

RELATÓRIO DE RESULTADOS

3T22

Contato da equipe de
Relações com Investidores

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



AVISO LEGAL

Este documento pode conter considerações futuras que estão sujeitas a riscos e incertezas uma vez que se baseiam nas expectativas e metas da administração da Companhia, bem como nas informações disponíveis. A Companhia não está obrigada a atualizar tais afirmações.

As palavras "antecipar", "desejar", "esperar", "prever", "pretender", "planejar", "prognosticar", "projetar", "objetivar" e termos similares são utilizados para identificar tais afirmações.

A Companhia esclarece que não divulga projeções e/ou estimativas nos termos do artigo 21 da Resolução CVM nº 80/22 e, dessa forma, eventuais considerações futuras não representam qualquer *guidance* ou promessa de desempenho futuro.

As expectativas da administração referem-se a eventos futuros que podem ou não vir a ocorrer. Nossa futura situação financeira, resultados operacionais, participação de mercado e posicionamento competitivo podem diferir substancialmente daqueles inferidos ou sugeridos em tais avaliações. Muitos dos fatores e valores que estabelecem esses resultados estão fora do controle ou da expectativa da Companhia. O leitor/investidor não deve basear-se exclusivamente nas informações contidas neste relatório para tomar decisões com relação à negociação de valores mobiliários de emissão da Multiplan.

Este documento contém informações sobre projetos futuros que poderão tornar-se diversas devido a alterações nas condições de mercado, alterações de lei ou políticas governamentais, alterações das condições de operação do projeto e dos respectivos custos, alteração de cronogramas, desempenho operacional, demanda de lojistas e consumidores, negociações comerciais ou de outros fatores técnicos e econômicos. Tais projetos poderão ser modificados no todo ou parcialmente, a critério da Companhia, sem prévio aviso. As informações não contábeis não foram revisadas pelos auditores externos.

Neste relatório, a Companhia optou por apresentar os saldos consolidados, de forma gerencial, de acordo com as práticas contábeis vigentes excluindo o CPC 19 (R2).

Para maiores informações, favor consultar as Demonstrações Financeiras, o Formulário de Referência e outras informações relevantes disponíveis no nosso site de Relações com Investidores ri.multiplan.com.br.

PROGRAMAS NÃO PATROCINADOS DE DEPOSITARY RECEIPTS

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

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

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

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

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



Aviso Legal

RELATÓRIO GERENCIAL

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

Esse pronunciamento passou a ter sua aplicação para os exercícios iniciados a partir de 1º de janeiro de 2013. O pronunciamento determina, dentre outras coisas, que empreendimentos controlados em conjunto sejam registrados nas demonstrações financeiras através do método de equivalência patrimonial. Nesse caso, a Companhia deixa de consolidar proporcionalmente os 50% de participação na Parque Shopping Maceió S.A., empresa detentora de 100% do shopping center do mesmo nome.

Este relatório possui caráter gerencial e, por essa razão, não considera a aplicação do CPC 19 (R2). Dessa forma, as informações e/ou análises de desempenho constantes deste relatório consideram a consolidação proporcional do Parque Shopping Maceió S.A. Para informações adicionais, favor consultar a nota 8.4 das Demonstrações Financeiras de 30 de setembro de 2022.

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

Favor consultar a página 58 para uma breve descrição das mudanças determinadas pelo Pronunciamento Contábil CPC 19 (R2), e a conciliação entre os números contábeis e gerenciais.

Índice

01. Visão Geral 5

02. Destaques 6

03. Inovação Digital 9

04. ESG 12

05. Demonstração de Result. Consolidados 15

06. MULT3 e o Mercado de Ações 17

07. Indicadores Operacionais 19

08. Estudo de Caso 26

09. Receita Bruta 31

10. Resultados da Participação em Prop. 32

11. Resultados da Gestão de Portfólio 38

12. Resultados de Empreend. Imobiliários 39

13. Resultados Financeiros 41

14. CAPEX 47

15. Análise das Prop. Para Investimento 48

16. Portfólio de Ativos 50

17. Estrutura Societária 56

18. Anexos 52

19. Glossário 67





Visão Geral

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

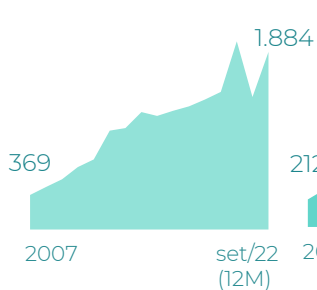
A Companhia também participa estrategicamente do setor de desenvolvimento de imóveis comerciais e residenciais, gerando sinergias para operações relacionadas a shopping centers ao criar projetos multiuso em áreas adjacentes.

Ao final do 3T22, a Multiplan detinha – com uma participação média de 80,6% – 20 shopping centers com ABL total de 876.006 m², dos quais 19 shopping centers são administrados pela Companhia, mais de 6.000 lojas e tráfego anual estimado em 190 milhões de visitas (em 2019).

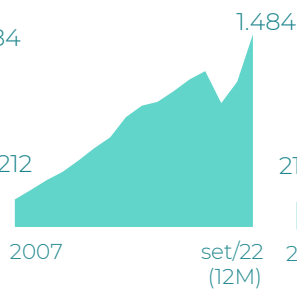
Adicionalmente, a Multiplan detinha – com uma participação média de 92,1% – dois complexos corporativos com ABL total de 50.582 m², que adicionados à ABL de shopping center somam uma ABL total de 926.648 m²

EVOLUÇÃO FINANCEIRA DE LONGO PRAZO (R\$ MILHÕES)

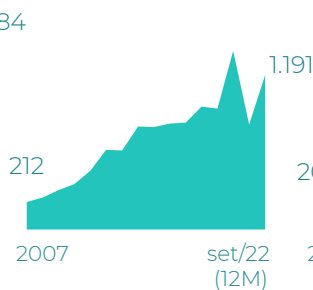
Receita Bruta



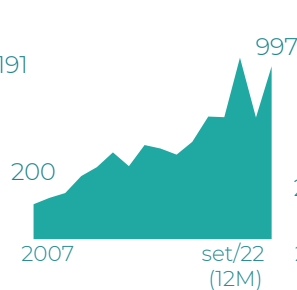
NOI



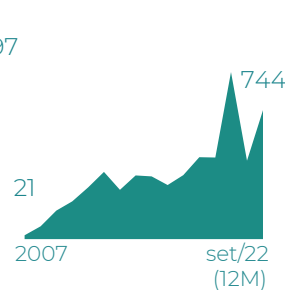
EBITDA



FFO



Lucro Líquido



R\$ Milhões	2007 (IPO) ¹	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	set/22 (12M)	Var. '07-'21	CAGR '07-'21
Receita Bruta	368,8	452,9	534,4	662,6	742,2	1.048,0	1.074,6	1.245,0	1.205,2	1.257,5	1.306,2	1.378,9	1.460,2	1.995,1	1.404,5	1.884,4	+280,8%	+10,0%
NOI	212,1	283,1	359,4	424,8	510,8	606,9	691,3	846,1	934,8	964,6	1.045,5	1.138,1	1.201,2	953,4	1.118,9	1.484,2	+427,6%	+12,6%
EBITDA	212,2	247,2	304,0	350,2	455,3	615,8	610,7	793,7	789,2	818,3	825,5	946,9	932,1	1.377,1	810,8	1.190,8	+282,1%	+10,0%
FFO	200,2	237,2	266,6	363,0	414,6	501,0	421,0	543,7	522,8	487,7	561,3	707,4	703,4	1.047,0	702,0	997,3	+250,6%	+9,4%
Lucro Líquido	21,2	74,0	163,3	218,4	298,2	388,1	284,6	368,1	362,2	311,9	369,4	472,9	471,0	964,2	453,1	743,8	+2.037,3%	+24,4%

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



Destaques

Batendo novos recordes, mais uma vez...

O terceiro trimestre da Multiplan não só apresentou os resultados fortes e sustentáveis já constatados nos trimestres anteriores, como também incrementou o crescimento de suas vendas e do SSS¹ vs. 2021 em todos os seus shoppings, segmentos e assim por diante (página 19) - assim, ressaltando a resiliência e a importância regional de suas propriedades. O crescimento das vendas aumentou a cada mês, o que se reflete na saúde de nossos lojistas, na taxa de inadimplência (página 36) e na demanda por espaço em nossos shoppings (página 24).

...e melhorando a cada mês!

Superar os desempenhos de 2019, 2020 e 2021 tem sido um destaque recorrente, e ainda assim, os resultados continuam a melhorar.

O forte desempenho operacional durante o trimestre e nos últimos doze meses, majoritariamente impulsionados pelo aumento da receita de locação (página 32), resultou em indicadores recordes.

VENDAS
+28,3%

vs. 3T21

ALUGUEL
+25,4%

vs. 3T21

EBITDA
+49,3%

vs. 3T21

SSS¹
+23,9%

vs. 3T21

SSR²
+27,3%

vs. 3T21

NOI⁴
+34,5%

vs. 3T21

TURNOVER
+12.359 m²
+139 lojas

SSR REAL³
+9,1%

vs. 3T21

FFO⁵
+39,6%

vs. 3T21

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

² SSR (Same Store Rent) se refere ao indicador Aluguel nas Mesmas Lojas.

³ SSR Real se refere ao indicador Aluguel nas Mesmas Lojas, líquido do efeito do reajuste do IGP-DI no período.

⁴ NOI (Net Operating Income) se refere ao Resultado Operacional Líquido.

⁵ FFO (Funds From Operations) se refere ao Fluxo de Caixa Operacional.



Destaques

Capital: captando, desalavancando e retornando

A recém anunciada emissão de debêntures de R\$300 milhões em outubro, o custo da dívida da Companhia abaixo da taxa Selic, combinado com a relação Dívida Líquida/EBITDA de 1,72x alcançada em setembro, junto com os R\$245 milhões de juros sobre capital próprio deliberados em 2022, reforçam a gestão de capital da Multiplan.

Preparando para o futuro

Olhando para os próximos anos, a Companhia espera continuar crescendo, desenvolvendo novos projetos, expansões e revitalizando shopping centers já existentes. Adicionalmente, o desenvolvimento e gestão do mix é um processo contínuo, no qual a Multiplan identifica e antecipa as tendências e necessidades dos consumidores, para garantir que seus shoppings continuem sendo uma *one-stop solution* para demandas, atividades e interações sociais diárias (página 12).

A construção da primeira fase do projeto residencial Golden Lake está em andamento, com 54,6% de sua área privativa vendida, com a inauguração oficial da estrutura do Main Lake se aproximando (página 39).

Por ultimo, mas não menos importante, nós continuaremos colhendo os benefícios de nossa estratégia de inovação digital, orientada para apoiar melhorias contínuas sobre como proporcionar mais e melhores experiências aos nossos clientes através do aplicativo Multi, que já conta com 3 milhões de *downloads* (página 9).



Ilustração do projeto Golden Lake



Destaques

Que comecem as festividades

Os fortes resultados de vendas observados nos últimos doze meses (página 19) estão abrindo caminho para um forte início do 4T22. A tendência ascendente continuou, com as vendas reportadas em out/22 crescendo 13,9% sobre o mesmo mês de 2021 e 26,2% comparado com out/19 (página 20).

Enquanto o país se prepara para a próxima Black Friday e a temporada de Natal, nós acreditamos que nossos lojistas estão prontos para se beneficiarem do futuro fluxo de clientes. Visitantes logo ficarão maravilhados pelas incríveis atrações, árvores de natal e decorações, que estão sendo especialmente preparadas em nossos shoppings.

No BarraShopping, a tradicional árvore terá 70 metros de altura e será a maior da cidade. Ela terá quatro cabines onde os visitantes poderão tirar fotos, que serão projetadas nos painéis de LED no primeiro andar da árvore. Além disso, o ParkJacarepaguá vai colorir a região com uma árvore de Natal de 43 metros de altura e um total de 280 mil microLEDs.

Ilustração da árvore de Natal do BarraShopping



A maior árvore de Natal da cidade com 70 metros de altura e painéis de LED



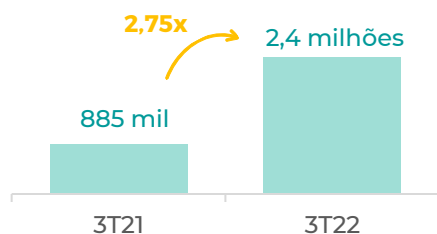
Inovação Digital

Super aplicativo Multi

3 milhões de *downloads* e 3 vezes mais uso

Próximo de chegar aos 3 milhões de *downloads* acumulados, o Multi, o super aplicativo dos shoppings da Multiplan, continua mostrando crescimento consistente. O aplicativo mais do que dobrou o número de usuários únicos e ficou próximo de triplicar o número de vezes que foi acessado e utilizado no terceiro trimestre deste ano, quando comparado com o mesmo período do ano anterior.

Aumento da utilização do Multi



O crescimento da base e da utilização do aplicativo é resultado da execução da estratégia que a Companhia estabeleceu: criar um canal proprietário de contato direto com seus clientes e recheá-lo com funcionalidades que auxiliassem o cliente em sua jornada nos shoppings. Este processo resulta na Multiplan conhecendo melhor seus clientes e, assim, sendo capaz de ser assertiva em mostrar o que o shopping oferece para os seus clientes, aumentando sua frequência e consumo, além de poder obter insights para decisões de negócios.

Criando valor para o cliente Multiplan

Durante o terceiro trimestre deste ano, o Multi disponibilizou mais de 1.500 cupons de descontos e vantagens diferentes para seus usuários, os quais foram reservados mais de 150 mil vezes ao longo do trimestre.

Além dos cupons de descontos e vantagens, a Multiplan também tem trabalhado para que o Multi seja a porta de entrada para os eventos e atrações dos seus shoppings. Com filas virtuais e horário marcado, os clientes ganham em comodidade e experiência, e a Companhia aumenta sua eficiência operacional. Durante o terceiro trimestre de 2022, o Multi disponibilizou 215 eventos e atrações diferentes que beneficiaram mais de 190 mil usuários do Multi e seus acompanhantes.

A imensa quantidade de benefícios e atrações oferecidos pelos shoppings trazem um desafio na comunicação com o cliente, que poderia ficar sobrecarregado com o volume de mensagens, umas de seu interesse, outras não. Este desafio é tratado no terceiro pilar da estratégia de inovação digital da Companhia, com as iniciativas de ciência de dados e inteligência artificial, centradas no motor de recomendações *phygital*, o OmniMIND.



Inovação Digital

OmniMIND – o algoritmo *phygital* de recomendação

Personalização aumentando o impacto das comunicações de cupons e eventos

A Companhia faz investimentos constantes na manutenção e evolução do OmniMIND, seu algoritmo de recomendação que utiliza informações colhidas de forma *online* e *offline* para oferecer, através dos canais digitais, os benefícios e eventos mais relevantes dos shoppings para seus clientes com a finalidade de aumentar a frequência e valor das visitas destes.

Com o aumento da base de clientes capturada digitalmente, da profundidade de dados desta base e com o resultado positivo para os lojistas trazendo cada vez mais ofertas, os algoritmos têm mais insumos para aprendizado.

Com a utilização do OmniMIND, a Multiplan passa a enviar mensagens específicas para grupos de clientes ou personalizadas para cada cliente com as ofertas mais relevantes, ao invés de comunicações iguais para toda a base. A utilização do algoritmo reduziu o número de mensagens que cada cliente recebe e aumentou as taxas de abertura das mensagens pela maior relevância destas.



Aponte a sua
câmera e baixe o
Multi

Na promoção de um evento infantil realizado neste trimestre, por exemplo, houve crescimento de 10x na abertura de *push messages* (mensagens através do aplicativo) ao segmentar o público com interesse específico neste evento, quando comparado com uma base geral de clientes. O algoritmo havia sugerido que estes clientes, todos adultos, teriam algum interesse no evento, a partir de seus históricos de interações no Multi. A Companhia não somente divulga um evento relevante para este público nos shoppings como também deixa de mandar uma mensagem que seria desinteressante para outros públicos, o que poderia causar insatisfação.

Os cupons de desconto são enviados, também, a partir do casamento dos interesses percebidos nos clientes com os cupons disponíveis, em uma personalização totalmente individualizada. Cada incremento no desenvolvimento do algoritmo é comparado ao seu estágio anterior, sendo verificados, neste trimestre, crescimentos acima de 100% na taxa de abertura de mensagens, quando comparado ao trimestre anterior.



Inovação Digital

Criando valor para o lojista Multiplan

O resultado destas mensagens mais assertivas é bem-vindo pelos lojistas que, em alguns casos, viram crescimento de 50% no fluxo de clientes após oferecerem cupons com vantagens através do Multi. Lojistas de diversos segmentos, como alimentação, serviços, vestuário e eletrônicos, e de diversos portes, aderiram a esta ferramenta tão importante.

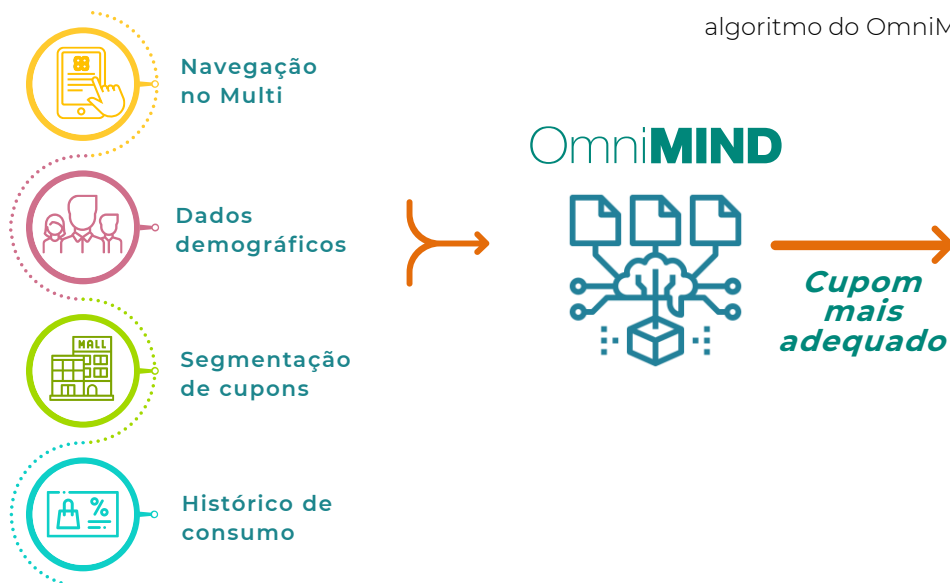
Os mais de 1.500 cupons diferentes que foram reservados mais de 150 mil vezes ao longo do trimestre oferecidos pelos lojistas no 3T22 demonstram as vantagens que estes veem na proposta de valor da Companhia e no super aplicativo Multi. Este engajamento dos lojistas é uma peça importante no ciclo virtuoso estabelecido na plataforma digital da Multiplan: cada vez mais clientes utilizando o Multi geram cada vez mais engajamento dos lojistas que propiciam maior utilização do Multi.

O Ciclo Virtuoso dos Cupons no Multi



Como a personalização do OmniMIND funciona

Para recomendar o melhor cupom para cada cliente, são consideradas diversas características deste cliente disponíveis no *data lake* da Companhia, tais como a jornada de navegação do cliente no Multi, dados demográficos, segmentação de cupons disponíveis e já utilizados pelo cliente e os hábitos de consumo específicos de cada cliente. O diagrama abaixo ilustra o algoritmo do OmniMIND em ação.



Push message com o cupom mais adequado



ESG: uma abordagem que agrega valor

A Multiplan está constantemente implementando iniciativas que otimizam a eficiência e tem um impacto positivo no meio ambiente e na sociedade. O forte comprometimento da Companhia com uma visão de longo prazo leva a uma busca contínua por práticas sustentáveis, fomentando o bem-estar e o desenvolvimento nas comunidades onde está presente.

Sustentabilidade e educação

No 3T22, o RibeirãoShopping deu início ao projeto Multi Sustentável, estimulando o desenvolvimento sustentável no shopping e preservando o meio ambiente.

Com o objetivo de aproveitar ao máximo os recursos disponíveis, o projeto consiste em uma horta que é nutrida por um fertilizante proveniente de resíduos orgânicos dos lojistas.

Devido à grande quantidade de lojistas participantes, cerca de cinco toneladas de resíduos orgânicos são convertidas em mais de duas toneladas de fertilizantes por mês. O jardim abriga 16 tipos de frutas e hortaliças, que posteriormente são distribuídas aos lojistas e funcionários do shopping.

Além disso, o projeto conta com uma abordagem educativa complementar, na qual as escolas locais podem agendar uma visita guiada para explicar melhor sobre a importância da educação ambiental e de uma alimentação saudável e equilibrada.



RibeirãoShopping – Projeto Multi Sustentável



RibeirãoShopping – Projeto Multi Sustentável



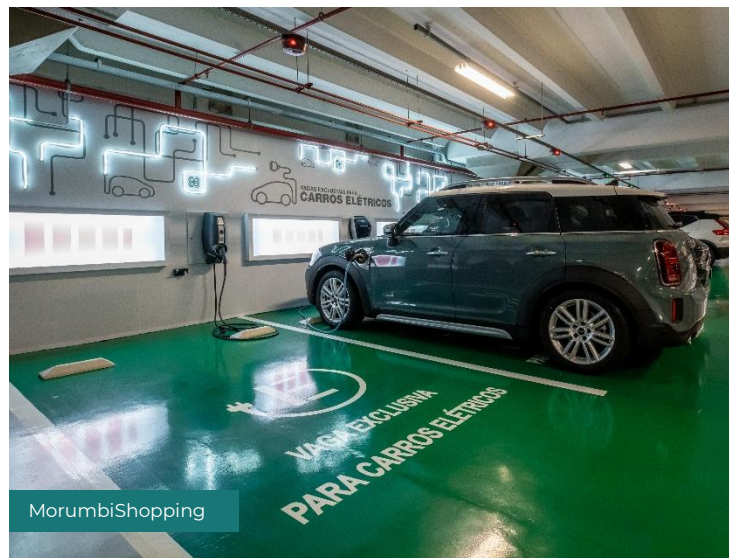
ESG: uma abordagem que agrega valor

“Plug-in” pronto em todos os shoppings

No 3T22, os shoppings da Multiplan alcançaram outro marco em direção a um presente e futuro sustentável: agora, todos os seus shoppings contam com estações de carregamento de veículos elétricos.

O portfólio possui 100 estações, gratuitas, adotando hábitos ecológicos, além de reduzir o custo de mobilidade dos clientes, direcionando visitas aos shoppings da Multiplan.

Além disso, o aplicativo da Companhia, Multi, lançou um novo recurso para os clientes do MorumbiShopping, permitindo que eles iniciem suas recargas através do aplicativo, tornando o processo ainda mais conveniente e seguro.



ParkJacarepaguá: Indicado para o GRI Awards 2022

ParkJacarepaguá, o 20º e mais moderno shopping da Multiplan, concebido com o conceito de shopping do futuro, utilizando tecnologia de ponta para aumentar sua eficiência operacional, bem como reduzir sua pegada de carbono, figurou entre os indicados em duas categorias na edição de 2022 do GRI Awards: Melhor Projeto Shopping Center e Projeto ESG.





ESG: uma abordagem que agrega valor

MultiSer

Devido ao seu sucesso e aumento contínuo de visitantes, o MultiSer, centro de gestão emocional localizado no RibeirãoShopping, está patrocinando a Jornada de Autocuidado, de agosto a novembro. O objetivo é incentivar a busca por ajuda profissional para alcançar a autoconsciência, uma ferramenta crucial para lidar com questões pessoais.

Em setembro, mês dedicado especialmente à prevenção do suicídio e cuidados com a saúde mental, o MultiSer iniciou a campanha de Valorização da Vida. Em todas as terças-feiras do mês, o centro ofereceu um espaço emocional seguro com atividades que visavam ajudar as pessoas com seus sentimentos e emoções.



Atividades em andamento

Campanhas de doação

Os shoppings da Multiplan continuaram suas parcerias de longo prazo com bancos de sangue nesse trimestre, nas quais cinco shoppings realizaram campanhas de doação de sangue. Cerca de 1.200 bolsas de sangue foram levantadas no trimestre, o suficiente para salvar mais de 5.000 vidas.

No Dia das Crianças, comemorado em 12 de outubro, e com o objetivo de atender crianças socialmente vulneráveis, a Companhia promoveu uma campanha de doação de brinquedos em seus 19 shoppings administrados. A campanha presenteou mais de 800 crianças com brinquedos coletivos e individuais.

“Feira Amigos com Livros” Apoiando cultura e educação

Em setembro, o ParkShoppingBarigüi iniciou a segunda edição da "Feira Amigos com Livros". Após o enorme sucesso em 2021, este ano a feira está trazendo cerca de 500 títulos diferentes com preços acessíveis. O sucesso do evento contribuiu para o aumento de 13,7% no fluxo de carros do shopping em relação ao ano anterior.

Feiras de adoção de pets

O ShoppingVilaOlímpia, o BarraShopping e o ParkShopping, em parceria com ONGs locais, realizaram feiras de adoção de animais no 3T22. Como exemplo, o tradicional evento organizado pelo BarraShopping foi um sucesso, com 31 animais de estimação adotados em apenas cinco horas.

Esses eventos resultaram na adoção de quase 300 animais de estimação no trimestre, trazendo alegria para várias famílias.

Feira de adoção de pets - ParkShopping



Associação Protetora dos Animais
Abrigo Flora e Fauna
Respeite.Cuide.Adote.

ParkShopping
Multiplan





Demonstração de Resultados Consolidados

Gerencial

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS

(R\$'000)	3T22	3T21	Var. %	3T19	Var. %
Receita de locação	378.781	301.973	+25,4%	267.026	+41,9%
Receita de serviços	29.968	21.804	+37,4%	28.630	+4,7%
Receita de cessão de direitos	(1.070)	(990)	+8,1%	(2.785)	-61,6%
Receita de estacionamento	63.847	46.116	+38,4%	54.753	+16,6%
Venda de imóveis	16.916	2.122	+697,1%	(725)	n.d.
Apropriação de receita de aluguel linear	(3.787)	(21.653)	-82,5%	11.079	n.d.
Outras receitas	3.659	3.107	+17,8%	3.609	+1,4%
Receita Bruta	488.314	352.478	+38,5%	361.588	+35,0%
Tributos sobre receitas	(32.738)	(30.218)	+8,3%	(32.990)	-0,8%
Receita Líquida	455.577	322.260	+41,4%	328.598	+38,6%
Despesas de sede	(42.608)	(35.934)	+18,6%	(40.062)	+6,4%
Remuneração baseada em ações	(10.714)	(6.478)	+65,4%	(10.666)	+0,5%
Despesas de propriedades	(52.600)	(39.297)	+33,9%	(35.401)	+48,6%
Despesas de projetos para locação	(592)	(7.683)	-92,3%	(2.409)	-75,4%
Despesas de projetos para venda	(5.769)	(5.505)	+4,8%	(2.266)	+154,6%
Custo de imóveis vendidos	(10.630)	(871)	+1.120,5%	751	n.d.
Resultado de equivalência patrimonial	(503)	(9.206)	-94,5%	(503)	-0,1%
Outras receitas (despesas) operacionais	(9.570)	(1.217)	+686,1%	(2.969)	+222,3%
EBITDA	322.591	216.068	+49,3%	235.072	+37,2%
Receitas financeiras	41.281	23.201	+77,9%	18.932	+118,1%
Despesas financeiras	(103.945)	(48.335)	+115,1%	(60.997)	+70,4%
Depreciações e amortizações	(52.223)	(48.013)	+8,8%	(57.567)	-9,3%
Lucro Antes do Imposto de Renda	207.704	142.921	+45,3%	135.441	+53,4%
Imposto de renda e contribuição social	(16.928)	(36.355)	-53,4%	(10.176)	+66,4%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(4.644)	(7.631)	-39,1%	(4.284)	+8,4%
Participação dos acionistas minoritários	(35)	470	n.d.	544	n.d.
Lucro Líquido	186.098	99.404	+87,2%	121.525	+53,1%

(R\$'000)	3T22	3T21	Var. %	3T19	Var. %
NOI	386.242	287.138	+34,5%	297.457	+29,8%
Margem NOI	88,0%	88,0%	+5 p.b.	89,4%	-135 p.b.
EBITDA de Propriedades¹	326.151	237.649	+37,2%	240.057	+35,9%
Margem EBITDA de Propriedades ¹	74,2%	74,2%	-3 p.b.	72,9%	+125 p.b.
EBITDA	322.591	216.068	+49,3%	235.072	+37,2%
Margem EBITDA	70,8%	67,0%	+376 p.b.	71,5%	-73 p.b.
EBITDA Ajustado²	333.305	222.546	+49,8%	245.738	+35,6%
Margem EBITDA Ajustada ²	73,2%	69,1%	+410 p.b.	74,8%	-162 p.b.
Lucro Líquido	186.098	99.404	+87,2%	121.525	+53,1%
Margem Líquida	40,8%	30,8%	+1.000 p.b.	37,0%	+387 p.b.
Lucro Líquido Ajustado²	196.812	105.882	+85,9%	132.191	+48,9%
Margem Líquida Ajustada ²	43,2%	32,9%	+1.034 p.b.	40,2%	+297 p.b.
Fluxo de Caixa Operacional (FFO)	246.751	176.701	+39,6%	172.296	+43,2%
Margem FFO	54,2%	54,8%	-67 p.b.	52,4%	+173 p.b.
Fluxo de Caixa Operacional (FFO) Ajustado²	257.465	183.179	+40,6%	182.962	+40,7%
Margem FFO Ajustada ²	56,5%	56,8%	-33 p.b.	55,7%	+83 p.b.

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

² Não considera a remuneração baseada em ações. Mais detalhes sobre a linha de remuneração baseada em ações estão disponíveis na página 38.



Demonstração de Resultados Consolidados

Gerencial

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS

(R\$'000)	9M22	9M21	Var. %	9M19	Var. %
Receita de locação	1.106.917	747.662	+48,1%	783.094	+41,4%
Receita de serviços	89.121	61.771	+44,3%	86.678	+2,8%
Receita de cessão de direitos	(3.692)	(2.819)	+31,0%	(8.895)	-58,5%
Receita de estacionamento	174.154	103.208	+68,7%	160.847	+8,3%
Venda de imóveis	59.338	4.176	+1.321,1%	(1.353)	n.d.
Apropriação de receita de aluguel linear	(23.320)	13.550	n.d.	31.062	n.d.
Outras receitas	12.782	7.906	+61,7%	7.832	+63,2%
Receita Bruta	1.415.301	935.454	+51,3%	1.059.265	+33,6%
Tributos sobre receitas	(103.119)	(71.647)	+43,9%	(97.942)	+5,3%
Receita Líquida	1.312.181	863.807	+51,9%	961.323	+36,5%
Despesas de sede	(126.371)	(112.404)	+12,4%	(120.409)	+5,0%
Remuneração baseada em ações	(29.834)	(23.532)	+26,8%	(43.305)	-31,1%
Despesas de propriedades	(160.206)	(132.174)	+21,2%	(106.881)	+49,9%
Despesas de projetos para locação	(1.960)	(12.084)	-83,8%	(10.138)	-80,7%
Despesas de projetos para venda	(13.408)	(11.748)	+14,1%	(4.743)	+182,7%
Custo de imóveis vendidos	(41.558)	(2.779)	+1.395,3%	653	n.d.
Resultado de equivalência patrimonial	(1.855)	(16.705)	-88,9%	(690)	+168,9%
Outras receitas (despesas) operacionais	(31.426)	(26.790)	+17,3%	3.860	n.d.
EBITDA	905.564	525.590	+72,3%	679.670	+33,2%
Receitas financeiras	102.423	60.452	+69,4%	60.201	+70,1%
Despesas financeiras	(280.077)	(113.364)	+147,1%	(176.899)	+58,3%
Depreciações e amortizações	(156.766)	(144.689)	+8,3%	(165.031)	-5,0%
Lucro Antes do Imposto de Renda	571.144	327.990	+74,1%	397.943	+43,5%
Imposto de renda e contribuição social	(62.067)	(65.881)	-5,8%	(61.189)	+1,4%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	21.245	(23.060)	n.d.	(9.805)	n.d.
Participação dos acionistas minoritários	(93)	440	n.d.	1.761	n.d.
Lucro Líquido	530.228	239.489	+121,4%	328.710	+61,3%

(R\$'000)	9M22	9M21	Var. %	9M19	Var. %
NOI	1.097.546	732.246	+49,9%	868.121	+26,4%
Margem NOI	87,3%	84,7%	+255 p.b.	89,0%	-178 p.b.
EBITDA de Propriedades¹	915.880	565.657	+61,9%	695.607	+31,7%
Margem EBITDA de Propriedades ¹	72,9%	65,8%	+707 p.b.	72,3%	+59 p.b.
EBITDA	905.564	525.590	+72,3%	679.670	+33,2%
Margem EBITDA	69,0%	60,8%	+817 p.b.	70,7%	-169 p.b.
EBITDA Ajustado²	935.397	549.122	+70,3%	722.975	+29,4%
Margem EBITDA Ajustada ²	71,3%	63,6%	+772 p.b.	75,2%	-392 p.b.
Lucro Líquido	530.228	239.489	+121,4%	328.710	+61,3%
Margem Líquida	40,4%	27,7%	+1.268 p.b.	34,2%	+621 p.b.
Lucro Líquido Ajustado²	560.062	263.021	+112,9%	372.015	+50,5%
Margem Líquida Ajustada ²	42,7%	30,4%	+1.223 p.b.	38,7%	+398 p.b.
Fluxo de Caixa Operacional (FFO)	689.069	393.688	+75,0%	472.483	+45,8%
Margem FFO	52,5%	45,6%	+694 p.b.	49,1%	+336 p.b.
Fluxo de Caixa Operacional (FFO) Ajustado²	718.903	417.220	+72,3%	515.788	+39,4%
Margem FFO Ajustada ²	54,8%	48,3%	+649 p.b.	53,7%	+113 p.b.

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

² Não considera a remuneração baseada em ações. Mais detalhes sobre a linha de remuneração baseada em ações estão disponíveis na página 38.



MULT3 e o Mercado de Ações

MULT3 E O MERCADO DE AÇÕES

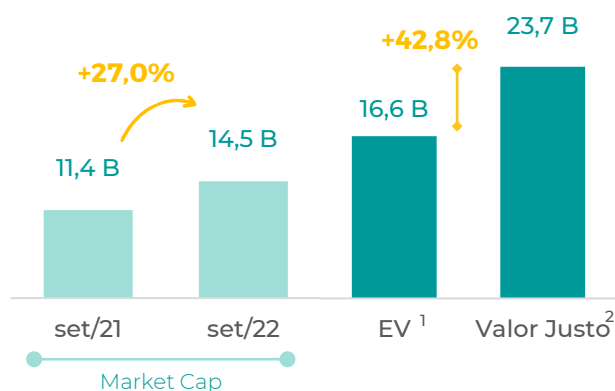
1,1 milhão de ações recompradas no trimestre

Como nos trimestres anteriores, a Multiplan deu continuidade a sua estratégia de recompra de ações, beneficiando-se do programa aprovado em jun/22. A Multiplan vem recomprando ações emitidas pela Companhia à um preço descontado ao seu valor justo.

No 3T22, a Multiplan recomprou 1,1 milhão de ações, finalizando o trimestre com 14.944.386 ações em tesouraria. Nos primeiros nove meses de 2022, a Companhia investiu em torno de R\$128 milhões na compra de ações MULT3, além de investir um valor semelhante em CAPEX, em linha com a sua atual estratégia de alocação de capital.

Nos últimos cinco anos, a Multiplan vem recomprando ações oportunamente, visando a criação de valor para os acionistas. Desde 2017, a Companhia recomprou 20,1 milhões de ações, das quais 7,3 milhões nos últimos 12 meses.

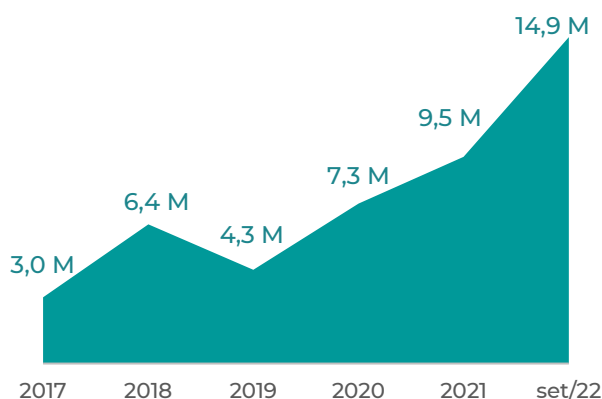
Valor da Multiplan (R\$)



A MULT3 estava cotada a R\$24,17 no final do 3T22, +27,0% em relação ao 3T21. O volume médio de negociação diário foi de R\$99,2 milhões no trimestre (equivalente a US\$18,9 milhões³), queda de 26,9% em relação ao ano anterior. A média diária de negociações caiu 8,9% em relação ao 3T21.

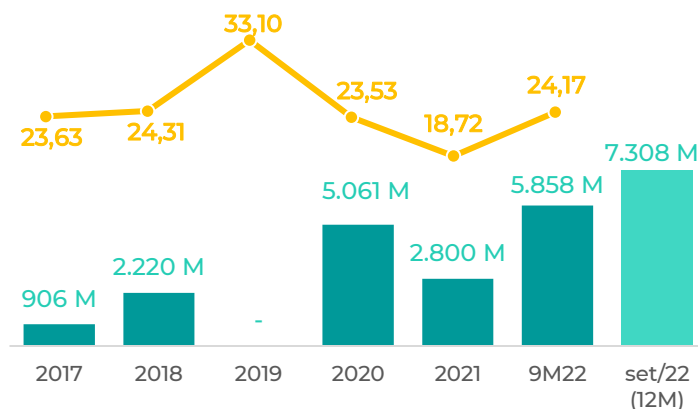
¹Valor da Empresa (EV): Valor de mercado + dívida líquida em 30 de setembro de 2022. ²Valor Justo das Propriedades calculado conforme metodologia detalhada nas Demonstrações Financeiras de 30 de setembro de 2022. ³Com base na taxa de câmbio média do Banco Central do Brasil de R\$5,2462/USD no 3T22.

Evolução das ações em Tesouraria⁴



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

Evolução do programa de recompra de ações⁴



■ Num. de ações recompradas

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



MULT3 e o Mercado de Ações

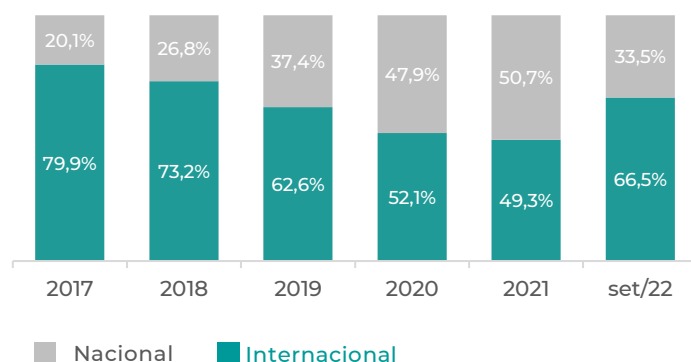
PARTICIPAÇÃO DE INVESTIDORES ESTRANGEIROS CONTINUA A CRESCER NO 3T22

Mantendo a tendência do 2T22, a presença de investidores estrangeiros na base de acionistas da MULT3 continua a crescer, atingindo 66,5% do *free-float* em set/22, +347 p.b. sobre o 2T22.

No final do trimestre, a MULT3 estava listada em 136 índices, incluindo o Índice Bovespa (IBOV), Índice Brasil 50 (IBRX50), Índice Carbono Eficiente (ICO2), Índice S&P/B3 Brasil ESG e o índice Solactive ISS Emerging Markets Carbon Reduction.

Em 30 de setembro de 2022, o Sr. e a Sra. Peres detinham 25,8% das ações da Companhia direta ou indiretamente, e o Ontario Teachers' Pension Plan detinha 27,4%. O *free float* era equivalente a 44,2% do total de ações, enquanto o montante detido pela Administração e Tesouraria representou 2,5%.

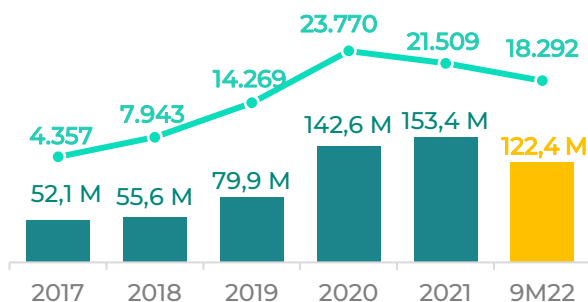
Nacionalidade do *free-float*¹



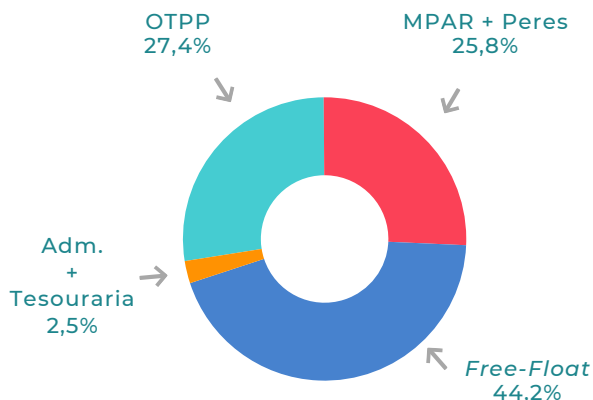
¹ Fonte: B3 – Bolsa de Valores Brasileira. Classificação de acordo com os dados coletados da B3.

MULT3 na B3	3T22	3T21	Var.%	9M22	9M21	Var.%
Preço de fechamento médio (R\$)	24,39	22,04	+10,7%	23,05	22,79	+1,1%
Preço de fechamento (R\$) – fim do período	24,17	19,03	+27,0%	24,17	19,03	+27,0%
Valor médio diário negociado (R\$ M)	99,2 M	135,7 M	-26,9%	122,4 M	152,7 M	-19,8%
Volume médio diário negociado (nº de ações)	4.071.897	6.199.884	-34,3%	5.404.456	6.789.494	-20,4%
Média diária do número de negócios	16.262	17.853	-8,9%	18.292	21.176	-13,6%
Valor de mercado (R\$) – fim do período	14.520,4 M	11.432,5 M	+27,0%	14.520,4 M	11.432,5 M	+27,0%

Evolução do volume médio de ações negociadas²



Estrutura societária em 30 de setembro de 2022



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



Indicadores Operacionais

Vendas

VENDAS DOS LOJISTAS

Todos os shoppings com crescimento de vendas de dois dígitos vs. o ano anterior

Nos últimos 12 meses, os shoppings da Multiplan reportaram, repetidamente, novos recordes de vendas. Seguindo essa tendência, as vendas dos lojistas, no 3T22, alcançaram R\$4,8 bilhões, um aumento de 28,3% em relação ao 3T21 e de 26,1% em relação ao 3T19, um novo recorde de vendas para um terceiro trimestre.

Todos os shoppings da Multiplan apresentaram crescimento de vendas de dois dígitos em relação a 2021, com as vendas aumentando ao longo do trimestre. É importante destacar que as vendas reportadas no 3T21 já atingiram 98,3% das reportadas no 3T19.

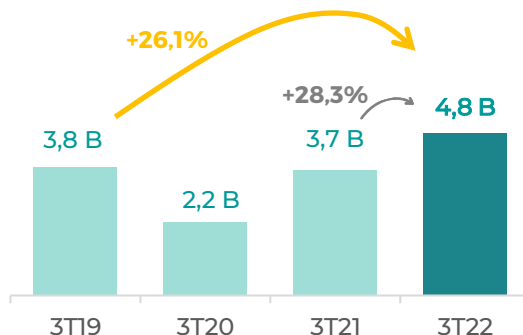
Vendas dos nove e doze meses alcançam máxima histórica para a Companhia

Nos primeiros nove meses de 2022, as vendas totais dos lojistas atingiram R\$13,7 bilhões, 52,1% acima do 9M21 e 23,1% superiores em relação aos 9M19, atingindo um recorde histórico para o período.

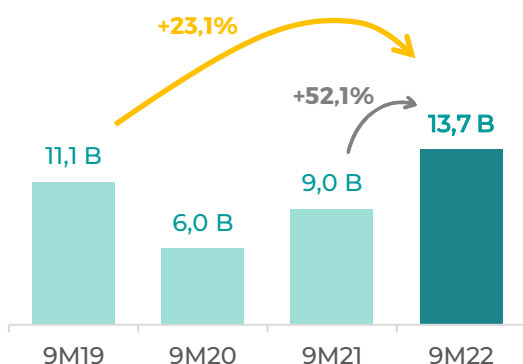
Os shoppings da Multiplan também estabeleceram um novo recorde de vendas totais para os últimos 12 meses, alcançando R\$19,3 bilhões, um aumento de 44,9% vs. set/21 (12M) e 20,8% maior que o set/19 (12M).

Vendas dos lojistas (R\$)

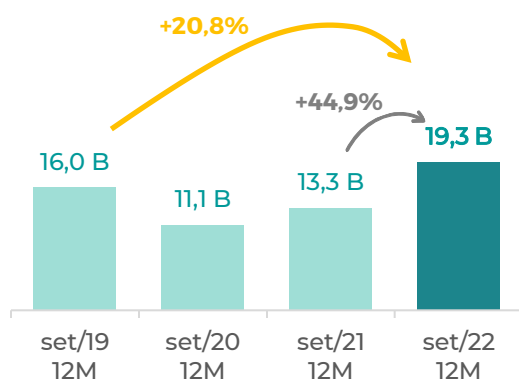
Vendas trimestrais



Vendas em 9 meses



Vendas em 12 meses





Indicadores Operacionais

Vendas

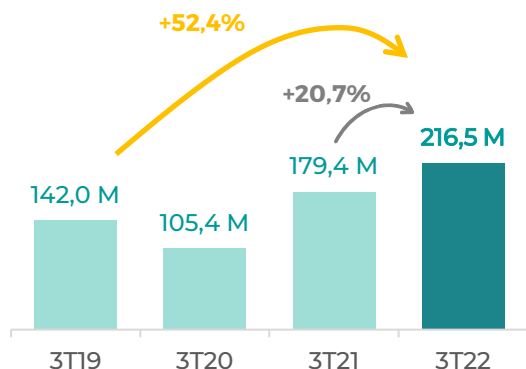
VillageMall: superando as vendas de 2019 em menos de nove meses

O VillageMall continuou com o forte desempenho registrado nos últimos trimestres, sendo mais uma vez um dos destaques de vendas do trimestre, atingindo R\$216,5 milhões em vendas totais, um aumento de 20,7% em relação ao 3T21 e 52,4% em relação ao 3T19.

O forte desempenho foi impulsionado principalmente pelo segmento de Serviços, com um aumento de 76,4% nas vendas em relação ao 3T21 e 48,1% em relação ao mesmo período de 2019.

Vale ressaltar que o VillageMall já registrou, nos 9M22, R\$651,1 milhões em vendas totais, 7,7% maior do que em todo o ano de 2019, preparando o caminho para o Natal do próximo trimestre.

Evolução das vendas: VillageMall (R\$)



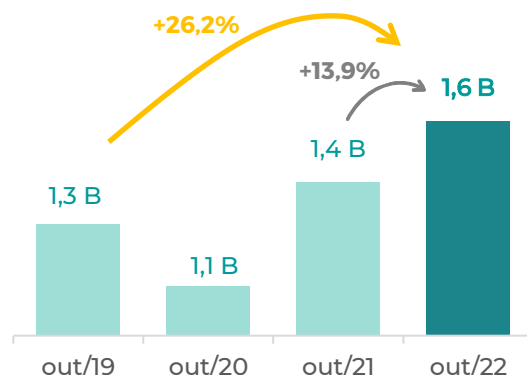
Fortes vendas e fluxo de carros no estado de São Paulo

Impulsionado pelo forte crescimento de vendas do ShoppingVilaOlímpia (+51,6% vs. o 3T21), os shoppings localizados no estado de São Paulo atingiram vendas de R\$1,7 bilhão no 3T22, aumento de 30,9% em relação ao 3T21, superando o aumento de 19,9% do fluxo de veículos no período.

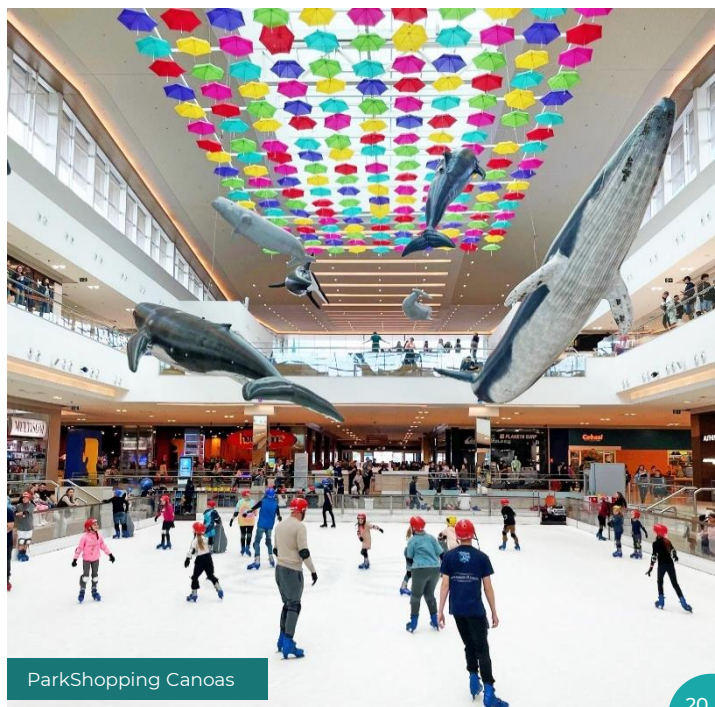
Mais um outubro forte pela frente

Em 2021, outubro foi o mês com maior aumento de vendas em relação a 2019, com alta de 10,7%. Em cima desse aumento, o mês de out/22¹ reportou vendas 13,9% maiores do que no ano anterior, levando a um crescimento acumulado de 26,2% em relação a outubro de 2019.

Evolução das vendas de outubro¹ (R\$)



¹ Números preliminares de vendas de outubro de 2022. Vendas em outubro excluem o Parque Shopping Maceió.



ParkShopping Canoas



Indicadores Operacionais

Vendas

Vendas de lojistas (100%) (R\$)	3T22	3T21	Var. % (22 vs. 21)	3T19	Var. % (22 vs. 19)
BH Shopping	372,2 M	304,7 M	+22,2%	296,6 M	+25,5%
RibeirãoShopping	264,6 M	204,0 M	+29,7%	206,8 M	+28,0%
BarraShopping	712,1 M	583,1 M	+22,1%	564,3 M	+26,2%
MorumbiShopping	605,6 M	425,0 M	+42,5%	444,5 M	+36,2%
ParkShopping	355,0 M	296,4 M	+19,8%	293,4 M	+21,0%
DiamondMall	152,1 M	128,4 M	+18,5%	144,3 M	+5,4%
New York City Center	35,3 M	32,0 M	+10,2%	48,1 M	-26,8%
ShoppingAnáliaFranco	338,7 M	279,0 M	+21,4%	282,5 M	+19,9%
ParkShoppingBarigüi	336,1 M	271,8 M	+23,6%	248,5 M	+35,3%
Pátio Savassi	132,9 M	103,1 M	+28,9%	124,6 M	+6,6%
ShoppingSantaÚrsula	29,7 M	25,6 M	+16,0%	45,6 M	-34,9%
BarraShoppingSul	198,5 M	161,5 M	+22,9%	168,4 M	+17,9%
ShoppingVilaOlímpia	93,7 M	61,8 M	+51,6%	123,3 M	-24,0%
ParkShoppingSãoCaetano	202,0 M	166,6 M	+21,2%	163,5 M	+23,5%
JundiaíShopping	150,2 M	124,6 M	+20,5%	137,8 M	+8,9%
ParkShoppingCampoGrande	168,0 M	138,3 M	+21,4%	143,4 M	+17,1%
VillageMall	216,5 M	179,4 M	+20,7%	142,0 M	+52,4%
Parque Shopping Maceió	151,5 M	126,1 M	+20,1%	103,1 M	+47,0%
ParkShopping Canoas	164,6 M	129,5 M	+27,1%	123,5 M	+33,2%
ParkJacarepaguá	118,6 M	-	n.d.	-	n.d.
Total	4.797,8 M	3.740,8 M	+28,3%	3.804,2 M	+26,1%





Indicadores Operacionais

Vendas

Vendas de lojistas (100%) (R\$)	9M22	9M21	Var. % (22 vs. 21)	9M19	Var. % (22 vs. 19)
BH Shopping	1.043,8 M	649,4 M	+60,7%	854,3 M	+22,2%
RibeirãoShopping	762,0 M	442,9 M	+72,1%	609,1 M	+25,1%
BarraShopping	2.031,7 M	1.536,4 M	+32,2%	1.624,1 M	+25,1%
MorumbiShopping	1.741,3 M	981,5 M	+77,4%	1.319,6 M	+32,0%
ParkShopping	977,1 M	732,3 M	+33,4%	850,4 M	+14,9%
DiamondMall	435,6 M	294,3 M	+48,0%	419,6 M	+3,8%
New York City Center	107,0 M	82,5 M	+29,8%	151,4 M	-29,3%
ShoppingAnáliaFranco	988,8 M	668,4 M	+47,9%	835,9 M	+18,3%
ParkShoppingBarigüi	956,7 M	638,2 M	+49,9%	732,2 M	+30,7%
Pátio Savassi	377,7 M	229,2 M	+64,8%	358,8 M	+5,3%
ShoppingSantaÚrsula	89,1 M	60,6 M	+46,8%	137,6 M	-35,3%
BarraShoppingSul	548,2 M	387,6 M	+41,4%	498,0 M	+10,1%
ShoppingVilaOlímpia	259,3 M	144,9 M	+79,0%	370,0 M	-29,9%
ParkShoppingSãoCaetano	580,1 M	400,5 M	+44,9%	481,6 M	+20,4%
JundiaíShopping	444,0 M	295,9 M	+50,1%	402,2 M	+10,4%
ParkShoppingCampoGrande	477,3 M	373,1 M	+27,9%	426,2 M	+12,0%
VillageMall	651,1 M	454,0 M	+43,4%	417,0 M	+56,1%
Parque Shopping Maceió	425,8 M	312,1 M	+36,4%	303,7 M	+40,2%
ParkShopping Canoas	479,5 M	337,4 M	+42,1%	351,2 M	+36,5%
ParkJacarepaguá	341,1 M	-	n.d.	-	n.d.
Total	13.717,3 M	9.021,0 M	+52,1%	11.143,2 M	+23,1%





Vendas nas mesmas lojas

Vendas nas mesmas lojas (SSS)

SSS crescendo dois dígitos em todos os segmentos

As vendas nas mesmas lojas (SSS) terminaram o trimestre em alta de 23,9% em relação ao 3T21, e 23,9% superior ao 3T19. Todos os segmentos apresentaram crescimento de dois dígitos em relação a 2021 e também foram positivos em relação a 2019.

SSS crescendo dois dígitos em todos os segmentos vs. 2021. Destaque para Serviços, com crescimento de 49,8%.

Todos os segmentos apresentaram forte crescimento do SSS sobre 2021, dos quais dois se destacaram: o segmento de Serviços, que cresceu 49,8% no período, principalmente beneficiado pelo desempenho das lojas satélites, e o segmento de Alimentação, que cresceu 32,1% em relação a 2021, demonstrando a relevância dos segmentos mais orientados para experiências nos shoppings da Multiplan.

Vendas nas mesmas lojas	3T22 x 3T21		
	Âncora	Satélite	Total
Alimentação & Áreas Gourmet	-	+32,1%	+32,1%
Vestuário	+19,3%	+18,1%	+18,5%
Artigos do Lar & Escritório	+25,1%	+19,6%	+21,0%
Artigos Diversos	+17,7%	+19,4%	+18,9%
Serviços	+77,4%	+43,9%	+49,8%
Total	+22,6%	+24,1%	+23,9%

Vendas nas mesmas lojas	3T22 x 3T19		
	Âncora	Satélite	Total
Alimentação & Áreas Gourmet	-	+24,8%	+24,8%
Vestuário	+31,3%	+36,6%	+34,7%
Artigos do Lar & Escritório	-9,6%	+4,4%	+1,1%
Artigos Diversos	+29,6%	+22,3%	+24,6%
Serviços	-11,8%	+21,1%	+12,3%
Total	+20,4%	+25,1%	+23,9%





Indicadores Operacionais

Turnover (Troca de lojas)

TURNOVER (TROCA DE LOJAS)

91,9% da ABL do *turnover* dedicada a lojas satélites

No 3T22, a Multiplan apresentou um *turnover* (troca de lojas) de 1,6% da ABL¹ total administrada (12.359 m²), o que corresponde a 139 novas lojas. Nos últimos doze meses, a Companhia apresentou um *turnover* de 6,8% da ABL¹ total administrada (54.307 m²), totalizando 527 novas lojas. O portfólio da Multiplan está continuamente comprovando sua qualidade, mostrando, mais uma vez, forte demanda por parte dos lojistas.

No 3T22, 91,9% da ABL locada veio de lojas satélites, uma tendência já destacada nos últimos trimestres.

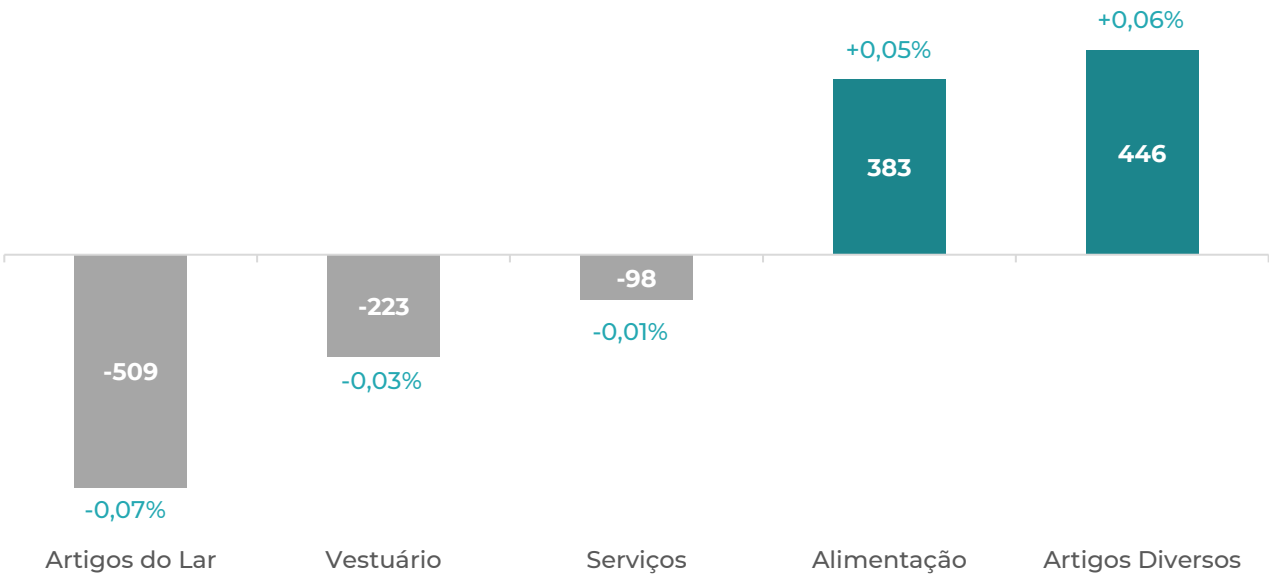
O BarraShoppingSul registrou o *turnover* mais alto, chegando a 22,4% no 3T22, impactado pela adição da única loja âncora locada no trimestre, de uma grande marca esportiva.

O VillageMall, que registrou o maior aumento na taxa de ocupação na comparação trimestral, apresentou um *turnover* de 13,1%, com oito lojas adicionadas ao seu portfólio.

O segmento de Artigos Diversos apresentou o maior *turnover* líquido positivo, 446 m² com 34 novas lojas no final de setembro. O segmento de Alimentação, que registrou no 3T22 um SSS de +32,1% (vs. o 3T21) e +24,8% (vs. o 3T19), registrou um *turnover* líquido positivo de 383 m² no terceiro trimestre, indicando a demanda dos clientes por segmentos mais voltados para experiências.

A Companhia continua focada em oferecer um portfólio de alta qualidade, com um mix equilibrado guiado por seus clientes.

Turnover líquido por segmento em m² e como % da ABL administrada¹ – 3T22



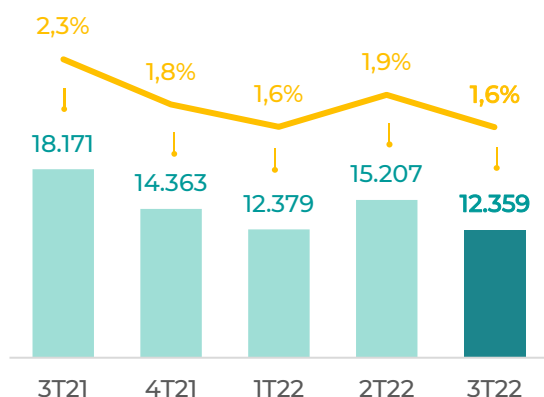
¹ ABL administrada pela Multiplan. ABL total (média) (excluindo o Parque Shopping Maceió e o ParkJacarepaguá devido à sua recente inauguração).



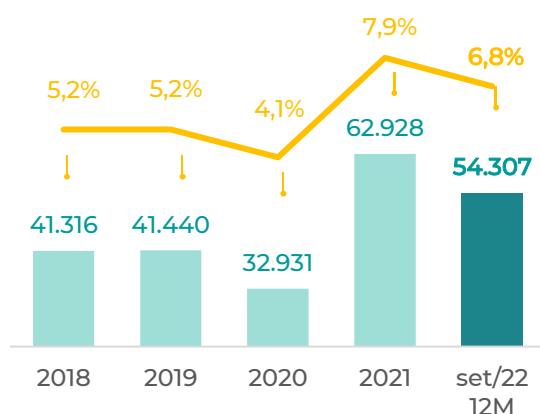
Indicadores Operacionais

Turnover (Troca de lojas)

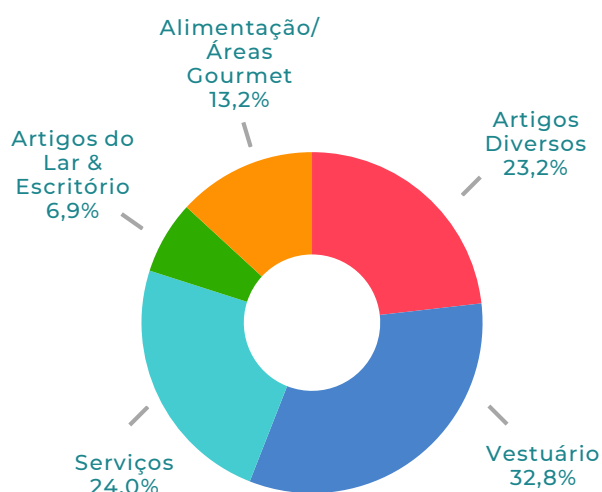
Troca de lojas em ABL (m²) e em % da ABL total¹ (%)



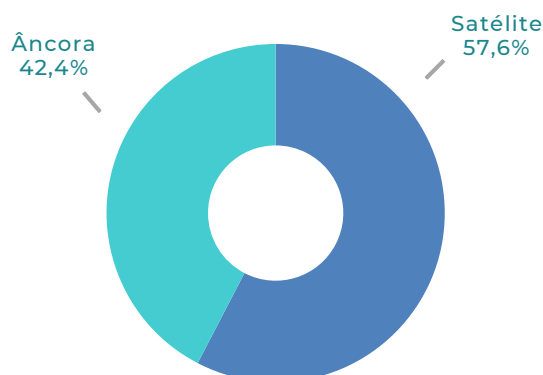
Troca de lojas em ABL (m²) e em % da ABL total¹ (%)



Distribuição da ABL ocupada por segmento – set/22



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



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

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



Estudo de caso

Desenvolvimento e gestão de mix - JundiaíShopping

Desenvolvimento e gestão de mix

A Multiplan está sempre focada em conhecer e entender os desejos e necessidades de seus clientes. Como consequência, os shoppings desenvolvidos e administrados pela Companhia são reconhecidos como parte da vida das pessoas.

A Companhia tem uma estratégia única para cada shopping, todos os detalhes são pensados e executados com o objetivo de refletir os anseios do público de cada propriedade, especialmente o mix de lojas.

O perfil de cada região e o comportamento dos clientes são os pilares para o desenvolvimento e evolução do mix, o que faz com que cada shopping seja único. A Multiplan segrega o seu mix de lojas em cinco segmentos: Alimentação, Artigos Diversos, Artigos para o Lar, Serviços e Vestuário. O equilíbrio entre eles é essencial para o sucesso de um shopping.

Atualmente a Companhia enxerga, através do comportamento de seus clientes, uma tendência para segmentos, atividades e lojas voltadas para experiências. O shopping não é mais visto como um templo de consumo, mas um espaço para encontros, lazer e diversão.

Este estudo de caso propõe uma análise de um dos shoppings do portfólio da Multiplan, o JundiaíShopping, para demonstrar a dinâmica de evolução do mix de um shopping guiada pela mudança dos hábitos de seus clientes.





Estudo de caso

Desenvolvimento e gestão de mix - JundiaíShopping

JundiaíShopping: uma década de evolução

O JundiaíShopping foi inaugurado, em outubro de 2012, com 42,5% de sua ABL dedicada aos segmentos de Alimentação, Artigos Diversos e Serviços e com as vendas nestes três segmentos representando 43,1% do total (no 4T12). Com o passar do tempo e as mudanças nos hábitos dos clientes, as vendas nestes três segmentos subiram, levando a uma natural mudança na composição da ABL do shopping.

As experiências que conduzem a composição do mix

No 3T13, após o primeiro ano completo do shopping, as vendas dos segmentos de Alimentação, Artigos Diversos e Serviços no JundiaíShopping representaram 49,2% do total do trimestre. Na mesma época, a ABL combinada dos três segmentos era de 44,0% vs. 56,0% para os segmentos Artigos do Lar e Vestuário.

As vendas dos segmentos mais orientados para experiências foi aumentando ao longo do tempo, um movimento que direcionou e continua guiando a composição do mix do shopping, sempre orientada para o cliente.

Um destaque durante este período foi o crescimento nas vendas do segmento Artigos Diversos, que subiu 192% entre o 3T13 e o 3T22. Lojas de produtos cosméticos e supermercados apresentaram sólidos resultados no segmento. Atualmente, estas atividades também proporcionam experiências para os clientes.

Para fins de ilustração, uma das grandes marcas de cosméticos e perfumaria presente no shopping oferece espaço onde o cliente pode, além de testar os produtos, aprender sobre a melhor forma de utilização, de forma individualizada. O foco do lojista não é apenas a venda, mas encantar e conquistar o cliente proporcionando um momento especial. A proposta é que ao comprar um item de maquiagem ou um perfume, o cliente saia da loja com um produto mas também com a sensação de ter vivido uma experiência.

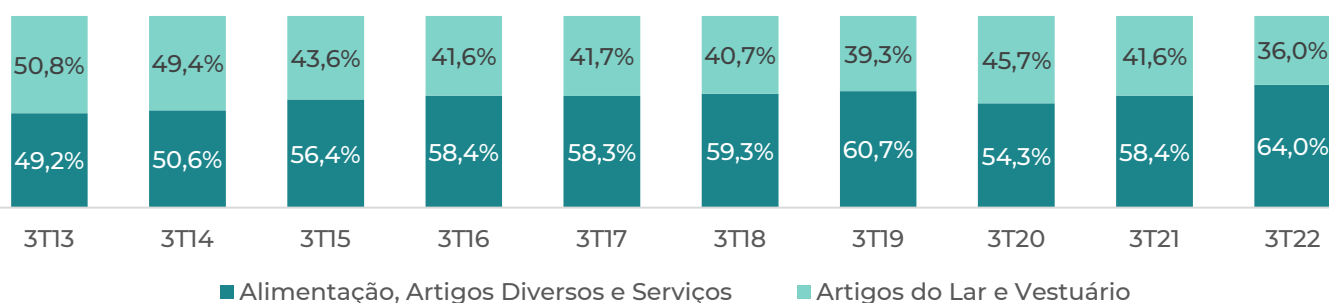
Adicionalmente, em 2020, o shopping passou a contar com um supermercado que, oferece não apenas os itens mais tradicionais, mas também produtos diferenciados e exclusivos, em um ambiente agradável e funcional.

Os resultados de atividades como estas contribuíram não apenas para o aumento da participação nas vendas do segmento Artigos Diversos, mas para demonstrar o padrão de comportamento dos clientes, direcionado para experiências.

O segmento de Alimentação também tem apresentado um desempenho crescente ao longo dos anos, com a participação nas vendas totais subindo de 18,3% no 3T13 para 25,5% no 3T22. Os restaurantes não são mais vistos exclusivamente como um local para atender à uma necessidade básica, mas também como um espaço para encontros que proporciona experiências gastronômicas.

Consequentemente, a ABL dedicada ao segmento também aumentou, partindo de 9,1% no 3T13 para 14,7% no 3T22.

Evolução das vendas por segmento - JundiaíShopping
(% da participação nas vendas totais)





Estudo de caso

Desenvolvimento e gestão de mix - JundiaíShopping

Desempenho de vendas guiando a evolução da ABL

Um dos resultados do incremento nas vendas dos segmentos Alimentação, Artigos Diversos e Serviços ao longo dos anos (+1.483 p.b. entre o 3T13 e o 3T22), foi a alteração da ABL do JundiaíShopping.

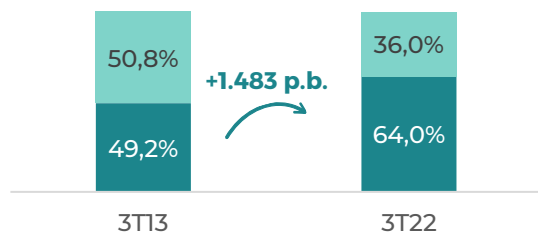
Ao final do 3T22, a ABL dedicada aos três segmentos no JundiaíShopping foi de 61,6% ante 44,0% no 3T13 (+1.762 p.b.). A expressiva mudança foi guiada pela percepção do comportamento dos clientes, que desejam um local que ofereça muito mais do que apenas a possibilidade de compra.

Este sempre foi o objetivo da Multiplan e está refletindo na identidade de cada um dos seus shoppings, que juntos dedicam 60,3% da ABL (3T22) do seu portfólio aos três segmentos mais voltados para experiência.



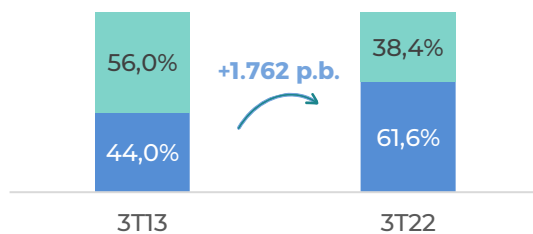
Evolução das vendas por segmento JundiaíShopping

(% da participação nas vendas totais)



■ Alimentação, Artigos Diversos e Serviços
■ Artigos do Lar e Vestuário

Evolução da ABL por segmento JundiaíShopping



■ Alimentação, Artigos Diversos e Serviços
■ Artigos do Lar e Vestuário



Indicadores Operacionais

Taxa de ocupação

TAXA DE OCUPAÇÃO

Taxa de ocupação acima de 95% em 14 shoppings em setembro

A taxa média de ocupação do portfólio de shopping centers da Multiplan permaneceu em linha com o 2T22 e o 3T21, alcançando 95,3% no 3T22. No final de setembro, a taxa média de ocupação do portfólio da Companhia atingiu 95,6%.

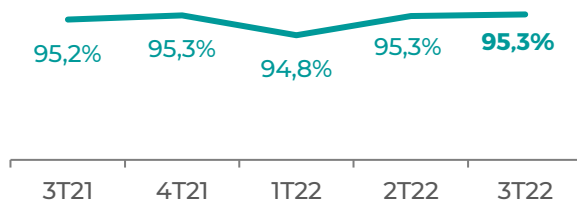
No 3T22, 13 shoppings do portfólio da Multiplan apresentaram uma taxa média de ocupação acima de 95%. Em setembro, esse número subiu para 14 shoppings, com três deles registrando uma taxa igual ou superior a 99%.

O MorumbiShopping, mais uma vez, foi um destaque trimestral. O shopping atingiu uma taxa de ocupação de 99,7%, o maior nível desde o 3T16, +68 p.b. vs. o 2T22 e +110 p.b. vs. o 3T19. Vale ressaltar que o shopping encerrou o trimestre (setembro) com uma extraordinária taxa de 99,9%. Esses números tiveram um papel fundamental no desempenho de vendas do shopping que, no 3T22, apresentou um aumento de 42,5% em relação ao 3T21 e 36,2% em relação ao 3T19.

O BarraShoppingSul reportou crescimento na taxa de ocupação ao longo do trimestre, atingindo uma taxa de 99,0% em setembro (+300 p.b. vs. junho), beneficiado pela recente área locada, no 3T22, por uma loja âncora esportiva, trazendo fluxo de pessoas e, consequentemente, um potencial crescimento nas vendas.

**MorumbiShopping:
Taxa de ocupação
de 99,7% no 3T22, o
maior nível desde o
3T16**

Taxa média de ocupação dos shopping centers





Indicadores Operacionais

Custo de ocupação

CUSTO DE OCUPAÇÃO

Aluguel maior e encargos comuns menores

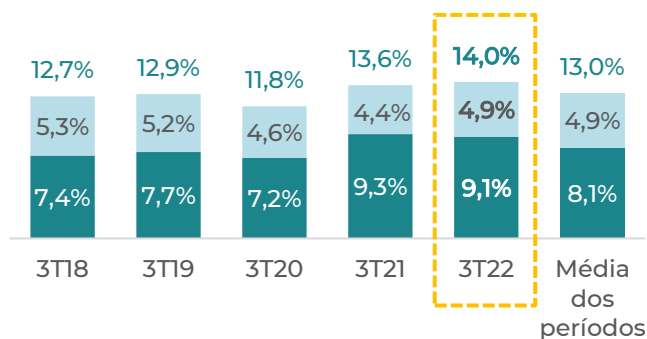
O custo de ocupação dos lojistas no 3T22 ficou em 14,0%, aumentando 37 p.b. em relação ao 3T21 e 107 p.b. vs. o 3T19.

A participação do aluguel no custo de ocupação dos lojistas no 3T22 atingiu 9,1%, uma redução de 22 p.b. em relação ao mesmo período do ano anterior e um aumento de 138 p.b. vs. o 3T19.

Um calendário cheio de eventos nos shoppings da Multiplan impulsionou as vendas dos lojistas, que no 3T22 apresentaram alta de 28,3% em relação ao 3T21. As maiores contribuições dos fundos de promoção no trimestre ocorreram principalmente para promover estes eventos, o que levou a um aumento na parcela de encargos comuns do custo de ocupação quando comparada ao 3T21 (+49 p.b.), mas ainda 31 p.b. inferior ao 3T19.

A Companhia está continuamente focada em criar valor para seus lojistas através de iniciativas que levam a shoppings mais

Abertura trimestral do custo de ocupação



■ Encargos comuns como % das vendas

■ Aluguel como % das vendas

eficientes, usando a tecnologia, renegociação de contratos e através de sua estratégia ESG (como painéis fotovoltaicos e estações de tratamento de água que levam à economia de energia e água).





Receita bruta

Receita bruta

RECEITA BRUTA

Novos recordes, novamente!

A receita bruta, mais uma vez, atingiu um recorde¹ para a Companhia, registrando R\$488,3 milhões no 3T22 (+38,5% vs. o 3T21 e +35,0% vs. o 3T19), principalmente devido ao aumento de R\$111,8 milhões na receita de aluguel no trimestre (+25,4% vs. 3T21 e +41,9% vs. 3T19), que representou 77,6% da receita bruta total no 3T22.

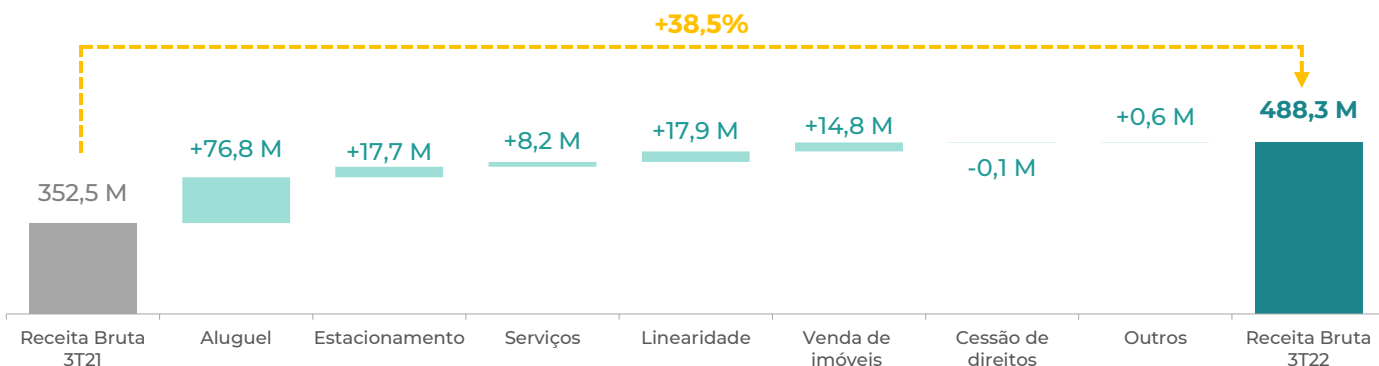
A receita de estacionamento, a segunda maior parcela da receita bruta no 3T22, subiu 38,4% em relação ao 3T21 e 16,6% comparada ao 3T19, atingindo R\$63,8 milhões no trimestre. A receita de estacionamento foi beneficiada pelo

aumento do tempo de permanência no shopping, pela operação do ParkJacarepaguá's (o shopping foi inaugurado em novembro de 2021) e devido aos reajustes de estacionamento ocorridos em mai/21 e mai/22.

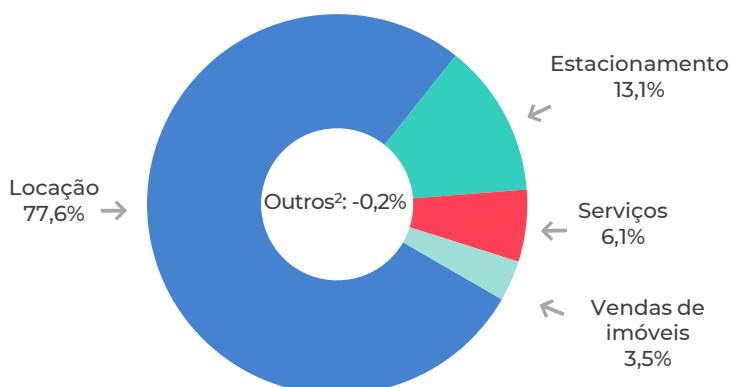
No 3T22, a receita de serviços cresceu 37,4% em relação ao 3T21 e 4,7% vs. o 3T19, principalmente devido às taxas de administração de terceiros, atingindo R\$30,0 milhões.

A receita de venda de imóveis alcançou R\$16,9 milhões no 3T22, principalmente devido à contabilização das vendas do projeto residencial Golden Lake (R\$14,8 milhões).

Evolução da receita bruta (R\$) – 3T22 vs. 3T21



Abertura da receita bruta % – 3T22



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

² "Outros" inclui o efeito da linearidade (-R\$3,8 milhões), cessão de direitos (-R\$1,1 milhões) e outros (R\$3,7 milhões).



Resultados da Participação em Propriedades

Receita de locação

RECEITA DE LOCAÇÃO

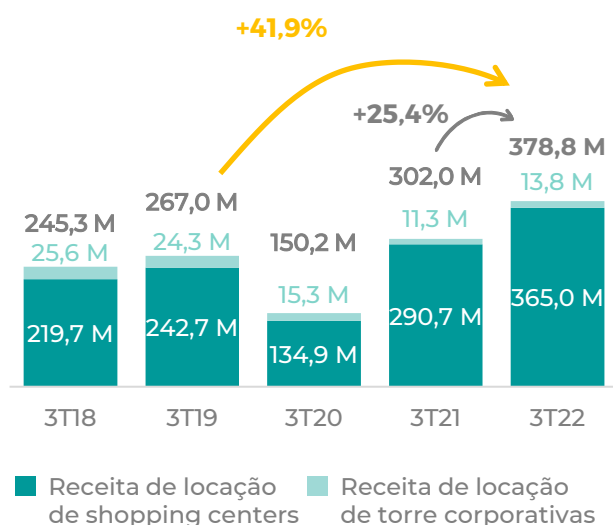
Superando os níveis de 2019 com dois dígitos nos últimos 5 trimestres

A receita total de locação da Multiplan (soma de shoppings e torres corporativas) atingiu R\$378,8 milhões no 3T22, o segundo maior valor na história da Companhia e um recorde para um terceiro trimestre. Em relação ao 3T21, a receita de locação apresentou um aumento de 25,4%.

A receita de locação de shoppings, responsável por 96,4% da receita total de locação no 3T22, totalizou R\$365,0 milhões no trimestre, com crescimento de 25,6% vs. o 3T21 e 50,3% em relação ao 3T19.

O resultado do 3T22, em comparação com os níveis do 3T19, foi impactado principalmente pelo (i) SSR de 59,8% no período, (ii) a inauguração do ParkJacarepaguá em novembro de 2021, que contribuiu com R\$9,3 milhões no trimestre, e (iii) aquisições de participações minoritárias no período¹, o que mais que compensou a maior vacância.

Abertura da receita de locação % – 3T22

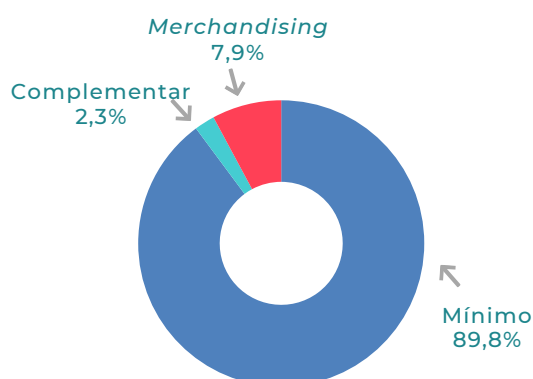


Nos primeiros nove meses de 2022, a receita de locação dos shoppings somou R\$1.066,4 milhões, um aumento de 49,9% vs. os 9M21 e um crescimento de 50,2% vs. os 9M19.

O ShoppingVilaOlímpia, mais uma vez, registrou o maior aumento na receita de locação em relação aos números de 2021, com crescimento de 77,0% (3T22 vs. 3T21). Vale ressaltar que, apesar do seu crescimento neste trimestre, o ShoppingVilaOlímpia apresentou uma taxa líquida de inadimplência mais de 200 p.b. abaixo da média do portfólio.

O ParkShopping, impactado pela aquisição de participação minoritária no 1T20, registrou o maior crescimento na receita de locação vs. o 3T19, um aumento de 80,4% no período. O shopping foi seguido pelo VillageMall, que apresentou um crescimento na receita de locação de 76,3% no 3T22 vs. o 3T19.

Abertura da receita de locação% – 3T22



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



Resultados da Participação em Propriedades

Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR) e Efeito da linearidade

ALUGUEL NAS MESMAS LOJAS (SSR)

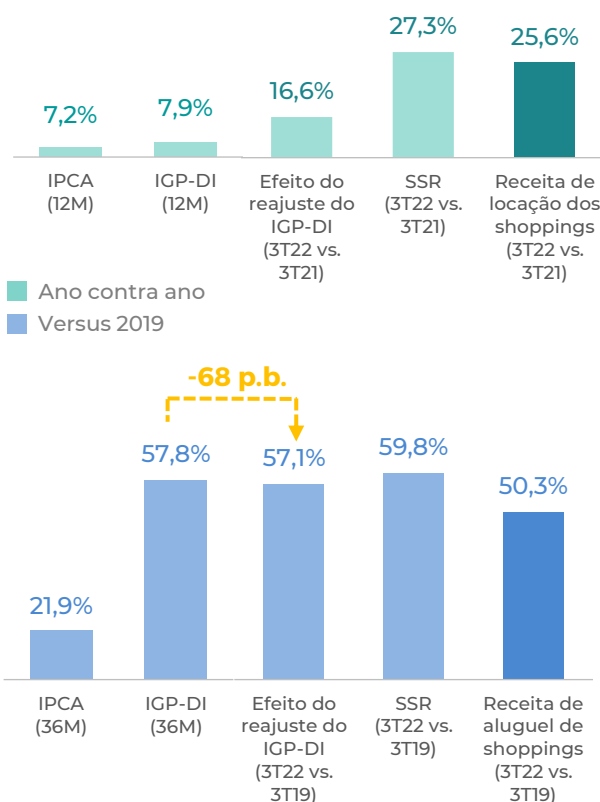
De volta à inflação de um dígito e crescimento real do SSR

No 3T22, o portfólio da Multiplan registrou um aumento no SSR (Aluguel nas Mesmas Lojas) de 27,3% vs. o 3T21, refletindo um aumento real de 9,1% nos últimos doze meses.

Em relação ao 3T19, o SSR apresentou um aumento de 59,8% (36 meses). Deve-se destacar que, o *spread* entre o índice IGP-DI de 36 meses e o efeito do reajuste do IGP-DI diminuiu, registrando 68 p.b. no trimestre (em comparação com 559 p.b. no 2T22), principalmente impulsionado pela deflação do índice vista nos últimos três meses.

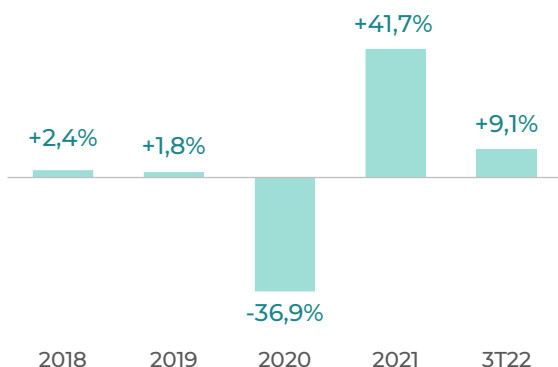
O efeito do reajuste do IGP-DI reflete os reajustes da inflação nos contratos de locação da Companhia no período. Para mais informações, consultar a planilha disponível no site de RI [[Link](#)].

Índices e crescimento de aluguel



Evolução SSR real

(ano contra ano)



EFEITO DA LINEARIDADE

Continuidade da reversão das condições especiais da Covid-19

No 3T22, o efeito negativo da linearidade totalizou R\$3,8 milhões, refletindo a combinação dos três fatores mencionados no Estudo de Caso disponível no website de RI da Companhia ([link](#)) e são consequência da reversão das condições especiais da Covid-19.

A Companhia forneceu a amortização prevista das condições Covid, não incluindo outros efeitos da linearização (sazonal e contratual), no Relatório de Resultados do 2T22, página 38 ([link](#)).

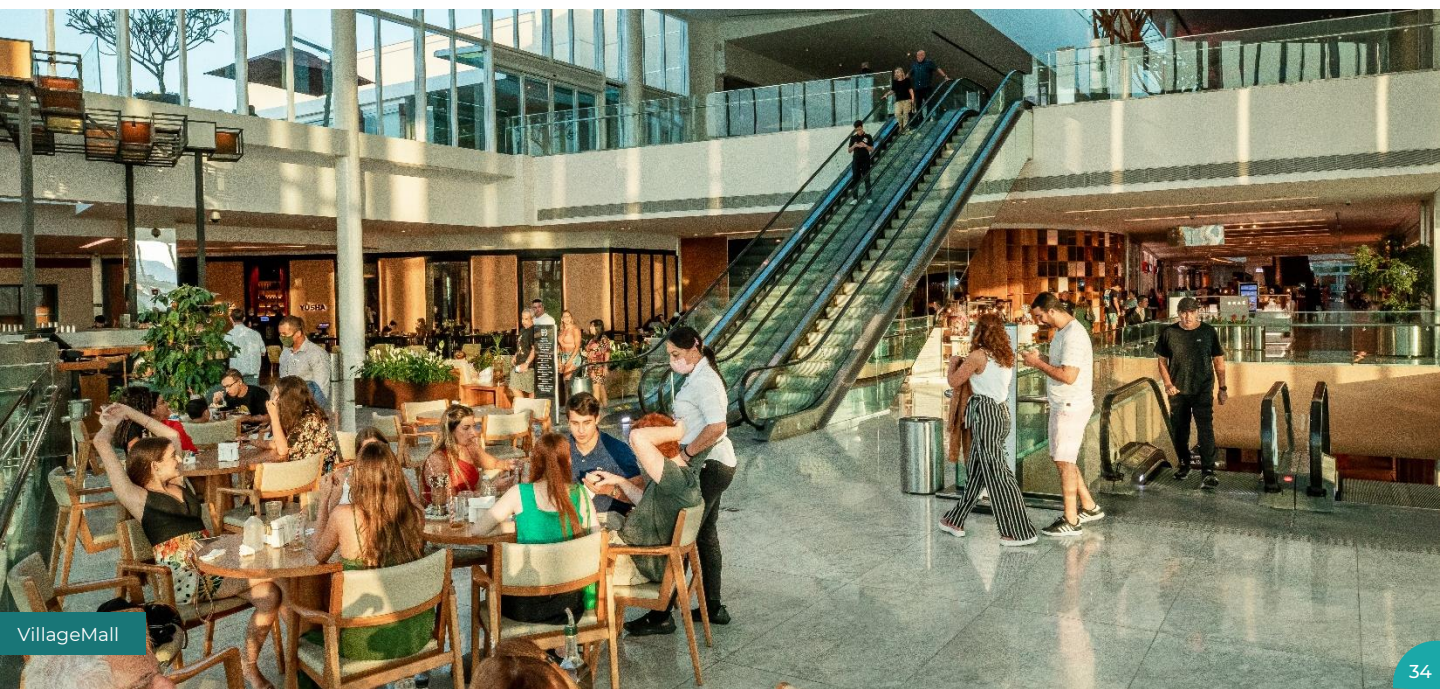


Resultados da Participação em Propriedades

Receita de locação

Receita de Locação (R\$)	3T22	3T21	Var.% 22 vs. 21	3T19	Var.% 22 vs. 19
BH Shopping	39,3 M	33,0 M	+19,3%	27,7 M	+42,0%
RibeirãoShopping	20,1 M	15,4 M	+30,0%	13,6 M	+47,8%
BarraShopping	55,4 M	47,2 M	+17,4%	37,6 M	+47,4%
MorumbiShopping	52,9 M	44,0 M	+20,3%	35,6 M	+48,7%
ParkShopping	26,7 M	23,0 M	+16,3%	14,8 M	+80,4%
DiamondMall	15,5 M	13,3 M	+16,2%	11,9 M	+29,7%
New York City Center	2,8 M	2,1 M	+37,6%	2,3 M	+25,3%
Shopping Anália Franco	11,1 M	8,9 M	+24,9%	7,6 M	+45,9%
ParkShoppingBarigüi	25,3 M	20,3 M	+24,7%	16,5 M	+54,1%
Pátio Savassi	13,7 M	10,5 M	+31,0%	9,4 M	+45,6%
ShoppingSantaÚrsula	1,7 M	1,9 M	-12,4%	1,1 M	+46,5%
BarraShoppingSul	18,5 M	14,3 M	+29,4%	13,4 M	+38,2%
Shopping Vila Olímpia	5,4 M	3,1 M	+77,0%	5,8 M	-6,0%
ParkShoppingSãoCaetano	16,8 M	14,3 M	+17,7%	12,1 M	+38,4%
JundiaíShopping	12,7 M	10,5 M	+21,1%	8,6 M	+48,4%
ParkShoppingCampoGrande	11,9 M	9,6 M	+24,1%	9,1 M	+31,0%
VillageMall	12,5 M	10,0 M	+25,0%	7,1 M	+76,3%
Parque Shopping Maceió	6,0 M	4,5 M	+32,2%	4,1 M	+44,8%
ParkShopping Canoas	7,2 M	4,9 M	+47,6%	4,5 M	+59,5%
ParkJacarepaguá	9,3 M	-	-	-	-
Subtotal Shopping Centers	365,0 M	290,7 M	+25,6%	242,8 M	+50,3%
Morumbi Corporate ¹	11,5 M	9,8 M	+17,9%	23,4 M	-50,8%
ParkShopping Corporate	2,3 M	1,5 M	+48,3%	0,9 M	+162,8%
Subtotal Office Towers	13,8 M	11,3 M	+22,0%	24,2 M	-43,2%
Total Portfolio	378,8 M	302,0 M	+25,4%	267,0 M	+41,9%

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





Resultados da Participação em Propriedades

Receita de locação

Receita de Locação (R\$)	9M22	9M21	Var.% 22 vs. 21	9M19	Var.% 22 vs. 19
BH Shopping	114,0 M	73,0 M	+56,1%	76,5 M	+49,0%
RibeirãoShopping	58,9 M	35,8 M	+65,1%	39,8 M	+48,2%
BarraShopping	161,7 M	125,1 M	+29,3%	110,7 M	+46,1%
MorumbiShopping	154,7 M	103,2 M	+49,9%	102,7 M	+50,6%
ParkShopping	77,7 M	56,4 M	+37,8%	42,7 M	+81,7%
DiamondMall	45,3 M	30,7 M	+47,5%	35,8 M	+26,8%
New York City Center	8,6 M	6,3 M	+37,5%	6,7 M	+28,4%
Shopping Anália Franco	32,5 M	21,3 M	+52,7%	22,7 M	+43,0%
ParkShoppingBarigüi	74,4 M	49,8 M	+49,4%	47,2 M	+57,5%
Pátio Savassi	39,8 M	23,8 M	+67,6%	27,0 M	+47,3%
ShoppingSantaÚrsula	5,9 M	4,3 M	+36,9%	3,9 M	+52,4%
BarraShoppingSul	53,6 M	36,3 M	+47,4%	39,5 M	+35,5%
Shopping Vila Olímpia	14,5 M	6,7 M	+116,2%	17,4 M	-17,0%
ParkShoppingSãoCaetano	49,2 M	34,8 M	+41,5%	35,9 M	+36,9%
JundiaíShopping	38,1 M	25,6 M	+48,5%	25,0 M	+52,1%
ParkShoppingCampoGrande	35,2 M	25,5 M	+38,2%	27,5 M	+27,9%
VillageMall	37,5 M	28,2 M	+33,3%	22,3 M	+68,4%
Parque Shopping Maceió	16,9 M	12,1 M	+39,9%	12,0 M	+40,7%
ParkShopping Canoas	20,6 M	12,4 M	+65,5%	14,4 M	+42,7%
ParkJacarepaguá	27,1 M	-	-	-	-
Subtotal Shopping Centers	1.066,4 M	711,3 M	+49,9%	710,0 M	+50,2%
Morumbi Corporate ¹	34,2 M	31,9 M	+7,4%	70,7 M	-51,6%
ParkShopping Corporate	6,3 M	4,5 M	+40,4%	2,4 M	+168,0%
Subtotal Torres Corporativas	40,6 M	36,4 M	+11,5%	73,1 M	-44,5%
Total Portfolio	1.106,9 M	747,7 M	+48,1%	783,1 M	+41,4%

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





Resultados da Participação em Propriedades

Receita de Estacionamento & Despesas de Propriedades

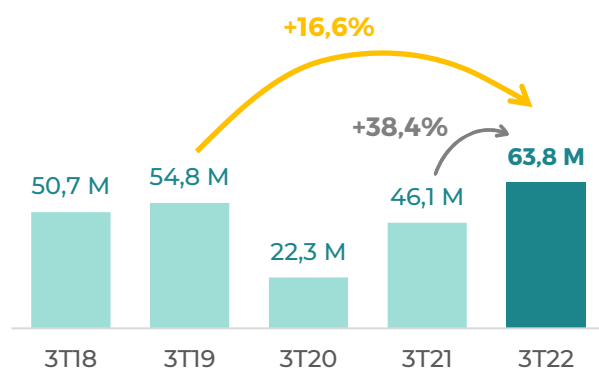
RECEITA DE ESTACIONAMENTO

Receita de estacionamento recorde

A receita de estacionamento atingiu R\$63,8 milhões no trimestre, um crescimento de 38,4% em relação ao 3T21, refletindo principalmente o aumento do fluxo de carros e o tempo de permanência nos shoppings.

Em relação ao 3T19, a receita de estacionamento aumentou 16,6% no 3T22, principalmente devido aos reajustes de estacionamento (em mai/21 e mai/22), além da abertura do ParkJacarepaguá em novembro de 2021 e do impacto positivo do maior tempo de permanência no shopping.

Evolução da receita de estacionamento(R\$)

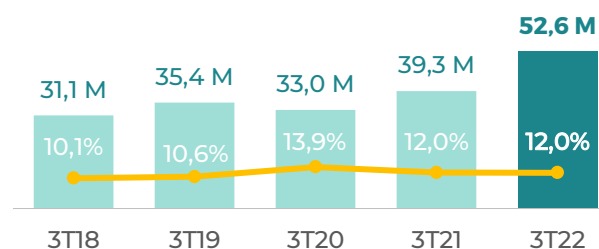


DESPESAS DE PROPRIEDADES

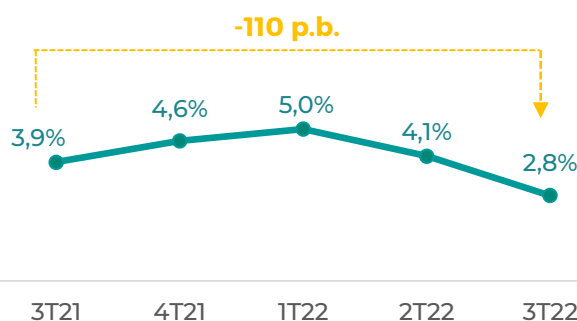
Taxa de inadimplência líquida diminui à medida que o aluguel aumenta

As despesas de propriedades (soma das despesas de shopping centers e torres comerciais) subiram 33,9% em relação ao 3T21 e 48,6% em relação ao 3T19, atingindo R\$52,6 milhões no 3T22, impulsionadas principalmente por maiores provisões de inadimplência, maiores despesas com vacância e aumento da ABL¹ no período. Reforçando a sustentabilidade do crescimento do aluguel da Multiplan, a taxa de inadimplência líquida atingiu 2,8% no 3T22, uma redução de 110 p.b. em relação ao 3T21.

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



Taxa de inadimplência líquida



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



Resultados da Participação em Propriedades

NOI - Resultado Operacional Líquido

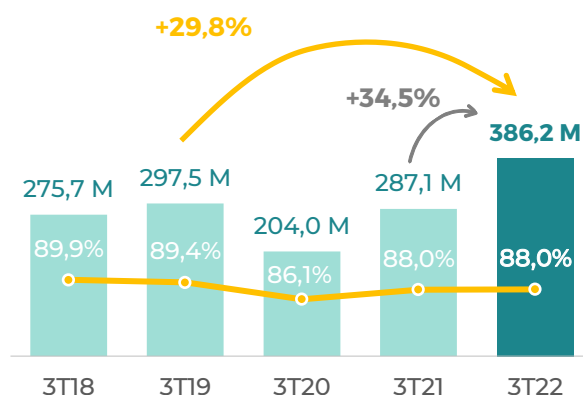
RESULTADO OPERACIONAL LÍQUIDO (NOI)

Crescendo, novamente

O Resultado Operacional Líquido (NOI) atingiu R\$386,2 milhões no 3T22, um recorde para um terceiro trimestre, apresentando crescimento de 34,5% vs. o 3T21 e de 29,8% sobre o 3T19. O resultado recorde foi positivamente impactado pela forte receita operacional de R\$438,8 milhões no trimestre.

O NOI dos últimos 12 meses atingiu R\$1.484,2 milhões em set/22, 50,5% maior do que 2021 e 25,1% maior do que 2019.

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



NOI (R\$)	3T22	3T21	Var.%	3T19	Var.%	set/22 (12M)	set/21 (12M)	Var.%	set/19 (12M)	Var.%
Receita de locação	378,8 M	302,0 M	+25,4%	267,0 M	+41,9%	1.549,1 M	1.068,7 M	+45,0%	1.106,8 M	+40,0%
Apropriação da receita de aluguel linear	(3,8 M)	(21,7 M)	-82,5%	11,1 M	n.d.	(89,8 M)	(49,8 M)	+80,3%	(1,1 M)	+8.207,7%
Receita de estacionamento	63,8 M	46,1 M	+38,4%	54,8 M	+16,6%	237,4 M	147,2 M	+61,3%	221,4 M	+7,2%
Receita operacional	438,8 M	326,4 M	+34,4%	332,9 M	+31,8%	1.696,7 M	1.166,1 M	+45,5%	1.327,2 M	+27,8%
Despesas de propriedades	(52,6 M)	(39,3 M)	+33,9%	(35,4 M)	+48,6%	(212,5 M)	(179,8 M)	+18,1%	(140,9 M)	+50,8%
NOI	386,2 M	287,1 M	+34,5%	297,5 M	+29,8%	1.484,2 M	986,2 M	+50,5%	1.186,3 M	+25,1%
Margem NOI	88,0%	88,0%	+5 p.b.	89,4%	-135 p.b.	87,5%	84,6%	+290 p.b.	89,4%	-190 p.b.



BarraShopping – Arraiá da festa junina



ParkJacarepaguá – Arraiá da festa junina



Resultados da Gestão de Portfólio

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

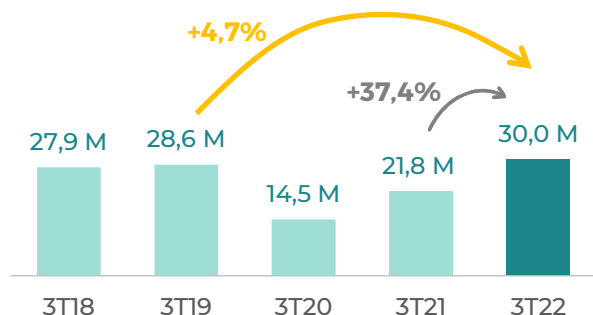
RECEITA DE SERVIÇOS

Novo shopping, nova receita

A receita de serviços totalizou R\$30,0 milhões no 3T22, um crescimento de 37,4% em relação ao 3T21 e de 4,7% em relação ao 3T19, impulsionado principalmente por taxas de administração de terceiros mais altas e abertura do ParkJacarepaguá.

Vale ressaltar que, no 3T22, a receita de serviços atingiu o maior valor para um terceiro trimestre desde o 3T15, apesar das dez aquisições de participação minoritária realizadas desde então.

Receita de serviços (R\$)



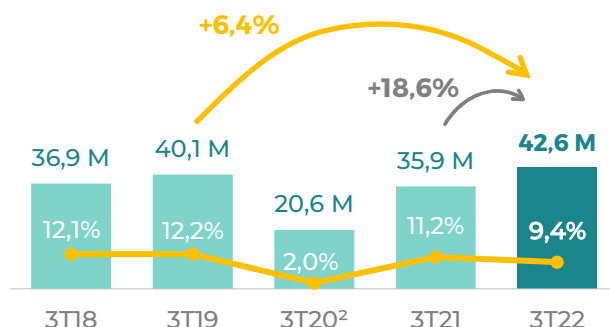
DESPESAS GERAIS & ADMINISTRATIVAS

Despesas G&A abaixo da inflação

As despesas G&A da Multiplan aumentaram 6,4% no 3T22 em relação ao 3T19, apesar da inflação (IPCA¹) de 21,9% no período, atingindo R\$42,6 milhões.

As despesas G&A como percentual da receita líquida no 3T22 chegaram a 9,4%, o menor nível em cinco anos (excluindo o 3T20²).

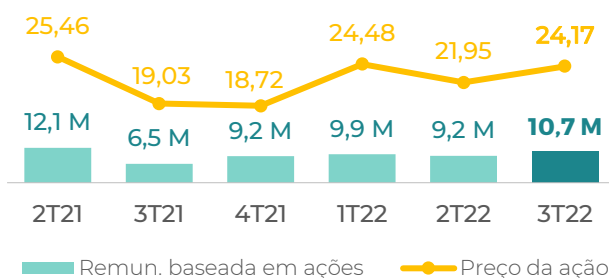
Evolução das despesas de G&A (R\$) e como % da receita líquida



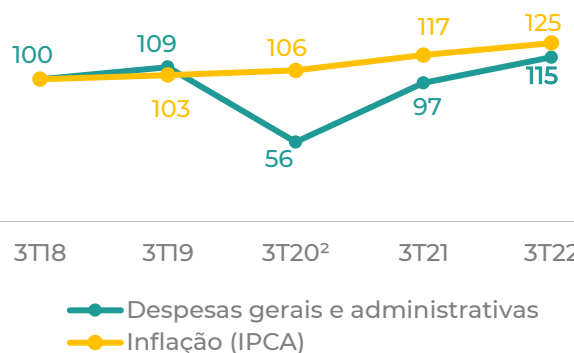
REMUNERAÇÃO BASEADA EM AÇÕES

Despesas com remuneração baseada em ações fecharam o trimestre em R\$10,7 milhões, 65,4% acima do 3T21 e em linha com o 3T19 (+0,5%). A diferença entre o 3T22 e o 3T21 foi principalmente causada pela reversão de provisões relacionadas ao programa de ações *Phantom* no 3T21 (o programa *Phantom* teve sua última janela de exercício em jun/22 e foi cancelado em set/22).

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



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



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

²O menor nível de despesas com G&A no 3T20 deve-se, principalmente, a iniciativas significativas não recorrentes de redução de custos relacionados à pandemia durante o trimestre, como reduções salariais e não provisões de bônus, além da venda da Diamond Tower no trimestre.



Resultados de Empreendimentos Imobiliários

Resultados de Empreendimentos Imobiliários

EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS

54,6% da área privativa do Golden Lake vendida

Ao completar um ano desde o lançamento do Lake Victoria, a primeira fase do Golden Lake, o projeto atingiu a marca de 54,6% de sua área privativa vendida até 31 de outubro de 2022. Adicionalmente, a construção acelerou no trimestre, evidenciando avanços significativos em alguns dos principais marcos do projeto, como o Main Lake e as quadras de tênis.

O Main Lake, um lago navegável de quase 5 mil metros quadrados na área central do projeto, está praticamente pronto. Contando com mais de 1 milhão de kg de pedras e 3 milhões de litros d'água, o lago será oficialmente inaugurado no dia 5 de novembro.

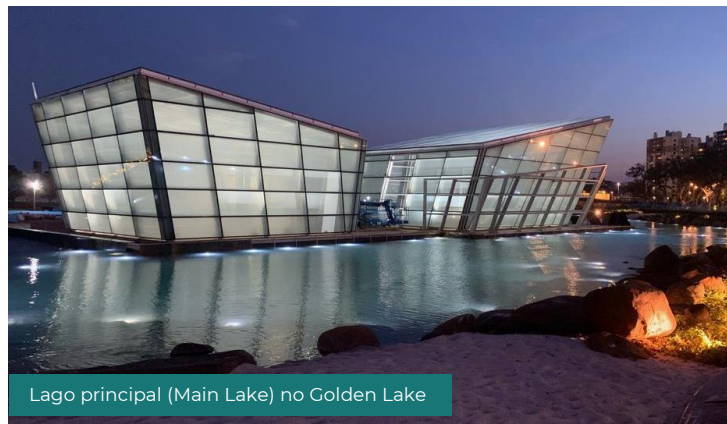
A receita de venda de imóveis totalizou R\$16,9 milhões no trimestre, com a receita do projeto Golden Lake representando quase 90% dessa quantia.

O custo de imóveis vendidos foi de R\$10,6 milhões no trimestre, principalmente em decorrência dos custos (sujeitos à metodologia *Percentage of Completion* - PoC) do desenvolvimento do Golden Lake, que totalizaram R\$10,1 milhões no 3T22.

Despesas com projetos para venda somaram R\$5,8 milhões, dos quais quase metade foram relacionadas às despesas de marketing¹ do projeto Golden Lake.

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

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



Lago principal (Main Lake) no Golden Lake



Projeto Golden Lake – Construção, out/22



Projeto Golden Lake – Construção, out/22



Lago principal (Main Lake) no Golden Lake



Resultados de Empreendimentos Imobiliários

Banco de Terrenos

BANCO DE TERRENOS

Multiplan detém potencial para desenvolver 790.888 m² de projetos multiuso

Atualmente a Multiplan possui 693.765 m² de terrenos para futuros projetos multiuso. Com base em estudos internos, a Companhia estima uma área privativa para venda de aproximadamente 790.000 m² a serem desenvolvidos. Todas as áreas listadas são integradas aos shoppings da Companhia e deverão ser utilizadas para o desenvolvimento de projetos multiuso.

Adicionalmente, a Companhia identifica um potencial de crescimento da ABL de quase 200.000 m² através de expansões futuras em seus shopping centers, que não estão na tabela.

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

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

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



RibeirãoShopping – Corrida



Resultados Financeiros

EBITDA

EBITDA

Receita de locação reforçando o crescimento do EBITDA

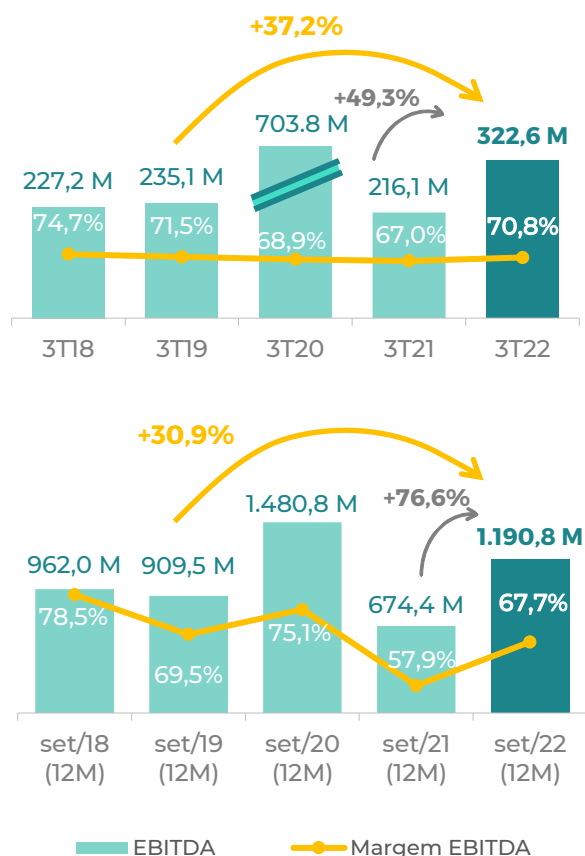
O EBITDA atingiu R\$322,6 milhões no 3T22, um recorde para um terceiro trimestre na história da Multiplan (desconsiderando a venda da Diamond Tower, parte do Morumbi Corporate, no 3T20). O EBITDA nesse trimestre apresentou um crescimento de 49,3% vs. o 3T21 e de 37,2% vs. o 3T19.

O aumento de 34,4% no lucro operacional vs. o 3T21 impulsionou positivamente o resultado do EBITDA. Esse impacto positivo foi parcialmente compensado pelo aumento das despesas de propriedades, impulsionado principalmente por maiores provisões de inadimplência e despesas com vacância.

Nos 9M22, o EBITDA atingiu R\$905,6 milhões, um aumento de 72,3% em relação aos 9M21 e de 33,2% em relação aos 9M19. O forte resultado foi especialmente impulsionado pelo sólido aumento da receita de locação em relação à 2021 e 2019.

O EBITDA 12M totalizou R\$1.190,8 milhões no 3T22, um aumento de 76,6% e 30,9% em relação aos números do 3T21 e 3T19, respectivamente. Esse resultado, além da gestão de passivos realizada ao longo dos últimos trimestres, levou a uma relação Dívida Líquida/EBITDA de 1,72x, o menor nível em dez anos¹.

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



¹Não considera a venda da Diamond Tower no 3T20.





Resultados Financeiros

Endividamento e Disponibilidades

ENDIVIDAMENTO E DISPONIBILIDADES

Custo da dívida abaixo da taxa Selic

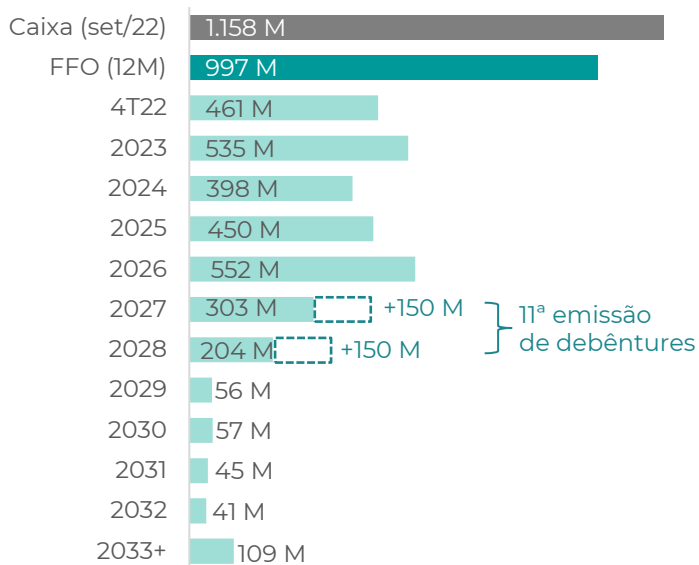
No 3T22, as despesas financeiras atingiram R\$103,9 milhões, um aumento de 115,1% em relação ao 3T21, principalmente devido ao aumento contínuo da taxa básica de juros do Brasil (Selic), de 6,25% para 13,75% no período.

Além disso, o aumento do custo médio da dívida da Multiplan foi inferior aos 50 p.b. de aumento na taxa Selic, crescendo 35 p.b. trimestre contra trimestre.

É importante destacar que, comparando set/22 com set/21, a taxa Selic subiu 750 p.b., enquanto o custo da dívida bruta da Multiplan registrou um crescimento de 634 p.b., levando à um spread negativo de 13 p.b. da taxa Selic em set/22.

Em set/22, a exposição da dívida da Multiplan ao CDI foi de 84,5% da dívida bruta. A dívida atrelada à TR (taxa referencial) era de 11,8%, enquanto os demais índices, principalmente IPCA, representavam 3,6%. Toda a dívida da Multiplan é denominada em moeda local.

Cronograma de amortização da dívida bruta em 30/set/22 (R\$)



Eventos recentes³

Em outubro de 2022, a Multiplan anunciou a liquidação da 11ª emissão de debêntures não conversível, sem garantia, em parcela única, no valor de R\$300,0 milhões, com taxa de CDI+1,20% a.a.

A emissão terá vencimento em janeiro de 2028 e será amortizada em duas parcelas iguais e sucessivas em 2027 e 2028.

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

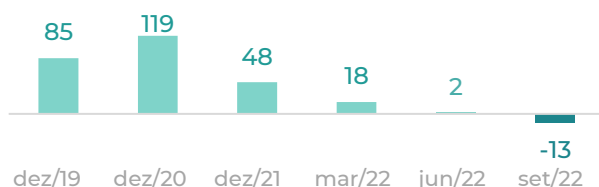
	Desempenho do Indexador	Taxa de juros média ¹	Custo da dívida	Dívida bruta (R\$)
TR	1,16%	8,30%	9,46%	379,2 M
CDI	13,75%	0,73%	14,48%	2.713,7 M
Outros ²	7,16%	0,00%	7,16%	117,1 M
Total	12,02%	1,60%	13,62%	3.210,0 M

¹ Média ponderada da taxa anual.

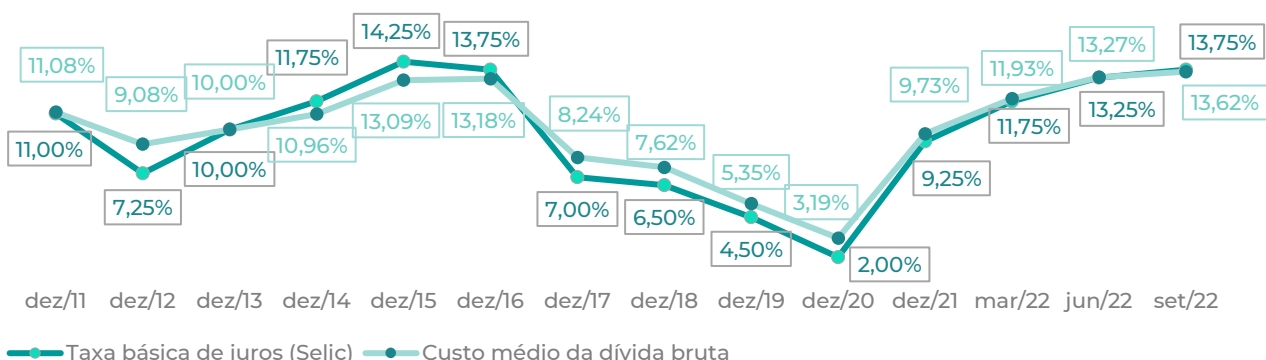
² 'Outros' inclui IPCA e outros índices.

³ Os eventos recentes não são refletidos no cronograma de amortização da dívida bruta, nem na posição de caixa.

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



Custo médio da dívida bruta (% a.a.)





Resultados Financeiros

Endividamento e Disponibilidades

Menor alavancagem em 10 anos

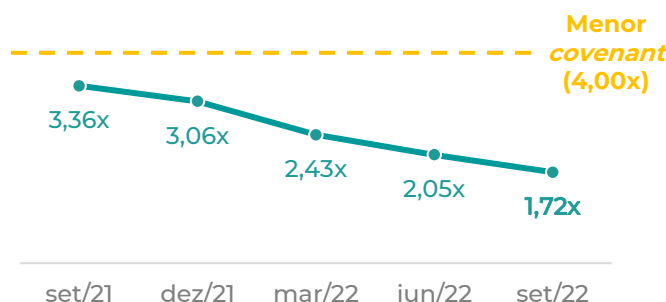
A dívida bruta totalizou R\$3.210,0 milhões ao final de set/22, em linha com jun/22. Quando comparado à set/22, a dívida bruta apresentou queda de 6,8%. A Multiplan finalizou o trimestre com uma posição de caixa de R\$1.157,8 milhões, enquanto a dívida líquida alcançou R\$2.052,2 milhões, 7,9% mais baixa do que no final do 2T22.

Os principais desembolsos de caixa foram relacionados a: (i) amortizações programadas no valor de R\$55,8 milhões; (ii) R\$42,3 milhões em CAPEX, principalmente relacionado a expansões e revitalizações de shoppings e as obras remanescentes do ParkJacarepaguá (página 47); e (iii) R\$27,3 milhões em recompra de ações, representando 1,1 milhão de ações recompradas (página 17). Esses desembolsos foram completamente compensadas pelo FFO de R\$246,8 milhões no 3T22.

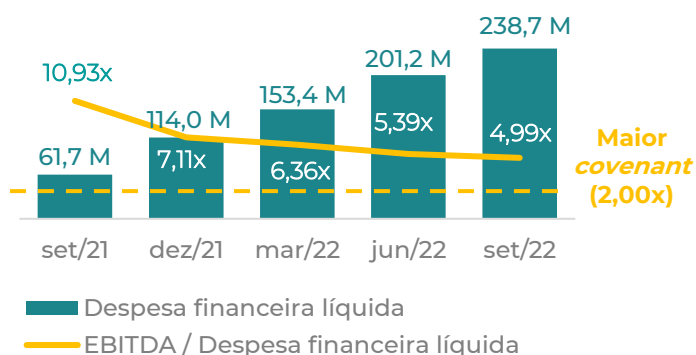
Á relação Dívida Líquida/EBITDA alcançou 1,72x no final de set/22, vs. 2,05x no final de jun/22, o menor nível desde set/12 (desconsiderando a venda do Diamond Tower no 3T20).

Menor nível de dívida líquida/EBITDA em 10 anos: 1,72x no final de set/22

Evolução da dívida líquida/EBITDA



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



Indicadores Financeiros (R\$)

	30/09/22	30/06/22	Var. %
Dívida Bruta	3.210,0 M	3.193,6 M	+0,5%
Posição de Caixa	1.157,8 M	965,8 M	+19,9%
Dívida Líquida	2.052,2 M	2.227,8 M	-7,9%
EBITDA 12M	1.190,8 M	1.084,2 M	+9,8%
Valor justo das propriedades para investimentos	23.667,6 M	22.738,3 M	+4,1%
Dívida Líquida/EBITDA	1,72x	2,05x	-16,1%
Dívida Bruta/EBITDA	2,70x	2,95x	-8,5%
EBITDA/Despesa Financeira Líquida	4,99x	5,39x	-7,4%
Dívida Líquida/Valor Justo	8,7%	9,8%	-113 p.b.
Dívida Total/Patrimônio Líquido	0,49x	0,49x	-0,5%
Dívida Líquida/Valor de Mercado	14,1%	16,9%	-276 p.b.
Prazo Médio de Amortização (meses)	37	41	-9,8%



Resultados Financeiros

Endividamento e Disponibilidades

Alocação tática de capital

A gestão de passivos e a alocação de capital eficiente têm sido alicerces da Companhia, e o aumento da taxa Selic reforça a geração de valor desta estratégia.

No 3T22, o FFO da Companhia aumentou 39,6% ano contra ano e 43,2% vs. o 3T19, alcançando R\$246,8 milhões, devido a um aumento de 25,4% na receita de locação sobre o 3T21 (+41,9% vs. o 3T19)

Parte dessa geração de caixa foi alocada na posição de caixa da Companhia, que alcançou R\$1.157,8 milhões no final de set/22, um crescimento de 19,9% trimestre contra trimestre.

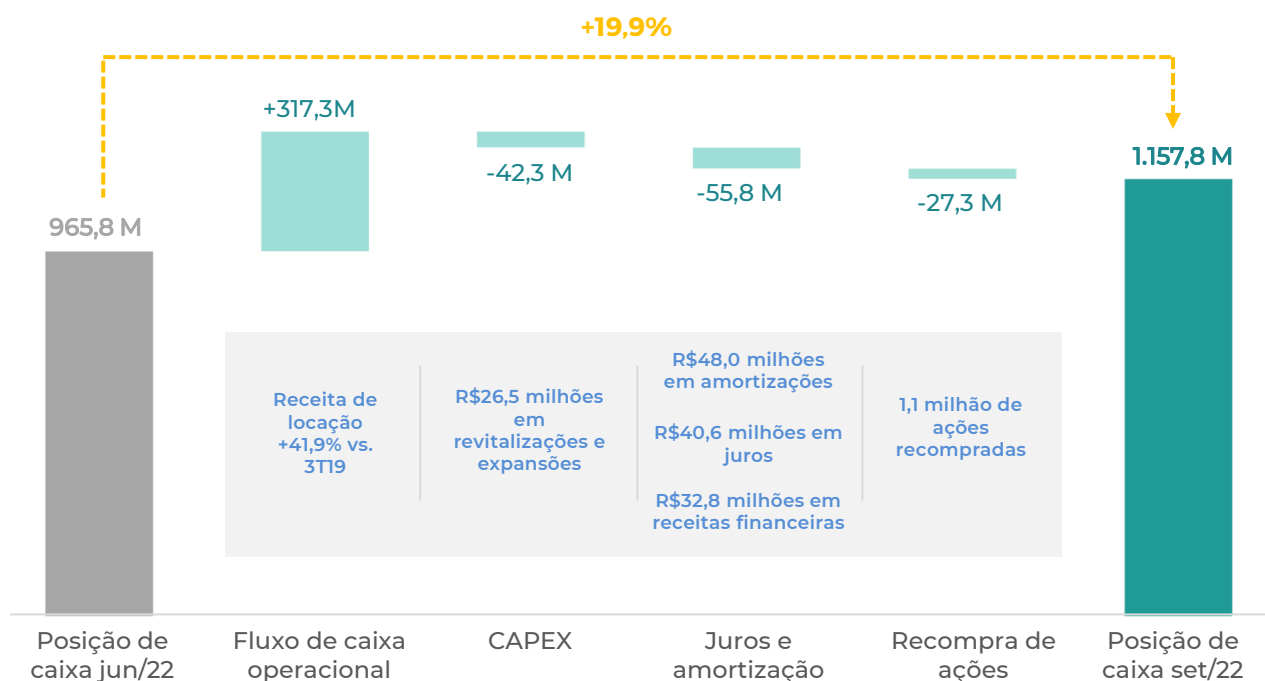
Essa gestão levou à redução da relação Dívida Líquida/EBITDA, de 3,36x em set/21 para 1,72x em set/22 e deve mitigar o efeito do aumento

da taxa de juros sobre as despesas financeiras.

É importante ressaltar que a estratégia da Companhia focada em uma forte posição de caixa está completamente alinhada ao cumprimento de suas obrigações e objetivos, tais como investimentos (CAPEX), despesas com juros e amortizações, o programa de recompra de ações recentemente aprovado e o retorno aos seus acionistas por meio de dividendos e JCP (juros sobre o capital).

Adicionalmente, em setembro de 2022, a Companhia anunciou R\$100 milhões em JCP, a serem pagos até set/23, que, combinado com o montante anunciado de R\$145 milhões em jun/22, corresponde a um *payout* de 48,6%, baseado nos resultados dos 9M22.

Fluxo de Caixa



Resultados Financeiros

Lucro Líquido

LUCRO LÍQUIDO

Lucro líquido de set/22 (12M) cresce 92,5% vs. 2021 e 68,5% vs. 2019

O lucro líquido apresentou um crescimento de 87,2% vs. o 3T21 e de 53,1% vs. o 3T19, alcançando R\$186,1 milhões no 3T22. O aumento de R\$86,7 milhões do lucro líquido ano contra ano foi principalmente impulsionado pelo:

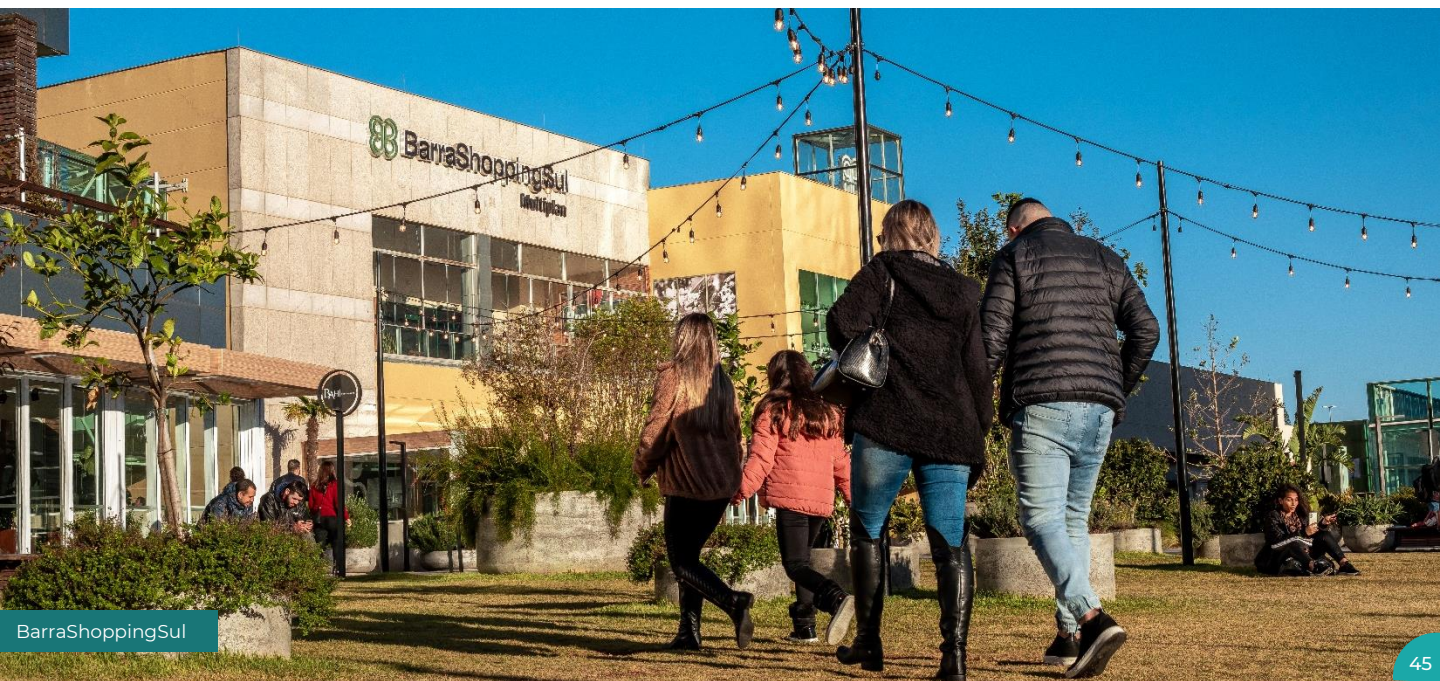
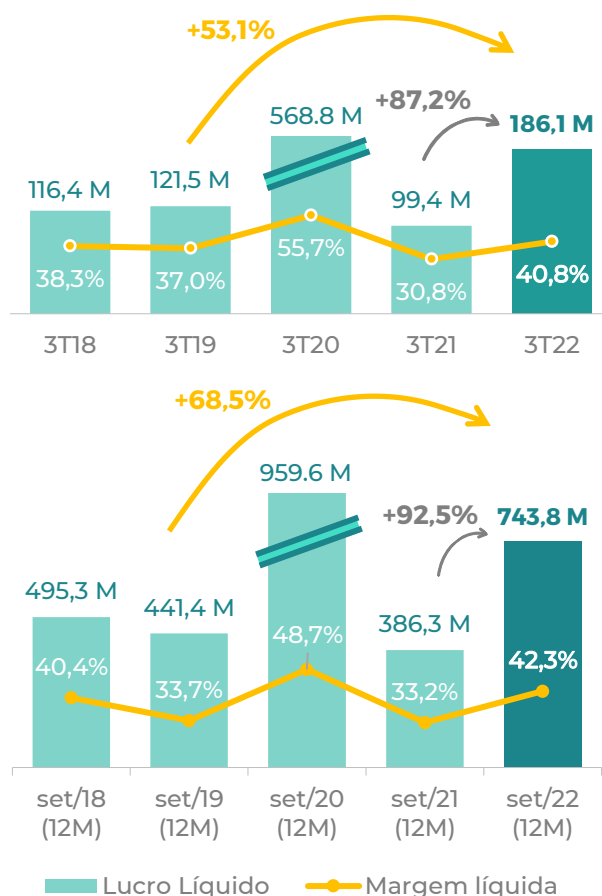
- (i) aumento nas receitas líquidas do trimestre (+41,4% vs. 3T21 e +38,6% vs. 3T19),
- (ii) queda de 53,4% no imposto de renda e contribuição social, principalmente devido à aprovação de R\$100,0 milhões em juros sobre capital próprio, em setembro de 2022.

As despesas financeiras mais elevadas foram parcialmente compensadas pelo desempenho positivo do lucro líquido no 3T22, devido as taxas de juros mais elevadas.

A margem líquida ficou em 40,8%, um aumento de 1.000 p.b. sobre o 3T21 e de 387 p.b. vs. o 3T19.

O lucro líquido de set/22 (12M) alcançou R\$743,8 milhões, crescimento de 92,5% vs. set/21, com uma margem líquida 916 p.b. maior, em 42,3%. (vs. 33,2% em set/21).

Lucro líquido (R\$) e margem (%)





Resultados Financeiros

FFO

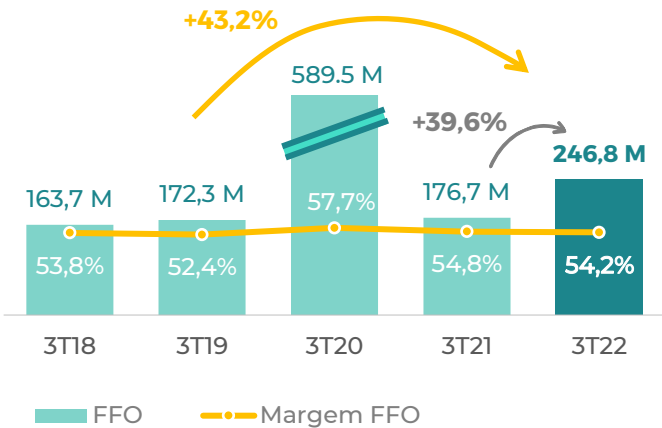
FLUXO DE CAIXA OPERACIONAL (FFO)

Recorde histórico de ascensão

O Fluxo de Caixa Operacional (FFO) totalizou R\$246,8 milhões no 3T22, o maior FFO registrado pela Multiplan em um terceiro trimestre (desconsiderando o 3T20, que beneficiou-se da venda da Diamond Tower). O montante apresentou um aumento de 39,6% vs. o 3T21 e de 43,2% vs. o 3T19.

O FFO de set/22 (12M) alcançou R\$997,3 milhões, um crescimento de 69,0% vs. set/21 (12M) e 48,8% maior que set/19 (12M).

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



FFO (R\$)	3T22	3T21	Var.%	3T19	Var.%	set/22 (12M)	set/21 (12M)	Var.%	set/19 (12M)	Var.%
Lucro Líquido	186,1 M	99,4 M	+87,2%	121,5 M	+53,1%	743,8 M	386,3 M	+92,5%	441,4 M	+68,5%
(-) Depreciações e amortizações	(52,2 M)	(48,0 M)	+8,8%	(57,6 M)	-9,3%	(214,9 M)	(195,1 M)	+10,1%	(215,7 M)	-0,4%
(-) Imposto de renda e contrib. social diferidos	(4,6 M)	(7,6 M)	-39,1%	(4,3 M)	+8,4%	51,2 M	41,0 M	+24,8%	(12,1 M)	n.d.
(-) Aprop. receita de aluguel linear	(3,8 M)	(21,7 M)	-82,5%	11,1 M	n.d.	(89,8 M)	(49,8 M)	+80,3%	(1,1 M)	+8.207,7%
FFO	246,8 M	176,7 M	+39,6%	172,3 M	+43,2%	997,3 M	590,2 M	+69,0%	670,2 M	+48,8%
Margem FFO	54,2%	54,8%	-67 p.b.	52,4%	+173 p.b.	56,7%	50,6%	+609 p.b.	51,2%	+555 p.b.



CAPEX

CAPEX

CAPEX totalizou R\$42,3 milhões no 3T22

No 3T22, o CAPEX totalizou R\$42,3 milhões, com expansões e revitalizações dos shoppings representando mais de 55% do total.

A Companhia investiu R\$9,9 milhões em expansões de shoppings no trimestre, principalmente relacionadas ao ParkShoppingBarigüi e ao DiamondMall.

Revitalizações, TI, Inovação Digital e Outros totalizaram R\$23,5 milhões neste trimestre. Em relação às revitalizações, os investimentos no ParkShoppingBarigüi representaram aproximadamente um quarto do total, seguido pelo DiamondMall, New York City Center e BarraShopping. Adicionalmente, a Companhia continuou investindo em inovação digital, aprimorando sistemas e *softwares* ao longo do trimestre.

As obras do ParkJacarepaguá relacionadas ao parque infantil ao ar livre foram as principais responsáveis pelos investimentos do trimestre em Desenvolvimento de *Greenfields*. Conforme mencionado nos trimestres anteriores, esses investimentos já estavam previstos no orçamento.

Detalhamento do CAPEX

CAPEX (R\$)	3T22	9M22
Desenvolvimento de <i>Greenfields</i>	8,8 M	56,1 M
Expansões	9,9 M	33,9 M
Revitalizações, TI, Inovação Digital e Outros	23,5 M	53,9 M
Total	42,3 M	143,9 M





Análise das Propriedades para Investimento

Valor Justo

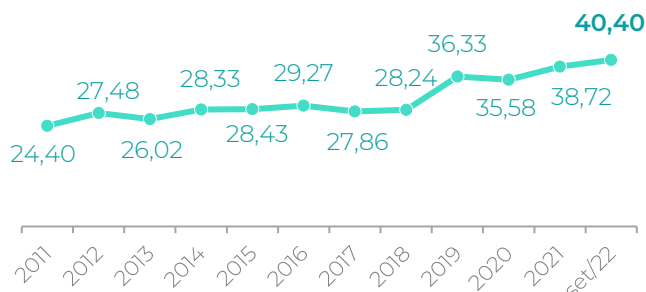
VALOR JUSTO DAS PROPRIEDADES PARA INVESTIMENTO

De acordo com o CPC 28

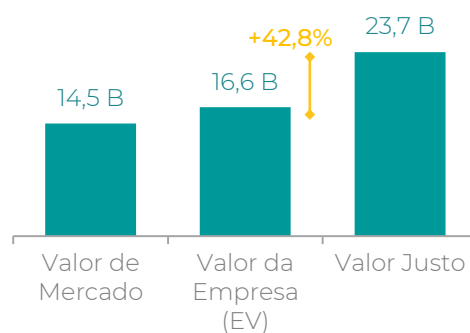
A Multiplan avaliou internamente suas Propriedades para Investimento e determinou seu Valor Justo seguindo a metodologia de Fluxo de Caixa Descontado (DCF). A Companhia calculou o valor presente dos fluxos de caixa utilizando uma taxa de desconto seguindo o modelo CAPM - *Capital Asset Pricing Model*.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

publicados por Aswath Damodaran (professor da NYU), o desempenho das ações da Companhia (Beta), projeções macroeconômicas publicadas pelo Banco Central e dados sobre o prêmio de risco país. Para mais detalhes, por favor consulte a DRE de 30 de setembro da Companhia, disponível no site de RI da Multiplan.

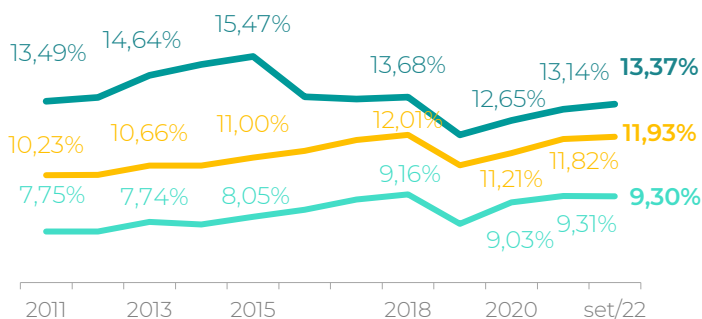
Valor justo por ação (R\$)



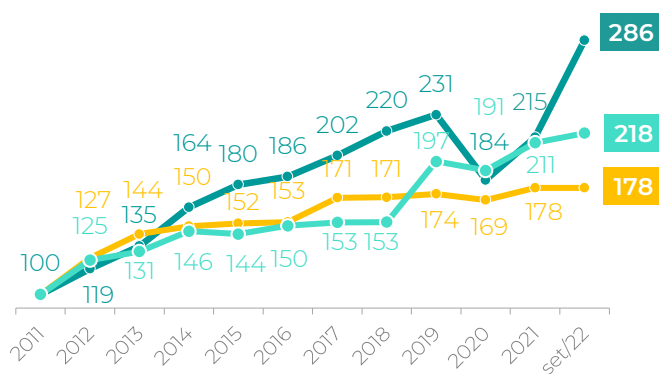
Comparação entre métricas de valor (set/22)



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
 — ABL Própria das propriedades em operação
 — Valor Justo das propriedades em operação



Análise das Propriedades para Investimento

Valor Justo

Custo de Capital Próprio	3T22	2021	2020	2019	2018
Taxa livre de risco (<i>Risk-free rate</i>)	3,28%	3,28%	3,32%	3,35%	3,38%
Prêmio de risco de mercado	6,69%	6,69%	6,47%	6,35%	6,11%
Beta	0,97	0,96	0,87	0,80	0,87
Risco país	198 p.b.	194 p.b.	224 p.b.	245 p.b.	300 p.b.
Prêmio de risco adicional	24 p.b.	27 p.b.	27 p.b.	27 p.b.	31 p.b.
Custo de capital próprio - US\$ nominal	11,93%	11,82%	11,21%	10,67%	12,01%
Premissas de inflação					
Inflação (Brasil) ¹	3,72%	3,50%	3,32%	3,64%	3,92%
Inflação (EUA)	2,40%	2,30%	2,00%	2,40%	2,40%
Custo de capital próprio - R\$ nominal	13,37%	13,14%	12,65%	12,01%	13,68%

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

Valor Justo de Propriedades para Investimento (R\$)	3T22	2021	2020	2019	2018
Shopping centers e torres comerciais em operação	23.391 M	22.653 M	20.459 M	21.155 M	16.405 M
Projetos em desenvolvimento	84 M	54 M	481 M	343 M	208 M
Projetos futuros	192 M	189 M	174 M	174 M	170 M
Total	23.667 M	22.896 M	21.114 M	21.672 M	16.783 M





Portfólio de Ativos

Portfolio (3T22)	Abertura	Estado	Multiplan %	ABL Total	Vendas (Mês) ¹	Aluguel (Mês) ²	Taxa de ocupação média
Malls							
BH Shopping	1979	MG	100,0%	46.976 m²	2.680 R\$/m²	270 R\$/m²	98,2%
RibeirãoShopping	1981	SP	82,5%	74.968 m²	1.436 R\$/m²	128 R\$/m²	96,5%
BarraShopping	1981	RJ	65,8%	77.672 m²	3.181 R\$/m²	368 R\$/m²	96,8%
MorumbiShopping	1982	SP	73,7%	55.998 m²	3.589 R\$/m²	387 R\$/m²	99,7%
ParkShopping	1983	DF	73,5%	53.205 m²	2.491 R\$/m²	246 R\$/m²	89,4%
DiamondMall	1996	MG	90,0% ³	21.351 m²	2.932 R\$/m²	316 R\$/m²	95,5%
New York City Center	1999	RJ	50,0%	21.753 m²	650 R\$/m²	96 R\$/m²	96,4%
ShoppingAnáliaFranco	1999	SP	30,0%	51.590 m²	2.353 R\$/m²	238 R\$/m²	95,0%
ParkShoppingBarigüi	2003	PR	93,3%	52.296 m²	2.126 R\$/m²	162 R\$/m²	99,5%
Pátio Savassi	2004	MG	96,5%	21.107 m²	2.252 R\$/m²	227 R\$/m²	94,7%
ShoppingSantaÚrsula	1999	SP	100,0%	23.329 m²	534 R\$/m²	25 R\$/m²	80,3%
BarraShoppingSul	2008	RS	100,0%	72.102 m²	1.356 R\$/m²	109 R\$/m²	97,2%
ShoppingVilaOlímpia	2009	SP	60,0%	28.373 m²	1.421 R\$/m²	117 R\$/m²	78,0%
ParkShopping SãoCaetano	2011	SP	100,0%	39.251 m²	1.824 R\$/m²	141 R\$/m²	94,9%
JundiaíShopping	2012	SP	100,0%	36.473 m²	1.473 R\$/m²	116 R\$/m²	97,1%
ParkShopping CampoGrande	2012	RJ	90,0%	43.776 m²	1.392 R\$/m²	99 R\$/m²	96,3%
VillageMall	2012	RJ	100,0%	26.877 m²	2.980 R\$/m²	147 R\$/m²	92,8%
Parque Shopping Maceió	2013	AL	50,0%	39.965 m²	1.380 R\$/m²	91 R\$/m²	98,7%
ParkShopping Canoas	2017	RS	82,3%	49.114 m²	1.216 R\$/m²	57 R\$/m²	96,1%
ParkJacarepaguá	2021	RJ	91,0%	39.892 m²	1.124 R\$/m²	89 R\$/m²	96,0%
Subtotal malls			80,6%	876.066 m²	6.116 R\$/m²	553 R\$/m²	95,3%
Torres corporativas							
ParkShopping Corporate	2012	DF	70,0%	13.302 m²			91,7%
Morumbi Corporate – Golden Tower	2013	SP	100,0%	37.280 m² ⁴			92,5%
Subtotal torres corporativas			92,1%	50.582 m²			
Total portfólio			81,2%	926.648 m²			

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

² Aluguel por m²: soma de aluguel mínimo e complementar cobrado dos lojistas dividido pelas respectivas ABL. É válido notar que esta ABL também inclui lojas que já estão locadas, contudo ainda não começaram a operar.

³ Arrendamento até 2030 e 50,1% de participação em diante.

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

Portfólio de Ativos

-  Shopping center
-  Torre para locação
-  Em construção



São Paulo - SP

São Paulo

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

Jundiaí

-  JundiaíShopping

Ribeirão Preto

-  ShoppingSantaÚrsula
-  RibeirãoShopping

São Caetano

-  ParkShopping SãoCaetano

Alagoas - AL

Maceió

-  Parque Shopping Maceió

Distrito Federal - DF

Brasília

-  ParkShopping
-  ParkShopping Corporate

Minas Gerais - MG

Belo Horizonte

-  Pátio Savassi
-  DiamondMall
-  BH Shopping

Paraná - PR

Curitiba

-  ParkShopping Barigüi

Rio Grande do Sul - RS

Porto Alegre

-  BarraShoppingSul
-  Golden Lake

Canoas, RS

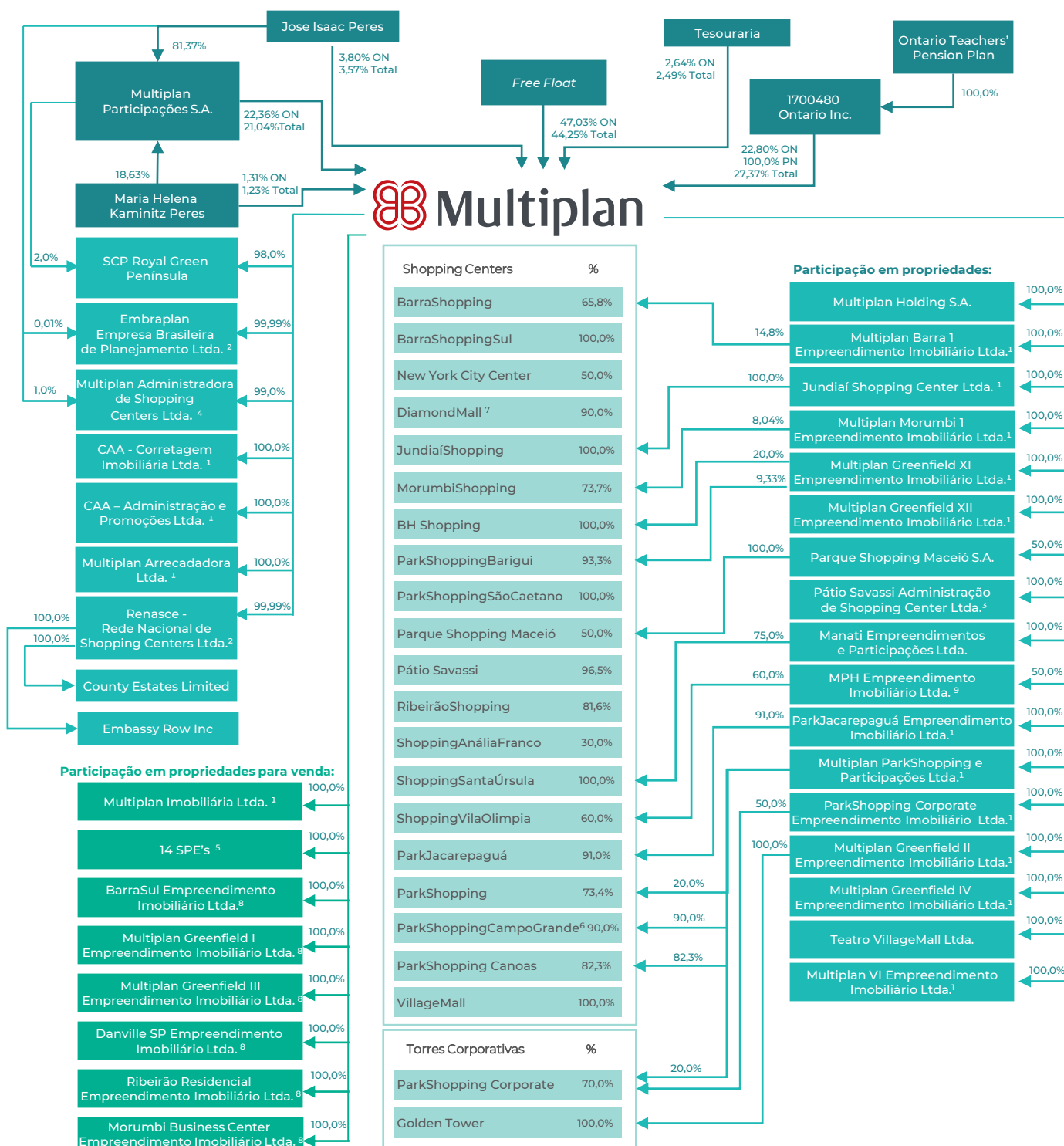
-  ParkShopping Canoas

Rio de Janeiro - RJ

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



Estrutura Societária



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

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

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

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

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

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

⁷ A Multiplan detém 50,1% do DiamondMall, A Companhia assinou contrato de arrendamento e possui 90% das receitas do shopping até novembro de 2026 e 100% de dezembro de 2026 a novembro 2030.

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

⁹ Morumbi Business Center Ltda. possui 50% da MPH Empreendimento Imobiliário Ltda.



Estrutura Societária

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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



Dados Operacionais e Financeiros

DESTAQUES OPERACIONAIS E FINANCEIROS

Desempenho Financeiro (% Multiplan)	3T22	3T21	Var.%	3T19	Var.%
Receita bruta R\$'000	488.314	352.478	+38,5%	361.588	+35,0%
Receita líquida R\$'000	455.577	322.260	+41,4%	328.598	+38,6%
Receita líquida R\$/m²	620,1	462,2	+34,1%	460,3	+34,7%
Receita líquida US\$/pé²	10,7	7,9	+35,0%	10,3	+3,8%
Receita de locação (com efeito da linearidade) R\$'000	374.994	280.320	+33,8%	278.106	+34,8%
Receita de locação R\$/m²	510,4	402,1	+26,9%	389,5	+31,0%
Receita de locação US\$/pé²	8,8	6,9	+27,7%	8,7	+0,9%
Receita de locação mensal R\$/m²	171,8	144,4	+19,0%	124,7	+37,8%
Receita de locação mensal US\$/pé²	3,0	2,5	+19,8%	2,8	+6,2%
Resultado Operacional Líquido (NOI) R\$'000	386.242	287.138	+34,5%	297.457	+29,8%
Resultado Operacional Líquido R\$/m²	525,7	411,8	+27,6%	416,6	+26,2%
Resultado Operacional Líquido US\$/pé²	9,0	7,0	+28,4%	9,3	-2,8%
Margem NOI	88,0%	88,0%	+5 p.b.	89,4%	-135 p.b.
NOI por ação R\$	0,66	0,48	0,36	0,50	0,32
Despesas de sede R\$'000	42.608	35.934	+18,6%	40.062	+6,4%
Despesas de sede/Receita líquida	9,4%	11,2%	-180 p.b.	12,2%	-284 p.b.
EBITDA R\$'000	322.591	216.068	+49,3%	235.072	+37,2%
EBITDA R\$/m²	439,1	309,9	+41,7%	329,3	+33,4%
EBITDA US\$/pé²	7,5	5,3	+42,5%	7,3	+2,7%
Margem EBITDA	70,8%	67,0%	+376 p.b.	71,5%	-73 p.b.
EBITDA por ação R\$	0,55	0,36	0,51	0,39	0,40
FFO R\$'000	246.751	176.701	+39,6%	172.296	+43,2%
FFO R\$/m²	335,8	253,4	+32,5%	241,3	+39,2%
FFO US\$'000	45.639	32.485	+40,5%	41.374	+10,3%
FFO US\$/pé²	5,8	4,3	+33,3%	5,4	+7,2%
Margem FFO	54,2%	54,8%	-1,2%	52,4%	+3,3%
FFO por ação (R\$)	0,42	0,30	+41,3%	0,29	+45,8%
Dólar (US\$) câmbio final do período	5,41	5,44	-0,6%	4,16	+29,8%

Desempenho de Mercado	3T22	3T21	Var.%	3T19	Var.%
Número de ações	600.760.875	600.760.875	-	600.760.875	-
Ações ordinárias	565.185.834	565.185.834	-	565.185.834	-
Ações preferenciais	35.575.041	35.575.041	-	35.575.041	-
Preço médio da ação (R\$)	24,39	22,04	+10,7%	27,5	-11,3%
Preço de fechamento da ação (R\$)	24,17	19,03	+27,0%	28,9	-16,2%
Volume médio diário negociado R\$ '000	99.200	135.729	-26,9%	87.411	+13,5%
Valor de mercado R\$ '000	14.520.390	11.432.479	+27,0%	17.331.951	-16,2%
Dívida bruta R\$ '000	3.210.010	3.444.494	-6,8%	3.172.509	+1,2%
Caixa R\$ '000	1.157.812	1.179.864	-1,9%	986.379	+17,4%
Dívida líquida R\$ '000	2.052.198	2.264.630	-9,4%	2.186.130	-6,1%
P/FFO (Últimos 12 meses)	14,6 x	19,4 x	-24,8%	25,9 x	-43,8%
EV/EBITDA (Últimos 12 meses)	13,9 x	20,3 x	-31,5%	21,5 x	-35,1%
Dívida Líquida/EBITDA (Últimos 12 meses)	1,72 x	3,36 x	-48,7%	2,40 x	-28,3%



Dados Operacionais e Financeiros

DESTAQUES OPERACIONAIS E FINANCEIROS

Desempenho Financeiro (% Multiplan)	9M22	9M21	Var.%	9M19	Var.%
Receita bruta R\$'000	1.415.301	935.454	+51,3%	1.059.265	+33,6%
Receita líquida R\$'000	1.312.181	863.807	+51,9%	961.323	+36,5%
Receita líquida R\$/m²	1.787	1.239	+44,3%	1.347	+32,7%
Receita líquida US\$/pé²	30,7	21,2	+45,2%	30,1	+2,2%
Receita de locação (com efeito da linearidade) R\$'000	1.083.597	761.212	+42,4%	814.156	+33,1%
Receita de locação R\$/m²	1.476,1	1.091,4	+35,2%	1.141,1	+29,4%
Receita de locação US\$/pé²	25,4	18,6	+36,1%	25,5	-0,4%
Receita de locação mensal R\$/m²	167,5	119,1	+40,7%	122,0	+37,4%
Receita de locação mensal US\$/pé²	2,9	2,0	+41,5%	2,7	+5,8%
Resultado Operacional Líquido (NOI) R\$'000	1.097.546	732.246	+49,9%	868.121	+26,4%
Resultado Operacional Líquido R\$/m²	1.495	1.050	+42,4%	1.217	+22,9%
Resultado Operacional Líquido US\$/pé²	25,7	17,9	+43,3%	27,1	-5,4%
Margem NOI	87,3%	84,7%	+255 p.b.	89,0%	-178 p.b.
NOI por ação R\$	1,87	1,24	0,52	1,46	0,29
Despesas de sede R\$'000	126.371	112.404	+12,4%	120.409	+5,0%
Despesas de sede/Receita líquida	9,6%	13,0%	-338 p.b.	12,5%	-289 p.b.
EBITDA R\$'000	905.564	525.590	+72,3%	679.670	+33,2%
EBITDA R\$/m²	1.233,6	753,6	+63,7%	952,6	+29,5%
EBITDA US\$/pé²	21,2	12,9	+64,7%	21,3	-0,3%
Margem EBITDA	69,0%	60,8%	+817 p.b.	70,7%	-169 p.b.
EBITDA por ação R\$	1,55	0,89	0,74	1,14	0,36
FFO R\$'000	689.069	393.688	+75,0%	472.483	+45,8%
FFO R\$/m²	939	564	+66,3%	662	+41,7%
FFO US\$'000	127.450	72.377	+76,1%	113.458	+12,3%
FFO US\$/pé²	16,1	9,6	+67,3%	14,8	+9,2%
Margem FFO	52,5%	45,6%	+15,2%	49,1%	+6,8%
FFO por ação (R\$)	1,18	0,66	+77,0%	0,79	+48,4%
Dólar (US\$) câmbio no final do período	5,41	5,44	-0,6%	4,16	+29,8%

Desempenho de Mercado	9M22	9M21	Var.%	9M19	Var.%
Número de ações	600.760.875	600.760.875	-	600.760.875	-
Ações ordinárias	565.185.834	565.185.834	-	565.185.834	-
Ações preferenciais	35.575.041	35.575.041	-	35.575.041	-
Preço médio da ação (R\$)	23,05	22,79	+1,1%	25,55	-9,8%
Preço de fechamento da ação (R\$)	24,17	19,03	+27,0%	28,85	-16,2%
Volume médio diário negociado R\$ '000	122.433	152.702	-19,8%	78.882	+55,2%
Valor de mercado R\$ '000	14.520.390	11.432.479	+27,0%	17.331.951	-16,2%
Dívida bruta R\$ '000	3.210.010	3.444.494	-6,8%	3.172.509	+1,2%
Caixa R\$ '000	1.157.812	1.179.864	-1,9%	986.379	+17,4%
Dívida líquida R\$ '000	2.052.198	2.264.630	-9,4%	2.186.130	-6,1%
P/FFO (Últimos 12 meses)	14,6 x	19,4 x	-24,8%	25,9 x	-43,8%
EV/EBITDA (Últimos 12 meses)	13,9 x	20,3 x	-31,5%	21,5 x	-35,1%
Dívida Líquida/EBITDA (Últimos 12 meses)	1,72 x	3,36 x	-48,7%	2,40 x	-28,3%



Dados Operacionais e Financeiros

DESTAQUES OPERACIONAIS E FINANCEIROS

Operacional (% Multiplan) ¹	3T22	3T21	Var.%	3T19	Var.%
ABL Shopping Center total final (m²)	876.066	835.358	+4,9%	834.074	+5,0%
ABL Shopping Center própria final (m²)	706.181	668.764	+5,6%	651.529	+8,4%
ABL Shopping Center própria %	80,6%	80,1%	+55 p.b.	78,1%	+249 p.b.
ABL Torre Comercial total final (m²)	50.582	50.582	-	87.558	-42,2%
ABL Torre Comercial própria final (m²)	46.591	46.591	-	80.878	-42,4%
ABL Total final (m²)	926.648	885.940	+4,6%	921.632	+0,5%
ABL Própria final (m²)	752.772	715.355	+5,2%	732.407	+2,8%
ABL Shopping Center total ajustada (med.) (m²) ²	858.021	817.037	+5,0%	815.247	+5,2%
ABL Shopping Center própria ajustada (med.) (m²) ²	688.128	650.474	+5,8%	633.075	+8,7%
ABL Torre Comercial total (med.) (m²) ²	50.582	50.582	-	87.558	-42,2%
ABL Torre Comercial própria (med.) (m²) ²	46.591	46.591	-	80.878	-42,4%
ABL Total ajustada (med.) (m²) ²	908.603	867.619	+4,7%	902.805	+0,6%
ABL Própria ajustada (med.) (m²) ²	734.719	697.197	+5,4%	713.953	+2,9%
Vendas totais R\$'000	4.797.770	3.740.846	+28,3%	3.804.218	+26,1%
Vendas totais R\$/m² ³	6.116	5.038	+21,4%	4.996	+22,4%
Vendas totais US\$/pé² ³	105	86	+22,1%	111	-5,7%
Vendas das lojas satélites R\$/m² ³	8.078	6.745	+19,8%	6.588	+22,6%
Vendas das lojas satélites USD/pé² ³	139	115	+20,5%	147	-5,5%
Aluguel total R\$/m²	553	465	+19,1%	381	+45,1%
Aluguel total USD/pé²	9,5	7,9	+19,8%	8,5	+11,7%
Vendas nas Mesmas Lojas ³	23,9%	72,7%	-4.877 p.b.	5,4%	+1.858 p.b.
Aluguel nas Mesmas Lojas ³	27,3%	128,4%	-10.114 p.b.	10,8%	+4.896 p.b.
Efeito do reajuste do IGP-DI	16,6%	27,9%	-1.125 p.b.	7,5%	+4.960 p.b.
Custos de ocupação ⁴	14,0%	13,6%	+35 p.b.	12,9%	+109 p.b.
Aluguel como % das vendas	9,1%	9,3%	-14 p.b.	7,6%	+152 p.b.
Outros como % das vendas	4,9%	4,4%	+49 p.b.	5,3%	-43 p.b.
Turnover ⁴	1,6%	2,3%	-73 p.b.	1,6%	-10 p.b.
Taxa de ocupação ⁴	95,3%	95,2%	+10 p.b.	97,6%	-227 p.b.
Inadimplência bruta	4,5%	6,3%	-184 p.b.	2,9%	+161 p.b.
Inadimplência líquida	2,8%	3,9%	-113 p.b.	0,6%	+217 p.b.
Perda de aluguel	1,7%	-1,5%	+321 p.b.	1,3%	+36 p.b.

¹ Exceto para os indicadores de vendas totais, vendas de lojas satélites e custo de ocupação (100%).

² ABL ajustada corresponde à ABL média do período, excluindo a área do supermercado BIG no BarraShoppingSul.

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

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



Dados Operacionais e Financeiros

DESTAQUES OPERACIONAIS E FINANCEIROS

Operacional (% Multiplan) ¹	9M22	9M21	Var.%	9M19	Var.%
ABL Shopping Center total final (m²)	876.066	835.358	+4,9%	834.074	+5,0%
ABL Shopping Center própria final (m²)	706.181	668.764	+5,6%	651.529	+8,4%
ABL Shopping Center própria %	80,6%	80,1%	+55 p.b.	78,1%	+249 p.b.
ABL Torre Comercial total final (m²)	50.582	50.582	-	87.558	-42,2%
ABL Torre Comercial própria final (m²)	46.591	46.591	-	80.878	-42,4%
ABL Total final (m²)	926.648	885.940	+4,6%	921.632	+0,5%
ABL Própria final (m²)	752.772	715.355	+5,2%	732.407	+2,8%
ABL Shopping Center total ajustada (med.) (m²) ²	856.914	817.385	+4,8%	902.151	-5,0%
ABL Shopping Center própria ajustada (med.) (m²) ²	687.512	650.733	+5,7%	632.608	+8,7%
ABL Torre Comercial total (med.) (m²) ²	50.582	50.582	-	87.558	-42,2%
ABL Torre Comercial própria (med.) (m²) ²	46.591	46.591	-	80.878	-42,4%
ABL Total ajustada (med.) (m²) ²	856.914	867.967	-1,3%	902.182	-5,0%
ABL Própria ajustada (med.) (m²) ²	734.103	697.455	+5,3%	713.486	+2,9%
Vendas totais R\$'000	13.439.234	9.021.016	+49,0%	11.143.171	+20,6%
Vendas totais R\$/m² ³	17.665	12.372	+42,8%	14.889	+18,6%
Vendas totais US\$/pé² ³	304	211	+43,6%	332	-8,6%
Vendas das lojas satélites R\$/m² ³	22.668	15.779	+43,7%	19.539	+16,0%
Vendas das lojas satélites USD/pé² ³	390	270	+44,5%	436	-10,6%
Aluguel total R\$/m²	1.626	1.150	+41,4%	1.127	+44,3%
Aluguel total USD/pé² ³	27,9	19,6	+42,2%	25,1	+11,2%
Vendas nas Mesmas Lojas ³	46,6%	55,3%	-866 p.b.	4,8%	+1.635 p.b.
Aluguel nas Mesmas Lojas ³	52,2%	98,7%	-4.649 p.b.	8,9%	+4.903 p.b.
Efeito do reajuste do IGP-DI	20,6%	22,6%	-194 p.b.	6,8%	+4.873 p.b.
Custos de ocupação ⁴	14,2%	14,1%	+6 p.b.	13,1%	+109 p.b.
Aluguel como % das vendas	9,2%	9,4%	-20 p.b.	7,7%	+155 p.b.
Outros como % das vendas	5,0%	4,7%	+27 p.b.	5,4%	-46 p.b.
Turnover ⁴	5,0%	6,1%	-108 p.b.	4,1%	+96 p.b.
Taxa de ocupação ⁴	95,2%	94,8%	+36 p.b.	97,4%	-227 p.b.
Inadimplência bruta	5,6%	9,5%	-394 p.b.	3,5%	+209 p.b.
Inadimplência líquida	4,0%	6,9%	-290 p.b.	1,8%	+215 p.b.
Perda de aluguel	1,3%	-1,4%	+276 p.b.	1,2%	+15 p.b.

¹ Exceto para os indicadores de vendas totais, vendas de lojas satélites e custo de ocupação (100%).

² ABL ajustada corresponde à ABL média do período, excluindo a área do supermercado BIG no BarraShoppingSul

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

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



Conciliação entre IFRS com CPC 19 (R2) e Gerencial

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

Demonstração de Resultados (R\$'000)	CPC 19 R2 3T22	Gerencial 3T22	Efeito Diferença	CPC 19 R2 9M22	Gerencial 9M22	Efeito Diferença
Receita de locação	372.801	378.781	5.980	1.089.976	1.106.917	16.941
Receita de serviços	29.968	29.968	-	89.121	89.121	-
Receita de cessão de direitos	(1.106)	(1.070)	36	(3.810)	(3.692)	119
Receita de estacionamento	62.692	63.847	1.155	170.870	174.154	3.284
Venda de imóveis	16.916	16.916	-	59.338	59.338	-
Apropriação de receita de aluguel linear	(3.473)	(3.787)	(314)	(22.937)	(23.320)	(383)
Outras receitas	3.641	3.659	18	12.756	12.782	26
Receita Bruta	481.439	488.314	6.876	1.395.315	1.415.301	19.986
Tributos sobre receita	(32.418)	(32.738)	(320)	(102.161)	(103.119)	(958)
Receita Líquida	449.021	455.577	6.556	1.293.154	1.312.181	19.028
Despesas de sede	(42.608)	(42.608)	-	(126.371)	(126.371)	-
Remuneração baseada em ações	(10.714)	(10.714)	-	(29.834)	(29.834)	-
Despesas de propriedades	(51.559)	(52.600)	(1.040)	(157.366)	(160.206)	(2.840)
Despesas com novos projetos para locação	(592)	(592)	-	(1.960)	(1.960)	-
Despesas com novos projetos para venda	(5.769)	(5.769)	-	(13.408)	(13.408)	-
Custo de imóveis vendidos	(10.630)	(10.630)	-	(41.558)	(41.558)	-
Resultado de equivalência patrimonial	3.822	(503)	(4.325)	10.595	(1.855)	(12.450)
Outras receitas (despesas) operacionais	(9.570)	(9.570)	-	(31.419)	(31.426)	(7)
EBITDA	321.400	322.591	1.191	901.834	905.564	3.730
Receitas financeiras	41.195	41.281	86	102.198	102.423	225
Despesas financeiras	(103.911)	(103.945)	(33)	(280.005)	(280.077)	(72)
Depreciações e amortizações	(51.777)	(52.223)	(446)	(155.450)	(156.766)	(1.315)
Lucro Antes do Imposto de Renda	206.907	207.704	797	568.577	571.144	2.567
Imposto de renda e contribuição social	(15.911)	(16.928)	(1.018)	(59.044)	(62.067)	(3.022)
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(4.864)	(4.644)	221	20.789	21.245	455
Participação dos acionistas minoritários	(35)	(35)	-	(93)	(93)	-
Lucro Líquido	186.098	186.098	-	530.228	530.228	-

As diferenças entre o Pronunciamento CPC 19 (R2) e os números gerenciais referem-se à participação de 50,0% no Parque Shopping Maceió S.A. As principais variações no 3T22 são: (i) aumento de R\$6,0 milhões na receita de locação, (ii) aumento de R\$1,1 milhão em receita de estacionamento, (iii) queda de R\$1,0 milhão imposto de renda e contribuição social e (iv) R\$1,0 milhão em despesas de propriedades.

Em decorrência das variações mencionadas acima, houve, no 3T22, uma queda de R\$4,3 milhões no Resultado de equivalência patrimonial.



Conciliação entre IFRS com CPC 19 (R2) e Gerencial

VARIAÇÕES NO BALANÇO PATRIMONIAL

ATIVO (R\$'000)	IFRS com CPC 19 R2 30/09/2022	Gerencial 30/09/2022	Efeito CPC 19 R2 Diferença
Passivo Circulante			
Caixa e equivalentes a caixa	1.155.008	1.157.812	2.804
Contas a receber	414.919	422.207	7.288
Terrenos e imóveis a comercializar	47.838	47.838	-
Partes relacionadas	63.219	63.252	34
Impostos e contribuições sociais a compensar	78.373	78.373	-
Custos diferidos	44.444	44.444	-
Outros	28.702	29.836	1.134
Total do Ativo Circulante	1.832.503	1.843.763	11.260
Ativo não Circulante			
Contas a receber	23.859	23.859	-
Terrenos e imóveis a comercializar	501.971	501.971	-
Partes relacionadas	46.806	46.806	-
Depósitos judiciais	175.227	175.332	105
Imposto de renda e contribuição social diferidos	34.139	34.139	-
Custos diferidos	94.402	94.402	-
Outros	2.569	8.725	6.156
Investimentos	134.410	2.190	(132.221)
Propriedades para investimento	7.658.696	7.776.156	117.459
Imobilizado	102.825	102.825	-
Intangível	373.248	373.261	13
Total do Ativo não Circulante	9.148.154	9.139.667	(8.487)
Total do Ativo	10.980.657	10.983.430	2.773

As principais diferenças referentes à participação de 50,0% no Parque Shopping Maceió são: (i) aumento de R\$117,5 milhões em propriedades para investimentos; (ii) queda de R\$132,2 milhões em investimentos.

Em decorrência das variações, houve um aumento de R\$2,8 milhões no Total do Ativo



Conciliação entre IFRS com CPC 19 (R2) e Gerencial

VARIAÇÕES NO BALANÇO PATRIMONIAL

PASSIVO (R\$'000)	IFRS com CPC 19 R2 30/09/2022	Gerencial 30/09/2022	Efeito CPC 19 R2 Diferença
Passivo Circulante			
Empréstimos e financiamentos	124.544	124.544	-
Debêntures	686.512	686.512	-
Contas a pagar	119.684	119.879	195
Obrigações por aquisição de bens	159.254	159.254	-
Impostos e contribuições a recolher	21.421	22.545	1.125
Juros sobre capital próprio a pagar	471.123	471.123	-
Receitas diferidas	21.298	21.298	-
Outros	90.284	90.509	225
Total Passivo Circulante	1.694.119	1.695.664	1.545
Passivo não Circulante			
Empréstimos e financiamentos	1.128.868	1.128.868	-
Contas a pagar	46.896	46.896	-
Debêntures	1.097.332	1.097.332	-
Imposto de renda e contribuições sociais diferidos	274.872	275.690	818
Obrigações por aquisição de bens	13.500	13.500	-
Débitos com partes relacionadas	108.095	108.117	22
Provisão para contingências	18.034	18.034	-
Receitas diferidas	55.129	55.519	389
Total do Passivo não Circulante	2.742.726	2.743.955	1.229
Patrimônio Líquido			
Capital social	2.988.062	2.988.062	-
Reserva de capital	1.060.471	1.060.471	-
Reserva de lucros	2.658.229	2.658.229	-
Gasto com emissão de ações	(43.548)	(43.548)	-
Ações em tesouraria	(314.568)	(314.568)	-
Efeitos em Transação de Capital	(89.995)	(89.995)	-
Dividendos adicionais propostos	(245.000)	(245.000)	-
Lucros acumulados	529.996	529.996	-
Participação dos acionistas minoritários	165	165	-
Total do Patrimônio Líquido	6.543.812	6.543.812	-
Total do Passivo	10.980.657	10.983.430	2.773

A principal diferença referente ao CPC 19 R2 é o aumento de R\$1,1 milhão no imposto e contribuição a recolher, que resultou em um aumento de R\$2,8 milhões no Total do Passivo.

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

(R\$'000)	3T22	3T21	Var. %	3T19	Var. %
Receita de locação	372.801	297.450	+25,3%	262.207	42,2%
Receita de serviços	29.968	21.804	+37,4%	28.647	4,6%
Receita de cessão de direitos	(1.106)	(1.031)	+7,2%	(2.574)	-57,0%
Receita de estacionamento	62.692	45.306	+38,4%	53.485	17,2%
Venda de imóveis	16.916	2.122	+697,1%	(725)	n.d.
Apropriação de receita de aluguel linear	(3.473)	(21.703)	-84,0%	10.903	n.d.
Outras receitas	3.641	3.104	+17,3%	3.620	0,6%
Receita Bruta	481.439	347.051	+38,7%	355.562	35,4%
Tributos sobre receitas	(32.418)	(29.965)	+8,2%	(32.520)	-0,3%
Receita Líquida	449.021	317.086	+41,6%	323.043	39,0%
Despesas de sede	(42.608)	(35.934)	+18,6%	(40.043)	6,4%
Remuneração baseada em ações	(10.714)	(6.478)	+65,4%	(10.666)	0,5%
Despesas de propriedades	(51.559)	(38.433)	+34,2%	(33.889)	52,1%
Despesas de projetos para locação	(592)	(7.683)	-92,3%	(2.409)	-75,4%
Despesas de projetos para venda	(5.769)	(5.505)	+4,8%	(2.266)	154,6%
Custo de imóveis vendidos	(10.630)	(871)	+1.120,5%	751	n.d.
Resultado de equivalência patrimonial	3.822	(7.198)	n.d.	1.996	n.d.
Outras receitas (despesas) operacionais	(9.570)	(1.158)	+726,1%	(3.005)	218,5%
EBITDA	321.400	213.824	+50,3%	233.512	37,6%
Receitas financeiras	41.195	22.194	+85,6%	18.801	119,1%
Despesas financeiras	(103.911)	(47.358)	+119,4%	(60.353)	72,2%
Depreciações e amortizações	(51.777)	(47.581)	+8,8%	(56.985)	-9,1%
Lucro Antes do Imposto de Renda	206.907	141.079	+46,7%	134.974	53,3%
Imposto de renda e contribuição social	(15.911)	(34.400)	-53,7%	(10.024)	58,7%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(4.864)	(7.743)	-37,2%	(3.969)	22,6%
Participação dos acionistas minoritários	(35)	470	n.d.	544	-106,3%
Lucro Líquido	186.098	99.404	+87,2%	121.525	53,1%

(R\$'000)	3T22	3T21	Var. %	3T19	Var. %
NOI	380.461	282.620	+34,6%	292.705	30,0%
Margem NOI	88,1%	88,0%	+4 p.b.	89,6%	-156 p.b.
EBITDA	321.400	213.825	+50,3%	233.512	37,6%
Margem EBITDA	71,6%	67,4%	+414 p.b.	72,3%	-71 p.b.
EBITDA de Propriedades	320.667	233.403	+37,4%	235.996	+35,9%
Margem EBITDA de Propriedades	71,4%	73,6%	-219 p.b.	73,1%	-164 p.b.
Lucro Líquido	186.098	99.404	+87,2%	121.525	53,1%
Margem Líquida	41,4%	31,3%	+1.010 p.b.	37,6%	383 p.b.
FFO	246.212	176.431	+39,6%	171.576	43,5%
Margem FFO	54,8%	55,6%	-81 p.b.	53,1%	+173 p.b.

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

(R\$'000)	9M22	9M21	Var. %	9M19	Var. %
Receita de locação	1.089.976	735.553	+48,2%	768.718	41,8%
Receita de serviços	89.121	61.771	+44,3%	86.849	2,6%
Receita de cessão de direitos	(3.810)	(2.939)	+29,6%	(8.286)	-54,0%
Receita de estacionamento	170.870	101.262	+68,7%	157.029	8,8%
Venda de imóveis	59.338	4.175	+1.321,2%	(1.353)	n.d.
Apropriação de receita de aluguel linear	(22.937)	12.725	n.d.	30.689	-174,7%
Outras receitas	12.756	7.903	+61,4%	7.661	66,5%
Receita Bruta	1.395.315	920.450	+51,6%	1.041.307	34,0%
Tributos sobre receitas	(102.161)	(70.988)	+43,9%	(96.569)	5,8%
Receita Líquida	1.293.154	849.462	+52,2%	944.738	36,9%
Despesas de sede	(126.371)	(112.404)	+12,4%	(120.390)	5,0%
Remuneração baseada em ações	(29.834)	(23.532)	+26,8%	(43.305)	-31,1%
Despesas de propriedades	(157.366)	(129.387)	+21,6%	(102.100)	54,1%
Despesas de projetos para locação	(1.960)	(12.084)	-83,8%	(10.138)	-80,7%
Despesas de projetos para venda	(13.408)	(11.748)	+14,1%	(4.743)	182,7%
Custo de imóveis vendidos	(41.558)	(2.779)	+1.395,3%	653	n.d.
Resultado de equivalência patrimonial	10.595	6.660	+59,1%	6.704	58,0%
Outras receitas (despesas) operacionais	(31.419)	(35.315)	-11,0%	3.650	n.d.
EBITDA	901.834	528.873	+70,5%	675.070	33,6%
Receitas financeiras	102.198	56.991	+79,3%	59.681	71,2%
Despesas financeiras	(280.005)	(110.042)	+154,5%	(174.924)	60,1%
Depreciações e amortizações	(155.450)	(143.413)	+8,4%	(163.304)	-4,8%
Lucro Antes do Imposto de Renda	568.577	332.407	+71,0%	396.522	43,4%
Imposto de renda e contribuição social	(59.044)	(61.267)	-3,6%	(60.700)	-2,7%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	20.789	(32.094)	n.d.	(8.873)	-334,3%
Participação dos acionistas minoritários	(93)	440	n.d.	1.761	-105,3%
Lucro Líquido	530.228	239.489	+121,4%	328.710	61,3%

(R\$'000)	9M22	9M21	Var. %	9M19	Var. %
NOI	1.080.544	720.153	+50,0%	854.337	26,5%
Margem NOI	87,3%	84,8%	+252 p.b.	89,3%	-204 p.b.
EBITDA	901.834	528.873	+70,5%	675.070	33,6%
Margem EBITDA	69,7%	62,3%	+748 p.b.	71,5%	-172 p.b.
EBITDA de Propriedades	899.187	537.864	+67,2%	681.199	32,0%
Margem EBITDA de Propriedades	69,5%	63,3%	+622 p.b.	72,1%	-257 p.b.
Lucro Líquido	530.228	239.489	+121,4%	328.710	61,3%
Margem Líquida	41,0%	28,2%	+1.281 p.b.	34,8%	621 p.b.
FFO	687.826	402.270	+71,0%	470.198	+46,3%
Margem FFO	53,2%	47,4%	+583 p.b.	49,8%	+339 p.b.



Anexos

Demonstração de Resultados Consolidados - Relatório Gerencial

(R\$'000)	3T22	3T21	Var. %	3T19	Var. %
Receita de locação	378.781	301.973	+25,4%	267.026	+41,9%
Receita de serviços	29.968	21.804	+37,4%	28.630	+4,7%
Receita de cessão de direitos	(1.070)	(990)	+8,1%	(2.785)	-61,6%
Receita de estacionamento	63.847	46.116	+38,4%	54.753	+16,6%
Venda de imóveis	16.916	2.122	+697,1%	(725)	n.d.
Apropriação de receita de aluguel linear	(3.787)	(21.653)	-82,5%	11.079	n.d.
Outras receitas	3.659	3.107	+17,8%	3.609	+1,4%
Receita Bruta	488.314	352.478	+38,5%	361.588	+35,0%
Tributos sobre receitas	(32.738)	(30.218)	+8,3%	(32.990)	-0,8%
Receita Líquida	455.577	322.260	+41,4%	328.598	+38,6%
Despesas de sede	(42.608)	(35.934)	+18,6%	(40.062)	+6,4%
Remuneração baseada em ações	(10.714)	(6.478)	+65,4%	(10.666)	+0,5%
Despesas de propriedades	(52.600)	(39.297)	+33,9%	(35.401)	+48,6%
Despesas de projetos para locação	(592)	(7.683)	-92,3%	(2.409)	-75,4%
Despesas de projetos para venda	(5.769)	(5.505)	+4,8%	(2.266)	+154,6%
Custo de imóveis vendidos	(10.630)	(871)	+1.120,5%	751	n.d.
Resultado de equivalência patrimonial	(503)	(9.206)	-94,5%	(503)	-0,1%
Outras receitas (despesas) operacionais	(9.570)	(1.217)	+686,1%	(2.969)	+222,3%
EBITDA	322.591	216.068	+49,3%	235.072	+37,2%
Receitas financeiras	41.281	23.201	+77,9%	18.932	+118,1%
Despesas financeiras	(103.945)	(48.335)	+115,1%	(60.997)	+70,4%
Depreciações e amortizações	(52.223)	(48.013)	+8,8%	(57.567)	-9,3%
Lucro Antes do Imposto de Renda	207.704	142.921	+45,3%	135.441	+53,4%
Imposto de renda e contribuição social	(16.928)	(36.355)	-53,4%	(10.176)	+66,4%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(4.644)	(7.631)	-39,1%	(4.284)	+8,4%
Participação dos acionistas minoritários	(35)	470	n.d.	544	n.d.
Lucro Líquido	186.098	99.404	+87,2%	121.525	+53,1%

(R\$'000)	3T22	3T21	Var. %	3T19	Var. %
NOI	386.242	287.138	+34,5%	297.457	+29,8%
Margem NOI	88,0%	88,0%	+5 p.b.	89,4%	-135 p.b.
EBITDA de Propriedades ¹	326.151	237.649	+37,2%	240.057	+35,9%
Margem EBITDA de Propriedades ¹	74,2%	74,2%	-3 p.b.	72,9%	+125 p.b.
EBITDA	322.591	216.068	+49,3%	235.072	+37,2%
Margem EBITDA	70,8%	67,0%	+376 p.b.	71,5%	-73 p.b.
EBITDA Ajustado ²	333.305	222.546	+49,8%	245.738	+35,6%
Margem EBITDA Ajustado ²	73,2%	69,1%	+410 p.b.	74,8%	-162 p.b.
Lucro Líquido	186.098	99.404	+87,2%	121.525	+53,1%
Margem Líquida	40,8%	30,8%	+1.000 p.b.	37,0%	+387 p.b.
Lucro Líquido Ajustado ²	196.812	105.882	+85,9%	132.191	+48,9%
Margem Líquida Ajustada ²	43,2%	32,9%	+1.034 p.b.	40,2%	+297 p.b.
Fluxo de Caixa Operacional (FFO)	246.751	176.701	+39,6%	172.296	+43,2%
FFO margin	54,2%	54,8%	-67 p.b.	52,4%	+173 p.b.
Fluxo de Caixa Operacional (FFO) Ajustado ²	257.465	183.179	+40,6%	182.962	+40,7%
Margem FFO Ajustado ²	56,5%	56,8%	-33 p.b.	55,7%	+83 p.b.

¹ Não considera operações imobiliárias para venda (receitas, impostos, custos e despesas) e despesas relacionadas a desenvolvimentos futuros. Despesa de sede e remuneração baseada em ações proporcionais ao percentual da receita bruta de shopping center com a receita bruta da Companhia. ² Não considera a remuneração baseada em ações. Mais detalhes sobre a linha de remuneração baseada em ações estão disponíveis na página 38.



Anexos

Demonstração de Resultados Consolidados - Relatório Gerencial

(R\$'000)	9M22	9M21	Var. %	9M19	Var. %
Receita de locação	1.106.917	747.662	+48,1%	783.094	+41,4%
Receita de serviços	89.121	61.771	+44,3%	86.678	+2,8%
Receita de cessão de direitos	(3.692)	(2.819)	+31,0%	(8.895)	-58,5%
Receita de estacionamento	174.154	103.208	+68,7%	160.847	+8,3%
Venda de imóveis	59.338	4.176	+1.321,1%	(1.353)	n.d.
Apropriação de receita de aluguel linear	(23.320)	13.550	n.d.	31.062	n.d.
Outras receitas	12.782	7.906	+61,7%	7.832	+63,2%
Receita Bruta	1.415.301	935.454	+51,3%	1.059.265	+33,6%
Tributos sobre receitas	(103.119)	(71.647)	+43,9%	(97.942)	+5,3%
Receita Líquida	1.312.181	863.807	+51,9%	961.323	+36,5%
Despesas de sede	(126.371)	(112.404)	+12,4%	(120.409)	+5,0%
Remuneração baseada em ações	(29.834)	(23.532)	+26,8%	(43.305)	-31,1%
Despesas de propriedades	(160.206)	(132.174)	+21,2%	(106.881)	+49,9%
Despesas de projetos para locação	(1.960)	(12.084)	-83,8%	(10.138)	-80,7%
Despesas de projetos para venda	(13.408)	(11.748)	+14,1%	(4.743)	+182,7%
Custo de imóveis vendidos	(41.558)	(2.779)	+1.395,3%	653	n.d.
Resultado de equivalência patrimonial	(1.855)	(16.705)	-88,9%	(690)	+168,9%
Outras receitas (despesas) operacionais	(31.426)	(26.790)	+17,3%	3.860	n.d.
EBITDA	905.564	525.590	+72,3%	679.670	+33,2%
Receitas financeiras	102.423	60.452	+69,4%	60.201	+70,1%
Despesas financeiras	(280.077)	(113.364)	+147,1%	(176.899)	+58,3%
Depreciações e amortizações	(156.766)	(144.689)	+8,3%	(165.031)	-5,0%
Lucro Antes do Imposto de Renda	571.144	327.990	+74,1%	397.943	+43,5%
Imposto de renda e contribuição social	(62.067)	(65.881)	-5,8%	(61.189)	+1,4%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	21.245	(23.060)	n.d.	(9.805)	n.d.
Participação dos acionistas minoritários	(93)	440	n.d.	1.761	n.d.
Lucro Líquido	530.228	239.489	+121,4%	328.710	+61,3%

(R\$'000)	9M22	9M21	Var. %	9M19	Var. %
NOI	1.097.546	732.246	+49,9%	868.121	+26,4%
Margem NOI	87,3%	84,7%	+255 p.b.	89,0%	-178 p.b.
EBITDA de Propriedades ¹	915.880	565.657	+61,9%	695.607	+31,7%
Margem EBITDA de Propriedades ¹	72,9%	65,8%	+707 p.b.	72,3%	+59 p.b.
EBITDA	905.564	525.590	+72,3%	679.670	+33,2%
Margem EBITDA	69,0%	60,8%	+817 p.b.	70,7%	-169 p.b.
EBITDA Ajustado ²	935.397	549.122	+70,3%	722.975	+29,4%
Margem EBITDA Ajustado ²	71,3%	63,6%	+772 p.b.	75,2%	-392 p.b.
Lucro Líquido	530.228	239.489	+121,4%	328.710	+61,3%
Margem Líquida	40,4%	27,7%	+1.268 p.b.	34,2%	+621 p.b.
Lucro Líquido Ajustado ²	560.062	263.021	+112,9%	372.015	+50,5%
Margem Líquida Ajustada ²	42,7%	30,4%	+1.223 p.b.	38,7%	+398 p.b.
Fluxo de Caixa Operacional (FFO)	689.069	393.688	+75,0%	472.483	+45,8%
FFO margin	52,5%	45,6%	+694 p.b.	49,1%	+336 p.b.
Fluxo de Caixa Operacional (FFO) Ajustado ²	718.903	417.220	+72,3%	515.788	+39,4%
Margem FFO Ajustado ²	54,8%	48,3%	+649 p.b.	53,7%	+113 p.b.

¹ Não considera operações imobiliárias para venda (receitas, impostos, custos e despesas) e despesas relacionadas a desenvolvimentos futuros. Despesa de sede e remuneração baseada em ações proporcionais ao percentual da receita bruta de shopping center com a receita bruta da Companhia. ² Não considera a remuneração baseada em ações. Mais detalhes sobre a linha de remuneração baseada em ações estão disponíveis na página 38.

BALANÇO PATRIMONIAL: GERENCIAL

Ativo (R\$'000)	30/09/2022	30/06/2022	Var.%
Disponibilidades e valores equivalentes	1.157.812	965.794	+19,9%
Contas a receber	422.207	439.035	-3,8%
Terrenos e imóveis a comercializar	47.838	46.009	+4,0%
Partes relacionadas	63.252	62.841	+0,7%
Impostos e contribuições sociais a compensar	78.373	70.652	+10,9%
Custos diferidos	44.444	41.540	+7,0%
Outros	29.836	30.145	-1,0%
Total do Ativo Circulante	1.843.763	1.656.016	+11,3%
Contas a receber	23.859	27.638	-13,7%
Terrenos e imóveis a comercializar	501.971	493.754	+1,7%
Partes relacionadas	46.806	49.296	-5,1%
Depósitos judiciais	175.332	163.735	+7,1%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	34.139	38.317	-10,9%
Custos diferidos	94.402	97.227	-2,9%
Outros	8.725	10.474	-16,7%
Investimentos	2.190	2.218	-1,3%
Propriedades para investimento	7.776.156	7.787.233	-0,1%
Imobilizado	102.825	104.041	-1,2%
Intangível	373.261	370.932	+0,6%
Total do Ativo não Circulante	9.139.667	9.144.864	-0,1%
Total Ativo	10.983.430	10.800.881	+1,7%

Passivo (R\$'000)	30/09/2022	30/06/2022	Var.%
Empréstimos e financiamentos	124.544	119.648	+4,1%
Debêntures	686.512	626.419	+9,6%
Contas a pagar	119.879	111.313	+7,7%
Obrigações por aquisição de bens	159.254	184.361	-13,6%
Impostos e contribuições a recolher	22.545	22.460	+0,4%
Juros sobre capital próprio a pagar	471.123	384.448	+22,5%
Receitas diferidas	21.298	21.641	-1,6%
Outros	90.509	83.677	+8,2%
Total Passivo Circulante	1.695.664	1.553.967	+9,1%
Empréstimos e financiamentos	1.128.868	1.151.453	-2,0%
Contas a pagar	46.896	48.252	-2,8%
Debêntures	1.097.332	1.097.126	-
Imposto de renda e contribuições social diferidos	275.690	275.238	+0,2%
Obrigações por aquisição de bens	13.500	14.625	-7,7%
Débitos com partes relacionadas	108.117	108.117	-
Provisão para contingências	18.034	17.074	+5,6%
Receitas diferidas	55.519	55.847	-0,6%
Total do Passivo não Circulante	2.743.955	2.767.732	-0,9%
Patrimônio Líquido			
Capital	2.988.062	2.988.062	-
Reserva de capital	1.060.471	1.062.489	-0,2%
Reserva de lucros	2.658.229	2.658.229	-
Gasto com emissão de ações	(43.548)	(43.548)	-
Ações em tesouraria	(314.568)	(295.131)	+6,6%
Efeitos em transação de capital	(89.995)	(89.995)	-
Dividendos adicionais propostos	(245.000)	(145.000)	+69,0%
Lucros acumulados	529.996	343.940	+54,1%
Participação dos acionistas minoritários	165	134	+23,6%
Total do Patrimônio Líquido	6.543.812	6.479.181	+1,0%
Total do Passivo	10.983.430	10.800.881	+1,7%



RELACIONAMENTO COM OS AUDITORES INDEPENDENTES - INSTRUÇÃO CVM 381/2003

Em atendimento ao disposto na Instrução da Comissão de Valores Mobiliários ("CVM") nº 381, de 14 de janeiro de 2003, a Companhia apresenta abaixo a descrição das informações acerca dos serviços não relacionados à auditoria externa prestados pelos nossos auditores independentes ou partes a eles relacionadas durante o terceiro trimestre de 2022.

O valor global dos honorários contratados para os serviços descritos acima (R\$84 mil) representa cerca de 5,9% dos honorários relativos aos serviços de auditoria externa.

Exceto pelos serviços acima citados, não foram contratados quaisquer outros serviços não relacionados com auditoria externa junto aos nossos auditores independentes e/ou suas partes relacionadas durante o terceiro trimestre de 2022.

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

Data de contratação	Prazo de duração	Natureza do serviço
31/07/2022	N/A	Assessoria tributária referente ao uso de benefícios fiscais.



Glossário

12M: dado acumulado dos últimos 12 meses.

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

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

Abrasce: Associação Brasileira de Shopping Centers.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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



Glossário

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

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

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

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

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

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

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

IBGE: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

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

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

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

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

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

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

Margem EBITDA: EBITDA dividido pela Receita Líquida.

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

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

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

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

Perda de aluguel: baixas geradas pela inadimplência de lojistas.

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

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

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

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

Taxa de ocupação: ABL locada dividida pela ABL total.

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



Glossário

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

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

Vacância: ABL disponível para locação.

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

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

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

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