

50 ANOS

 Multiplan

3T24

Relatório de resultados



**Contato da equipe de
Relações com Investidores :**

ri.multiplan.com.br
ri@multiplan.com.br
+55 21 3031-5400

Aviso Legal

Aviso Legal

Este documento pode conter considerações futuras que estão sujeitas a riscos e incertezas uma vez que se baseiam nas expectativas e metas da administração da Companhia, bem como nas informações disponíveis. A Companhia não está obrigada a atualizar tais afirmações. As palavras "antecipar", "desejar", "esperar", "prever", "pretender", "planejar", "prognosticar", "projetar", "objetivar" e termos similares são utilizados para identificar tais afirmações. A Companhia esclarece que não divulga projeções e/ou estimativas nos termos do artigo 21 da Resolução CVM nº 80/22 e, dessa forma, eventuais considerações futuras não representam qualquer guidance ou promessa de desempenho futuro. As expectativas da administração referem-se a eventos futuros que podem ou não vir a ocorrer. Nossa futura situação financeira, resultados operacionais, participação de mercado e posicionamento competitivo podem diferir substancialmente daqueles inferidos ou sugeridos em tais avaliações. Muitos dos fatores e valores que estabelecem esses resultados estão fora do controle ou da expectativa da Companhia. O leitor/investidor não deve basear-se exclusivamente nas informações contidas neste relatório para tomar decisões com relação à negociação de valores mobiliários de emissão da Multiplan. Este documento contém informações sobre projetos futuros que poderão tornar-se diversas devido a alterações nas condições de mercado, alterações de lei ou políticas governamentais, alterações das condições de operação do projeto e dos respectivos custos, alteração de cronogramas, desempenho operacional, demanda de lojistas e consumidores, negociações comerciais ou de outros fatores técnicos e econômicos. Tais projetos poderão ser modificados no todo ou parcialmente, a critério da Companhia, sem prévio aviso. As informações não contábeis não foram revisadas pelos auditores externos. Neste relatório, a Companhia optou por apresentar os saldos consolidados, de forma gerencial, de acordo com as práticas contábeis vigentes excluindo o CPC 19 (R2). Para maiores informações, favor consultar as Demonstrações Financeiras, o Formulário de Referência e outras informações relevantes disponíveis no nosso site de Relações com Investidores ri.multiplan.com.br

Programas não patrocinados de *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.

Aviso Legal

Relatório Gerencial

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

Esse pronunciamento passou a ter sua aplicação para os exercícios iniciados a partir de 1º de janeiro de 2013. O pronunciamento determina, dentre outras coisas, que empreendimentos controlados em conjunto sejam registrados nas demonstrações financeiras através do método de equivalência patrimonial. Até setembro de 2023, a Multiplan tinha uma joint venture em uma empresa que detinha 100% do Parque Shopping Maceió. Portanto, a Companhia deixa de consolidar proporcionalmente os 50% de participação na Parque Shopping Maceió S.A., empresa detentora de 100% do shopping center do mesmo nome. Desde outubro de 2023, a Companhia não possui Joint Venture, conforme previsto no CPC 19 (R2).

Os relatórios anteriores adotavam o formato de informações gerenciais e, por esse motivo, não consideravam aplicáveis os requisitos do CPC 19 (R2). Assim, as informações e/ou análises de desempenho aqui apresentadas incluem a consolidação proporcional do Parque Shopping Maceió S.A. para o período entre janeiro de 2013 a setembro de 2023. Para informações adicionais, consultar a nota 8.4 das Demonstrações Financeiras de 30 de setembro de 2024.

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



Sumário

sumário

- 5** Visão Geral
- 6** Destaques
- 11** Eventos recentes
- 12** Demonstração Result. Consolidados
- 13** Indicadores Operacionais
- 21** Receitas
- 26** Despesas
- 27** Resultado Operacional Líquido (NOI)
- 29** Resultados de Empreendimentos Imobiliários
- 30** Resultados Financeiros
- 36** MULT3 e o Mercado de ações
- 37** Evento recente: Recompra de ações
- 39** Capex
- 40** Banco de terrenos
- 41** Análise das Propriedades para investimento
- 43** Inovação Digital
- 47** ESG
- 50** Portfólio de Ativos
- 52** Estrutura Societária
- 55** Anexos
- 61** Glossário

Visão Geral

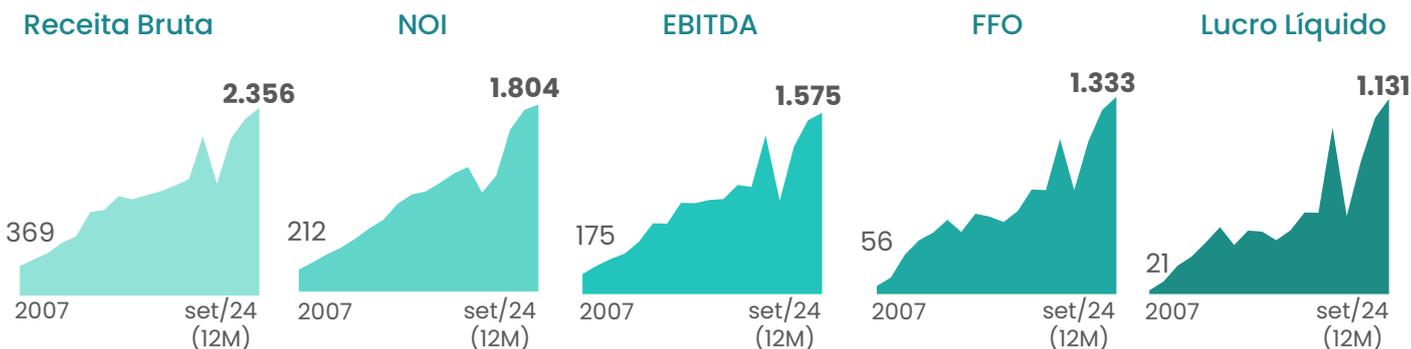
A Multiplan Empreendimentos Imobiliários S.A. é uma das maiores empresas de shopping centers do Brasil, fundada como uma empresa *full service*, responsável pelo planejamento, desenvolvimento, propriedade e administração de um dos maiores e melhores portfólios de shopping centers do Brasil.

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

Ao final do 3T24, a Multiplan possuía e administrava 20 shopping centers, totalizando 873.595 m² de ABL, com participação média de 81,5% abrangendo cerca de 6.000 lojas.

Além disso, a Multiplan possui – com participação média de 92,1% – dois complexos corporativos com ABL total de 50.582 m², levando a uma ABL total do portfólio de 924.177 m².

EVOLUÇÃO FINANCEIRA DE LONGO PRAZO (R\$ Milhões)



R\$ Milhões	2007 ¹ (IPO)	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	set/24 (12M)	Var. '07-'23	CAGR '07-'23
Vendas²	4.244	5.070	6.109	7.476	8.461	9.723	11.384	12.760	13.338	13.726	14.657	15.470	16.304	10.253	14.598	20.016	21.928	23.222	+416,7%	+10,8%
Receita Bruta	368,8	452,9	534,4	662,6	742,2	1.048,0	1.074,6	1.245,0	1.205,2	1.257,5	1.306,2	1.378,9	1.460,2	1.995,1	1.404,5	1.975,1	2.217,0	2.355,8	+501,2%	+11,9%
NOI	212,1	283,1	359,4	424,8	510,8	606,9	691,3	846,1	934,8	964,6	1.045,5	1.138,1	1.201,2	953,4	1.118,9	1.561,2	1.752,2	1.804,2	+726,2%	+14,1%
EBITDA	175,1	247,2	304,0	350,2	455,3	615,8	610,7	793,7	789,2	818,3	825,5	946,9	932,1	1.377,1	810,8	1.280,1	1.510,9	1.574,6	+762,8%	+14,4%
FFO	56,1	112,5	266,6	363,0	414,6	501,0	421,0	543,7	522,8	487,7	561,3	707,4	703,4	1.047,0	702,0	1.032,5	1.243,0	1.333,1	+2.115,7%	+21,4%
Lucro Líquido	21,2	74,0	163,3	218,4	298,2	388,1	284,6	368,1	362,2	311,9	369,4	472,9	471,0	964,2	453,1	769,3	1.020,4	1.130,9	+4.723,2%	+27,4%

¹ Os resultados de 2007 foram calculados de acordo com a metodologia atual. Para mais detalhes, por favor acesse a Planilha de Fundamentos da Companhia.

² Vendas totais dos lojistas (base 100%).

Destaque

Entregando uma estratégia única de criação de valor

No 3T24, além de entregar novos recordes operacionais, a Multiplan aproveitou inúmeras oportunidades de criar valor aos seus acionistas, incluindo a mais significativa desde sua aberta de capital¹.

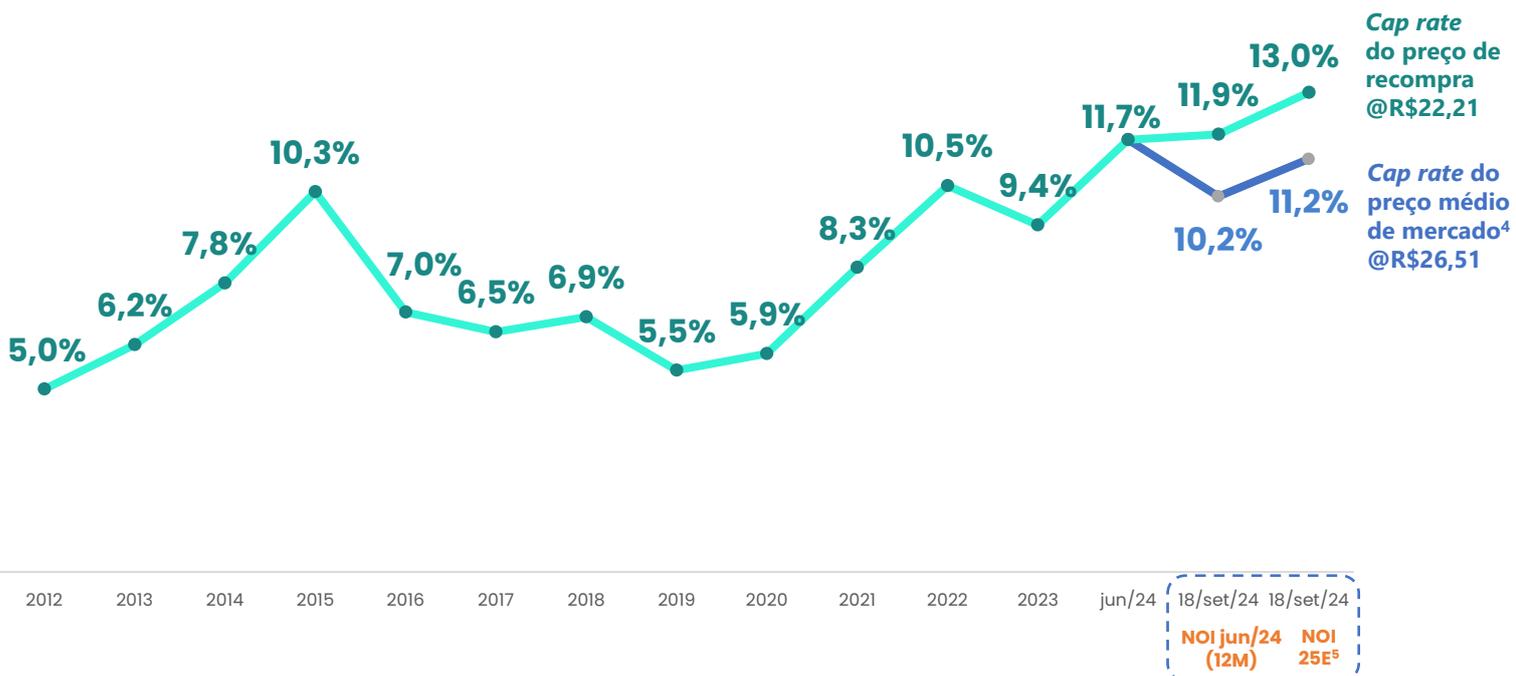
No dia 19 de setembro, a Multiplan anunciou a recompra de R\$2,0 bilhões de ações com um desconto² de 16,2% em um de seus maiores *cap rates* (mais informações na página 37).

Em 21 de outubro, a recompra foi aprovada em Assembleia Geral Extraordinária, e a Companhia está tomando todas as providências necessárias para finalizar a transação. Esta oportunidade de recompra reflete a estratégia disciplinada de alocação de capital da Multiplan, visando o crescimento futuro e o retorno de capital.

¹ Abertura de capital da Companhia foi realizada em jul/07.

² Desconto sobre a cotação média ponderada pelo volume das ações nos últimos 30 pregões em 18 de setembro.

Cap rates³ históricos da Multiplan(%)



³ Cap rate calculado com base no NOI dividido pelo Valor da Empresa (excluindo ações em tesouraria). Os cap rates "jun/24" e "NOI jun/24 (12M)" consideram o NOI dos últimos 12 meses encerrados em junho de 2024.

⁴ Considera o preço médio ponderado por volume das ações dos últimos 30 pregões em 18 de setembro de 2024.

⁵ O cap rate "NOI 25E" considera o NOI 2025 estimado com base no universo de cobertura de *Research* da Multiplan disponível em 18 de setembro de 2024 (média de 8 projeções datadas entre 14 de maio e 18 de setembro de 2024). NOI (*Net Operating Income*) refere-se ao resultado operacional líquido.

Nota: A apresentação integral dessa transação está disponível nesse [link](#).

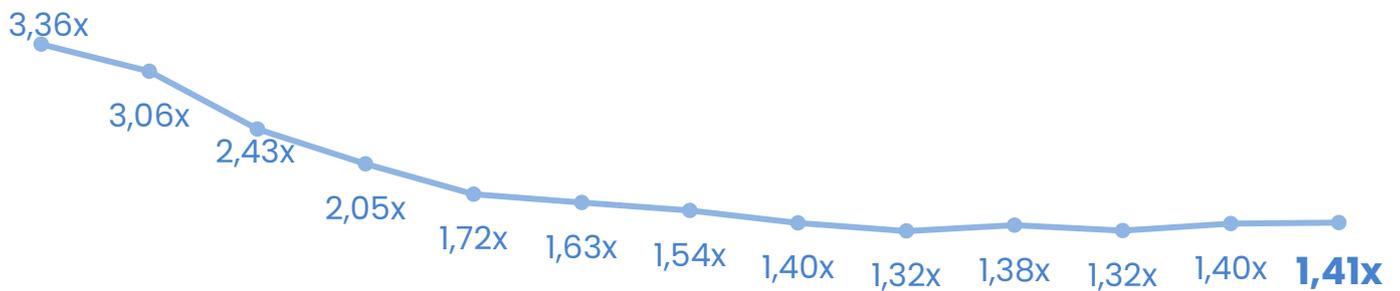
Destaque

Sempre prontos para oportunidades

Em julho de 2024, a Companhia emitiu com sucesso R\$500,0 milhões em debêntures, encerrando o trimestre com uma posição de caixa de R\$1,4 bilhão. O índice Dívida Líquida/EBITDA da Companhia ficou em 1,41x, significativamente abaixo da média de 10 anos de 2,25x e bem inferior ao limite mais baixo (*covenant*) de 4,00x.

No dia 23 de outubro, a Companhia reforçou ainda mais sua solidez financeira com a emissão de uma nova debênture de R\$1,8 bilhão com prazo de 7 e 10 anos. Esse movimento estratégico não apenas melhorou a liquidez da Companhia, mas também a posicionou para recomprar R\$2,0 bilhões em ações. Além disso, deu continuidade à estratégia de crescimento de longo prazo e retorno aos acionistas da Companhia.

Evolução Dívida Líquida/EBITDA



set/21 dez/21 mar/22 jun/22 set/22 dez/22 mar/23 jun/23 set/23 dez/23 mar/24 jun/24 set/24





Destaques

Crescimento e retorno

Nos últimos 50 anos, e de olho nos próximos 50, a Multiplan tem focado consistentemente em crescimento, entregando nova área bruta locável (ABL) e melhorando suas propriedades. No 3T24, a Companhia manteve sua estratégia de expansão com o lançamento da expansão do ParkShopping, iniciando a segunda fase do projeto Golden Lake e revitalizando diversos shoppings preparando-se para o crescimento futuro.

Esta estratégia de crescimento é sustentada por uma forte geração de caixa, permitindo retornos de capital consistentes aos investidores. Com a conclusão da recompra de ações de R\$2,0 bilhões, a Multiplan deve retornar R\$2,8 bilhões nos últimos 12 meses (jun/24 12M), representando um *yield* de 21,6% em relação ao seu valor de mercado em 18 de setembro de 2024.

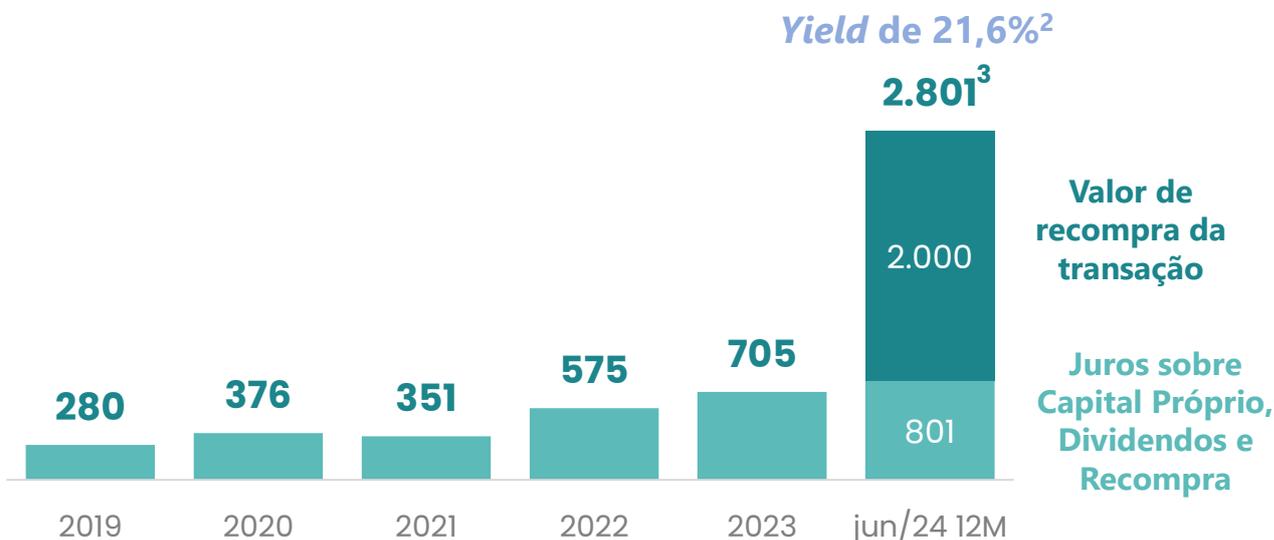
Lucro por ação (R\$)



¹CAGR (Compound Annual Growth Rate) refere-se à Taxa de Crescimento Anual Composta.

Retorno aos acionistas

Juros sobre Capital Próprio, Dividendos e Recompra (R\$ M)



² Yield: capital devolvido aos acionistas (R\$2.801,3 M) dividido pelo valor de mercado estimado após a recompra (R\$12,9 bilhões), composto por (i) o número total de ações (excluindo as ações em tesouraria) de 488.094.982 e (ii) o preço médio das ações em 18 de setembro de 2024.

³ Considera um retorno de R\$ 2.801,3 M, composto por (i) R\$ 586,0 M de juros sobre capital próprio em jun/24 (12M), (ii) R\$ 215,3 M em recompra de ações em jun/24 (12M), e (iii) R\$2,0 bilhões em recompras de ações do Ontario Teachers Pension Plan.

Nota: A apresentação integral dessa transação está disponível nesse [link](#).

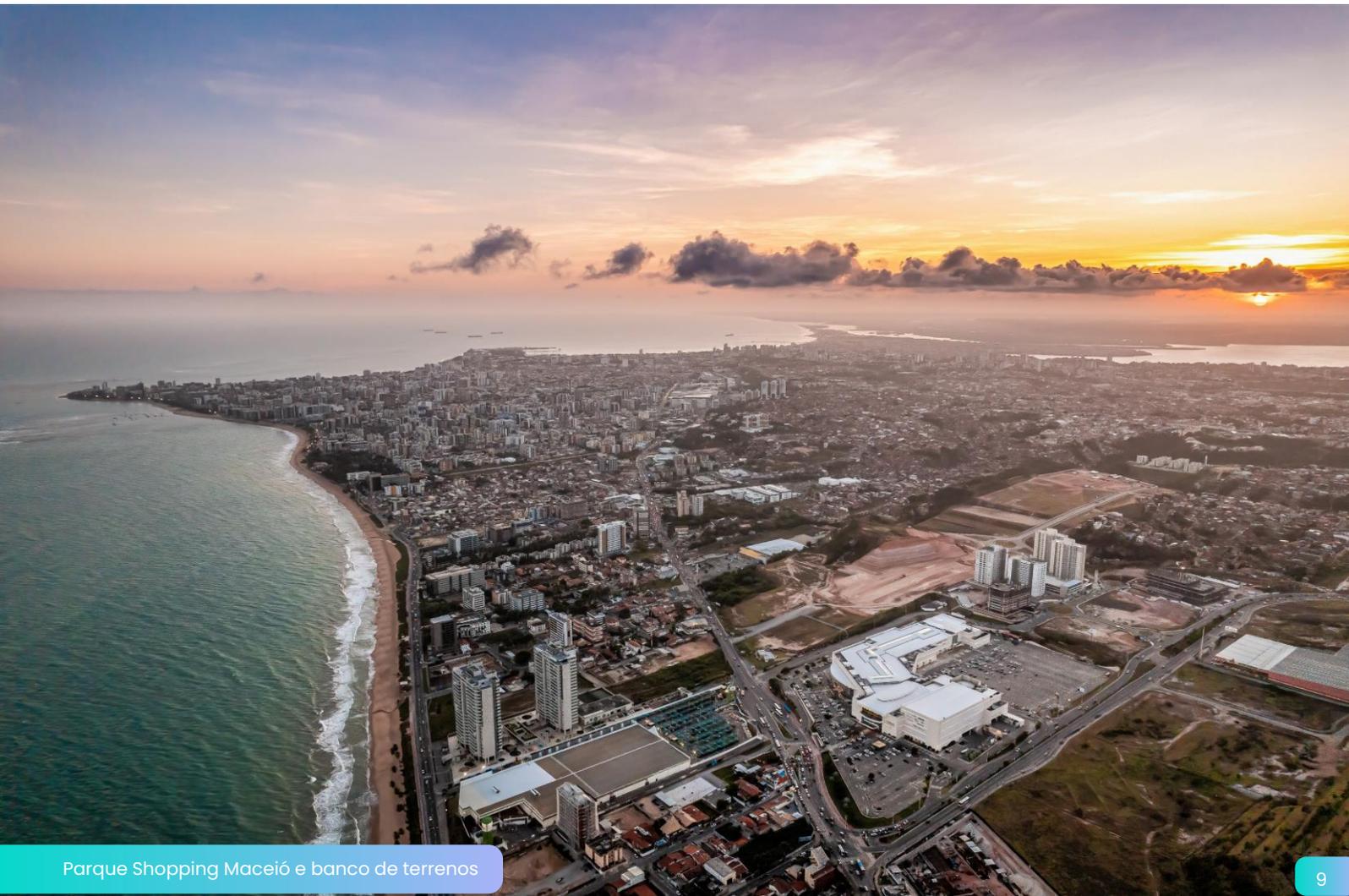
Destaque

Destravando valor dos ativos

Além das vendas do banco de terrenos anunciadas no 2T24, a Companhia concluiu com sucesso a venda do último terreno ao lado do Parque Shopping Maceió por R\$17,5 milhões no terceiro trimestre de 2024.

Adicionalmente, no dia 8 de outubro, a Multiplan anunciou a assinatura de um Memorando de Entendimento para a venda de 25,0% de participação no JundiáShopping por R\$251,4 milhões. Esta transação está sujeita às condições precedentes usuais.

Essas transações ressaltam o foco da Multiplan em destravar o valor de seus ativos e na abordagem disciplinada de alocação de capital.



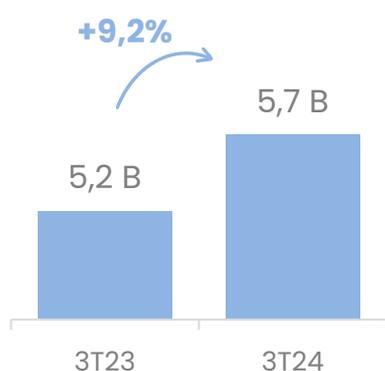
Destaque

Aumento de vendas, aluguel, ocupação e muito mais

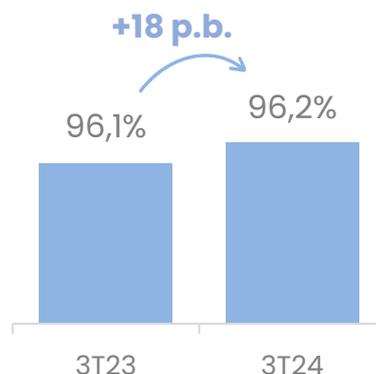
As muitas notícias positivas do trimestre são alavancadas pelos fortes resultados dos shoppings.

- As vendas dos shoppings voltaram a superar a inflação, crescendo 9,2% no 3T24 (vs. 3T23).
- A receita de locação dos shoppings, beneficiando-se do aumento ainda lento do efeito do reajuste do IGP-DI, cresceu 2,4% vs. o 3T23.
- A estratégia bem-sucedida da Acesso Multi resultou em um aumento de 8,9% na receita de estacionamento no trimestre.
- A maior taxa de ocupação (96,2%) e a inadimplência líquida negativa (-0,1%) impulsionaram o crescimento do NOI.
- A inauguração das expansões do DiamondMall e do ParkShoppingBarigüi em novembro, juntamente com a conclusão dos projetos de revitalização em andamento, devem aprimorar ainda mais os resultados.

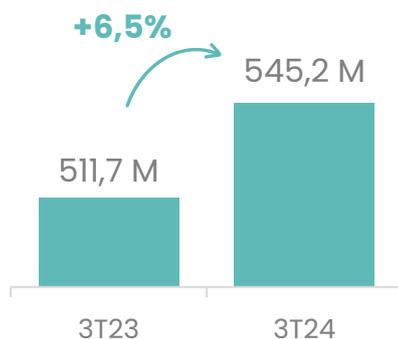
Vendas dos lojistas (R\$)



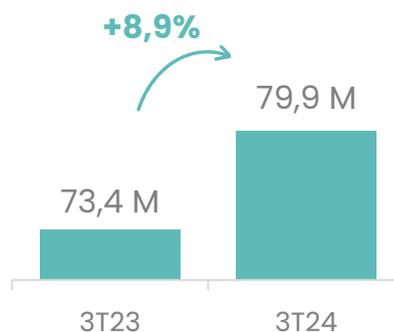
Taxa de ocupação



Receita líquida (R\$)



Receita de estacionamento (R\$)



Eventos recentes

Após o encerramento do terceiro trimestre de 2024, a Multiplan anunciou vários eventos significativos, conforme descrito abaixo:

1. Recompra de ações

Em setembro, a Companhia propôs a recompra de 90,0 milhões de ações. Em 21 de outubro, a recompra foi aprovada por maioria de votos.

Para mais detalhes, veja a página 37.

2. Lançando mais ABL

Em 02 de outubro, a Companhia lançou a 10ª expansão do ParkShopping, que adicionará 8.615 m² de novas lojas e mais entretenimento.

Para mais detalhes, veja a página 47.

3. MoU para venda de participação

Em 08 de outubro, a Companhia anunciou a assinatura de um Memorando de Entendimento (MoU) para a venda de 25,0% do JundiaíShopping.

Para mais detalhes, veja a página 29.

4. Emissão de R\$1,8 bi em debêntures

Em outubro, a Multiplan anunciou a liquidação da 15ª emissão de debêntures no valor de R\$1,8 bilhão.

Para mais detalhes, veja a página 31.





Demonstração de Resultados Consolidados

Gerencial

Demonstração de resultados

(R\$'000)	3T24	3T23	Var. %	9M24	9M23	Var. %
Receita de locação	401.546	394.024	+1,9%	1.184.406	1.177.522	+0,6%
Receita de serviços	35.694	48.672	-26,7%	112.152	116.793	-4,0%
Receita de cessão de direitos	(1.744)	(2.422)	-28,0%	1.527	(5.044)	n.d.
Receita de estacionamento	79.948	73.382	+8,9%	220.094	209.304	+5,2%
Venda de imóveis	55.497	28.608	+94,0%	150.664	64.383	+134,0%
Apropriação de receita de aluguel linear	10.366	3.885	+166,8%	22.051	5.993	+267,9%
Outras receitas	6.006	7.078	-15,2%	42.970	26.122	+64,5%
Receita Bruta	587.313	553.227	+6,2%	1.733.864	1.595.074	+8,7%
Tributos sobre receitas	(42.157)	(41.502)	+1,6%	(125.377)	(109.492)	+14,5%
Receita Líquida	545.157	511.725	+6,5%	1.608.487	1.485.583	+8,3%
Despesas de sede	(46.299)	(45.135)	+2,6%	(138.401)	(133.154)	+3,9%
Remuneração baseada em ações	(15.751)	(15.520)	+1,5%	(49.997)	(40.804)	+22,5%
Despesas de propriedades	(33.212)	(33.344)	-0,4%	(114.114)	(132.379)	-13,8%
Despesas de projetos para locação	(2.717)	(1.718)	+58,2%	(5.431)	(3.738)	+45,3%
Despesas de projetos para venda	(7.839)	(5.025)	+56,0%	(17.201)	(16.824)	+2,2%
Custo de imóveis vendidos	(31.714)	(19.723)	+60,8%	(81.942)	(41.099)	+99,4%
Resultado de equivalência patrimonial	-	-	n.d.	(37)	(8)	+370,3%
Outras receitas (despesas) operacionais	(6.508)	(477)	+1.263,3%	(19.785)	252	n.d.
EBITDA	401.115	390.782	+2,6%	1.181.579	1.117.830	+5,7%
Receitas financeiras	46.552	34.209	+36,1%	129.898	108.665	+19,5%
Despesas financeiras	(85.067)	(86.101)	-1,2%	(247.371)	(285.463)	-13,3%
Depreciações e amortizações	(34.328)	(34.517)	-0,5%	(102.897)	(115.741)	-11,1%
Lucro Antes do Imposto de Renda	328.272	304.374	+7,9%	961.209	825.290	+16,5%
Imposto de renda e contribuição social	(48.733)	(22.726)	+114,4%	(92.228)	(75.356)	+22,4%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	74	(18.231)	n.d.	(40.524)	(32.005)	+26,6%
Participação dos acionistas minoritários	(44)	(42)	+3,2%	(119)	(120)	-0,5%
Lucro Líquido	279.569	263.374	+6,1%	828.337	717.810	+15,4%

(R\$'000)	3T24	3T23	Var. %	9M24	9M23	Var. %
NOI	458.648	437.947	+4,7%	1.312.436	1.260.441	+4,1%
Margem NOI	93,2%	92,9%	+32 p.b.	92,0%	90,5%	+151 p.b.
EBITDA de Propriedades¹	397.736	393.923	+1,0%	1.162.634	1.126.769	+3,2%
Margem EBITDA de Propriedades ¹	80,6%	81,2%	-61 p.b.	79,2%	79,0%	+12 p.b.
EBITDA	401.115	390.782	+2,6%	1.181.579	1.117.830	+5,7%
Margem EBITDA	73,6%	76,4%	-279 p.b.	73,5%	75,2%	-179 p.b.
Lucro Líquido	279.569	263.374	+6,1%	828.337	717.810	+15,4%
Margem Líquida	51,3%	51,5%	-19 p.b.	51,5%	48,3%	+318 p.b.
Fluxo de Caixa Operacional (FFO)	303.457	312.237	-2,8%	949.707	859.563	+10,5%
Margem FFO	55,7%	61,0%	-535 p.b.	59,0%	57,9%	+118 p.b.

¹ Não considera operações imobiliárias para venda (receitas, impostos, custos e despesas) e despesas relacionadas a desenvolvimentos futuros. Despesa de sede e remuneração baseada em ações proporcionais ao percentual da receita bruta de shopping center com a receita bruta da Companhia.

Indicadores Operacionais

Vendas

Vendas dos lojistas

Mantendo vendas fortes, superando o crescimento do trimestre anterior

No 3T24, as vendas dos lojistas totalizaram R\$5,7 bilhões, representando um crescimento de 9,2% em relação ao 3T23. As vendas trimestrais atingiram o maior valor já registrado para um terceiro trimestre. Considerando os 9M24, o aumento nas vendas foi de 8,6% sobre os 9M23.

No 3T24, foram realizados 287 eventos nos shoppings da Companhia, atraindo fluxos de consumidores.

Todos os 20 shoppings registraram aumento anual de vendas no 3T24, com destaque para o New York City Center, ParkShopping Canoas, BarraShoppingSul e DiamondMall, todos com crescimento acima de 15,0%.

As vendas do New York City Center cresceram 24,8% vs. o 3T23, resultado da grande revitalização que o shopping passou em 2023 e 2024, e de uma gestão proativa do mix com foco em experiência e conveniência. Além disso, o shopping pretende, em breve, aprimorar sua oferta com a inauguração de novos restaurantes, visando enriquecer ainda mais a experiência do cliente e atender às suas demandas.

Vendas trimestrais dos lojistas (R\$)

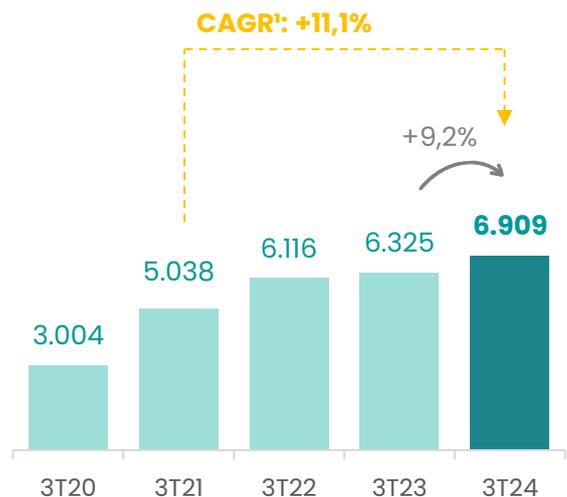


CAGR¹ de dois dígitos em vendas por m²

As vendas dos lojistas da Multiplan atingiram a marca de R\$6.909/m² no 3T24, um crescimento de 9,2% sobre o 3T23.

Considerando o período do 3T21 ao 3T24, o CAGR¹ atingiu 11,1%.

Vendas/m² (R\$/m²)



¹ CAGR (Compound Annual Growth Rate) se refere a Taxa de Crescimento Anual Composta.



Indicadores Operacionais

Vendas

Rio Grande do Sul lidera crescimento

Os shoppings da Multiplan localizados no Rio Grande do Sul apresentaram forte desempenho de vendas ao longo do trimestre. Juntos, no 3T24, as vendas do ParkShopping Canoas e do BarraShoppingSul atingiram R\$493,4 milhões, um crescimento de dois dígitos (+20,4%) em relação ao 3T23. Esta forte recuperação evidencia a resiliência e o posicionamento estratégico dos shoppings desta região.

Crescimento das vendas: 3T24 vs. 3T23





Evento cultural regional – BarraShoppingSul

Indicadores Operacionais

Vendas

Vendas dos lojistas (100%) (R\$)	3T24	3T23	Var. %	9M24	9M23	Var. %
BH Shopping	441,6 M	411,8 M	+7,3%	1.259,7 M	1.182,2 M	+6,6%
RibeirãoShopping	330,7 M	303,9 M	+8,8%	952,2 M	865,3 M	+10,0%
BarraShopping	801,1 M	735,6 M	+8,9%	2.301,2 M	2.126,1 M	+8,2%
MorumbiShopping	678,6 M	642,5 M	+5,6%	1.982,7 M	1.888,6 M	+5,0%
ParkShopping	411,7 M	373,4 M	+10,3%	1.175,6 M	1.068,0 M	+10,1%
DiamondMall	198,2 M	166,4 M	+19,1%	564,9 M	480,8 M	+17,5%
New York City Center	53,6 M	42,9 M	+24,8%	154,0 M	116,3 M	+32,4%
ShoppingAnáliaFranco	396,4 M	368,5 M	+7,6%	1.160,1 M	1.088,6 M	+6,6%
ParkShoppingBarigüi	376,1 M	361,3 M	+4,1%	1.091,3 M	1.047,7 M	+4,2%
Pátio Savassi	153,8 M	148,6 M	+3,5%	440,6 M	415,9 M	+5,9%
ShoppingSantaÚrsula	42,9 M	37,4 M	+14,8%	125,5 M	105,0 M	+19,5%
BarraShoppingSul	276,0 M	231,8 M	+19,1%	746,6 M	622,7 M	+19,9%
ShoppingVilaOlímpia	104,6 M	96,3 M	+8,6%	320,8 M	292,8 M	+9,6%
ParkShoppingSãoCaetano	239,9 M	221,3 M	+8,4%	690,6 M	646,3 M	+6,9%
JundiáShopping	179,7 M	159,9 M	+12,4%	526,7 M	478,3 M	+10,1%
ParkShoppingCampoGrande	177,4 M	166,1 M	+6,8%	530,7 M	490,8 M	+8,1%
VillageMall	257,0 M	243,6 M	+5,5%	751,8 M	721,9 M	+4,1%
Parque Shopping Maceió	188,4 M	165,9 M	+13,5%	560,0 M	483,5 M	+15,8%
ParkShopping Canoas	217,4 M	177,9 M	+22,2%	575,7 M	517,0 M	+11,3%
ParkJacarepaguá	137,5 M	129,4 M	+6,3%	408,9 M	387,3 M	+5,6%
Total	5.662,7 M	5.184,5 M	+9,2%	16.319,5 M	15.025,3 M	+8,6%



ParkShopping Canoas

Indicadores Operacionais

Vendas nas Mesmas Lojas (SSS)

Vendas nas Mesmas Lojas (SSS)

Crescimento em todos os segmentos

As Vendas nas Mesmas Lojas (SSS) atingiram +9,3% no 3T24 em relação ao 3T23, com todos os segmentos crescendo ano contra ano.

Na mesma trajetória do último trimestre, os segmentos de Artigos Diversos e Serviços apresentaram o maior aumento no 3T24, +13,0% e +10,3%, respectivamente. O crescimento do segmento de Artigos Diversos foi impactado pelas atividades de perfumaria/cosméticos, supermercados e joalherias. O segmento de Serviços também alcançou um crescimento de dois dígitos, impulsionado por um aumento de 19,4% no SSS de cinemas, principalmente devido às estreias de filmes durante o trimestre, e um aumento de 11,2% na atividade de farmácia.

Vendas nas Mesmas Lojas	3T24 x 3T23		
	Âncora	Satélite	Total
Alimentação & Áreas Gourmet	-	+6,9%	+6,9%
Vestuário	+10,8%	+6,0%	+7,5%
Artigos do Lar & Escritório	+23,1%	+6,6%	+9,7%
Artigos Diversos	+9,9%	+14,4%	+13,0%
Serviços	+11,9%	+9,9%	+10,3%
Total	+11,2%	+8,6%	+9,3%

Vendas nas Mesmas Lojas	9M24 x 9M23		
	Âncora	Satélite	Total
Alimentação & Áreas Gourmet	-	+7,3%	+7,3%
Vestuário	+6,0%	+4,5%	+5,0%
Artigos do Lar & Escritório	+0,2%	+3,3%	+2,7%
Artigos Diversos	+13,0%	+13,0%	+13,0%
Serviços	+5,3%	+8,5%	+7,8%
Total	+7,8%	+7,5%	+7,6%

Indicadores Operacionais

Turnover

Turnover (troca de lojas)

No 3T24, a Multiplan reportou um *turnover* de 1,6% da ABL total, equivalente a 13.781 m², com a adição de 155 novas lojas. As lojas satélites representaram 90,6% da ABL do *turnover* do trimestre, adicionando 154 lojas ao portfólio.

Os destaques do trimestre

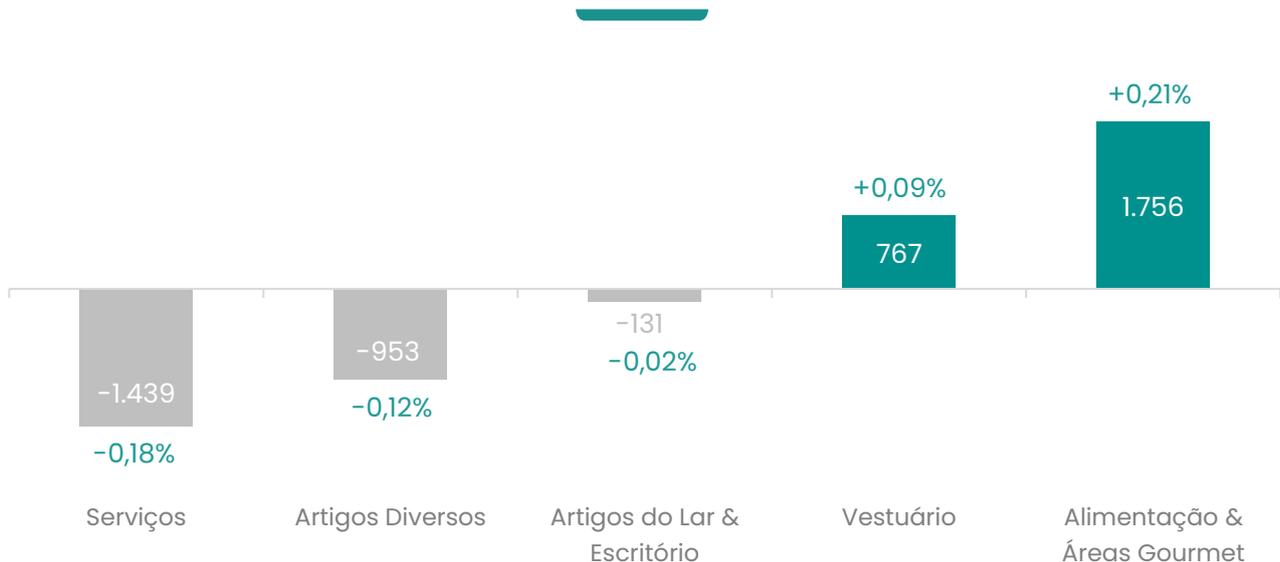
- Pelo segundo trimestre consecutivo, o ParkShopping Canoas apresentou um dos maiores *turnovers* do portfólio, correspondendo a 14,1% do *turnover* total no 3T24. Foram adicionadas 18 novas lojas satélites, distribuídas em todos os segmentos.
- O New York City Center foi responsável por 9,4% do *turnover* total, impulsionado pela adição da única loja âncora neste trimestre – uma grande operação no segmento de Alimentação & Áreas Gourmet que substituiu parte de uma academia.
- O BarraShopping também apresentou um forte *turnover* no trimestre, respondendo por 8,5% do *turnover* total.

Durante o trimestre, o segmento de Alimentação & Áreas Gourmet registrou o maior *turnover* líquido positivo (1.756 m²), relacionado principalmente à já mencionada loja âncora adicionada no New York City Center, que representa 73,8% da ABL total migrada do segmento.



ParkShopping Canoas

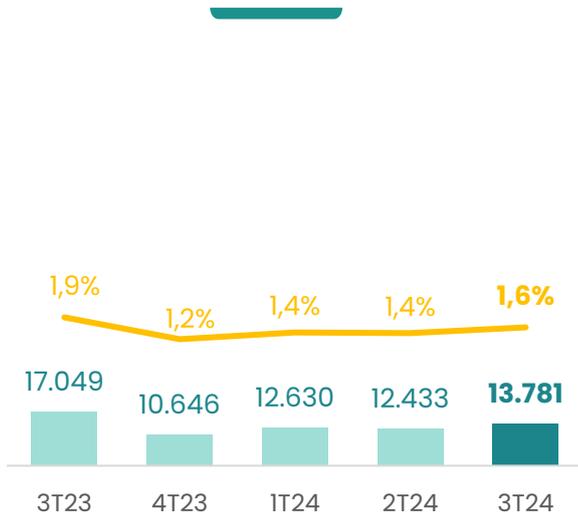
Efeito do *turnover* líquido dos segmentos em m² e % da ABL total – 3T24



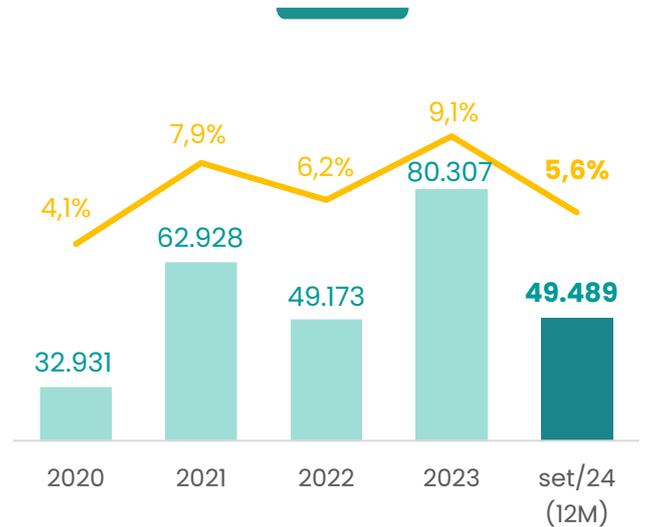
Indicadores Operacionais

Turnover

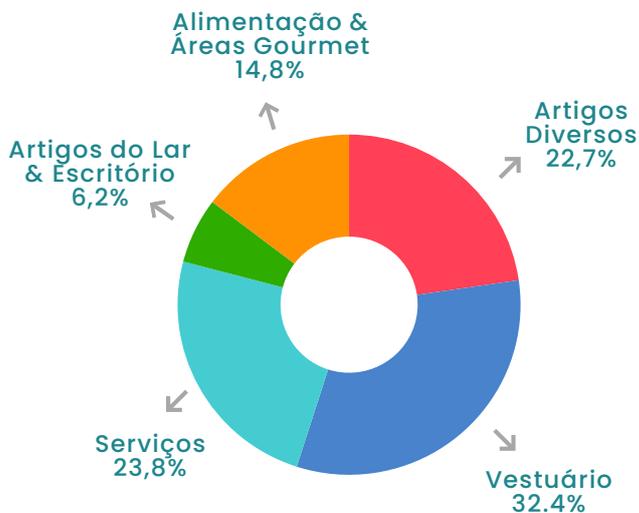
Turnover dos shoppings em ABL (m²) e em % do ABL total (%)



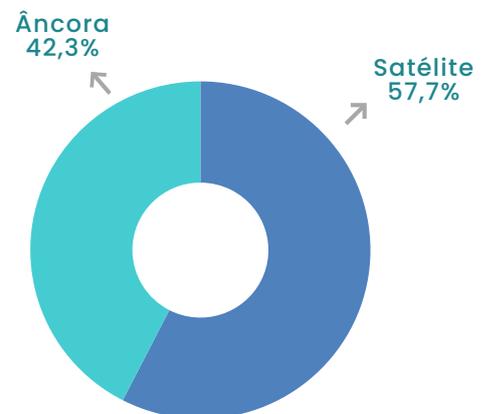
Turnover dos shoppings em ABL (m²) e em % do ABL total (%)



Distribuição de ABL ocupada por segmento - set/24



Distribuição da ABL ocupada por tipo de loja¹ - set/24



¹ As lojas âncoras são lojas qualificadas com, pelo menos, 1.000 m² (10.763 pés quadrados). As lojas satélites são lojas com menos de 1.000 m² (10.763 pés quadrados).

Indicadores Operacionais

Taxa de ocupação

Taxa de ocupação

Três anos com crescimento consecutivo

No 3T24, o portfólio de shoppings da Multiplan apresentou taxa de ocupação média de 96,2%, 18 p.b. superior ao 3T23, um crescimento ainda mais acentuado se considerada a taxa de ocupação ao final de setembro de 2024 (96,4%).

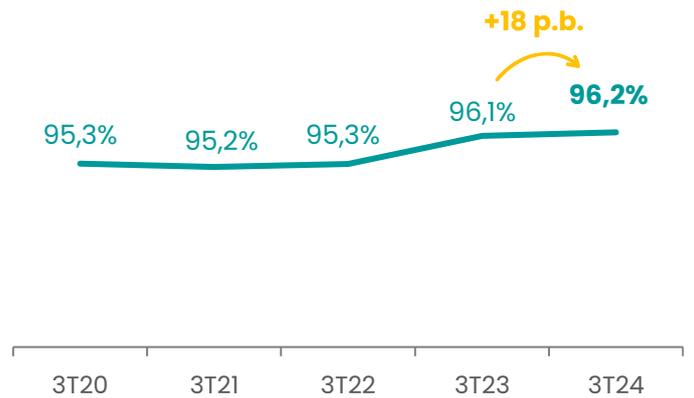
Treze shoppings atingiram taxa de ocupação acima da média do portfólio, dos quais seis reportaram nível superior a 98,0%.

New York City Center apresentou mais uma vez o maior crescimento, com aumento de 747 p.b. em relação ao 3T23, atingindo 97,3% — o melhor desempenho do shopping no terceiro trimestre desde o 3T19.

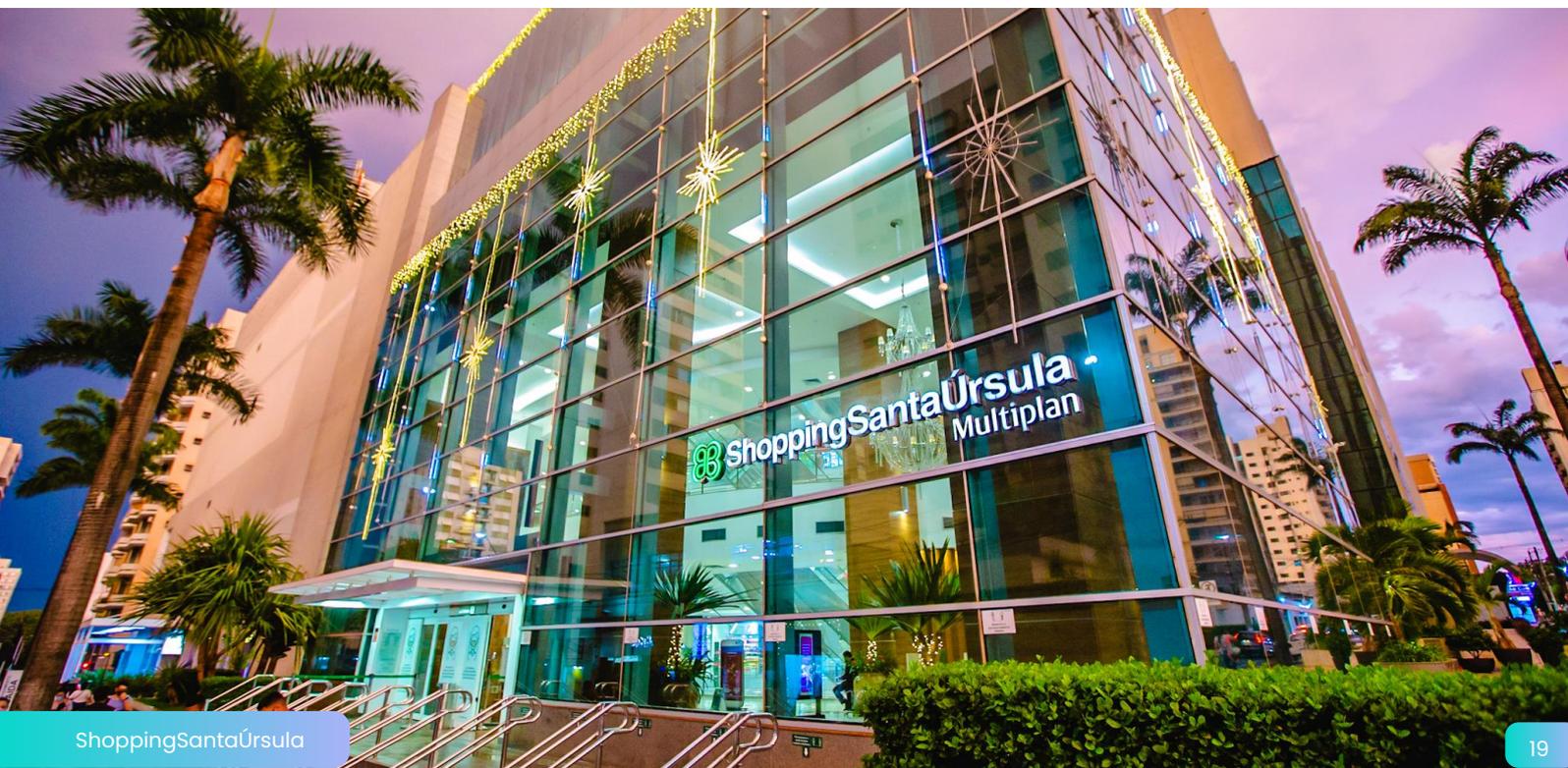
O ParkShopping apresentou o segundo maior crescimento na taxa de ocupação, atingindo 96,8% (+546 p.b. vs. 3T23). Atendendo à crescente demanda por espaços, a Companhia anunciou em outubro o lançamento da 10ª expansão do shopping, que deverá adicionar 8.615 m² de ABL ([link](#)).

A taxa de ocupação do ShoppingSantaÚrsula foi destaque novamente (94,5%), apresentando o terceiro maior crescimento no 3T24 quando comparado ao 3T23 (+454 p.b.). É a maior taxa de ocupação do shopping desde o primeiro trimestre de 2020.

Taxa de ocupação média dos shopping centers



Taxa de ocupação de **96,4% em set/24**





Evento gastronômico - VillageMall

Indicadores Operacionais

Custo de ocupação

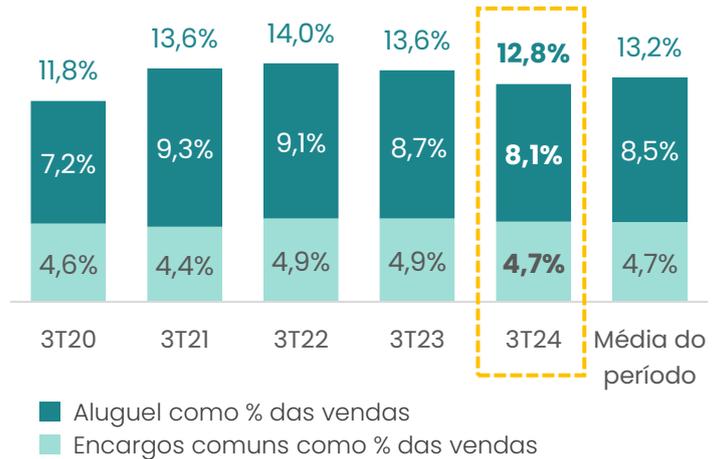
Custo de ocupação

Vendas mais altas diluem o custo de ocupação novamente

No 3T24, o custo de ocupação dos lojistas foi de 12,8%, uma queda de 83 p.b. vs. o 3T23 e o valor mais baixo para um terceiro trimestre desde 2020 (11,8%).

O crescimento de 9,2% nas vendas vs. o 3T23, combinado com a baixa inflação dos últimos 12 meses (efeito do reajuste do IGP-DI em +0,6%) e a redução das despesas comuns como % das vendas resultaram em uma diluição do custo de ocupação.

Abertura trimestral do custo de ocupação



Menor custo de ocupação para um 3T desde 2020: **12,8%**

Receita Bruta

Vendas de imóveis segue em destaque

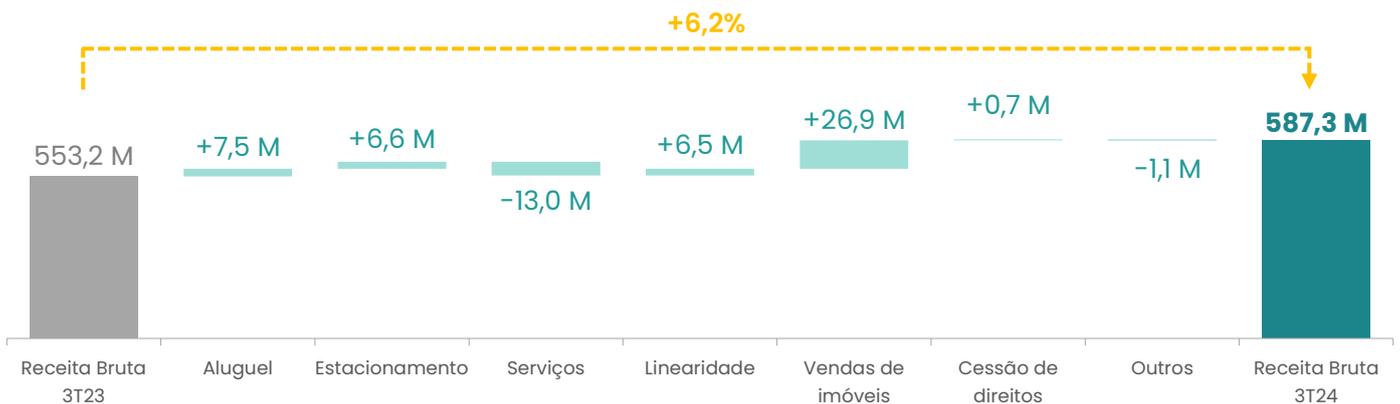
A receita bruta, no 3T24, totalizou R\$587,3 milhões, aumento de 6,2% vs. o 3T23, apesar do baixo efeito do reajuste do IGP-DI nos últimos 12 meses (+0,6%), demonstrando sua capacidade de gerar receitas de múltiplas fontes.

A receita de locação cresceu 1,9% em relação ao 3T23, impulsionada principalmente (i) pelo aluguel complementar (+29,0%) e (ii) pela receita de Mall & Mídia (+8,7%).

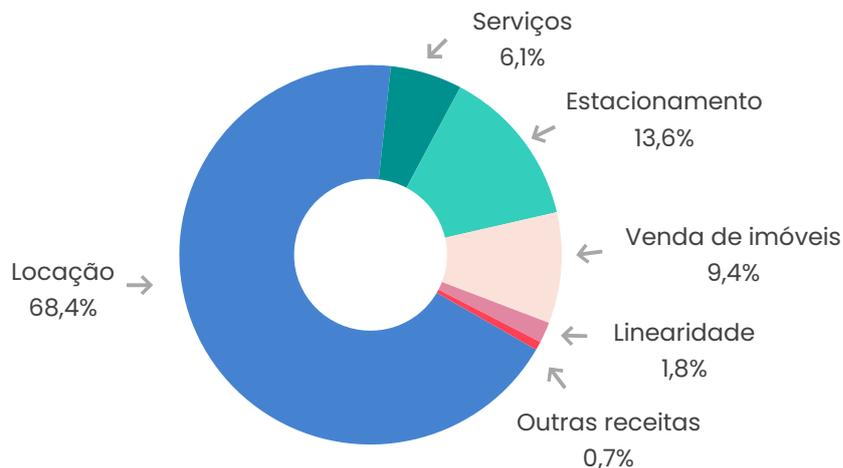
A receita de estacionamento teve um aumento de 8,9% vs. o 3T23 principalmente devido ao aumento das tarifas de estacionamento.

A receita de venda de imóveis totalizou R\$55,5 milhões no 3T24, quase duas vezes maior que o 3T23, impulsionada pela contabilização das vendas do empreendimento residencial Golden Lake e pela venda de um terreno próximo ao Parque Shopping Maceió.

Evolução da receita bruta (R\$) – 3T24 vs. 3T23



Abertura da receita bruta % – 3T24



Receita de locação

Receita de locação

De volta ao caminho do crescimento

A receita de locação total da Multiplan (soma de shoppings e torres comerciais) cresceu 1,9% vs. o 3T23, totalizando R\$401,5 milhões no 3T24.

A receita de locação de shoppings apresentou crescimento anual de 2,4%, impactada positivamente pelo:

- efeito positivo do reajuste do IGP-DI (+0,6%);
- crescimento de 8,7% da receita de Mall & Mídia, impactada positivamente pelo MorumbiShopping (+37,4%) e BarraShopping (+8,0%); e
- aumento do aluguel complementar em 29,0%, impulsionado pelo crescimento das vendas (+9,2% vs. o 3T23).

Vale ressaltar que apesar das obras de revitalização simultâneas em 13 shoppings no trimestre, 17 shoppings apresentaram crescimento na receita de locação em relação ao ano anterior.

Assim como nos dois últimos trimestres, o shopping que apresentou maior crescimento percentual foi o New York City Center (+31,0% vs. 3T23), refletindo a grande revitalização que o shopping passou ao longo de 2023 e 2024.

O ParkJacarepaguá também foi destaque, apresentando crescimento de 17,4% sobre o 3T23, principalmente em função da aquisição de participação minoritária em jun/24.



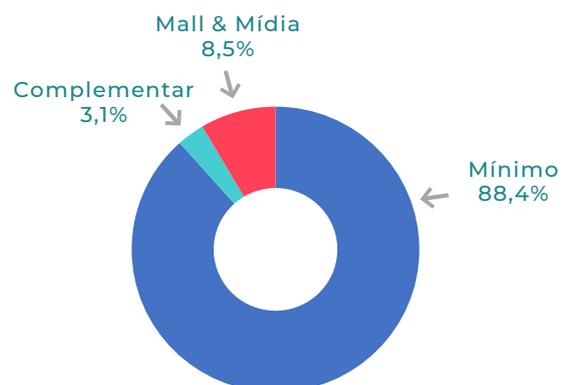
Evento infantil - JundiaíShopping

Evolução trimestral da receita de locação (R\$)



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

Abertura da receita de locação % - 3T24





Evento de corrida – Parque Shopping Maceió

Receita de locação

Receita de locação (R\$)	3T24	3T23	Var. %	9M24	9M23	Var. %
BH Shopping	42,1 M	41,5 M	+1,4%	125,0 M	122,9 M	+1,7%
RibeirãoShopping	23,2 M	22,0 M	+5,5%	70,2 M	63,3 M	+10,8%
BarraShopping	58,6 M	58,3 M	+0,5%	175,0 M	175,7 M	-0,4%
MorumbiShopping	56,1 M	53,6 M	+4,6%	164,3 M	164,2 M	+0,0%
ParkShopping	28,3 M	27,7 M	+2,3%	81,1 M	81,0 M	+0,1%
DiamondMall	16,0 M	16,5 M	-3,1%	48,0 M	48,0 M	+0,1%
New York City Center	3,2 M	2,4 M	+31,0%	9,2 M	7,4 M	+24,4%
ShoppingAnáliaFranco	11,4 M	11,3 M	+0,7%	33,8 M	34,1 M	-0,9%
ParkShoppingBarigüi	27,2 M	26,5 M	+2,3%	78,9 M	79,1 M	-0,2%
Pátio Savassi	14,1 M	13,9 M	+0,9%	42,0 M	42,2 M	-0,4%
ShoppingSantaÚrsula	2,1 M	1,9 M	+8,5%	5,9 M	6,0 M	-0,2%
BarraShoppingSul	19,0 M	20,0 M	-4,9%	55,4 M	57,7 M	-3,8%
ShoppingVilaOlímpia	5,1 M	5,6 M	-9,6%	15,5 M	15,6 M	-1,0%
ParkShoppingSãoCaetano	17,4 M	16,9 M	+3,3%	50,3 M	51,5 M	-2,2%
JundiaíShopping	13,3 M	13,2 M	+0,6%	40,2 M	39,5 M	+1,7%
ParkShoppingCampoGrande	11,2 M	11,0 M	+1,2%	33,1 M	33,5 M	-1,4%
VillageMall	15,0 M	14,3 M	+5,2%	43,8 M	42,5 M	+3,1%
Parque Shopping Maceió	6,6 M	6,1 M	+6,8%	19,6 M	18,6 M	+5,5%
ParkShopping Canoas	8,7 M	7,9 M	+10,1%	23,9 M	23,0 M	+4,0%
ParkJacarepaguá	10,7 M	9,1 M	+17,4%	29,6 M	28,6 M	+3,5%
Subtotal de shopping	389,1 M	379,8 M	+2,4%	1.144,9 M	1.134,3 M	+0,9%
Morumbi Corporate	10,5 M	12,1 M	-13,4%	33,5 M	36,8 M	-9,0%
ParkShopping Corporate	2,0 M	2,1 M	-4,1%	6,0 M	6,4 M	-5,8%
Subtotal de torres corporativas	12,5 M	14,2 M	-12,0%	39,5 M	43,2 M	-8,5%
Total portfólio	401,5 M	394,0 M	+1,9%	1.184,4 M	1.177,5 M	+0,6%

Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR)

Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR)

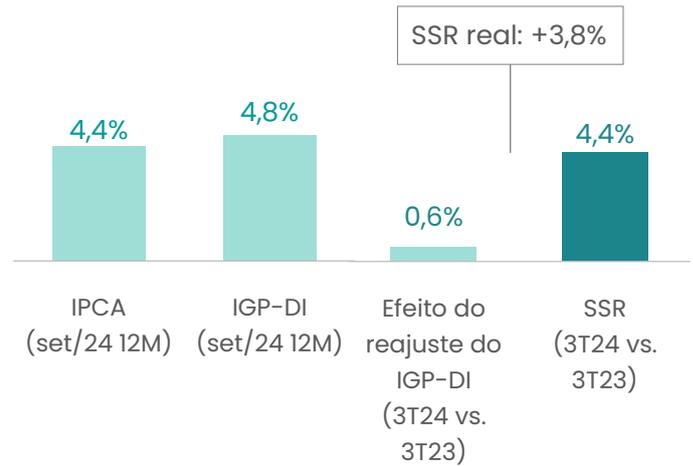
Efeito do reajuste do IGP-DI volta a ser positivo

No 3T24, o portfólio da Multiplan registrou Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR) de 4,4% quando comparado ao 3T23.

O efeito do reajuste do IGP-DI foi positivo em 0,6%, pois sete dos últimos 12 meses apresentaram deflação e apenas cinco meses tiveram uma variação positiva da inflação. Como resultado, o crescimento real da SSR foi de 3,8%.

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

Índices e SSR – 3T24



Receita de estacionamento & Receita de serviços

Receita de estacionamento

O sucesso do Acesso Multi

No 3T24, a receita de estacionamento totalizou R\$79,9 milhões, um aumento de 8,9% vs. o 3T23, impulsionado principalmente pelos ajustes das tarifas de estacionamento e pelo sucesso do Acesso Multi.

Adicionalmente, desde o final de jun/24, os membros Gold do programa de fidelidade do aplicativo Multi foram agraciados com um desconto de 20% na tarifa de estacionamento, aumentando ainda mais a satisfação e fidelização dos clientes.

Evolução da receita de estacionamento (R\$)

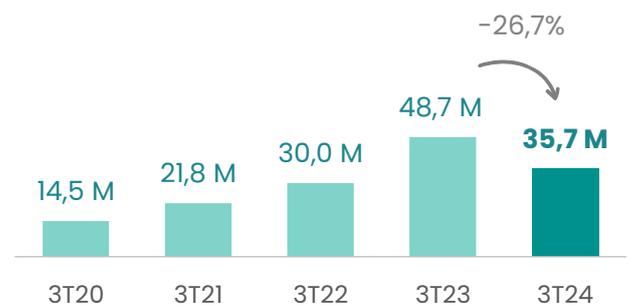


Receita de serviços

Não recorrentes afetando 2023

A receita de serviços totalizou R\$35,7 milhões no 3T24, uma redução de 26,7% sobre o 3T23, impactada por receitas não recorrentes no 3T23, enquanto cresceu 19,1% em relação ao 3T22.

Evolução da receita de serviços (R\$)



Acesso Multi:
mais de 1 milhão de usuários registrados até set/24



Despesas de propriedades

Despesas de propriedades

Despesas de propriedades caindo novamente

No 3T24, as despesas de propriedades (soma de despesas de shopping center e torre corporativa para locação) totalizaram R\$33,2 milhões, uma redução de 0,4% em relação ao 3T23 e o menor valor desde o 3T20, apesar da compra de participação minoritária do ParkJacarepaguá em jun/24. A redução foi impulsionada por:

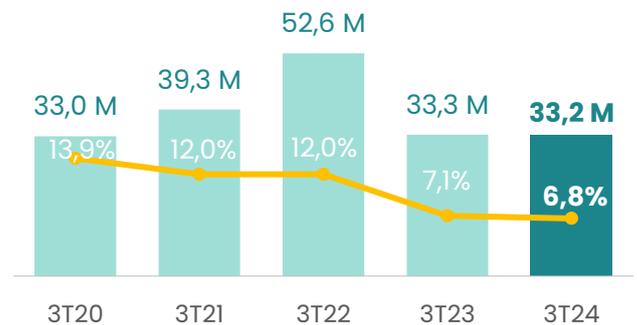
- i. um aumento de 18 p.b. na taxa de ocupação, reduzindo despesas relacionadas à vacância; e
- ii. mais um trimestre com grande recuperação de aluguéis de períodos passados, levando a uma taxa de inadimplência líquida negativa (-0,1%), contribuindo para a redução das provisões.

Nos primeiros nove meses do ano, a queda acumulada nas despesas de propriedades foi de 13,8% vs. 9M23.

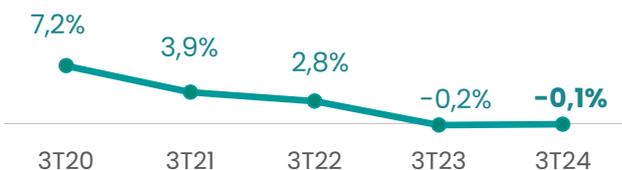
Menores despesas de propriedades desde o 3T20

É importante ressaltar que a proporção das despesas de propriedades como % das receitas de propriedades¹ voltou a diminuir no trimestre, atingindo 6,8%, o segundo menor índice desde a abertura de capital.

Despesas de propriedades (R\$) e como % das receitas de propriedades¹



Taxa de inadimplência líquida



¹ Inclui receita de locação, receita de estacionamento e a linearidade





Evento de música – ParkJacarepaguá

Resultado Operacional Líquido (NOI)

Resultado Operacional Líquido (NOI)

Margem NOI (12M) recorde

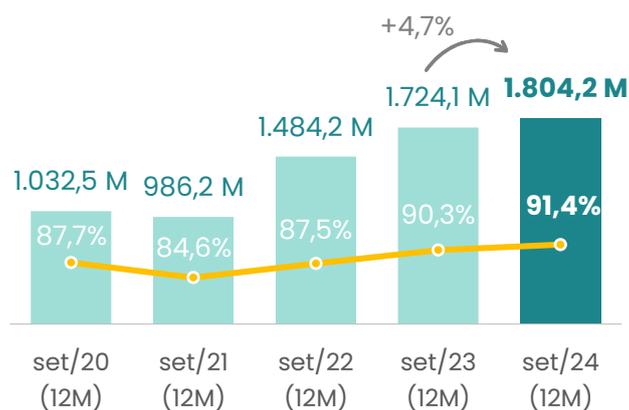
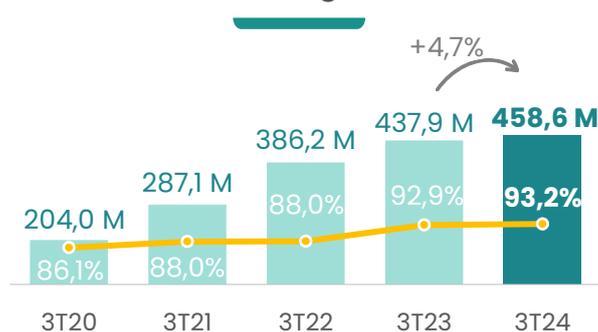
No 3T24, o Resultado Operacional Líquido (NOI) da Multiplan totalizou R\$458,6 milhões, um aumento de 4,7% vs. o 3T23, enquanto a margem NOI encerrou o período em 93,2%, +32 p.b. vs. o 3T23 – ambos os valores representam os maiores já registrados para um terceiro trimestre.

O NOI foi beneficiado pela melhoria operacional observada no trimestre vs. o 3T23:

- crescimento da receita de estacionamento de +8,9%;
- aumento da receita de aluguel de +1,9%;
- menores despesas de propriedades (-0,4%).

Além disso, nos últimos 12 meses, o NOI totalizou R\$1.804,2 milhões, com margem de 91,4%.

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



NOI (R\$)	3T24	3T23	Var.%	set/24 (12M)	set/23 (12M)	Var.%
Receita de locação	401,5 M	394,0 M	+1,9%	1.693,8 M	1.675,5 M	+1,1%
Apropriação de receita de aluguel linear	10,4 M	3,9 M	+166,8%	(25,0 M)	(50,0 M)	-49,9%
Receita de estacionamento	79,9 M	73,4 M	+8,9%	304,9 M	284,7 M	+7,1%
Receita operacional	491,9 M	471,3 M	+4,4%	1.973,6 M	1.910,3 M	+3,3%
Despesas de propriedades	(33,2 M)	(33,3 M)	-0,4%	(169,4 M)	(186,2 M)	-9,0%
NOI	458,6 M	437,9 M	+4,7%	1.804,2 M	1.724,1 M	+4,7%
Margem NOI	93,2%	92,9%	+32 p.b.	91,4%	90,3%	+116 p.b.

Despesas G&A & Remuneração baseada em ações

Despesas Gerais & Administrativas

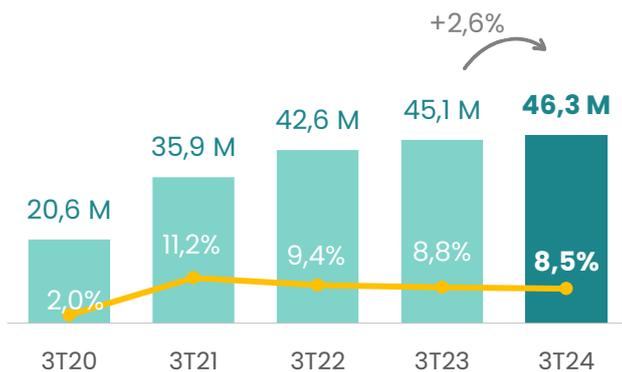
As despesas gerais e administrativas da Multiplan totalizaram R\$46,3 milhões no 3T24, um aumento de 2,6% vs. o 3T23, abaixo da inflação (IPCA) dos últimos 12 meses (+4,4%).

As despesas de sede representaram 8,5% da receita líquida no 3T24, uma redução de 33 p.p. em comparação ao 3T23.

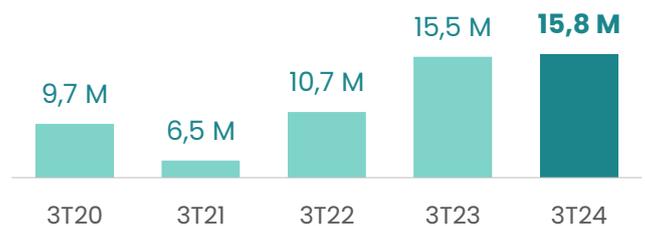
Remuneração baseada em ações

As despesas com remuneração baseada em ações encerraram o trimestre em R\$15,8 milhões, ligeiramente acima do 3T23 (+1,5%), dada a provisão do novo plano concedido em fev/24, parcialmente compensada pelo término da primeira tranche do plano concedido em fev/23.

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



Remuneração baseada em ações (R\$)





Resultados de Empreendimentos Imobiliários

Empreendimentos Imobiliários

Destravando valor e gerando receita

A receita de venda de imóveis foi de R\$55,5 milhões no 3T24, um aumento de 94,0% em relação ao 3T23, impulsionada pela contabilização da primeira fase do Golden Lake (Lake Victoria), que até set/24 tinha 66,0% das 94 unidades vendidas. No trimestre, o projeto gerou R\$41,6 milhões em receitas e R\$28,4 milhões em custos, atingindo uma margem bruta de 31,6%.

Até set/24, a receita total reconhecida da primeira fase do Golden Lake é de R\$238,2 milhões.

Além disso, no 3T24 a Multiplan contabilizou a venda do último terreno localizado próximo ao Parque Shopping Maceió, pelo valor de R\$17,5 milhões, gerando uma receita de R\$8,8 milhões na participação Multiplan.

Eventos Recentes:

Pré-lançamento da segunda fase do Golden Lake, Lake Eyre

Em set/24, a Multiplan anunciou o pré-lançamento da segunda fase do projeto Golden Lake – Lake Eyre. O projeto conta com 127 apartamentos com valor geral de vendas (VGV) estimado em R\$350,0 milhões.

A construção deverá começar em jun/25, quando as receitas e custos deverão começar a ser contabilizados.

MoU para venda de participação minoritária do JundiaíShopping

Em out/24, a Multiplan anunciou a assinatura de um Memorando de Entendimento (MoU) para a venda de 25% de participação no JundiaíShopping no valor de R\$251,4 milhões.

Esta operação está sujeita a condições precedentes de negócios desta natureza.

Complexo Parque Shopping Maceió





Evento musical – ShoppingVilaOlímpia

Resultados Financeiros

EBITDA

EBITDA

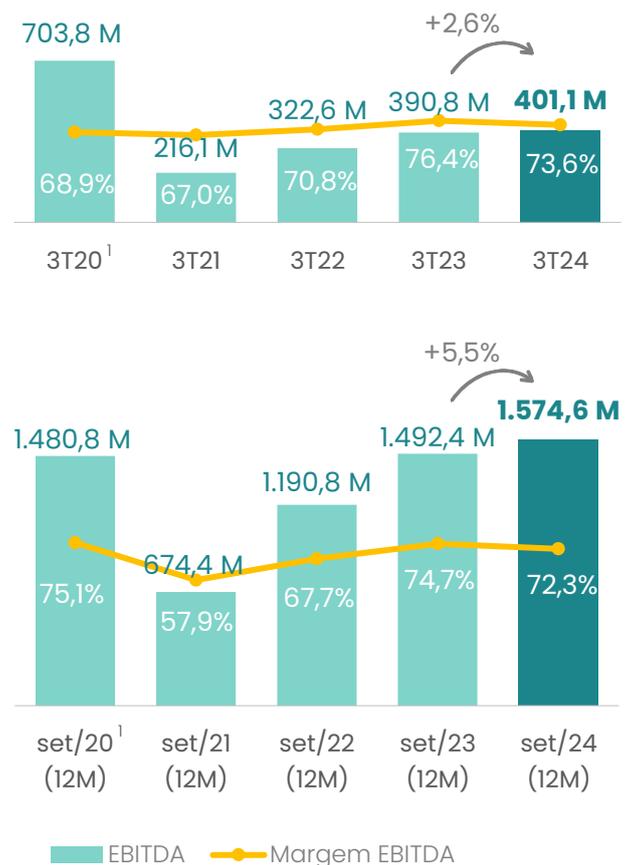
Receita de venda de imóveis e estacionamento impulsionam crescimento do EBITDA

No 3T24, o EBITDA da Multiplan foi de R\$401,1 milhões, crescendo 2,6% vs. o 3T23, impulsionado principalmente pelo aumento nas linhas “Venda de imóveis” e “Receita de estacionamento”.

A margem EBITDA atingiu 73,6% no trimestre, 279 p.b. inferior ao 3T23, impactada pela evolução das obras do empreendimento Golden Lake, cujas margens são inferiores em comparação aos shoppings.

Nos últimos 12 meses, o EBITDA atingiu R\$1.574,6 milhões, um aumento de 5,5% comparado a set/23 (12M).

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



¹ Impactado positivamente pela venda da Diamond Tower em jul/20.



Resultados Financeiros

Endividamento e Disponibilidades

Endividamento e Disponibilidades

Preparado para oportunidades

Ao final de set/24, a dívida bruta da Companhia totalizava R\$3.639,3 milhões, acima de jun/24 devido à emissão de debêntures de R\$500 milhões em jul/24.

A exposição da Multiplan ao CDI encerrou o período em 91,2%, enquanto para os índices TR e IPCA foram de 7,8% e 1,0%, respectivamente.

O custo médio da dívida da Companhia no final de set/24 era de 11,35%, 60 p.b. acima da taxa Selic e 30 p.b. acima do custo médio apresentado ao final de jun/24. O aumento do custo da dívida pode ser explicado principalmente pelo aumento de 25 p.b. na taxa Selic para 10,75%.

Evento recente: Em out/24, a Multiplan captou R\$1.8 bilhão por meio de uma emissão de debêntures em duas séries, com vencimentos de sete e dez anos, ao custo de CDI+0,55% e CDI+0,80% a.a., respectivamente.

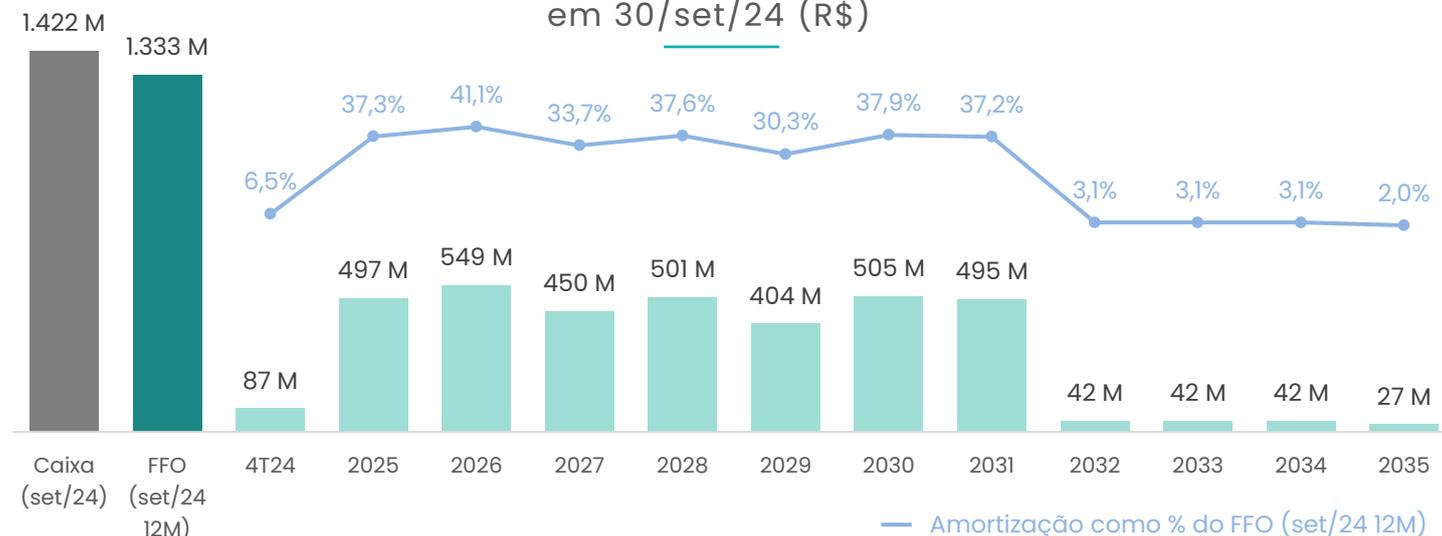
Indexadores do endividamento (a.a.) – set/24

	Desempenho do Indexador	Taxa de juros média ¹	Custo da dívida	Dívida bruta ² (R\$)
TR	0,82%	8,26%	9,08%	285,4 M
CDI	10,75%	0,87%	11,62%	3.319,1 M
IPCA	4,42%	0,00%	4,42%	34,8 M
Total	9,91%	1,44%	11,35%	3.639,3 M

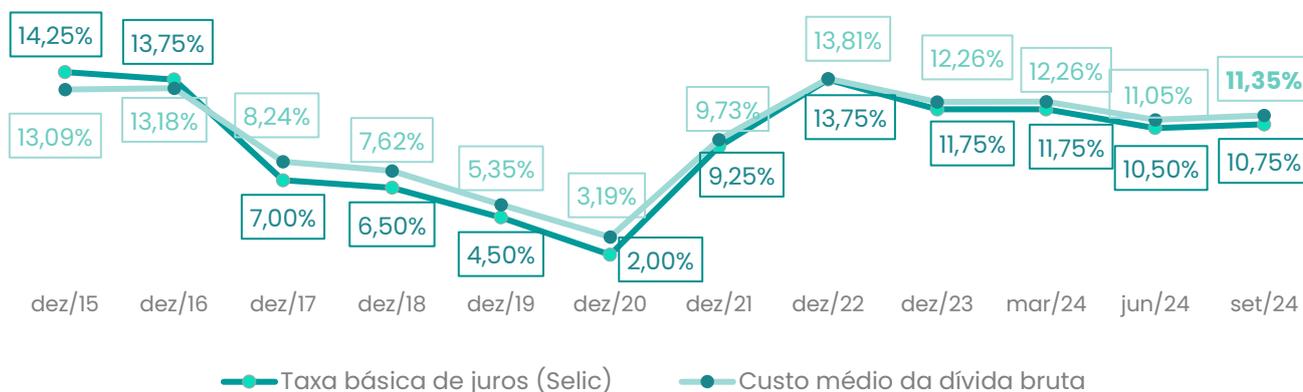
¹ Média ponderada da taxa anual.

² A dívida da Companhia é denominada em moeda local.

Cronograma de amortização da dívida bruta em 30/set/24 (R\$)



Custo médio da dívida bruta (% a.a.)



Resultados Financeiros

Endividamento e Disponibilidades

Desembolsos equivalem à geração de caixa

A Multiplan encerrou set/24 com posição de caixa de R\$1.422,5 milhões e dívida líquida de R\$2.216,8 milhões, aumento de 1,1% vs. jun/24.

As principais saídas de caixa ao longo do 3T24 foram:

- R\$234,9 milhões em investimentos (CAPEX), relacionados principalmente aos projetos de expansões do ParkShoppingBarigüi e DiamondMall e revitalizações no MorumbiShopping, DiamondMall e PátioSavassi;
- amortizações programadas de dívidas no valor de R\$59,0 milhões e R\$44,2 milhões a título de juros¹; e
- desembolso de R\$83,0 milhões a título de Juros sobre Capital Próprio².

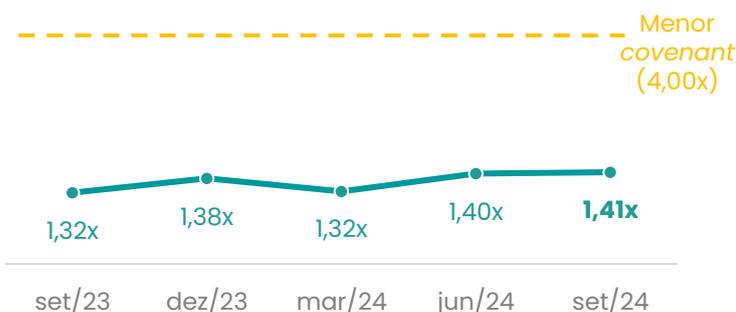
Essas saídas de caixa foram parcialmente compensadas pelo FFO de R\$303,5 milhões no 3T24.

O EBITDA (12M) recorde de R\$1.574,6 milhões permitiu uma estabilidade na relação Dívida Líquida/EBITDA em set/24, que ficou em 1,41x no final do período, apenas 0,01x acima de jun/24.

¹ Líquido de receitas financeiras.

² Líquido de impostos retidos na fonte.

Evolução da Dívida Líquida/EBITDA



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



■ Despesa financeira líquida
 — EBITDA / Despesa financeira líquida

Análise da Posição Financeira (R\$)	30/09/2024	30/06/2024	Var. %
Dívida Bruta	3.639,3 M	3.189,9 M	+14,1%
Posição de Caixa	1.422,5 M	996,7 M	+42,7%
Dívida Líquida	2.216,8 M	2.193,2 M	+1,1%
EBITDA 12M	1.574,6 M	1.564,3 M	+0,7%
Valor justo das propriedades para investimentos	30.834 M	30.404 M	+1,4%
Dívida Líquida/EBITDA	1,41x	1,40x	+0,4%
Dívida Bruta/EBITDA	2,31x	2,04x	+13,3%
EBITDA/Despesa Financeira Líquida	9,45x	8,69x	+8,7%
Dívida Líquida/Valor Justo	7,2%	7,2%	-2 p.b.
Dívida Total/Patrimônio Líquido	0,50x	0,45x	+11,4%
Dívida Líquida/Valor de Mercado	14,9%	16,2%	-125 p.b.
Prazo Médio de Amortização (meses)	45	43	+6,0%

Resultados Financeiros

Lucro líquido

Lucro líquido

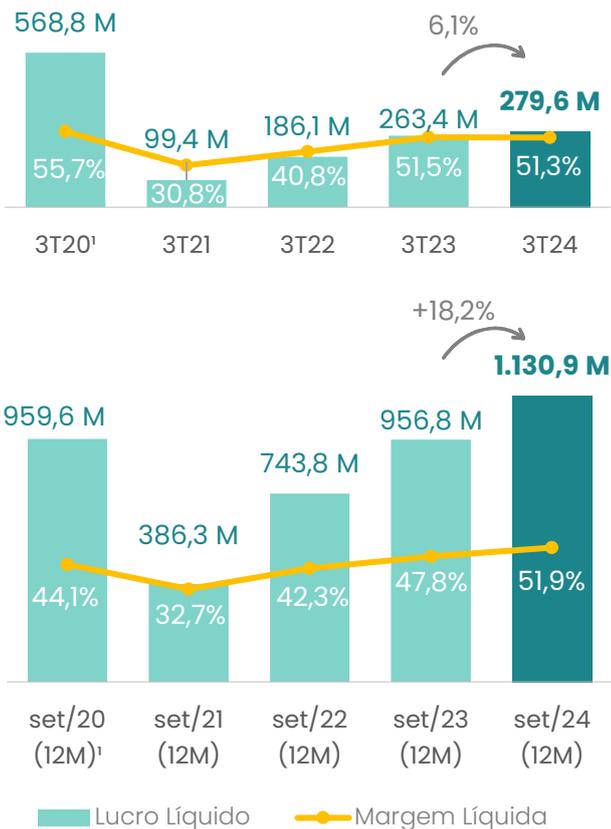
Diversificação de receitas impulsiona lucro líquido

No 3T24, o lucro líquido da Companhia apresentou aumento de 6,1% vs. o 3T23, totalizando R\$279,6 milhões, enquanto a margem líquida ficou em 51,3% - o quinto trimestre consecutivo acima da marca de 50,0%.

A diversificação das receitas da Companhia impulsionou o crescimento do lucro líquido. O crescimento foi impulsionado principalmente pelas receitas de "Venda de imóveis" (+94,0%), "Aluguel complementar" (+29,0%), "Estacionamento" (+8,9%) e "Mall & mídia" (+8,7%).

O lucro líquido dos últimos doze meses totalizou R\$1.130,9 milhões, um aumento de 18,2% vs. set/23 (12M), representando uma margem de 51,9%.

Lucro líquido (R\$) e margem (%)



¹ Lucro líquido beneficiado pela venda da Diamond Tower (no 3T20).



Evento musical - ParkJacarepaguá



Resultados Financeiros

Alocação de capital

Alocação de capital

Investindo e distribuindo capital continuamente

Nos últimos doze meses (set/24), a Multiplan investiu R\$1,6 bilhão entre Juros sobre Capital Próprio (JCP), recompra de ações e investimentos.

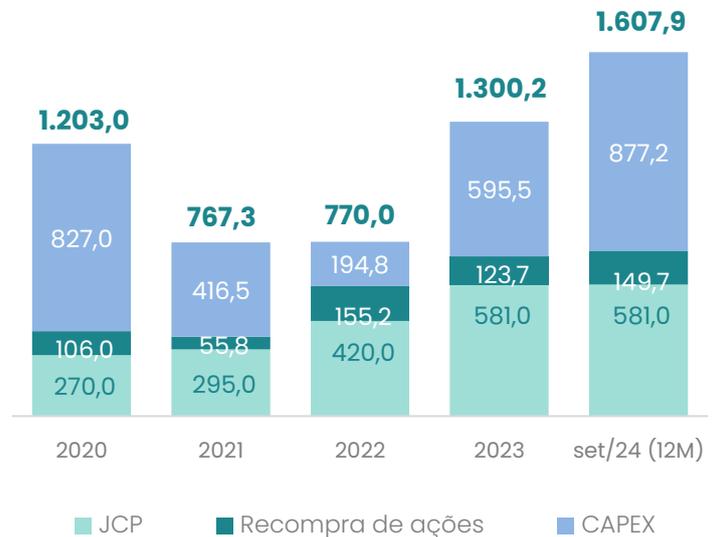
Em setembro de 2024, a Companhia aprovou R\$115,0 milhões em JCP, que serão pagos até setembro de 2025.

Nos últimos 12 meses (set/24), o valor total de JCP aprovado pela Companhia foi de R\$581,0 milhões, representando um índice de *payout* de 54,1%. No mesmo período, a Companhia também recomprou 6,1 milhões de ações (R\$149,7 milhões).

Como parte de sua estratégia de alocação de capital, visando valorizar ainda mais seus shoppings, a Companhia investiu nos últimos 12 meses (set/24) um total de R\$877,2 milhões, o maior valor registrado desde 2016. Essa estratégia reforça o compromisso da Companhia em investir em seus próprios ativos como alocação fundamental para gerar valor aos seus acionistas.

Adicionalmente, 22,6 milhões de ações anteriormente detidas em tesouraria foram canceladas em set/24, aumentando a participação de todos os acionistas no capital da Companhia em 3,9% (pág. 37).

Alocação de capital (R\$ M)



Resultados Financeiros

Fluxo de caixa operacional (FFO)

Fluxo de caixa operacional (FFO)

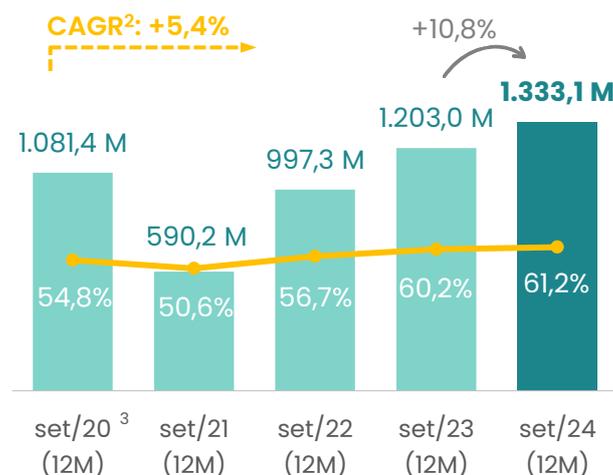
Trimestre afetado temporariamente pela postergação da dedução fiscal de JCP

No 3T24, o fluxo de caixa operacional (FFO) atingiu R\$303,5 milhões, uma redução de 2,8% vs. o 3T23, temporariamente impactado pela postergação da dedução fiscal decorrente dos Juros sobre Capital Próprio (JCP) aprovados em set/24. Excluindo esse efeito, o FFO seria 9,7% superior ao 3T23.

Nos últimos 12 meses, o FFO totalizou R\$1.333,1 milhões, um aumento de 10,8% em relação a set/23 (12M).

O FFO por ação¹ atingiu R\$2,31 nos últimos 12 meses, um aumento de 11,7% em relação a set/23 (12M).

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



FFO por ação¹ (R\$)



Período	set/20 ³ (12M)	set/21 (12M)	set/22 (12M)	set/23 (12M)	set/24 (12M)
---------	---------------------------	--------------	--------------	--------------	--------------

¹ Considera as ações em circulação ao final de cada período excluindo as ações mantidas em tesouraria.

² CAGR significa Taxa de Crescimento Anual Composta.

³ Beneficiado pela venda da Diamond Tower em jul/20.

FFO (R\$)	3T24	3T23	Var.%	set/24 (12M)	set/23 (12M)	Var.%
Lucro Líquido	279,6 M	263,4 M	+6,1%	1.130,9 M	956,8 M	+18,2%
(-) Depreciações e amortizações	(34,3 M)	(34,5 M)	-0,5%	(136,8 M)	(167,5 M)	-18,3%
(-) Imposto de renda e contrib. social diferidos	0,1 M	(18,2 M)	n.d.	(40,4 M)	(28,7 M)	+40,8%
(-) Aprop. receita de aluguel linear	10,4 M	3,9 M	+166,8%	(25,0 M)	(50,0 M)	-49,9%
FFO	303,5 M	312,2 M	-2,8%	1.333,1 M	1.203,0 M	+10,8%
Margem FFO	55,7%	61,0%	-535 p.b.	61,2%	60,2%	+97 p.b.

MULT3 e o Mercado de ações

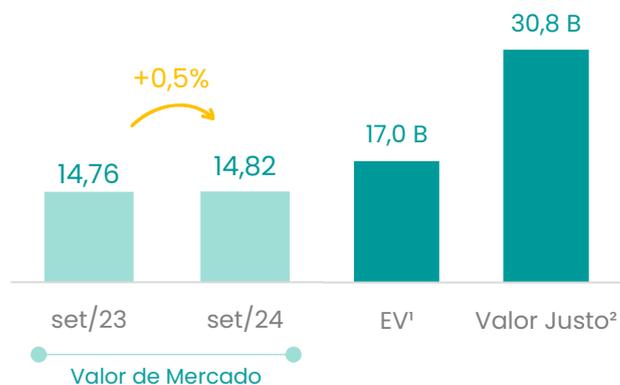
MULT3 e o mercado de ações

22,6 M de ações em tesouraria canceladas, participação do *free float* aumenta 205 p.b.

Ao final de setembro, a Multiplan cancelou 22.597.174 ações em tesouraria, em preparação para a proposta de recompra de ações aprovada na Assembleia Geral Extraordinária (página 37). Com isso, a participação de todos os acionistas no capital total da Companhia aumentou 3,9%, enquanto o *free float* atingiu 54,4% do total de ações. Além disso, o preço médio das ações canceladas foi de R\$22,75, 11,3% abaixo do preço de fechamento do final de set/24 (R\$25,65).

Em 30 de setembro de 2024, após o cancelamento, o capital social da Companhia estava dividido em 578,2 M ações. Destas, 26,2% pertenciam ao Sr. e a Sra. Peres, direta ou indiretamente, 19,2% ao Ontario Teachers' Pension Plan e 0,2% a Administração e Tesouraria da Multiplan.

Valor da Multiplan (R\$)



Ao final do trimestre, a MULT3 estava listado em 106 índices, entre eles o Índice Ibovespa (IBOV), Índice Brasil 50 (IBRX50), Índice Carbono Eficiente (ICO2), Índice Imobiliário B3 (IMOB), e três índices MSCI (Invesco EM, EM IMI e IR SD ACWI ex-US).

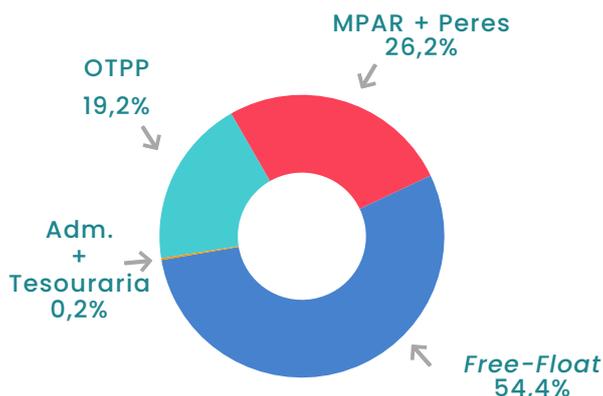
¹Valor da Empresa (EV): Valor de mercado + Dívida líquida em 30 de setembro de 2024. ²Valor justo das propriedades calculado conforme metodologia detalhada nas Demonstrações Financeiras de 30 de setembro de 2024.

MULT3 na B3	3T24	3T23	Var. %	9M24	9M23	Var. %
Preço de fechamento médio (R\$)	25,51	26,11	-2,3%	25,32	25,34	-0,1%
Preço de fechamento (R\$) – fim do período	25,65	24,57	+4,4%	25,65	24,57	+4,4%
Valor médio diário negociado (R\$)	115,4 M	108,5M	+6,4%	115,2 M	117,7 M	-2,2%
Volume médio diário negociado (nº ações)	4.515.861	4.152.358	+8,8%	4.603.310	4.642.641	-0,8%
Média diária do número de negociações	17.218	18.198	-5,4%	17.323	19.732	-12,2%
Valor de mercado (R\$) – fim do período	14.829,9 M	14.760,7 M	+0,5%	14.829,9 M	14.760,7 M	+0,5%

Evolução do volume médio de ações negociadas³



Estrutura societária em 30 de setembro de 2024



■ Volume médio diário de negociações (R\$)
● Número médio diário de negociações

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

Evento recente: Recompra de ações

Multiplan aprova a maior recompra de sua história para adquirir 15,6% do total de suas ações a um desconto de 16,2%¹

Sobre a transação

Em 19 de setembro, a Companhia anunciou a oportunidade de recomprar 90,0 milhões de ações de sua emissão no valor de R\$2,0 bilhões ([link](#)).

A proposta da recompra foi aprovada por maioria de votos (99,92%) em uma Assembleia Geral Extraordinária (AGE) realizada em 21/out ([link](#)), tendo em vista que:

- I. O preço de recompra é de R\$22,21 por ação, representando um desconto de 16,2%¹ sobre o preço médio da ação e 57,8%² sobre o Valor Justo das Propriedades²;
- II. O lote de ações é expressivo (15,6% do total de ações); e
- III. Com a recompra, todos os acionistas terão suas participações aumentadas em 18,5%.

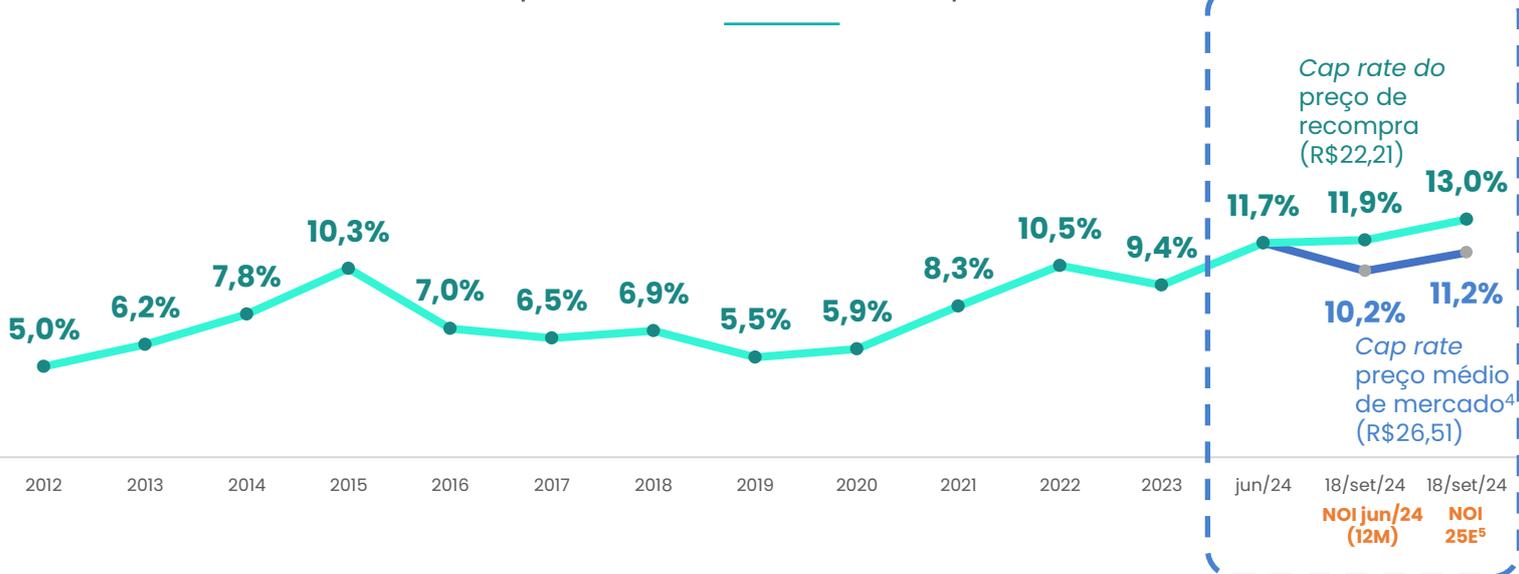
A recompra ocorrerá em três etapas para cumprir com a regulamentação vigente, e após a efetivação de todas as etapas da transação, o capital social da Companhia, líquido de ações em tesouraria, passará a ser dividido em 488,1 milhões de ações, conforme abaixo:

Estrutura societária	30/09/24	Após a recompra
Total de ações emitidas líquido de tesouraria	577.763.701	488.094.982

Recompra: um dos maiores cap rates desde o IPO³

O preço de recompra de R\$22,21 representa um cap rate⁴ de 11,9% com base no NOI da Companhia de jun/24 (12M), 426 p.b. acima do cap rate médio dos últimos 10 anos (7,6%), e um dos mais altos cap rates desde a abertura de capital³.

Cap rates⁴ históricos da Multiplan (%)



¹Desconto sobre o preço médio da ação de R\$26,51. Considera média da cotação, ponderada pelo volume, nos últimos 30 pregões da ação em 18 de setembro de 2024

²Valor Justo das propriedades para investimento calculado conforme metodologia detalhada nas informações trimestrais da Companhia de 30 de junho de 2024, dividido por 577.725.951 ações (exclui ações em tesouraria) em 30 de junho de 2024.

³IPO (Initial Public Offering) se refere a abertura de capital da Companhia, a qual ocorreu em julho de 2007.

⁴Cap rate calculado com base no NOI dividido pelo Valor da Empresa (excluindo ações em tesouraria). Os cap rates "jun/24" e "NOI jun/24 (12M)" consideram o NOI dos últimos 12 meses encerrados em junho de 2024. O "NOI jun/24 12M" e o "NOI 25E" consideram o preço médio ponderado por volume das ações dos últimos 30 pregões em 18 de setembro de 2024

⁵O cap rate do "NOI 25E" considera o NOI estimado para 2025 com base no universo de cobertura de Research da Multiplan disponível em 18 de setembro de 2024 (média de 8 projeções datadas entre 14 de maio e 18 de setembro de 2024. NOI (Net Operating Income) se refere ao Resultado Operacional Líquido.

Evento recente: Recompra de ações

Capturando (muito) valor para os acionistas

A transação, que aumenta a participação de todos os acionistas no capital da Companhia, tem potencial para gerar valor e incrementar os resultados por ação no curto e no longo prazo.

O *yield*¹ implícito do retorno aos acionistas chega a 21,6% no ano.

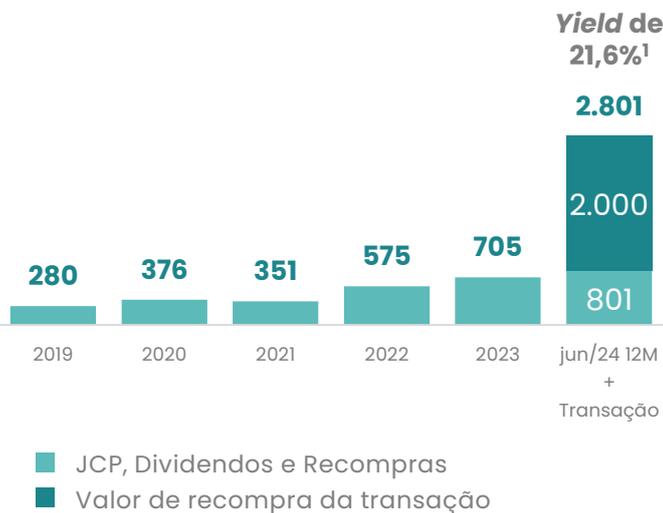
A recompra não compromete crescimento futuro e retorno de capital

A Multiplan encerrou o 3T24 com uma alavancagem de 1,41x (Dívida Líquida/EBITDA), 0,70x abaixo da média dos últimos 10 anos, e com um EBITDA recorde de R\$1.574,6 milhões (set/24 12M).

O valor da participação adquirida representa 1,27x do EBITDA set/24 (12M).

Tal estrutura de capital permite a continuidade do crescimento e retorno de capital aos acionistas após recompra.

JCP, Dividendos e Recompras (R\$)



Estrutura de capital viabiliza **crescimento** e **retorno de capital**

¹Yield: capital retornado ao acionista (R\$2.801,3 M) dividido pelo valor de mercado estimado depois da transação (R\$12,9 B), composto por (i) total de ações excluindo tesouraria de 488.094.982 e (ii) cotação média dos últimos 30 pregões em 18 de setembro de 2024.





Capex

Investir para continuar crescendo

No 3T24, a Multiplan investiu R\$234,9 milhões – mais que o dobro em relação ao 3T23. Nos primeiros nove meses do ano, os investimentos totais atingiram R\$644,9 milhões, representando um aumento de 77,6% em relação ao mesmo período de 2023. Esse aumento foi impulsionado principalmente pelas expansões dos shoppings.

No 3T24 foram desembolsados R\$119,0 milhões para expansões de shoppings, com foco no ParkShoppingBarigüi, DiamondMall e MorumbiShopping.

O mês de nov/24 será marcado pela inauguração de duas expansões, DiamondMall, no dia 6 e ParkShoppingBarigüi, no dia 18.

Já em “Revitalizações, TI, Inovação Digital e Outros”, o investimento totalizou R\$115,9 milhões no 3T24, direcionados principalmente para revitalizações em 13 shoppings, com intervenções significativas no MorumbiShopping, DiamondMall, PátioSavassi e BarraShopping.

Nos 9M24, a Multiplan investiu R\$239,2 milhões em revitalizações em 16 shoppings. Esse valor representa 89,5% do total investido em “Renovação, TI, Inovação Digital e Outros”, principalmente no MorumbiShopping, DiamondMall, PátioSavassi e BarraShopping.

Detalhamento do CAPEX

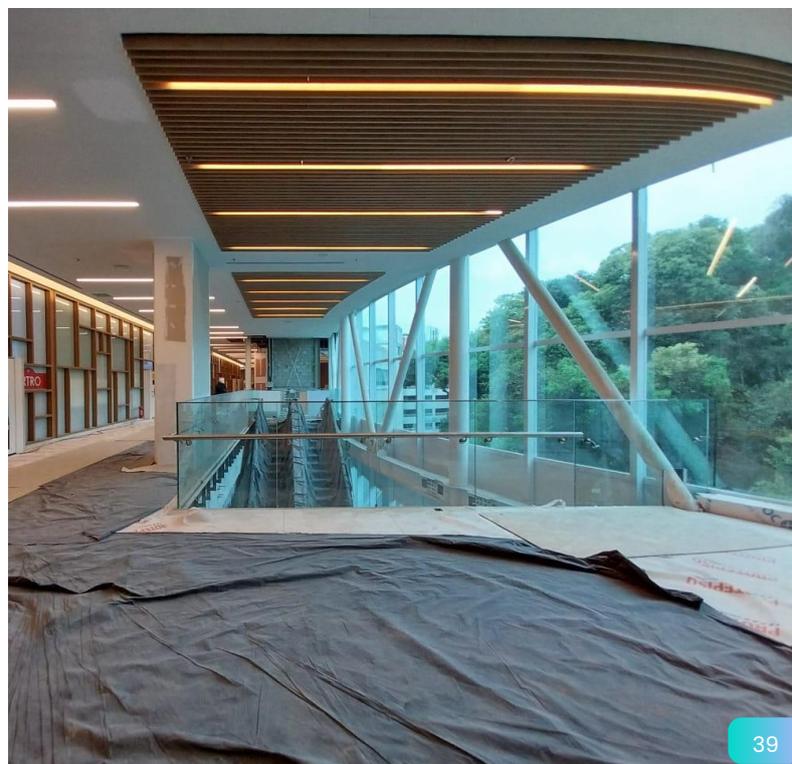
CAPEX (R\$)	3T24	9M24
Desenvolvimento de Greenfields	-	-
Expansões	119,0 M	309,7 M
Revitalizações, TI, Inovação Digital e Outros	115,9 M	267,2 M
Aquisição de Participação Minoritária	-	68,0 M
Total	234,9 M	644,9 M

A Multiplan acredita firmemente que modernizar seus shoppings com arquitetura contemporânea e ajustar seu mix para se alinhar às mudanças sociais e às preferências dos consumidores é essencial para alcançar um forte desempenho financeiro e sucesso operacional no longo prazo.

O BarraShopping, por exemplo, está passando por uma grande revitalização, que envolve troca de forro do teto, instalação de nova iluminação LED para valorizar as vitrines das lojas, substituição do piso e atualização de mobiliário para opções mais elegantes e confortáveis.



Obras do projeto de expansão do ParkShoppingBarigüi – out/24



Banco de Terrenos

Banco de Terrenos

Mais um trimestre entregando valor

No 3T24, a Multiplan contabilizou a venda do último terreno localizado próximo ao Parque Shopping Maceió, em linha com a estratégia da Companhia de gerar valor para o shopping e seu entorno por meio de parcerias sinérgicas.

Como resultado, a Multiplan possuía, em set/24, 668.998 m² de terrenos para futuros projetos multiuso.

Com base nas avaliações internas de set/24, a Companhia estima uma área privativa total para venda de 768.138 m² a ser desenvolvida.

Todas as áreas listadas são integradas aos shoppings da Companhia e deverão ser utilizadas para o desenvolvimento de projetos multiuso.

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

Localização do terreno (shopping próximo)	% Mult. ¹	Área terreno (m ²)	Área potencial para venda (m ²)
BarraShoppingSul ²	100%	155.438	259.875
JundiáShopping	100%	4.500	8.030
ParkShoppingBarigüi	93%	28.214	26.185
ParkShoppingCampo Grande	53%	317.755	114.728
ParkShopping Canoas	82%	18.721	21.331
ParkShopping SãoCaetano	100%	35.535	81.582
RibeirãoShopping ³	100%	43.035	132.298
ShoppingAnáliaFranco	36%	29.800	92.768
VillageMall	100%	36.000	31.340
Total	74%	668.998	768.138

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

²A primeira fase do projeto Golden Lake (22.162 m² de área de terreno e 34.000 m² de área privativa para venda) foi removida da lista, pois já se encontra em desenvolvimento.

³A tabela não leva em consideração a recente venda de terrenos próximos ao RibeirãoShopping.



Análise das Propriedades para investimentos

Valor Justo

Valor Justo das propriedades para investimento

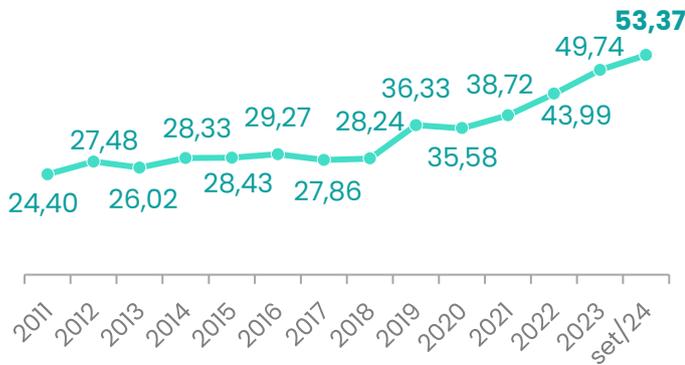
De acordo com o CPC 28

A Multiplan avaliou internamente suas Propriedades para Investimento e determinou seu Valor Justo seguindo a metodologia de Fluxo de Caixa Descontado (DCF). A Companhia calculou o valor presente dos fluxos de caixa utilizando uma taxa de desconto seguindo o modelo CAPM - *Capital Asset Pricing Model*. Foram consideradas premissas de risco e retorno com base em estudos realizados e publicados por Aswath Damodaran (professor da NYU), o desempenho das ações da Companhia (Beta), projeções macroeconômicas publicadas pelo Banco Central e dados sobre o prêmio de risco país.

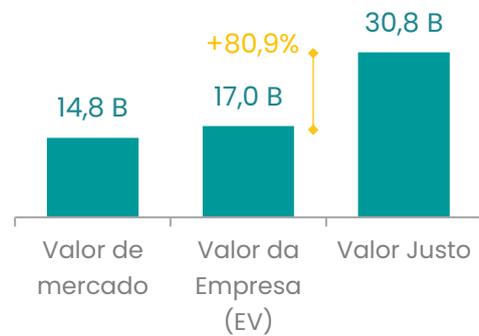
Em linha com o memorando de entendimento relativo à venda de 25,0% de participação no JundiáShopping assinado em setembro de 2024, os saldos contábeis das propriedades para investimentos relativos ao referido ativo foram transferidos para "Terrenos e imóveis a comercializar" e, portanto, não foram considerados na avaliação das propriedades para investimento da Companhia em 30 de setembro de 2024.

Para mais detalhes, consulte as Demonstrações Financeiras da Companhia de 30 de setembro de 2024, disponíveis no site de RI da Multiplan.

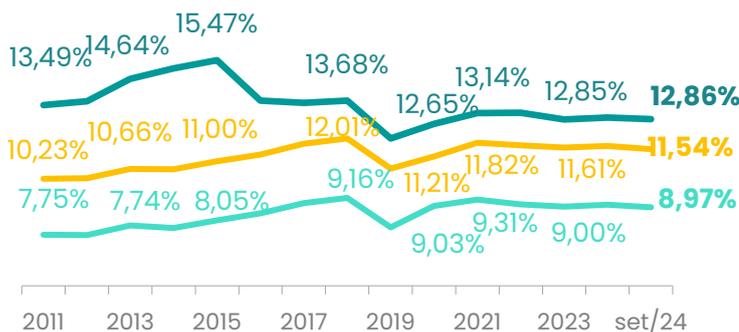
Valor justo por ação (R\$)



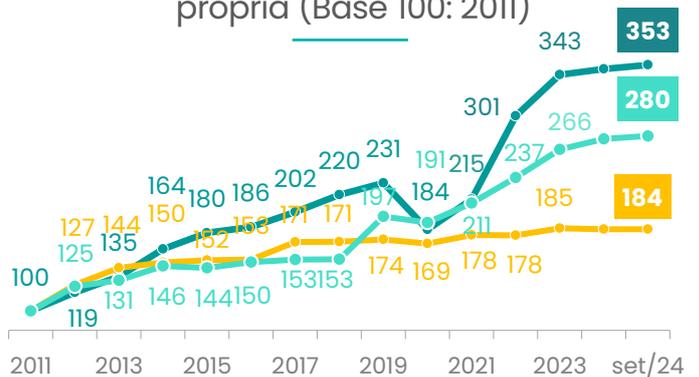
Comparação entre métricas de valor (set/24)



Evolução das taxas de desconto



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



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

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



New York City Center

Análise das Propriedades para investimento

Valor Justo

Custo de Capital Próprio	set/24	2023	2022	2021	2020
Taxa livre de risco (<i>Risk-free rate</i>)	3,30%	3,30%	3,29%	3,28%	3,32%
Prêmio de risco de mercado	6,50%	6,50%	6,34%	6,69%	6,47%
Beta	0,96	0,97	0,98	0,96	0,87
Risco país	198 p.b.	200 p.b.	202 p.b.	194 p.b.	224 p.b.
Prêmio de risco adicional	8 p.b.	7 p.b.	19 p.b.	27 p.b.	27 p.b.
Custo de capital própria – US\$ nominal	11,54%	11,61%	11,71%	11,82%	11,21%
Premissas de inflação					
Inflação (Brasil) ¹	3,57%	3,54%	3,72%	3,50%	3,32%
Inflação (USA)	2,35%	2,40%	2,40%	2,30%	2,00%
Custo de capital próprio – R\$ nominal	12,86%	12,85%	13,15%	13,14%	12,65%

¹A inflação estimada (BR) para o 3T24 e Dezembro de 2023 considera a média dos fluxos de caixa futuros de 10 anos. Os modelos de inflação estimada (BR) para 2020, 2021 e 2022 consideraram a inflação prevista para os 4 anos seguintes.

Valor Justo de Propriedades para Investimento (R\$)	set/24	2023	2022	2021	2020
Shopping centers e torres comerciais em operação	30.061 M	28.487 M	25.455 M	22.653 M	20.459 M
Projetos em desenvolvimento	621 M	320 M	97 M	54 M	481 M
Projetos futuros	152 M	152 M	193 M	189 M	174 M
Total	30.834 M	28.958 M	25.745 M	22.896 M	21.114 M

Inovação Digital

Superapp Multi aumentando sua relevância e presença na jornada do cliente

O Multi, *superapp* dos shoppings da Multiplan, encerrou mais um trimestre com expressivo crescimento em usuários e acessos, e, ainda, um marco significativo em sua história: ultrapassou 7 milhões de *downloads* acumulados.

Nos últimos 12 meses, quase 3 milhões de usuários únicos acessaram o Multi e, somente durante o 3T24, foram 1,2 milhão de usuários únicos ativos. A Companhia verificou um forte crescimento nesta métrica do aplicativo, com 55% de aumento em comparação ao mesmo trimestre do ano anterior.

55% de crescimento
em usuários (3T24 vs. 3T23)

70% de crescimento
em sessões no aplicativo
(3T24 vs. 3T23)

O crescimento em acessos ao aplicativo no trimestre também se deu em ritmo acelerado, de 70% no 3T24 vs. o 3T23, demonstrando um aumento em recorrência de uso.

Recorrência é um sinal de relevância, indicando que o aplicativo está se tornando parte da jornada dos frequentadores dos shoppings. A inclusão do *app* na jornada do cliente é uma das missões do Multi. Para tal, a Companhia vem investindo em funcionalidades que tornam o aplicativo um ponto de contato não só durante como também antes e após a visita ao shopping.

Antes de ir ao shopping, o cliente pode consultar e se inscrever em eventos através do Multi. Durante a sua visita ao shopping, ele pode utilizar o aplicativo para resgatar um benefício do MultiVocê, ver produtos em promoção, fazer um empréstimo de um carrinho de bebê ou, até, se cadastrar no Acesso Multi e sair do estacionamento de forma automática.

O cliente pode, quando retornar para a sua casa, cadastrar suas notas fiscais em promoções ou no programa de fidelidade.

A cada sessão de uso, a Companhia entende melhor seu cliente e enriquece o OmniMind, seu conjunto de algoritmos e bases de dados utilizados para *insights* de negócio e aumento de relevância em comunicações com cada segmento de seus clientes.



Inovação Digital

Acesso Multi

No 3T24, o Acesso Multi, solução de pagamento automático do estacionamento nos shoppings da Multiplan, ultrapassou 1,25 milhão de veículos cadastrados por mais de 1 milhão de usuários do aplicativo. Em alguns shoppings da Companhia, a participação de pagamentos de estacionamento via Acesso Multi já ultrapassa 60%.

Mais de 1,25
milhão de placas
cadastradas por
mais de 1 milhão
de clientes

Possuir a informação de que o consumidor entrou no estacionamento de um determinado shopping permite que a experiência do cliente seja ainda mais rica. Um exemplo dessa aplicação é a utilização de *push messages* customizadas para cada shopping, enviada para o celular do cliente poucos minutos após o ingresso de um veículo cadastrado.

Desse modo, é possível oferecer conteúdo altamente relevante para aquele visitante, seja um evento, ação promocional, inauguração de loja ou benefício em destaque na ocasião. Outras comunicações, personalizadas ao nível do cliente, também são acionadas pela sua entrada no estacionamento ou por outras atividades do cliente dentro do shopping.



Exemplo de *push messages* enviadas aos clientes Acesso Multi



Inovação Digital

MultiVocê

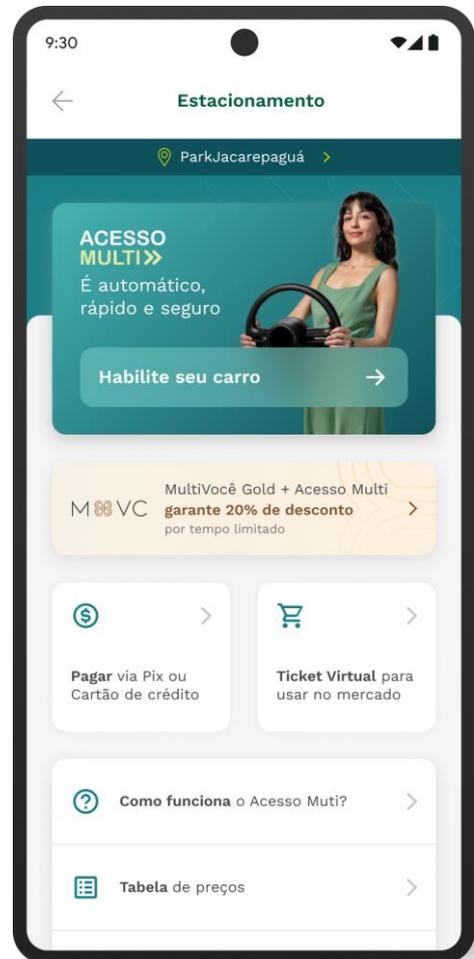
Outro grande destaque do 3T24 é o programa de relacionamento MultiVocê, que cresceu 73% em compras (notas fiscais) de clientes registradas frente ao mesmo trimestre de 2023.

Impulsionados pelo desejo de gerar mais vendas para seus lojistas e conhecer melhor os hábitos de consumo de seus frequentadores, os shoppings da Multiplan utilizaram durante o trimestre novas mecânicas para reconhecer seus clientes mais fiéis, dentre elas, ações promocionais.

No trimestre, foram realizadas 14 campanhas não sazonais – fora do calendário do varejo – a mais do que no mesmo período do ano passado, envolvendo todas as categorias do programa. Nessas ações, viabilizadas por uma nova plataforma desenvolvida na Multiplan, os clientes eram reconhecidos com brindes ou bonificações em pontos no programa.

Se por um lado a Companhia estimula o envio de notas fiscais para o MultiVocê, por outro vem incrementando benefícios e experiências do programa. Além da ampla base de benefícios oferecidos pelos lojistas para gerar tráfego em suas lojas, o catálogo do MultiVocê ganhou relevância no segmento de entretenimento, ofertando ingressos em grandes shows, partidas esportivas e experiências em eventos internacionais via troca de pontos. Os clientes das categorias Silver e Gold também passaram a acessar um catálogo que contém parcerias com variadas marcas do mercado, que oferecem desde seguro-viagem até aluguel de veículos com desconto.

A estratégia vem se mostrando positiva e gerando engajamento de clientes. No 3T24, 280 mil benefícios foram resgatados no MultiVocê, uma média superior a 3.000 por dia.



Reconhecendo Clientes Gold



Reconhecer os melhores clientes é um dos objetivos da Companhia. Nesse sentido, no 3T24 foi concedido aos clientes Gold uma vantagem exclusiva da categoria, o desconto exclusivo de 20% na tarifa do estacionamento via Acesso Multi. Além de valorizar os clientes dessa categoria, a iniciativa estimula os clientes Silver a avançarem no programa, valorizando vantagens exclusivas.

Inovação Digital

Inteligência Artificial: aprimorando a experiência e automação

A Multiplan incorporou a Inteligência Artificial (IA) em seus sistemas para melhorar a experiência dos usuários e a automação de processos internos. Para a Companhia, a IA deve ser considerada um complemento, e não um substituto. Essa abordagem fomenta uma relação colaborativa entre humanos e máquinas, onde ambos se interagem para alcançar resultados superiores.

Em um de seus projetos, a Multiplan desenvolveu uma tecnologia inovadora para a classificação e extração de dados de documentos. O sistema implementado recentemente utiliza técnicas de IA Generativa, resultando em benefícios como a redução de erros e o aumento da produtividade dos colaboradores, permitindo que mais tempo seja dedicado a outras atividades.

O Futuro da IA na Multiplan

A Multiplan prossegue com a integração da IA em seus processos e planeja expandir sua aplicação para outras áreas, explorando novas possibilidades e desafios, posicionando a empresa na vanguarda da tecnologia e da eficiência operacional.

Esse percurso de inovação contínua assegura que a Multiplan esteja sempre preparada para enfrentar os desafios e aproveitar as oportunidades do futuro.

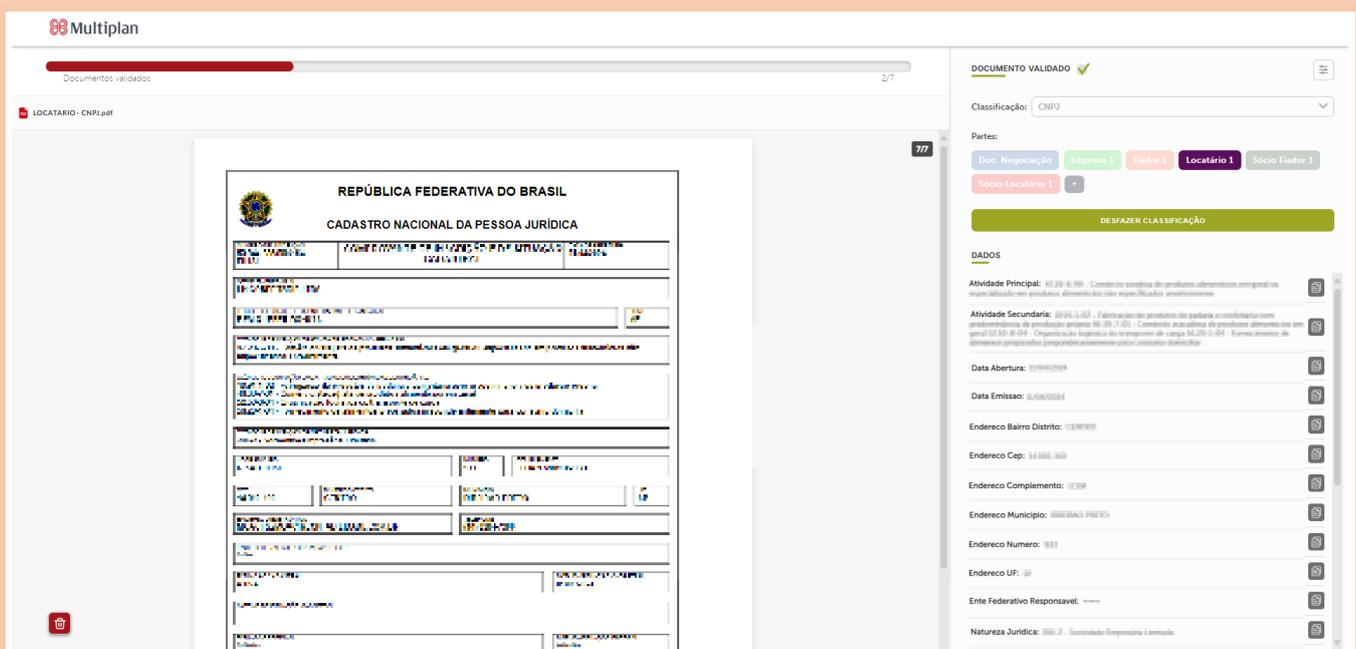


Imagem ilustrativa da tela do sistema desenvolvido na Companhia para extração de dados de documentos utilizando inteligência artificial.

ESG: destaques do 3T24

ESG (Ambiental, Social e Governança)

“Viva Barigui”: um presente do ParkShoppingBarigüi para Curitiba

Em outubro, o ParkShoppingBarigüi inaugurou o “Viva Barigui”, um novo corredor verde que integrará o ParkShoppingBarigüi ao “Parque Barigüi”, na cidade de Curitiba, Paraná. O novo parque linear tem 600 metros de extensão e conta com áreas de convivência, bicicletário, equipamentos de ginástica ao ar livre, *playground*, parque para animais de estimação, quadra poliesportiva, além de uma passarela e um mirante da copa das árvores. É uma extensão do shopping com uma nova área de lazer pública para os moradores locais.

A inauguração do “Viva Barigui” marca o início das comemorações da maior expansão do shopping, incluindo a construção de um terceiro andar com 75 novas lojas, um Centro Médico sem precedentes e novas áreas de entretenimento.

Na inauguração, o ParkShoppingBarigüi preparou uma programação aberta ao público no novo corredor natural com música e desfile de personagens.



O projeto “Viva Barigui”, desenvolvido pela Oficina Urbana de Curitiba, foi reconhecido com três prêmios internacionais nos segmentos de Arquitetura e Design.

O novo parque conquistou o primeiro lugar na categoria Conceito de Paisagismo e o terceiro lugar na categoria Desenho Urbano do renomado Global Architecture & Design (GADA), promovido pela organização internacional Rethinking the Future, e recebeu o prêmio Design For a Better Future Awards 2023, na categoria Arquitetura e Cidades, promovido pelo Centro Brasil Design.

ESG: destaques do 3T24

ESG (Ambiental, Social e Governança)

Multiplan no combate a fome

A Multiplan se uniu ao Instituto Pacto Contra a Fome em uma campanha nacional de redução do desperdício de alimentos, em linha com o Dia Internacional de conscientização sobre desperdícios de alimentos, comemorado em 29 de setembro.

A ação tem o objetivo de conscientizar a sociedade sobre os impactos sociais, econômicos e ambientais do desperdício. Ela foi divulgada nos shoppings da Companhia por meio de seus canais Mall & Mídia, nos corredores e praças de alimentação, bem como nas mídias sociais.



"Construindo Sonhos" - ShoppingSantaÚrsula

A Multiplan dá as boas-vindas a seus novos estagiários

Após um processo seletivo com quase 3.000 candidatos, a Multiplan tem o prazer de anunciar a chegada de seus 20 novos estagiários na 2ª edição do Programa de Estágio da Companhia. O objetivo da Multiplan é proporcionar uma experiência prática, sempre com o apoio de seus colaboradores.

As equipes já se reuniram com seus estagiários e estão ajudando a transformar desafios em aprendizados. Esse é o início de uma jornada que trará oportunidades de crescimento pessoal e profissional.



Multiplan e Pacto Contra a Fome: unidos contra o desperdício de alimentos

Campanha Pacto contra a Fome

Atividade inclusiva para a comunidade com deficiência auditiva

No dia 26 de setembro, em comemoração ao Dia Mundial do Surdo, o ShoppingSantaÚrsula realizou o *workshop* "Construindo Sonhos", voltado especialmente para a comunidade de deficientes auditivos. O objetivo foi oferecer uma experiência inclusiva, prática e interativa.

O *workshop* foi realizado com base nos critérios SMART, que estimulam os participantes a transformar sonhos em metas concretas e alcançáveis, proporcionando um espaço de aprendizado dinâmico e inclusivo.



Workshop do programa de estágio

ESG: destaques do 3T24

ESG (Ambiental, Social e Governança)

Três shoppings da Multiplan premiados no Experience Awards Retail

A Multiplan, representada por três de seus shoppings, foi premiada como uma das principais marcas brasileiras em experiência do cliente no Experience Awards Retail 2024, prêmio organizado pela SoluCX em parceria com a Gouvêa Experience. A cerimônia aconteceu no dia 18 de setembro, durante o Latam Retail Show, e reconheceu 191 marcas em 21 categorias, todas avaliadas por mais de 1 milhão de consumidores brasileiros. A metodologia do prêmio, baseada no NPS (*Net Promoter Score*), avaliou as marcas de acordo com a percepção dos próprios clientes. As empresas que obtiveram pontuação acima da média em sua categoria receberam o selo "Cliente Recomenda", que destaca o poder de recomendação da marca pelos consumidores. Entre os shoppings certificados estão o BarraShopping (RJ), o BarraShoppingSul (RS) e o ParkShopping (DF), que se destacaram pelo compromisso de proporcionar experiências de alta qualidade aos seus clientes. Esses shoppings reforçam a missão da Companhia de oferecer um serviço de excelência e superar as expectativas dos consumidores.



Experience Awards Retail

Semana do Compliance e Segurança da Informação

Em setembro, a Multiplan realizou a quinta edição da Semana do Compliance. O evento, que já faz parte do calendário anual da Companhia, reafirma seu compromisso com a ética, a integridade e a transparência em todos os níveis e operações. Na edição deste ano, a equipe de TI apresentou o tema Segurança da Informação em um evento presencial no Teatro Multiplan, no VillageMall, no Rio de Janeiro.

Além disso, os funcionários receberam uma palestra sobre as mais recentes práticas de Segurança da Informação, com foco na proteção de dados e na prevenção de incidentes, tanto no ambiente corporativo quanto no pessoal.





Portfólio de ativos

Portfólio (3T24)	Abertura	Estado	Multiplan %	ABL Total	Vendas (mês) ¹	Aluguel (mês) ²	Taxa de ocupação média
<i>Shopping centers</i>							
BH Shopping	1979	MG	100,0%	47.325 m ²	3.104 R\$/m ²	277 R\$/m ²	99,4%
RibeirãoShopping	1981	SP	87,3%	68.278 m ²	1.802 R\$/m ²	141 R\$/m ²	96,0%
BarraShopping	1981	RJ	65,8%	77.697 m ²	3.549 R\$/m ²	382 R\$/m ²	96,3%
MorumbiShopping	1982	SP	73,7%	54.769 m ²	4.229 R\$/m ²	424 R\$/m ²	98,4%
ParkShopping	1983	DF	73,5%	53.226 m ²	2.639 R\$/m ²	240 R\$/m ²	96,8%
DiamondMall	1996	MG	90,0% ³	21.353 m ²	3.148 R\$/m ²	265 R\$/m ²	97,7%
New York City Center	1999	RJ	50,0%	21.669 m ²	895 R\$/m ²	91 R\$/m ²	97,3%
ShoppingAnáliaFranco	1999	SP	30,0%	51.590 m ²	2.733 R\$/m ²	237 R\$/m ²	98,4%
ParkShoppingBarigüi	2003	PR	93,3%	52.307 m ²	2.478 R\$/m ²	178 R\$/m ²	96,8%
Pátio Savassi	2004	MG	96,5%	21.075 m ²	2.546 R\$/m ²	228 R\$/m ²	98,1%
ShoppingSantaÚrsula	1999	SP	100,0%	23.336 m ²	648 R\$/m ²	25 R\$/m ²	94,5%
BarraShoppingSul	2008	RS	100,0%	75.581 m ²	1.309 R\$/m ²	110 R\$/m ²	97,6%
ShoppingVilaOlímpia	2009	SP	60,0%	28.373 m ²	1.582 R\$/m ²	118 R\$/m ²	79,1%
ParkShoppingSão Caetano	2011	SP	100,0%	39.252 m ²	2.172 R\$/m ²	146 R\$/m ²	97,3%
JundiaíShopping	2012	SP	100,0%	36.475 m ²	1.721 R\$/m ²	118 R\$/m ²	95,0%
ParkShoppingCampo Grande	2012	RJ	90,0%	43.769 m ²	1.439 R\$/m ²	87 R\$/m ²	95,6%
VillageMall	2012	RJ	100,0%	28.407 m ²	3.454 R\$/m ²	173 R\$/m ²	98,5%
Parque Shopping Maceió	2013	AL	50,0%	39.891 m ²	1.583 R\$/m ²	101 R\$/m ²	99,2%
ParkShopping Canoas	2017	RS	82,3%	49.062 m ²	1.660 R\$/m ²	71 R\$/m ²	94,3%
ParkJacarepaguá	2021	RJ	100,0%	40.164 m ²	1.303 R\$/m ²	93 R\$/m ²	92,5%
Subtotal shoppings			81,5%	873.595 m²	2.303 R\$/m²	191 R\$/m²	96,2%
<i>Torres corporativas</i>							
ParkShopping Corporate	2012	DF	70,0%	13.302 m ²			86,6%
Morumbi Corporate – Golden Tower	2013	SP	100,0%	37.280 m ² ⁴			88,7%
Subtotal torres corporativas			92,1%	50.582 m²			
Total portfólio			82,1%	924.177 m²			

¹ Vendas por m²: o cálculo de vendas/m² considera apenas a ABL de lojas âncoras e satélites que reportam vendas, e exclui as vendas de quiosques, pois estas operações não estão incluídas na ABL total.

² Aluguel por m²: soma de aluguel mínimo e complementar cobrado dos lojistas dividido pelas respectivas ABL.

É válido notar que esta ABL também inclui lojas que já estão locadas, contudo ainda não começaram a operar.

³ Arrendamento até 2030 e 75,05% de participação em diante.

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

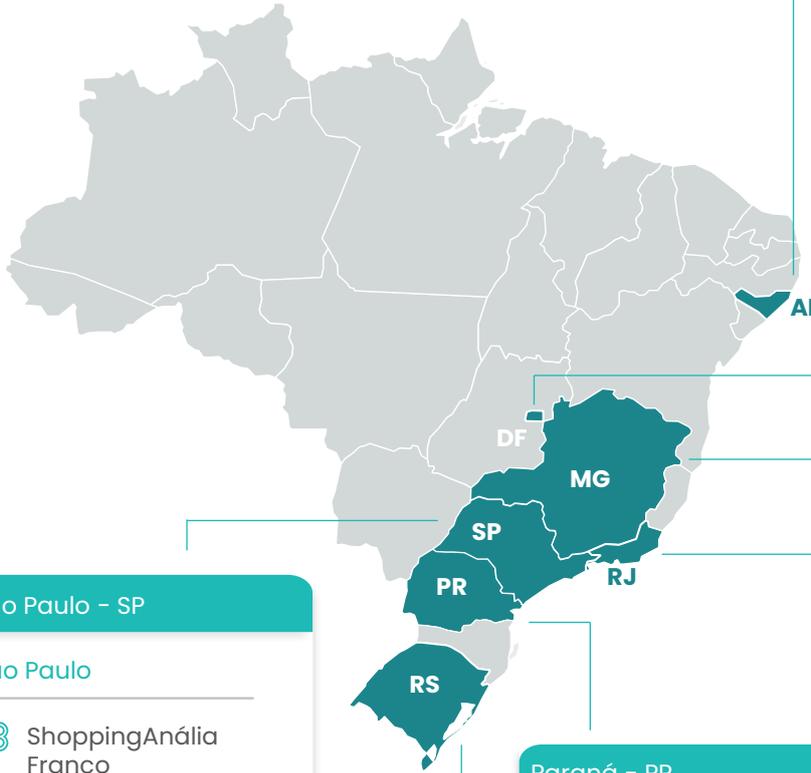


Portfólio de ativos

Shopping center

Torre para locação

Em construção (empreendimentos imobiliários)



São Paulo – SP

São Paulo

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

Jundiaí

- JundiaíShopping

Ribeirão Preto

- ShoppingSantaÚrsula
- RibeirãoShopping

São Caetano

- ParkShopping SãoCaetano

Paraná – PR

Curitiba

- ParkShopping Barigüi

Rio Grande do Sul – RS

Porto Alegre

- BarraShoppingSul
- Golden Lake

Canoas, RS

- ParkShopping Canoas

Alagoas – AL

Maceió

- Parque Shopping Maceió

Distrito Federal – DF

Brasília

- ParkShopping
- ParkShopping Corporate

Minas Gerais – MG

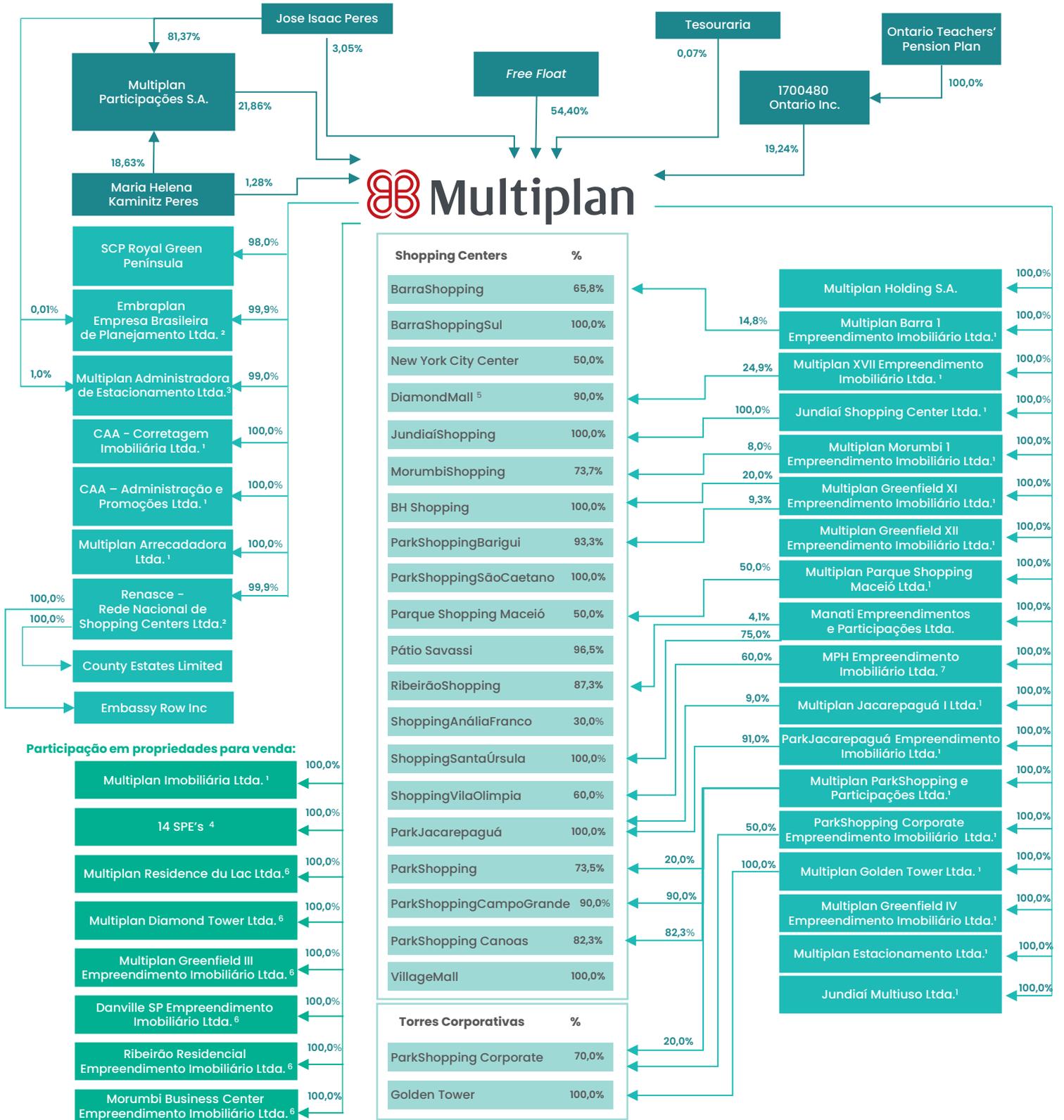
Belo Horizonte

- Pátio Savassi
- DiamondMall
- BH Shopping

Rio de Janeiro – RJ

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

Estrutura Societária



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

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

³ José Isaac Peres possui 1,00% de participação nessa sociedade.

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

⁵ A Multiplan detém 75,05% do DiamondMall, A Companhia assinou contrato de arrendamento e possui 90% das receitas do shopping até novembro de 2026 e 100% de dezembro de 2026 a novembro 2030.

⁶ Multiplan Imobiliária Ltda possui uma participação igual ou menor que 1,00% nessas sociedade.

⁷ Morumbi Business Center Ltda. possui 50% da MPH Empreendimento Imobiliário Ltda.

Estrutura Societária

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

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

Manati Empreendimentos e Participações Ltda.: possui 75,0% de participação no ShoppingSantaÚrsula, localizado na cidade de Ribeirão Preto, SP, que combinada com a participação de 25,0% detida diretamente pela Multiplan no empreendimento totaliza 100,0%. Possui, ainda, 4,1% de participação no Ribeirão Shopping, que combinada com a participação de 82,5% detida diretamente pela Multiplan no empreendimento totaliza aproximadamente 86,5%. A Multiplan possui uma participação de 100,0% na Manati Empreendimentos e Participações S.A.

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

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

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

Multiplan Residence du Lac Ltda.: SPE criada para o desenvolvimento de empreendimento imobiliário na cidade de Porto Alegre, RS.

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

Multiplan Diamond Tower Ltda.: SPE criada para o desenvolvimento de empreendimento imobiliário na cidade de Porto Alegre, RS.

Multiplan Golden Tower Ltda.: possui 100,0% de participação na Golden Tower, parte do Morumbi Corporate, um empreendimento imobiliário comercial na cidade de São Paulo, SP.

Multiplan Greenfield III Empreendimento Imobiliário Ltda.: SPE criada para o desenvolvimento de empreendimento imobiliário na cidade do Rio de Janeiro, RJ.

Multiplan Greenfield IV Empreendimento Imobiliário Ltda.: possui 100,0% de participação no Plaza Gourmet da Diamond Tower e realiza a gestão administrativa, financeira, operacional e comercial de alguns shopping centers do portfólio da Multiplan.

Multiplan Administradora de Estacionamento Ltda.: atua na gestão dos estacionamentos de shopping centers do Grupo Multiplan, bem como na exploração de serviços e negócios de diversões dirigidos ao público infantil, através de espaços de lazer em seus shopping centers, e na prestação de serviços correlatos.

Multiplan Arrecadadora Ltda.: atua na arrecadação de alugueis, encargos comuns, específicos, receitas de fundos de promoção e outras receitas decorrentes da exploração e comercialização de espaços comerciais, especialmente shoppings centers, bem como na cobrança, renegociação e recuperação de créditos do Grupo Multiplan.

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

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

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

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

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

Multiplan Barra 1 Empreendimento Imobiliário Ltda.: possui 14,8% de participação no BarraShopping, localizado na cidade do Rio de Janeiro, RJ, que somada às demais participações detidas pela Multiplan no empreendimento totalizam 65,8%. A Multiplan possui 100,0% de participação na Multiplan Barra 1 Empreendimento Imobiliário Ltda.

Multiplan Morumbi 1 Empreendimento Imobiliário Ltda.: possui 8,0% de participação no MorumbiShopping, localizado na cidade de São Paulo, SP, que somada às demais participações detidas pela Multiplan no empreendimento totalizam 73,7%. A Multiplan possui 100,0% de participação na Multiplan Morumbi 1 Empreendimento Imobiliário Ltda.

Multiplan Greenfield XI Empreendimento Imobiliário Ltda.: possui 9,33% de participação no ParkShoppingBarigüi, localizado na cidade de Curitiba, PR, que somada às demais participações detidas pela Multiplan no empreendimento totalizam 93,33%, e uma participação de 20,0% no BH Shopping, localizado em Belo Horizonte, MG. A Multiplan possui 100,0% de participação na Multiplan Greenfield XI Empreendimento Imobiliário Ltda.

Renasce – Rede Nacional de Shopping Centers Ltda.: realiza a gestão administrativa, financeira, operacional e comercial de alguns shopping centers do portfólio da Multiplan.

CAA – Administração e Promoções Ltda.: presta serviços especializados de administração às associações de lojistas de shopping centers do portfólio da Multiplan, incluindo a gestão das taxas de contribuição para o fundo de promoção.

Multiplan XVII Empreendimento Imobiliário Ltda.: possui 24,95% de participação no shopping DiamondMall, localizado na cidade de Belo Horizonte, MG, que somada às demais participações detidas pela Multiplan no empreendimento totalizam 75,05%. A Multiplan possui 100,0% de participação na Multiplan XVII Empreendimento Imobiliário Ltda.



Estrutura Societária

Jundiaí Multiuso Ltda.: atua na gestão de estacionamentos de shopping centers próprios.

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

Multiplan Jacarepaguá I Ltda.: possui 9% de participação no ParkJacarepaguá, localizado na cidade do Rio de Janeiro, RJ, que somada às demais participações detidas pela Multiplan no empreendimento totalizam 100%.

Multiplan Parque Shopping Maceió Ltda.: possui 50% de participação no Parque Shopping Maceió, localizado na cidade de Maceió, AL.



Dados Operacionais e Financeiros

Destaque operacional e financeiro

Desempenho Financeiro (% Multiplan)	3T24	3T23	Var.%	9M24	9M23	Var.%
Receita bruta R\$'000	587.313	553.227	+6,2%	1.733.864	1.595.074	+8,7%
Receita líquida R\$'000	545.157	511.725	+6,5%	1.608.487	1.485.583	+8,3%
Receita líquida R\$/m ²	739,5	695,2	+6,4%	2.176,2	2.021,9	+7,6%
Receita líquida US\$/pé ²	12,6	12,9	-2,2%	37,1	37,5	-1,1%
Receita de locação R\$'000	401.546	394.024	+1,9%	1.184.406	1.177.522	+0,6%
Receita de locação R\$/m ²	544,7	535,3	+1,7%	1.602,5	1.602,7	-0,0%
Receita de locação US\$/pé ²	9,3	9,9	-6,5%	27,3	29,7	-8,1%
Receita de locação mensal R\$/m ²	190,9	189,0	+1,0%	189,1	190,1	-0,5%
Receita de locação mensal US\$/pé ²	3,3	3,5	-7,2%	3,2	3,5	-8,6%
Resultado Operacional Líquido (NOI) R\$'000	458.648	437.947	+4,7%	1.312.436	1.260.441	+4,1%
Resultado Operacional Líquido R\$/m ²	622,1	595,0	+4,6%	1.775,7	1.715,5	+3,5%
Resultado Operacional Líquido US\$/pé ²	10,6	11,0	-3,9%	30,3	31,8	-4,9%
Margem NOI	93,2%	92,9%	+32 p.b.	92,0%	90,5%	+151 p.b.
NOI por ação R\$	0,79	0,75	+5,5%	2,27	2,16	+4,9%
Despesas de sede R\$'000	(46.299)	(45.135)	+2,6%	(138.401)	(133.154)	+3,9%
Despesas de sede/Receita líquida	-8,5%	-8,8%	+33 p.b.	-8,6%	-9,0%	+36 p.b.
EBITDA R\$'000	401.115	390.782	+2,6%	1.181.579	1.117.830	+5,7%
EBITDA R\$/m ²	544,1	530,9	+2,5%	1.598,6	1.521,4	+5,1%
EBITDA US\$/pé ²	9,3	9,9	-5,8%	27,3	28,2	-3,4%
Margem EBITDA	73,6%	76,4%	-279 p.b.	73,5%	75,2%	-179 p.b.
EBITDA por ação R\$	0,69	0,67	+3,4%	2,05	1,92	+6,5%
FFO R\$'000	303.457	312.237	-2,8%	949.707	859.563	+10,5%
FFO R\$/m ²	411,6	424,2	-3,0%	1.284,9	1.169,9	+9,8%
FFO US\$'000	55.706	62.360	-10,7%	174.338	171.672	+1,6%
FFO US\$/pé ²	7,0	7,9	-10,8%	21,9	21,7	+1,0%
Margem FFO	55,7%	61,0%	-535 p.b.	59,0%	57,9%	+118 p.b.
FFO por ação (R\$)	0,53	0,54	-2,1%	1,64	1,48	+11,3%
Dólar (US\$) câmbio final do período	5,45	5,01	+8,8%	5,45	5,01	+8,8%

Desempenho de Mercado	3T24	3T23	Var.%	9M24	9M23	Var.%
Número de ações	578.163.701	600.760.875	-3,8%	578.163.701	600.760.875	-3,8%
Ações ordinárias	578.163.701	600.760.875	-3,8%	578.163.701	600.760.875	-3,8%
Ações preferenciais	-	-	n.d.	-	-	n.d.
Preço médio da ação (R\$)	25,51	26,11	-2,3%	25,32	25,34	-0,1%
Preço de fechamento da ação (R\$)	25,65	24,57	+4,4%	25,65	24,57	+4,4%
Volume médio diário negociado R\$ '000	115.432	108.529	+6,4%	115.169	117.710	-2,2%
Valor de mercado R\$ '000	14.829.899	14.760.695	+0,5%	14.829.899	14.760.695	+0,5%
Dívida bruta R\$ '000	3.639.321	2.702.690	+34,7%	3.639.321	2.702.690	+34,7%
Caixa R\$ '000	1.422.477	737.499	+92,9%	1.422.477	737.499	+92,9%
Dívida líquida R\$ '000	2.216.844	1.965.191	+12,8%	2.216.844	1.965.191	+12,8%
P/FFO (Últimos 12 meses)	11,2 x	12,3 x	-9,3%	11,1 x	12,3 x	-9,3%
EV/EBITDA (Últimos 12 meses)	10,8 x	11,2 x	-3,4%	10,8 x	11,2 x	-3,4%
Dívida Líquida/EBITDA (Últimos 12 meses)	1,41 x	1,32 x	+6,9%	1,41 x	1,32 x	+6,9%



Destques operacionais e financeiros

Destques operacionais e financeiros

Operacional (% Multiplan) ¹	3T24	3T23	Var.%	9M24	9M23	Var.%
ABL Shopping Center total final (m ²)	873.595	880.929	-0,8%	873.595	880.929	-0,8%
ABL Shopping Center própria final (m ²)	712.153	711.138	+0,1%	712.153	711.138	+0,1%
ABL Shopping Center própria %	81,5%	80,7%	+79 p.b.	81,5%	80,7%	+79 p.b.
ABL Torre Comercial total final (m ²)	50.582	50.582	+0,0%	50.582	50.582	+0,0%
ABL Torre Comercial própria final (m ²)	46.591	46.591	+0,0%	46.591	46.591	+0,0%
ABL Total final (m ²)	924.177	931.511	-0,8%	924.177	931.511	-0,8%
ABL Própria final (m ²)	758.744	757.730	+0,1%	758.744	757.730	+0,1%
ABL Shopping Center total ajustada (med.) (m ²) ²	852.122	859.242	-0,8%	855.956	857.896	-0,2%
ABL Shopping Center própria ajustada (med.) (m ²) ²	690.617	689.454	+0,2%	692.523	688.140	+0,6%
ABL Torre Comercial total (med.) (m ²) ²	50.582	50.582	+0,0%	50.582	50.582	+0,0%
ABL Torre Comercial própria (med.) (m ²) ²	46.591	46.591	+0,0%	46.591	46.591	+0,0%
ABL Total ajustada (med.) (m ²) ²	902.704	909.824	-0,8%	906.538	908.478	-0,2%
ABL Própria ajustada (med.) (m ²) ²	737.208	736.046	+0,2%	739.114	734.731	+0,6%
Vendas totais R\$'000	5.662.658	5.184.520	+9,2%	16.319.512	15.025.346	+8,6%
Vendas totais R\$/m ² ³	6.909	6.325	+9,2%	19.957	18.763	+6,4%
Vendas totais USD/pé ² ³	118	117	+0,4%	340	348	-2,2%
Vendas das lojas satélites R\$/m ² ³	9.226	8.460	+9,1%	26.761	24.899	+7,5%
Vendas das lojas satélites USD/pé ² ³	157	157	+0,2%	456	462	-1,2%
Aluguel total R\$/m ²	573	567	+1,0%	1.702	1.711	-0,5%
Aluguel total USD/pé ²	9,8	10,5	-7,2%	29,0	31,8	-8,6%
Vendas nas Mesmas Lojas ³	9,3%	7,8%	+148 p.b.	7,6%	9,1%	-144 p.b.
Aluguel nas Mesmas Lojas ³	4,4%	7,0%	-255 p.b.	3,3%	9,8%	-647 p.b.
Efeito do reajuste do IGP-DI	+0,6%	+2,6%	-202 p.b.	+0,3%	+6,0%	-567 p.b.
Custos de ocupação ⁴	12,8%	13,6%	-83 p.b.	13,2%	14,1%	-82 p.b.
Aluguel como % das vendas	8,1%	8,7%	-61 p.b.	8,3%	9,0%	-65 p.b.
Outros como % das vendas	4,7%	4,9%	-22 p.b.	4,9%	5,1%	-17 p.b.
Turnover ⁴	1,6%	1,9%	-35 p.b.	4,4%	7,9%	-351 p.b.
Taxa de ocupação ⁴	96,2%	96,1%	+18 p.b.	96,0%	95,4%	+62 p.b.
Inadimplência bruta	3,3%	4,4%	-113 p.b.	3,5%	4,8%	-127 p.b.
Inadimplência líquida	-0,1%	-0,2%	+8 p.b.	0,0%	1,9%	-190 p.b.
Perda de aluguel	1,9%	0,1%	+180 p.b.	1,7%	0,5%	+117 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, que, no 2T23, foi substituído pelos supermercados Carrefour e Sam's Club.

³ Considera apenas lojas que reportam venda e desconsidera vendas reportadas por quiosques.

⁴ Considera apenas informação de shopping centers. Turnover calculado pela ABL administrada pela Multiplan.

Anexos

Demonstração de Resultados Consolidados – De acordo com o pronunciamento contábil CPC 19 (R2)

IFRS com CPC 19 (R2)						
(R\$'000)	3T24	3T23	Var. %	9M24	9M23	Var. %
Receita de locação	401.546	387.877	+3,5%	1.184.406	1.158.965	+2,2%
Receita de serviços	35.694	50.267	-29,0%	112.152	118.388	-5,3%
Receita de cessão de direitos	(1.744)	(2.442)	-28,6%	1.527	(5.151)	n.d.
Receita de estacionamento	79.948	71.950	+11,1%	220.094	204.936	+7,4%
Venda de imóveis	55.497	28.608	+94,0%	150.664	56.883	+164,9%
Apropriação de receita de aluguel linear	10.366	4.321	+139,9%	22.051	7.352	+199,9%
Outras receitas	6.006	7.043	-14,7%	42.970	25.927	+65,7%
Receita Bruta	587.313	547.624	+7,2%	1.733.864	1.567.299	+10,6%
Tributos sobre receitas	(42.157)	(41.020)	+2,8%	(125.377)	(108.287)	+15,8%
Receita Líquida	545.157	506.605	+7,6%	1.608.487	1.459.013	+10,2%
Despesas de sede	(46.299)	(44.587)	+3,8%	(138.401)	(132.545)	+4,4%
Remuneração baseada em ações	(15.751)	(15.520)	+1,5%	(49.997)	(40.804)	+22,5%
Despesas de propriedades	(33.212)	(33.062)	+0,5%	(114.114)	(130.214)	-12,4%
Despesas de projetos para locação	(2.717)	(1.718)	+58,2%	(5.431)	(3.738)	+45,3%
Despesas de projetos para venda	(7.839)	(4.838)	+62,0%	(17.201)	(16.449)	+4,6%
Custo de imóveis vendidos	(31.714)	(19.723)	+60,8%	(81.942)	(39.980)	+105,0%
Resultado de equivalência patrimonial	(0)	2.430	n.d.	(37)	19.452	n.d.
Outras receitas (despesas) operacionais	(6.508)	(478)	+1.262,2%	(19.785)	(1.271)	+1.456,7%
EBITDA	401.115	389.108	+3,1%	1.181.579	1.113.465	+6,1%
Receitas financeiras	46.552	33.726	+38,0%	129.898	107.130	+21,3%
Despesas financeiras	(85.067)	(86.070)	-1,2%	(247.371)	(285.388)	-13,3%
Depreciações e amortizações	(34.328)	(34.021)	+0,9%	(102.897)	(114.255)	-9,9%
Lucro Antes do Imposto de Renda	328.272	302.743	+8,4%	961.209	820.952	+17,1%
Imposto de renda e contribuição social	(48.733)	(21.096)	+131,0%	(92.228)	(70.642)	+30,6%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	74	(18.231)	n.d.	(40.524)	(32.380)	+25,2%
Participação dos acionistas minoritários	(44)	(42)	+3,2%	(119)	(120)	-0,5%
Lucro Líquido	279.569	263.374	+6,1%	828.337	717.810	+15,4%
(R\$'000)	3T24	3T23	Var. %	9M24	9M23	Var. %
NOI	458.648	431.086	+6,4%	1.312.436	1.241.039	+5,8%
Margem NOI	93,2%	92,9%	+37 p.b.	92,0%	90,5%	+150 p.b.
EBITDA	397.736	389.632	+2,1%	1.162.634	747.330	+55,6%
Margem EBITDA	80,6%	81,1%	-58 p.b.	79,2%	53,2%	+2.601 p.b.
EBITDA de Propriedades¹	401.115	389.108	+3,1%	1.181.579	1.113.465	+6,1%
Margem EBITDA de Propriedades ¹	73,6%	76,8%	-323 p.b.	73,5%	76,3%	-286 p.b.
Lucro Líquido	279.569	263.374	+6,1%	828.337	717.810	+15,4%
Margem Líquida	51,3%	52,0%	-71 p.b.	51,5%	49,2%	+230 p.b.
FFO	303.457	311.305	-2,5%	949.707	857.094	+10,8%
Margem FFO	55,7%	61,4%	-579 p.b.	59,0%	58,7%	+30 p.b.

¹ Não considera operações imobiliárias para venda (receitas, impostos, custos e despesas) e despesas relacionadas a desenvolvimentos futuros. Despesa de sede e remuneração baseada em ações proporcionais ao percentual da receita bruta de shopping center com a receita bruta da Companhia.

Nota: os números podem diferir ligeiramente do Relatório Financeiro Trimestral (ITR) devido arredondamentos.



Anexos

Demonstração de Resultados Consolidados – Gerencial

(R\$'000)	3T24	3T23	Var. %	9M24	9M23	Var. %
Receita de locação	401.546	394.024	+1,9%	1.184.406	1.177.522	+0,6%
Receita de serviços	35.694	48.672	-26,7%	112.152	116.793	-4,0%
Receita de cessão de direitos	(1.744)	(2.422)	-28,0%	1.527	(5.044)	n.d.
Receita de estacionamento	79.948	73.382	+8,9%	220.094	209.304	+5,2%
Venda de imóveis	55.497	28.608	+94,0%	150.664	64.383	+134,0%
Apropriação de receita de aluguel linear	10.366	3.885	+166,8%	22.051	5.993	+267,9%
Outras receitas	6.006	7.078	-15,2%	42.970	26.122	+64,5%
Receita Bruta	587.313	553.227	+6,2%	1.733.864	1.595.074	+8,7%
Tributos sobre receitas	(42.157)	(41.502)	+1,6%	(125.377)	(109.492)	+14,5%
Receita Líquida	545.157	511.725	+6,5%	1.608.487	1.485.583	+8,3%
Despesas de sede	(46.299)	(45.135)	+2,6%	(138.401)	(133.154)	+3,9%
Remuneração baseada em ações	(15.751)	(15.520)	+1,5%	(49.997)	(40.804)	+22,5%
Despesas de propriedades	(33.212)	(33.344)	-0,4%	(114.114)	(132.379)	-13,8%
Despesas de projetos para locação	(2.717)	(1.718)	+58,2%	(5.431)	(3.738)	+45,3%
Despesas de projetos para venda	(7.839)	(5.025)	+56,0%	(17.201)	(16.824)	+2,2%
Custo de imóveis vendidos	(31.714)	(19.723)	+60,8%	(81.942)	(41.099)	+99,4%
Resultado de equivalência patrimonial	(0)	0	n.d.	(37)	(8)	+370,3%
Outras receitas (despesas) operacionais	(6.508)	(477)	+1.263,3%	(19.785)	252	n.d.
EBITDA	401.115	390.782	+2,6%	1.181.579	1.117.830	+5,7%
Receitas financeiras	46.552	34.209	+36,1%	129.898	108.665	+19,5%
Despesas financeiras	(85.067)	(86.101)	-1,2%	(247.371)	(285.463)	-13,3%
Depreciações e amortizações	(34.328)	(34.517)	-0,5%	(102.897)	(115.741)	-11,1%
Lucro Antes do Imposto de Renda	328.272	304.374	+7,9%	961.209	825.290	+16,5%
Imposto de renda e contribuição social	(48.733)	(22.726)	+114,4%	(92.228)	(75.356)	+22,4%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	74	(18.231)	n.d.	(40.524)	(32.005)	+26,6%
Participação dos acionistas minoritários	(44)	(42)	+3,2%	(119)	(120)	-0,5%
Lucro Líquido	279.569	263.374	+6,1%	828.337	717.810	+15,4%

(R\$'000)	3T24	3T23	Var. %	9M24	9M23	Var. %
NOI	458.648	437.947	+4,7%	1.312.436	1.260.441	+4,1%
Margem NOI	93,2%	92,9%	+32 p.b.	92,0%	90,5%	+151 p.b.
EBITDA de Propriedades¹	397.736	393.923	+1,0%	1.162.634	1.126.769	+3,2%
Margem EBITDA de Propriedades ¹	80,6%	81,2%	-61 p.b.	79,2%	79,0%	+12 p.b.
EBITDA	401.115	390.782	+2,6%	1.181.579	1.117.830	+5,7%
Margem EBITDA	73,6%	76,4%	-279 p.b.	73,5%	75,2%	-179 p.b.
Lucro Líquido	279.569	263.374	+6,1%	828.337	717.810	+15,4%
Margem líquida	51,3%	51,5%	-19 p.b.	51,5%	48,3%	+318 p.b.
Fluxo de Caixa Operacional (FFO)	303.457	312.237	-2,8%	949.707	859.563	+10,5%
Margem FFO	55,7%	61,0%	-535 p.b.	59,0%	57,9%	+118 p.b.

¹ Não considera operações imobiliárias para venda (receitas, impostos, custos e despesas) e despesas relacionadas a desenvolvimentos futuros. Despesa de sede e remuneração baseada em ações proporcionais ao percentual da receita bruta de shopping center com a receita bruta da Companhia.

Nota: os números podem diferir ligeiramente do Relatório Financeiro Trimestral (ITR) devido arredondamentos.



Anexos

Balanço Patrimonial: Gerencial

Ativo (R\$'000)	30/09/2024	30/06/2024	Var.%
Disponibilidades e valores equivalentes	1.422.477	996.707	+42,7%
Contas a receber	456.136	428.254	+6,5%
Terrenos e imóveis a comercializar	211.726	157.014	+34,8%
Partes relacionadas	40.449	40.078	+0,9%
Impostos e contribuições sociais a compensar	57.533	61.038	-5,7%
Custos diferidos	64.201	55.835	+15,0%
Outros	23.912	29.276	-18,3%
Total do Ativo Circulante	2.276.434	1.768.202	+28,7%
Contas a receber	13.128	11.710	+12,1%
Terrenos e imóveis a comercializar	511.225	492.981	+3,7%
Partes relacionadas	48.551	43.225	+12,3%
Depósitos judiciais	166.160	163.364	+1,7%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	30.460	31.126	-2,1%
Custos diferidos	162.341	148.705	+9,2%
Outros	1.191	1.191	+0,0%
Investimentos	2.155	2.155	-0,0%
Propriedades para investimento	8.686.208	8.553.030	+1,6%
Imobilizado	100.633	100.998	-0,4%
Intangível	384.863	382.623	+0,6%
Total do Ativo não Circulante	10.106.915	9.931.110	+1,8%
Total Ativo	12.383.349	11.699.312	+5,8%
Passivo (R\$'000)	30/09/2024	30/06/2024	Var.%
Empréstimos e financiamentos	275.030	222.659	+23,5%
Debêntures	257.475	249.512	+3,2%
Contas a pagar	238.420	210.867	+13,1%
Obrigações por aquisição de bens	34.837	66.223	-47,4%
Impostos e contribuições a recolher	26.108	28.355	-7,9%
Juros sobre capital próprio a pagar	538.992	507.014	+6,3%
Receitas diferidas	17.846	18.181	-1,8%
Outros	69.090	65.554	+5,4%
Total Passivo Circulante	1.457.798	1.368.363	+6,5%
Empréstimos e financiamentos	766.436	835.646	-8,3%
Contas a pagar	36.842	35.596	+3,5%
Debêntures	2.305.542	1.805.866	+27,7%
Imposto de renda e contribuições social diferidos	340.993	341.734	-0,2%
Obrigações por aquisição de bens	-	10.000	n.d.
Débito com partes relacionadas	786	2.555	+9,0%
Outros	11.563	12.531	-7,7%
Provisão para contingências	83.140	83.140	+0,0%
Receitas diferidas	39.296	39.134	-4,1%
Total do Passivo não Circulante	3.584.599	3.166.201	+13,2%
Patrimônio Líquido			
Capital	3.158.062	3.158.062	n.d.
Reserva de capital	1.076.392	1.063.432	+1,22%
Reserva de lucros	2.627.764	3.141.451	-16,4%
Gasto com emissão de ações	(46.103)	(43.548)	+5,9%
Ações em tesouraria	(9.093)	(524.038)	-98,3%
Efeitos em transação de capital	(89.995)	(89.995)	-
Dividendos adicionais propostos	(205.000)	(90.000)	+127,8%
Lucros acumulados	828.725	549.227	+50,9%
Participação dos acionistas minoritários	199	157	+27,3%
Total do Patrimônio Líquido	7.340.952	7.164.748	+2,5%
Total do Passivo	12.383.349	11.699.312	+5,8%

Nota: os números podem diferir ligeiramente do Relatório Financeiro Trimestral (ITR) devido arredondamentos.



Anexos

Relacionamento com os auditores independentes Instrução CVM 162/2022

Em atendimento ao disposto na Instrução da Comissão de Valores Mobiliários ("CVM") nº 162, de 13 de julho de 2022, a Companhia informa que não foram contratados serviços não relacionados à auditoria externa prestados pelos nossos auditores independentes ou partes a eles relacionadas durante o terceiro trimestre de 2024.

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

Glossário

12M: dado acumulado dos últimos 12 meses.

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

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

Abrasc: Associação Brasileira de Shopping Centers.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Glossário

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

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

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

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

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

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

IBGE: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

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

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

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

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

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

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

Margem EBITDA: EBITDA dividido pela Receita Líquida.

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

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

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

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

Perda de aluguel: baixas geradas pela inadimplência de lojistas.

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

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

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

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

Taxa de ocupação: ABL locada dividida pela ABL total.

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

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

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

Vacância: ABL disponível para locação.

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

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

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

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