível	363.008	363.035	27
Total do Ativo não Circulante	8.656.145	8.649.555	(6.590)
Total do Ativo	11.137.563	11.148.341	10.779

As principais diferenças referentes à participação de 50,0% no Parque Shopping Maceió são: (i) aumento de R\$122,3 M em propriedades para investimentos; (ii) aumento de R\$8,4 M em caixa e equivalentes a caixa; e (iii) aumento de R\$7,0 M nas contas a receber.

Em decorrência das variações acima houve uma queda de R\$129,0 M na conta de investimento, dado que ativos e passivos dessa empresa passaram a ser apresentados nesta conta de acordo com o CPC 19 (R2).

VARIAÇÕES NO BALANÇO PATRIMONIAL

PASSIVO	IFRS com CPC 19 R2	Gerencial	Efeito CPC 19 R2
(R\$'000)	30/09/2020	30/09/2020	Diferença
Passivo Circulante			
Empréstimos e financiamentos	258.143	258.143	-
Debêntures	213.311	213.311	-
Contas a pagar	104.866	104.997	131
Obrigações por aquisição de bens	134.206	134.206	-
Impostos e contribuições a recolher	68.804	69.371	568
Juros sobre capital próprio a pagar	148.375	148.375	-
Receitas diferidas	17.108	17.108	-
Outros	29.188	29.173	(14)
Total Passivo Circulante	974.001	974.685	684
Passivo não Circulante			
Empréstimos e financiamentos	1.418.185	1.418.185	-
Contas a pagar	43.175	43.175	-
Debêntures	1.641.871	1.641.871	-
Imposto de renda e contribuições sociais diferidos	342.081	351.602	9.521
Obrigações por aquisição de bens	144.736	144.736	-
Outros	1.370	1.370	(0)
Provisão para contingências	13.388	13.388	-
Adiantamentos de clientes	89.861	89.861	-
Receitas diferidas	57.311	57.884	574
Total do Passivo não Circulante	3.751.977	3.762.071	10.094
Patrimônio Líquido			
Capital social	2.988.062	2.988.062	-
Reserva de capital	1.020.002	1.020.002	-
Reserva de lucros	1.804.831	1.804.831	-
Gasto com emissão de ações	(43.548)	(43.548)	-
Ações em tesouraria	(89.657)	(89.657)	-
Efeitos em Transação de Capital	(89.996)	(89.996)	-
Participação dos acionistas minoritários	3.345	3.345	-
Lucros Acumulados	818.547	818.547	-
Total do Patrimônio Líquido	6.411.585	6.411.585	-
Total do Passivo	11.137.563	11.148.341	10.778

A principal diferença referente ao CPC 19 R2 é o aumento de R\$9,5 M em imposto de renda e contribuições sociais diferidos.

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

De acordo com o Pronunciamento Contábil CPC 19 (R2)						
(R\$'000)	3T20	3T19	Var. %	9M20	9M19	Var.%
Receita de locação	147.755	262.207	-43,6%	446.666	768.718	-41,9%
Receita de serviços	14.496	28.647	-49,4%	51.343	86.849	-40,9%
Receita de cessão de direitos	(3.599)	(2.574)	+39,8%	(11.331)	(8.286)	+36,8%
Receita de estacionamento	21.807	53.485	-59,2%	71.488	157.029	-54,5%
Venda de imóveis	4.129	(725)	n.d.	3.000	(1.353)	n.d.
Apropriação de receita de aluguel linear	66.194	10.903	+507,1%	278.513	30.689	+807,5%
Outras receitas	4.017	3.620	+11,0%	7.878	7.661	+2,8%
Receita Bruta	254.799	355.562	-28,3%	847.556	1.041.307	-18,6%
Tributos sobre receita	(44.056)	(32.520)	+35,5%	(62.090)	(96.569)	-35,7%
Receita Líquida	210.743	323.043	-34,8%	785.466	944.738	-16,9%
Despesas de sede	(20.622)	(40.043)	-48,5%	(68.248)	(120.390)	-43,3%
Remuneração baseada em ações	(9.674)	(10.666)	-9,3%	6.134	(43.305)	n.d.
Despesas de propriedades	(32.715)	(33.889)	-3,5%	(105.007)	(102.100)	+2,8%
Despesas com novos projetos para locação	(2.851)	(2.409)	+18,3%	(8.891)	(10.138)	-12,3%
Despesas com novos projetos para venda	(1.377)	(2.266)	-39,3%	(3.856)	(4.743)	-18,7%
Custo de imóveis vendidos	(964)	751	n.d.	(1.197)	653	N.D.
Resultado de equivalência patrimonial	(1.120)	1.996	n.d.	(966)	6.704	N.D.
Outras receitas (despesas) operacionais	559.347	(3.005)	n.d.	620.105	3.650	+16.891,2%
EBITDA	700.768	233.512	+200,1%	1.223.540	675.07	+81,2%
Receitas financeiras	20.053	18.801	+6,7%	55.207	59.681	-7,5%
Despesas financeiras	(40.253)	(60.353)	-33,3%	(122.492)	(174.924)	-30,0%
Depreciações e amortizações	(57.635)	(56.985)	+1,1%	(173.821)	(163.304)	+6,4%
Lucro Antes do Imposto de Renda	622.932	134.974	+361,5%	982.434	396.522	+147,8%
Imposto de renda e contribuição social	(27.151)	(10.024)	+170,9%	(27.631)	(60.700)	-54,5%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(27.077)	(3.969)	+582,2%	(137.640)	(8.873)	+1.451,3%
Participação dos acionistas minoritários	57	544	-89,5%	150	1.761	-91,5%
Lucro Líquido	568.762	121.525	+368,0%	817.313	328.710	+148,6%
(R\$'000)	3T20	3T19	Var. %	9M20	9M19	Var.%
NOI	203.041	292.705	-30,6%	691.66	854.337	-19,0%
<i>Margem NOI</i>	86,1%	89,6%	-350 p.b.	86,8%	89,3%	-251 p.b.
EBITDA	700.768	233.512	+200,1%	1.223.540	675.070	+81,2%
<i>Margem EBITDA</i>	332,5%	72,3%	+26.024 p.b.	155,8%	71,5%	+8.432 p.b.
Lucro Líquido	568.762	121.525	+368,0%	817.313	328.71	+148,6%
<i>Margem Lucro Líquido</i>	269,9%	37,6%	+23.226 p.b.	104,1%	34,8%	+6.926 p.b.
FFO	587.280	171.576	+242,3%	850.261	470.198	+80,8%
<i>Margem FFO</i>	278,7%	53,1%	+22.556 p.b.	108,2%	49,8%	+5.848 p.b.

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS CONSOLIDADOS - RELATÓRIO GERENCIAL

(R\$'000)	3T20	3T19	Var. %	9M20	9M19	Var. %
Receita de locação	150.167	267.026	-43,8%	453.258	783.094	-42,1%
Receita de serviços	14.483	28.630	-49,4%	51.334	86.678	-40,8%
Receita de cessão de direitos	(3.559)	(2.785)	+27,8%	(11.294)	(8.895)	+27,0%
Receita de estacionamento	22.300	54.753	-59,3%	72.856	160.847	-54,7%
Venda de imóveis	814.129	(725)	n.d.	813.000	(1.353)	n.d.
Apropriação de receita de aluguel linear	64.513	11.079	+482,3%	280.224	31.062	+802,1%
Outras receitas	4.017	3.609	+11,3%	7.964	7.832	+1,7%
Receita Bruta	1.066.051	361.588	+194,8%	1.667.342	1.059.265	+57,4%
Tributos sobre receitas	(44.157)	(32.990)	+33,9%	(62.435)	(97.942)	-36,3%
Receita Líquida	1.021.893	328.598	+211,0%	1.604.907	961.323	+66,9%
Despesas de sede	(20.622)	(40.062)	-48,5%	(68.248)	(120.409)	-43,3%
Remuneração baseada em ações	(9.674)	(10.666)	-9,3%	6.134	(43.305)	n.d.
Despesas de propriedades	(32.980)	(35.401)	-6,8%	(106.909)	(106.881)	+0,0%
Despesas de projetos para locação	(2.851)	(2.409)	+18,3%	(8.123)	(10.138)	-19,9%
Despesas de projetos para venda	(23.377)	(2.266)	+931,4%	(26.624)	(4.743)	+461,4%
Custo de imóveis vendidos	(209.848)	751	n.d.	(210.081)	653	n.d.
Resultado de equivalência patrimonial	(3.704)	(503)	+636,0%	(8.519)	(690)	+1.134,7%
Outras receitas (despesas) operacionais	(14.990)	(2.969)	+404,9%	45.770	3.860	+1.085,6%
EBITDA	703.848	235.072	+199,4%	1.228.308	679.670	+80,7%
Receitas financeiras	20.078	18.932	+6,1%	55.384	60.201	-8,0%
Despesas financeiras	(42.617)	(60.997)	-30,1%	(124.842)	(176.899)	-29,4%
Depreciações e amortizações	(58.061)	(57.567)	+0,9%	(175.140)	(165.031)	+6,1%
Lucro Antes do Imposto de Renda	623.248	135.441	+360,2%	983.710	397.943	+147,2%
Imposto de renda e contribuição social	(27.365)	(10.176)	+168,9%	(28.355)	(61.189)	-53,7%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(27.178)	(4.284)	+534,5%	(138.192)	(9.805)	+1.309,4%
Participação dos acionistas minoritários	57	544	-89,5%	150	1.761	-91,5%
Lucro Líquido	568.762	121.525	+368,0%	817.313	328.710	+148,6%

(R\$'000)	3T20	3T19	Var. %	9M20	9M19	Var. %
NOI	204.001	297.457	-31,4%	699.429	868.121	-19,4%
Margem NOI	86,1%	89,4%	-328 p.b.	86,7%	89,0%	-230 p.b.
EBITDA	703.848	235.072	+199,4%	1.228.308	679.670	+80,7%
Margem EBITDA	68,9%	71,5%	-266 p.b.	76,5%	70,7%	+583 p.b.
EBITDA Ajustado¹	713.522	245.738	+190,4%	1.222.174	722.975	+69,0%
Margem EBITDA Ajustado ¹	69,8%	74,8%	-496 p.b.	76,2%	75,2%	+95 p.b.
Lucro Líquido	568.762	121.525	+368,0%	817.313	328.710	+148,6%
Margem líquida	55,7%	37,0%	+1.867 p.b.	50,9%	34,2%	+1.673 p.b.
Lucro Líquido Ajustado¹	578.436	132.191	+337,6%	811.179	372.015	+118,1%
Margem líquida Ajustada ¹	56,6%	40,2%	+1.638 p.b.	50,5%	38,7%	+1.185 p.b.
Fluxo de Caixa Operacional (FFO)	589.489	172.296	+242,1%	850.421	472.483	+80,0%
Margem FFO	57,7%	52,4%	+525 p.b.	53,0%	49,1%	+384 p.b.
Fluxo de Caixa Operacional (FFO) Ajustado¹	599.163	182.962	+227,5%	844.287	515.788	+63,7%
Margem FFO Ajustado ¹	58,6%	55,7%	+295 p.b.	52,6%	53,7%	-105 p.b.

¹ Não considera a remuneração baseada em ações. Mais detalhes sobre a linha de remuneração baseada em ações estão disponíveis na página 24.

BALANÇO PATRIMONIAL - GERENCIAL

(R\$'000)	30/09/2020	30/06/2020	Var.%
Ativo Circulante			
Disponibilidades e valores equivalentes	1.774.291	958.048	+85,2%
Aplicações financeiras	62.131	142.076	-56,3%
Contas a receber	484.847	367.078	+32,1%
Terrenos e imóveis a comercializar	24.128	237.957	-89,9%
Partes relacionadas	21.756	17.871	+21,7%
Impostos e contribuições sociais a compensar	63.970	68.992	-7,3%
Custos diferidos	42.879	42.683	+0,5%
Outros	24.786	24.886	-0,4%
Total do Ativo Circulante	2.498.786	1.859.591	+34,4%
Ativo não Circulante mantido para venda			
Ativo não Circulante			
Contas a receber	45.133	47.118	-4,2%
Terrenos e imóveis a comercializar	427.119	426.44	+0,2%
Partes relacionadas	7.404	8.091	-8,5%
Depósitos judiciais	35.088	34.706	+1,1%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	17.828	17.222	+3,5%
Custos diferidos	91.359	106.799	-14,5%
Outros	4.104	4.855	-15,5%
Investimentos	19.253	26.646	-27,7%
Propriedades para investimento	7.535.112	7.538.541	-0,0%
Imobilizado	104.120	103.459	+0,6%
Intangível	363.035	363.820	-0,2%
Total do Ativo não Circulante	8.649.555	8.677.697	-0,3%
Total Ativo	11.148.341	10.537.288	+5,8%
(R\$'000)	30/09/2020	30/06/2020	Var.%
Passivo Circulante			
Empréstimos e financiamentos	258.143	317.785	-18,8%
Debêntures	213.311	201.445	+5,9%
Contas a pagar	104.997	98.564	+6,5%
Obrigações por aquisição de bens	134.206	141.458	-5,1%
Impostos e contribuições a recolher	69.371	11.825	+486,7%
Juros sobre capital próprio a pagar	148.375	148.375	+0,0%
Receitas diferidas	17.108	17.394	-1,6%
Outros	29.173	6.558	+344,8%
Total Passivo Circulante	974.685	943.405	+3,3%
Passivo não Circulante			
Empréstimos e financiamentos	1.418.185	1.765.041	-19,7%
Contas a pagar	43.175	40.255	+7,3%
Debêntures	1.641.871	1.243.127	+32,1%
Imposto de renda e contribuições social diferidos	351.602	323.817	+8,6%
Obrigações por aquisição de bens	144.736	170.782	-15,3%
Outros	1.370	3.872	-64,6%
Provisão para contingências	13.388	12.081	+10,8%
Adiantamentos de clientes	89.861	89.861	+0,0%
Receitas diferidas	57.884	57.311	+1,0%
Total do Passivo não Circulante	3.762.071	3.706.148	+1,5%
Patrimônio Líquido			
Capital social	2.988.062	2.988.062	+0,0%
Reserva de capital	1.020.002	1.033.345	-1,3%
Reserva de lucros	1.804.831	1.804.831	+0,0%
Gasto com emissão de ações	(43.548)	(43.548)	+0,0%
Ações em tesouraria	(89.657)	(57.985)	+54,6%
Efeitos em Transação de Capital	(89.996)	(89.996)	+0,0%
Lucros Acumulados	-	-	n.d.
Participação dos acionistas minoritários	818.547	249.662	+227,9%
Total do Patrimônio Líquido	3.345	3.364	-0,6%
Total Passivo	11.148.341	10.537.288	+5,8%

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 terceiro trimestre de 2020.

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

Data de contratação	Prazo de duração	Natureza do serviço
N/A	N/A	N/A

12M: dado acumulado dos últimos 12 meses.

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

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

Abrasce: Associação Brasileira de Shopping Centers.

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

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

Aluguel nas Mesmas Lojas (na sigla em inglês SSR (Same Store Rent)): Variação do aluguel faturado das lojas em operação nos dois períodos comparados.

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.

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.

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.

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.