

# RELATÓRIO DE RESULTADOS

3T  
21



**MULTIPLAN**

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

Contato da equipe de Relações com Investidores:  
[ri@multiplan.com.br](mailto:ri@multiplan.com.br)  
+55 21 3031-5400

▶ BarraShopping comemorou seu 40º aniversário em out/21



## AVISO LEGAL

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

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

A Companhia esclarece que não divulga projeções e/ou estimativas nos termos do artigo 20 da Instrução CVM nº 480/09 e, dessa forma, tais considerações futuras não representam qualquer *guidance* ou promessa de desempenho futuro.

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

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

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

Para maiores informações, favor consultar as Demonstrações Financeiras, o Formulário de Referência e outras informações relevantes disponíveis no nosso site de Relações com Investidores [ri.multiplan.com.br](http://ri.multiplan.com.br).

## PROGRAMAS NÃO PATROCINADOS DE DEPOSITARY RECEIPTS

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

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

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

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

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

## 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 2021.

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

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

Favor consultar a página 64 para uma breve descrição das mudanças determinadas pelo Pronunciamento Contábil CPC 19 (R2), e a conciliação entre os números contábeis e gerenciais.



01. Visão Geral	5
02. Destaques	6
03. Demonst. Resultados Consolidados	10
04. ESG	12
05. Inovação Digital	16
06. Horas em Operação	21
07. Indicadores Operacionais	22
08. Receita Bruta	31
09. Resultados Partic. em Propriedades	32-39
10. Estudo de Caso	36
11. Resultados da Gestão de Portfólio	41
12. Resultados de Empreend. Imobiliários	42
13. Resultados Financeiros	48
14. CAPEX	53
15. Análise das Prop. para Investimentos	54
16. MULT3 e o Mercado de Ações	56
17. Portfólio de Ativos	58
18. Estrutura Societária	60
19. Dados Operacionais e Financeiros	62
20. Conciliação IFRS com CPC e Gerencial	66
22. Anexos	69
23. Glossário	73



**3T21**

ÍNDICE

# VISÃO GERAL

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

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

Ao final do 3T21, a Multiplan detinha – com uma participação média de 80,1% – 19 shopping centers com ABL total de 835.358 m<sup>2</sup>, dos quais 18 shopping centers são administrados pela Companhia, mais de 5.800 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 m<sup>2</sup>, que adicionados à ABL de shopping center somam uma ABL total de 885.940 m<sup>2</sup>.

## EVOLUÇÃO FINANCEIRA DE LONGO PRAZO (R\$ MILHÕES)

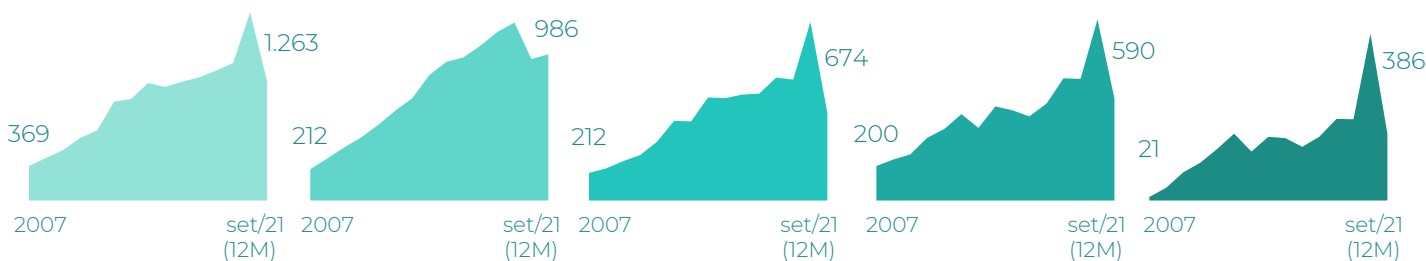
Receita Bruta

NOI

EBITDA

FFO

Lucro Líquido



R\$ Milhões	2007 (IPO) <sup>1</sup>	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	set/21 (12M)	Var. '07-'20	CAGR '07-'20
<b>Receita Bruta</b>	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	1.263,2	+441,0%	+13,9%
<b>NOI</b>	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	986,2	+349,6%	+12,3%
<b>EBITDA</b>	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	674,4	+548,9%	+15,5%
<b>FFO</b>	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	590,2	+423,0%	+13,6%
<b>Lucro Líquido</b>	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	386,3	+4.457,3%	+34,2%

<sup>1</sup> EBITDA de 2007 ajustado pelas despesas referentes ao processo de abertura de capital da Companhia.

**3T21**

ÍNDICE

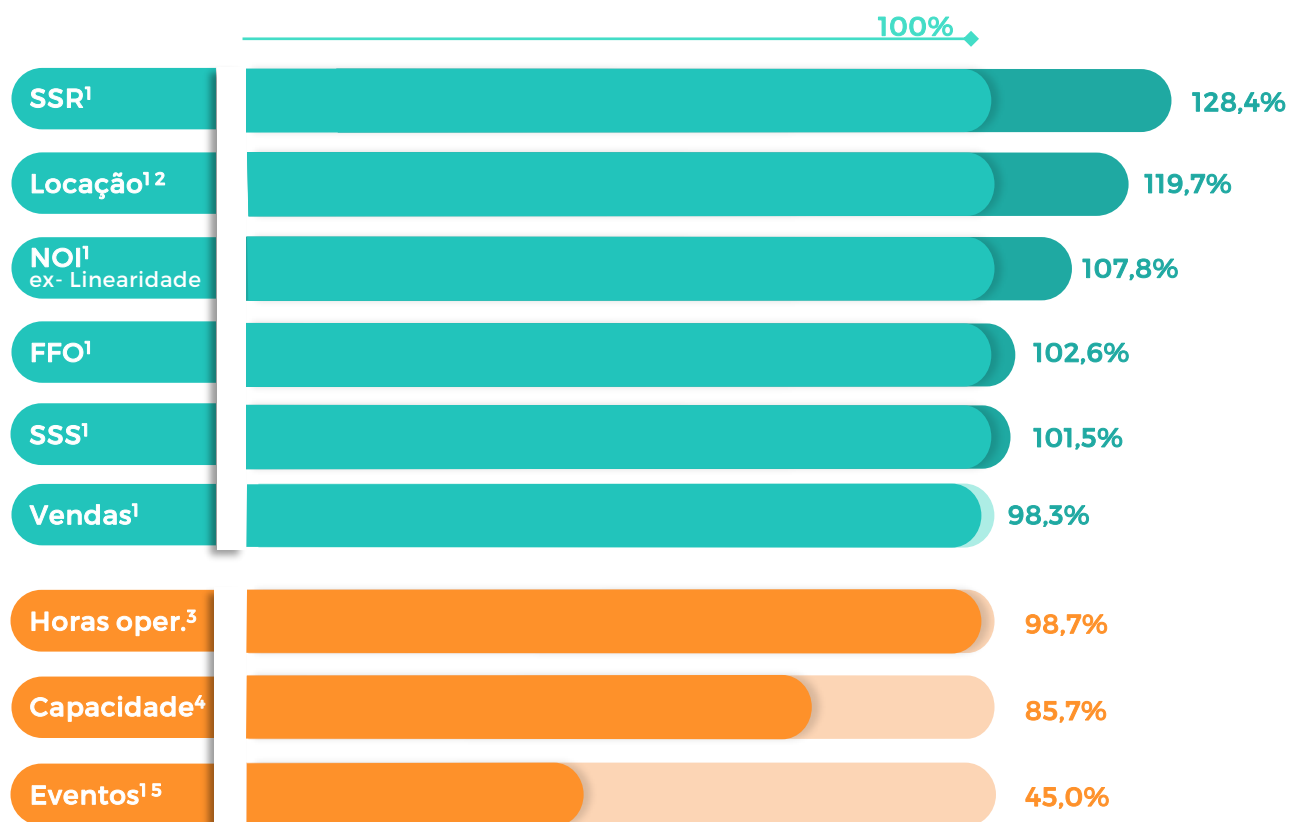
## DESTAQUES

### SSR ultrapassando os níveis de 2019...

No 3T21, a Multiplan iniciou um novo capítulo para a empresa. Desde setembro, os shoppings estão operando em 100% do período de funcionamento regular e, embora muitos protocolos e restrições de distanciamento social ainda existam, a Companhia já supera os níveis de desempenho pré-pandêmico, como o aumento de 28,4% no SSR vs 3T19 (página 33), com maior eficiência de custo com encargos comuns e criação de valor para seus lojistas.

### ...assim como nossos lojistas...

A Multiplan tem satisfação em ver que as Vendas nas Mesmas Lojas (SSS) foram 1,5% acima dos níveis de 2019 (página 27). Além disso, as vendas totais nos primeiros 25 dias de outubro de 2021 superaram as do mesmo mês de 2019 em 9,7%.



<sup>1</sup> 3T21 vs. 3T19.

<sup>2</sup> Refere-se apenas à receita de locação de shoppings (não inclui torres comerciais).

<sup>3</sup> Calculado através da divisão das horas de operação dos shopping centers pelo seu período de funcionamento regular.

<sup>4</sup> 85,7% equivale ao % das horas em operação no 3T21 limitadas pelas restrições de capacidade, em cada segmento, ponderado pela ABL.

<sup>5</sup> Número de eventos no 3T21 vs 3T19.

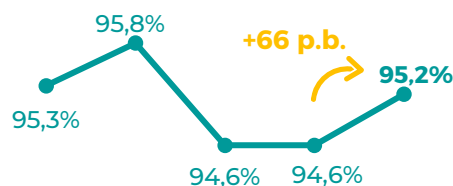
SSR (Same Store Rent) se refere ao Aluguel nas Mesmas Lojas. NOI (Net Operating Income) se refere ao Resultado Operacional Líquido e, no gráfico acima, não considera o efeito da linearidade. FFO (Funds from Operations) se refere ao Fluxo de Caixa Operacional. SSS (Same Stores Sales) se refere a Vendas nas Mesmas Lojas.

### ...expandindo estratégias...

A Multiplan teve um *turnover* recorde no trimestre (2,3%, página 28), gerando o maior aumento trimestral na taxa de ocupação desde o 3T12 (+66 p.b.) chegando a uma taxa de ocupação final de 95,2% (página 30). A Companhia viu uma forte demanda de lojistas de diferentes segmentos e uma clara evolução na estratégia dos lojistas, buscando integrar as lojas em sua estratégia omnicanal.

O Multi continua contribuindo para essa estratégia, oferecendo aos lojistas um aplicativo com mais de 1 milhão de *downloads* e com novas funcionalidades adicionadas constantemente (página 16).

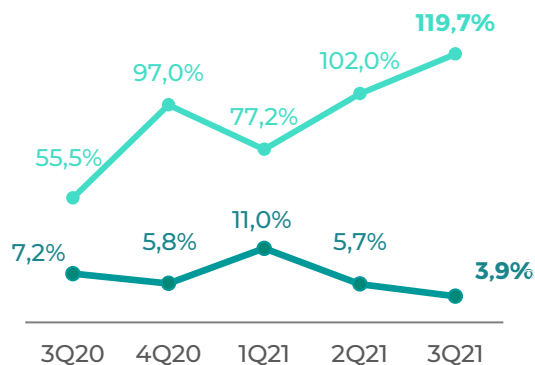
### Taxa média de ocupação dos shopping centers



3T20 4T20 1T21 2T21 3T21

O segmento de Artigos do Lar & Escritório apresentou o maior aumento de ABL no 3T21, com quase 40% locados para lojistas tipicamente *online*

### Taxa de inadimplência líquida e receita de locação



- Receita de locação de shoppings como % de 2019
- Taxa de inadimplência líquida %

### ...de forma sustentável...

A Multiplan, com sua visão de longo prazo, continua investindo em um relacionamento sustentável com o meio ambiente (página 14), com a sociedade (página 13) e com seus acionistas.

A Companhia sempre foi dedicada aos seus lojistas, que receberam apoio ao longo dos últimos trimestres e agora colhem os frutos desse esforço, resultando na menor taxa de inadimplência líquida trimestral desde o início da pandemia (3,9%, página 39).

# DESTAQUES

## ...entregando melhor do que o planejado...

A parceria com os lojistas também pode ser evidenciada no 20º shopping center da Multiplan. O ParkJacarepaguá será inaugurado no dia 18 de novembro, e já conta com mais de 95% de sua ABL locada. O shopping traz características únicas como 6.000 m<sup>2</sup> de parques verdes, uma pista de patinação no gelo de 600 m<sup>2</sup> sob uma claraboia de vidro de 500 m<sup>2</sup>. Para mais informações, [clique aqui](#) e acompanhe as mudanças que o novo projeto trouxe para a região.



Construção do ParkJacarepaguá em out-21

## ...iniciando um novo ciclo de crescimento...

ParkJacarepaguá está sendo entregue, enquanto novos projetos estão entrando no *pipeline*, como as expansões do ParkShoppingBarigüi (15.000 m<sup>2</sup>) e DiamondMall (4.400 m<sup>2</sup>) junto com Golden Lake, o maior projeto multiuso do banco de terrenos da Multiplan, com 250.000 m<sup>2</sup> de área privativa.

O Golden Lake será desenvolvido em fases, sendo que a primeira, Lake Victoria, foi lançada no dia 6 de outubro, com VGV potencial acima de R\$500 milhões (página 43). Até o dia 25 de outubro, foram vendidos 34% dos 34 mil m<sup>2</sup> de área privativa do Lake Victoria, o que equivale a um VGV de R\$162 milhões.



Projeto Golden Lake



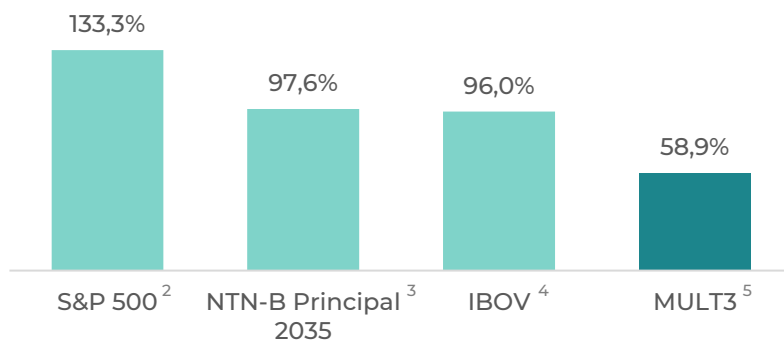
3T21

ÍNDICE

## DESTAQUES

### ...sempre com foco em agregar valor aos acionistas

Com tudo isso em mente, a Companhia tem investido em novos projetos, estratégias ESG, novos procedimentos e iniciativas de inovação digital, retornando capital aos seus acionistas. A Multiplan manteve firme sua estratégia de crescimento, investindo R\$296 milhões (9M21) e, ao mesmo tempo, distribuindo<sup>1</sup> R\$270 milhões de juros sobre capital próprio em outubro de 2021 (página 50) e recomprando 1 milhão de ações no trimestre (página 56). A Companhia dá as boas-vindas aos novos investidores pessoas físicas os quais já ultrapassam a marca de 50.000, tornando-se os maiores detentores do *free float* da Companhia em outubro.



Os números refletem os preços em 30 de setembro de 2021 vs 31 de dezembro de 2019 em moeda local

<sup>1</sup>Juros sobre Capital Próprio aprovados pelo Conselho de Administração da Companhia em dezembro de 2020, no valor total bruto de R\$270 M.

<sup>2</sup>Índice Standard & Poor's 500: 4.308 pontos em 30 de setembro de 2021 contra 3.231 pontos em 31 de dezembro de 2019.

<sup>3</sup>NTN-B Principal 2035 refere-se às Notas do Tesouro Nacional Série B: R\$1.888,4 em 30 de setembro de 2021 vs R\$1.935,5 em 31 de dezembro de 2019.

<sup>4</sup>Índice Bovespa: 110.979 pontos em 30 de setembro de 2021 vs 115.645 pontos em 31 de dezembro de 2019.

<sup>5</sup>Preço das ações da Multiplan: R\$19,03 em 30 de setembro de 2021 vs R\$32,33 em 31 de dezembro de 2019.



# DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS CONSOLIDADOS

## GERENCIAL



3T21

ÍNDICE

### RESULTADOS FINANCEIROS

(R\$'000)	3T21	3T20	Var. %	3T19	Var. %
Receita de locação	301.973	150.167	+101,1%	267.026	+13,1%
Receita de serviços	21.804	14.483	+50,5%	28.630	-23,8%
Receita de cessão de direitos	(990)	(3.559)	-72,2%	(2.785)	-64,5%
Receita de estacionamento	46.116	22.300	+106,8%	54.753	-15,8%
Venda de imóveis	2.122	814.129	-99,7%	(725)	n,d
Apropriação de receita de aluguel linear	(21.653)	64.513	n,d	11.079	n,d
Outras receitas	3.107	4.017	-22,6%	3.609	-13,9%
<b>Receita Bruta</b>	<b>352.478</b>	<b>1.066.051</b>	<b>-66,9%</b>	<b>361.588</b>	<b>-2,5%</b>
Tributos sobre receitas	(30.218)	(44.157)	-31,6%	(32.990)	-8,4%
<b>Receita Líquida</b>	<b>322.260</b>	<b>1.021.893</b>	<b>-68,5%</b>	<b>328.598</b>	<b>-1,9%</b>
Despesas de sede	(35.934)	(20.622)	+74,2%	(40.062)	-10,3%
Remuneração baseada em ações	(6.478)	(9.674)	-33,0%	(10.666)	-39,3%
Despesas de propriedades	(39.297)	(32.980)	+19,2%	(35.401)	+11,0%
Despesas de projetos para locação	(7.683)	(2.851)	+169,5%	(2.409)	+218,9%
Despesas de projetos para venda	(5.505)	(23.377)	-76,4%	(2.266)	+142,9%
Custo de imóveis vendidos	(871)	(209.848)	-99,6%	751	n,d
Resultado de equivalência patrimonial	(9.206)	(3.704)	+148,5%	(503)	1729,3%
Outras receitas (despesas) operacionais	(1.217)	(14.990)	-91,9%	(2.969)	-59,0%
<b>EBITDA</b>	<b>216.068</b>	<b>703.848</b>	<b>-69,3%</b>	<b>235.072</b>	<b>-8,1%</b>
Receitas financeiras	23.201	20.078	+15,6%	18.932	+22,5%
Despesas financeiras	(48.335)	(42.617)	+13,4%	(60.997)	-20,8%
Depreciações e amortizações	(48.013)	(58.061)	-17,3%	(57.567)	-16,6%
<b>Lucro Antes do Imposto de Renda</b>	<b>142.921</b>	<b>623.248</b>	<b>-77,1%</b>	<b>135.441</b>	<b>+5,5%</b>
Imposto de renda e contribuição social	(36.355)	(27.365)	+32,9%	(10.176)	+257,3%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(7.631)	(27.178)	-71,9%	(4.284)	+78,1%
Participação dos acionistas minoritários	470	57	+719,5%	544	-13,6%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>99.404</b>	<b>568.762</b>	<b>-82,5%</b>	<b>121.525</b>	<b>-18,2%</b>

(R\$'000)	3T21	3T20	Var. %	3T19	Var. %
<b>NOI</b>	<b>287.138</b>	<b>204.001</b>	<b>+40,8%</b>	<b>297.457</b>	<b>-3,5%</b>
Margem NOI	88,0%	86,1%	+188 p.b.	89,4%	-140 p.b.
<b>EBITDA</b>	<b>216.068</b>	<b>703.848</b>	<b>-69,3%</b>	<b>235.072</b>	<b>-8,1%</b>
Margem EBITDA	67,0%	68,9%	-183 p.b.	71,5%	-449 p.b.
<b>EBITDA Ajustado <sup>1</sup></b>	<b>222.546</b>	<b>713.522</b>	<b>-68,8%</b>	<b>245.738</b>	<b>-9,4%</b>
Margem EBITDA Ajustado <sup>1</sup>	69,1%	69,8%	-77 p.b.	74,8%	-573 p.b.
<b>Lucro Líquido</b>	<b>99.404</b>	<b>568.762</b>	<b>-82,5%</b>	<b>121.525</b>	<b>-18,2%</b>
Margem Líquida	30,8%	55,7%	-2.481 p.b.	37,0%	-614 p.b.
<b>Lucro Líquido Ajustado <sup>1</sup></b>	<b>105.882</b>	<b>578.436</b>	<b>-81,7%</b>	<b>132.191</b>	<b>-19,9%</b>
Margem Líquida Ajustada <sup>1</sup>	32,9%	56,6%	-2.375 p.b.	40,2%	-737 p.b.
<b>Fluxo de Caixa Operacional (FFO)</b>	<b>176.701</b>	<b>589.489</b>	<b>-70,0%</b>	<b>172.296</b>	<b>+2,6%</b>
Margem FFO	54,8%	57,7%	-285 p.b.	52,4%	+240 p.b.
<b>Fluxo de Caixa Operacional (FFO) Ajustado <sup>1</sup></b>	<b>183.179</b>	<b>599.163</b>	<b>-69,4%</b>	<b>182.962</b>	<b>+0,1%</b>
Margem FFO Ajustado <sup>1</sup>	56,8%	58,6%	-179 p.b.	55,7%	+116 p.b.

<sup>1</sup> Não considera a remuneração baseada em ações. Mais detalhes sobre a linha de remuneração baseada em ações estão disponíveis na página 41.

# DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS CONSOLIDADOS

## GERENCIAL



### RESULTADOS FINANCEIROS

(R\$'000)	9M21	9M20	Var. %	9M19	Var. %
Receita de locação	747.662	453.258	+65,0%	783.094	-4,5%
Receita de serviços	61.771	51.334	+20,3%	86.678	-28,7%
Receita de cessão de direitos	(2.819)	(11.294)	-75,0%	(8.895)	-68,3%
Receita de estacionamento	103.208	72.856	+41,7%	160.847	-35,8%
Venda de imóveis	4.176	813.000	-99,5%	(1.353)	n.d.
Apropriação de receita de aluguel linear	13.550	280.224	-95,2%	31.062	-56,4%
Outras receitas	7.906	7.964	-0,7%	7.832	+0,9%
<b>Receita Bruta</b>	<b>935.454</b>	<b>1.667.342</b>	<b>-43,9%</b>	<b>1.059.265</b>	<b>-11,7%</b>
Tributos sobre receitas	(71.647)	(62.435)	+14,8%	(97.942)	-26,8%
<b>Receita Líquida</b>	<b>863.807</b>	<b>1.604.907</b>	<b>-46,2%</b>	<b>961.323</b>	<b>-10,1%</b>
Despesas de sede	(112.404)	(68.248)	+64,7%	(120.409)	-6,6%
Remuneração baseada em ações	(23.532)	6.134	n.d.	(43.305)	-45,7%
Despesas de propriedades	(132.174)	(106.909)	+23,6%	(106.881)	+23,7%
Despesas de projetos para locação	(12.084)	(8.123)	+48,8%	(10.138)	+19,2%
Despesas de projetos para venda	(11.748)	(26.624)	-55,9%	(4.743)	+147,7%
Custo de imóveis vendidos	(2.779)	(210.081)	-98,7%	653	n.d.
Resultado de equivalência patrimonial	(16.705)	(8.519)	+96,1%	(690)	+2.321,2%
Outras receitas (despesas) operacionais	(26.790)	45.770	n.d.	3.860	n.d.
<b>EBITDA</b>	<b>525.590</b>	<b>1.228.308</b>	<b>-57,2%</b>	<b>679.670</b>	<b>-22,7%</b>
Receitas financeiras	60.452	55.384	+9,2%	60.201	+0,4%
Despesas financeiras	(113.364)	(124.842)	-9,2%	(176.899)	-35,9%
Depreciações e amortizações	(144.689)	(175.140)	-17,4%	(165.031)	-12,3%
<b>Lucro Antes do Imposto de Renda</b>	<b>327.990</b>	<b>983.710</b>	<b>-66,7%</b>	<b>397.943</b>	<b>-17,6%</b>
Imposto de renda e contribuição social	(65.881)	(28.355)	+132,3%	(61.189)	+7,7%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(23.060)	(138.192)	-83,3%	(9.805)	+135,2%
Participação dos acionistas minoritários	440	150	+194,0%	1.761	-75,0%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>239.489</b>	<b>817.313</b>	<b>-70,7%</b>	<b>328.710</b>	<b>-27,1%</b>

(R\$'000)	9M21	9M20	Var. %	9M19	Var. %
<b>NOI</b>	<b>732.246</b>	<b>699.429</b>	<b>+4,7%</b>	<b>868.121</b>	<b>-15,7%</b>
Margem NOI	84,7%	86,7%	-203 p.b.	89,0%	-433 p.b.
<b>EBITDA</b>	<b>525.590</b>	<b>1.228.308</b>	<b>-57,2%</b>	<b>679.670</b>	<b>-22,7%</b>
Margem EBITDA	60,8%	76,5%	-1.569 p.b.	70,7%	-986 p.b.
<b>EBITDA Ajustado <sup>1</sup></b>	<b>549.122</b>	<b>1.222.174</b>	<b>-55,1%</b>	<b>722.975</b>	<b>-24,0%</b>
Margem EBITDA Ajustado <sup>1</sup>	63,6%	76,2%	-1.258 p.b.	75,2%	-1.164 p.b.
<b>Lucro Líquido</b>	<b>239.489</b>	<b>817.313</b>	<b>-70,7%</b>	<b>328.710</b>	<b>-27,1%</b>
Margem Líquida	27,7%	50,9%	-2.320 p.b.	34,2%	-647 p.b.
<b>Lucro Líquido Ajustado <sup>1</sup></b>	<b>263.021</b>	<b>811.179</b>	<b>-67,6%</b>	<b>372.015</b>	<b>-29,3%</b>
Margem Líquida Ajustada <sup>1</sup>	30,4%	50,5%	-2.009 p.b.	38,7%	-825 p.b.
<b>Fluxo de Caixa Operacional (FFO)</b>	<b>393.688</b>	<b>850.421</b>	<b>-53,7%</b>	<b>472.483</b>	<b>-16,7%</b>
Margem FFO	45,6%	53,0%	-741 p.b.	49,1%	-357 p.b.
<b>Fluxo de Caixa Operacional (FFO) Ajustado <sup>1</sup></b>	<b>417.220</b>	<b>844.287</b>	<b>-50,6%</b>	<b>515.788</b>	<b>-19,1%</b>
Margem FFO Ajustado <sup>1</sup>	48,3%	52,6%	-431 p.b.	53,7%	-535 p.b.

<sup>1</sup> Não considera a remuneração baseada em ações. Mais detalhes sobre a linha de remuneração baseada em ações estão disponíveis na página 41.

A estratégia ESG da Multiplan visa sincronizar os benefícios da utilização de práticas sustentáveis e contribuir para o desenvolvimento das comunidades onde está presente, além de aumentar a receita, diminuir despesas operacionais e mitigar riscos.

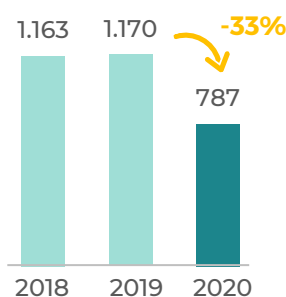
## 2020 RELATÓRIO ANUAL

Enfatizando o compromisso da Multiplan em melhorar as métricas relacionadas a ESG, a Companhia publicou recentemente o seu Relatório Anual 2020 ("Relatório"). O Relatório foi desenvolvido seguindo as metodologias de relatórios sustentáveis da Global Reporting Initiative (GRI Standards) e do Sustainability Accounting Standards Board (SASB) e seus indicadores estão correlacionados com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável ("ODS"), adotados pelas Nações Unidas.

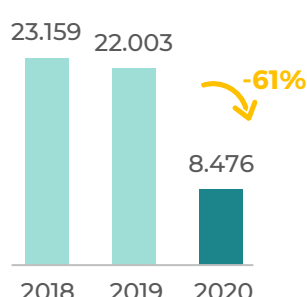
Alguns destaques do Relatório Anual de 2020 são:

- Redução de 33% do consumo de energia;
- 61% menos emissões do Escopo 3;
- Coleta seletiva implantada em todos os shoppings;
- 17 estações de carregamento de veículos elétricos disponíveis em 14 shoppings;
- Estações de tratamento de efluentes (ETS) implantadas em sete shoppings;
- Painéis solares em quatro shoppings, e;
- Dois complexos fotovoltaicos que abastecem totalmente o VillageMall e a sede da Multiplan.

### Consumo de energia (GJ)



### Emissões escopo III (tCO<sub>2</sub>/ R\$ milhões)



Além disso, o Relatório também apresenta inúmeras iniciativas implementadas pela Multiplan ao longo de 2020 para apoiar o varejo e a sociedade na mitigação dos impactos da pandemia, como a implantação de sistema de trabalho remoto para todas as atividades de trabalho da Companhia, suspensão de viagens não essenciais, estabelecimento de medidas especiais de distanciamento social e teste de sorologia e PCR para seus funcionários.

Para apoiar seus lojistas, a Multiplan criou condições especiais, reduzindo o aluguel, o fundo de promoção e os encargos condominiais em quase R\$1,3 bilhão (de 2020 até setembro de 2021).

Além disso, a Companhia firmou parceria com as prefeituras de São Paulo e do Rio de Janeiro e doou, até o início de 2021, 100 mil máscaras faciais, 40 mil testes Covid-19, além de álcool em gel, máscaras e outros materiais de limpeza.



Exemplo de protocolo de saúde e segurança no BarraShoppingSul

## Iniciativas em andamento

Muitas das iniciativas que a Multiplan havia implementado para mitigar os efeitos da pandemia no trimestre anterior foram continuadas no 3T21.

No trimestre, foram realizadas novamente as campanhas de vacinação contra a Covid-19 no ShoppingVilaOlímpia, ShoppingAnáliaFranco, RibeirãoShopping, ParkShoppingSãoCaetano e BarraShoppingSul. As campanhas de doação de sangue seguiram nos shoppings da Multiplan na cidade do Rio de Janeiro. Replicando a tendência iniciada em Porto Alegre, diversos shoppings realizaram campanhas de doação de agasalhos, resultando em 14 pontos de coletas em parcerias com diversas entidades locais.



Vacinação no RibeirãoShopping

## INICIATIVAS SOCIAIS

### • Programa Abrace uma Escola

A Multiplan deu início às obras de reforma da Escola Municipal Marechal Canrobert Pereira Costa, em Jacarepaguá, próximo ao mais recente empreendimento da Companhia, o ParkJacarepaguá, a ser inaugurado em novembro.

A iniciativa faz parte do programa “Abrace uma Escola” da Secretaria de Educação do Rio de Janeiro. Além das obras de melhoria da infraestrutura, a Multiplan também promoverá um projeto de educação ambiental, que beneficiará mais de 160 crianças da região.

### • Campanhas de doação para crianças

O dia das crianças é comemorado no dia 12 de outubro, e com isso em mente, o DiamondMall realizou uma campanha de arrecadação de brinquedos, com o objetivo de atender crianças em situação de vulnerabilidade social. Paralelamente, o ParkShopping Canoas realizou uma campanha de doações para arrecadação de fraldas descartáveis e leite em parceria com a organização social Transformar RS.

### • Feiras de adoção de animais de estimação

O ParkShopping e o PátioSavassi realizaram feiras de adoção de animais de estimação em parceria com entidades locais. A feira realizada no ParkShopping resultou na adoção de 61 pets no trimestre. A feira continuará até novembro.

### • Campanha contra a violência doméstica

Pelo segundo ano consecutivo desde o início da campanha do Sinal Vermelho, a Multiplan firmou parceria com o Conselho Nacional de Justiça (CNJ) e a Associação dos Magistrados do Brasil, divulgando em todos os shoppings da empresa a iniciativa de erradicação da violência doméstica.



Feira de adoção de animais de estimação no Pátio Savassi

## INICIATIVAS AMBIENTAIS

- **Golden Lake: certificação EDGE**

A Multiplan sempre busca integrar sustentabilidade e tecnologia em todas as fases de desenvolvimento de seus projetos. Assim, o Lake Victoria, a 1ª fase do projeto Golden Lake recentemente lançado, está atualmente em processo de obtenção da certificação EDGE (Excellence in Design for Greater Efficiencies), concedida pela International Finance Corporation. Este certificado foca nos três aspectos que mais impactam o processo de construção civil: gestão de energia, gestão de água e emprego de materiais sustentáveis. Para obter mais informações, consulte a página 45.

- **Manutenção 4.0 - Gestão de água gelada**

O conceito de Manutenção 4.0 integra monitoramento em tempo real às operações, melhorando a manutenção preditiva e tornando o processo de tomada de decisão mais assertivo. A Multiplan está atualmente fazendo um piloto no MorumbiShopping onde foram implantadas soluções de automação, inteligência artificial e *Internet of Things* (IoT) para o gerenciamento de água gelada do sistema de climatização, reduzindo mão de obra e custos e, por fim, levando a um consumo de energia 33,0% menor durante o piloto.



## INICIATIVAS DE GOVERNANÇA

- **Criptografia de ponta-a-ponta**

Com o objetivo de aprimorar ainda mais o nível de segurança dentro da empresa, a Multiplan implementou criptografia de ponta-a-ponta automática em todas as estações de trabalho. Esta iniciativa visa prevenir o acesso não autorizado aos arquivos da empresa, mesmo se um dispositivo for roubado ou perdido/extraviado. A segurança cibernética é muito importante para a Multiplan, por isso, a Companhia treina constantemente seus colaboradores para evitar riscos e violações de segurança.

- **Plano de resposta de segurança de dados**

A busca por excelência da Multiplan é aparente em todas as etapas de seus processos e operações. Portanto, a Companhia desenvolveu um plano de resposta rápida para lidar com possíveis violações de dados. O protocolo é supervisionado pelo Comitê de Resposta a Incidentes, liderado pelo Vice-Presidente Executivo Institucional e de *Compliance* da Multiplan, o qual avaliará se e como ocorreu uma violação, quais áreas foram afetadas, qual é o procedimento legal de acordo com a nova Lei Geral de Proteção de Dados e como resolver o problema e evitar recorrência.



## O superaplicativo Multi e a estratégia digital da Multiplan

O Multi é a primeira etapa no mapa de desenvolvimento digital da Multiplan voltado aos clientes. Na forma de um aplicativo para celular, ele é o canal que garante à Multiplan comunicação direta com seus consumidores.

O que diferencia o Multi de outros superaplicativos é que ele tem como foco o público que conhece e frequenta o shopping e reúne um conjunto de funcionalidades relevantes para atender a esses clientes. Para a Companhia, o foco tanto no seu consumidor atual quanto no público potencial é a chave para otimizar recursos e potencializar impacto positivo.

Este ano, o Multi ultrapassou a marca de 1 milhão de *downloads* e alcançou quase a nota máxima nas lojas de aplicativo Android e iOS, contabilizando milhares de avaliações, destacando sua relevância e qualidade.

O Multi, rigorosamente em conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), obtém dados de interesse dos clientes e os combina a dados de outras fontes, para alimentar sua plataforma de personalização e recomendação, a OmniMIND. O Multi também serve de canal para que as recomendações de ofertas, eventos e outras facilidades dos shoppings sejam apresentadas aos clientes.

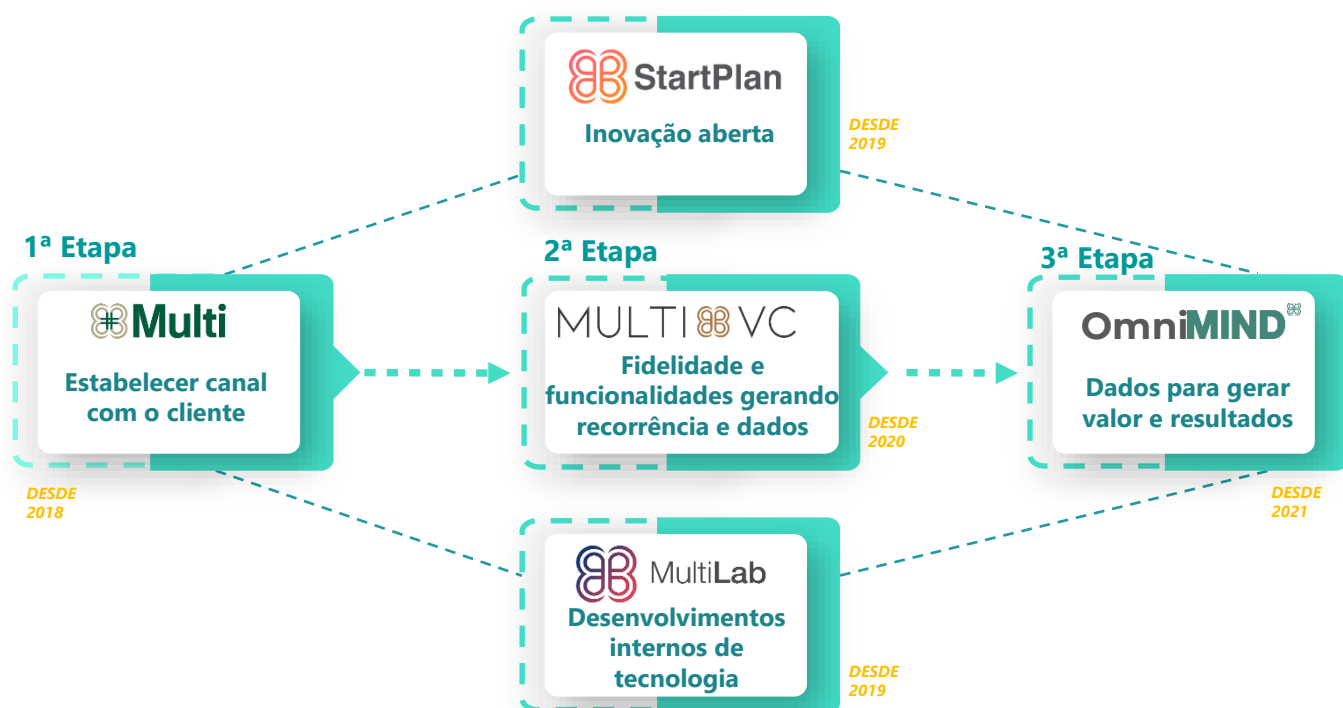


Illustration 1: Multiplan's Digital Strategy Map

### Como o OmniMIND impacta o cliente certo, com a oferta certa?

O OmniMIND é uma ferramenta única ao conseguir casar dados de comportamento *online* e *offline* do cliente para oferecer recomendação individualizada de produtos, lojas e cupons nos shoppings.

A partir de dados do histórico de navegação da ferramenta, - cupons ativados, idade e gênero, shopping de preferência e localização do cliente durante a utilização do Multi - o OmniMIND combina informações proprietárias com outras fontes de dados, e sugere, na “vitrine de cupons” do Multi, as ofertas mais relevantes para o cliente.

Tal funcionalidade se baseia na utilização de um algoritmo de inteligência artificial desenvolvido pela equipe de *data science* da Multiplan que produz recomendações de cupons dentre uma base de mais de 200 ofertas disponíveis atualmente, distribuídas pelas categorias lazer, gastronomia, moda, cosméticos e serviços.

Com a introdução da “vitrine de cupons” personalizada na tela inicial do *superapp* Multi, houve um aumento na visualização dos cupons de 50%. A taxa de aumento de cliques nos cupons dobrou em suas primeiras semanas.

O motor de recomendação OmniMIND, primeiro a ser disponibilizado em um app de shopping center no Brasil, é capaz de produzir milhares de recomendações por mês, para a base dos usuários do Multi. Nesta fase, o modelo otimiza a recomendação a partir da busca em 60 mil alternativas de cupons possíveis para o cliente, de acordo com gênero, interesses pessoais e shopping mais visitado (Ilustração 2).

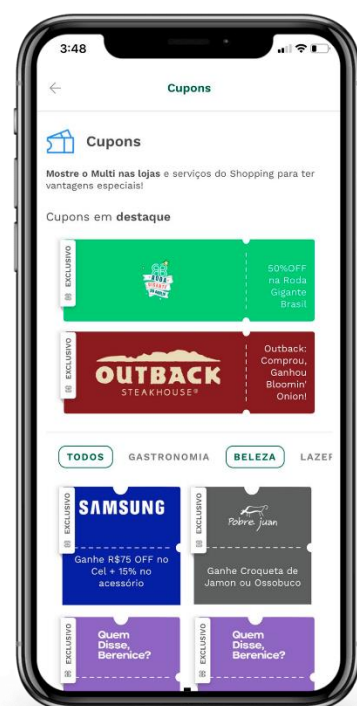


Ilustração 2: Diagrama de recomendação de cupons

# INOVAÇÃO DIGITAL

## OMNIMIND

A ilustração 3 detalha como a “vitrine” é exibida na tela principal do Multi.

A ilustração 4 traz o esquema de construção do motor de recomendação do OmniMIND, com os pontos de dados utilizados, algoritmos utilizados, metodologia de modelagem e pontos de interação com o superapp Multi.

Com a inclusão dos cupons personalizados no Multi, o OmniMIND passa a impactar os clientes também dentro do aplicativo e não somente através de mensagens *push*, SMS ou e-mails. Desta maneira, quando o cliente entra no app para pagamento de estacionamento ou para troca de notas fiscais em promoções, também geralmente dentro do shopping, é gerado um potencial de aumento de vendas ao exibir cupons de desconto relevantes durante a visita.

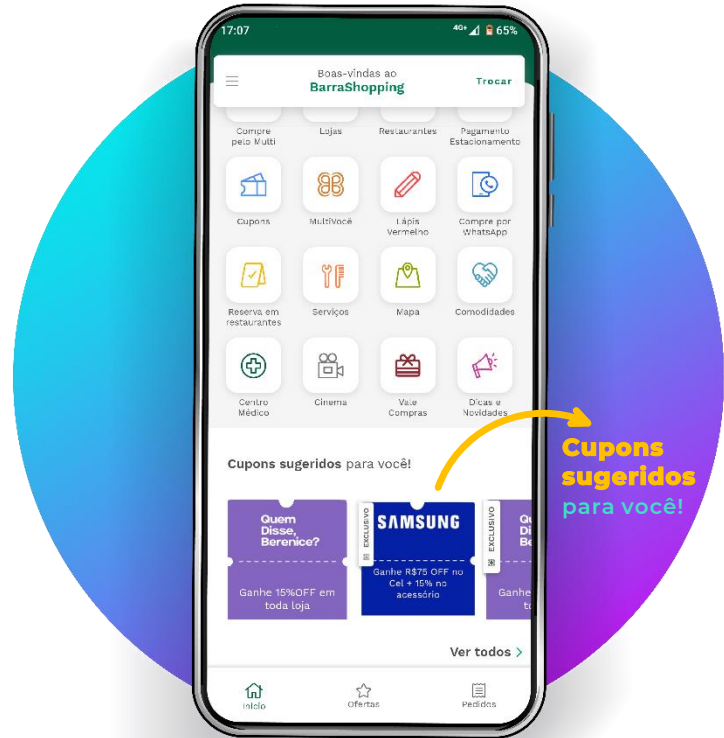


Ilustração 3: Destaque da vitrine customizada com recomendação personalizada de cupons

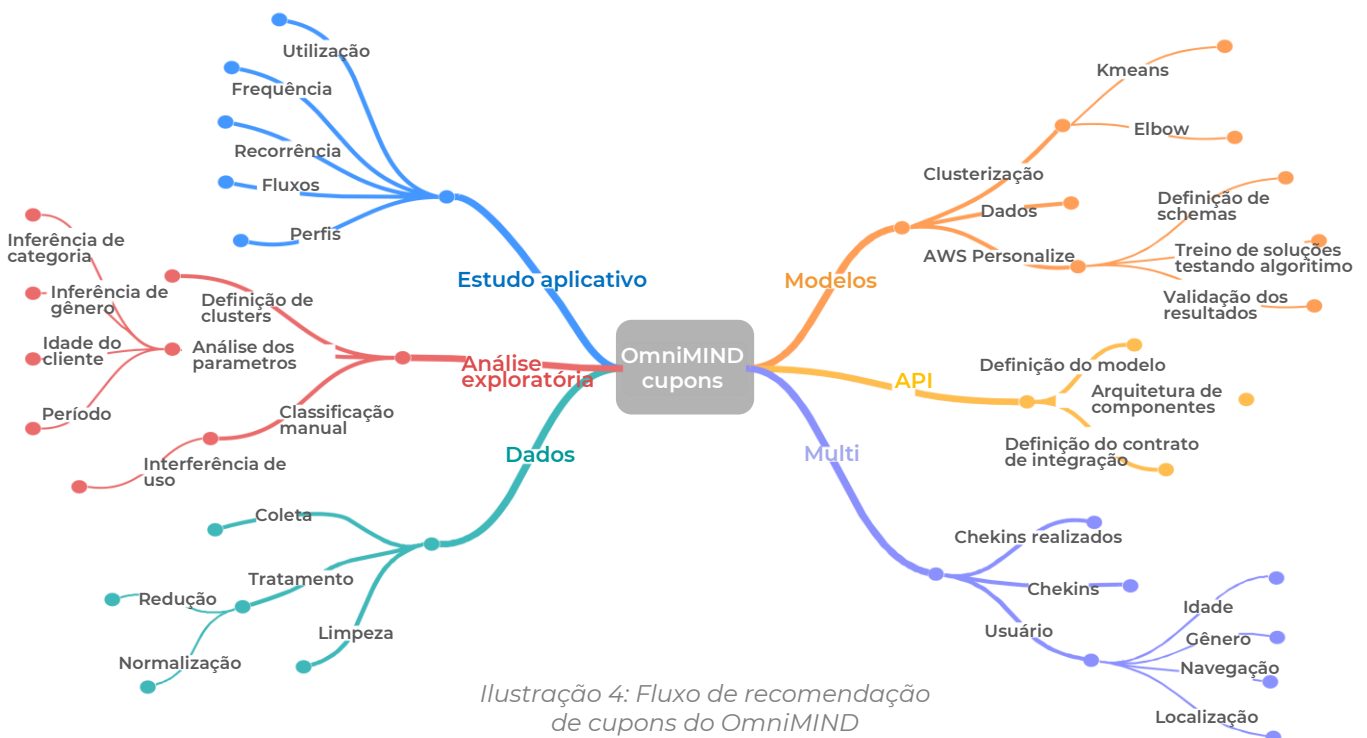


Ilustração 4: Fluxo de recomendação de cupons do OmniMIND

## Estratégia de Cupons Gerando Tráfego nos Shoppings

A estratégia de captação e veiculação de cupons de lojas físicas tem se provado uma avenida de retenção de clientes no aplicativo Multi e de aumento de tráfego e receita para os lojistas da Multiplan.

Após pilotos no final do segundo trimestre de 2021, a oferta foi estendida para outros locatários e lojistas, como lojas de eletrônicos, cinemas e lojas de cosméticos, os quais se beneficiam do fluxo gerado pelo aplicativo e renovam suas campanhas com o Multi.

Como resultado, ao longo do terceiro trimestre de 2021, 340 promoções diferentes foram oferecidas aos clientes de nossos shoppings, totalizando dezenas de milhares de cupons e visitas aos shoppings.

Esta tese se provou e, além de atender a demanda de lojistas para ações de parceria no Multi, a Companhia pretende continuar investindo em seu algoritmo OmniMIND de personalização omnicanal.

## Chatbot Zeca com versão para Apple Messages for Business

O *chatbot* de atendimento da Multiplan recebeu nome e rosto neste trimestre - Zeca.

O *chatbot* da Companhia é um assistente virtual que utiliza inteligência artificial para interações via *chat* com clientes. Ele foi treinado por uma equipe interna da Multiplan e entende as mensagens dos clientes, respondendo com a informação relevante, com a agilidade e disponibilidade de um robô. Batizado como 'Zeca' na interface com o cliente final, o *chatbot* está presente nos sites de todos os shoppings da Multiplan e, também está disponível via WhatsApp em três shoppings: ParkShoppingCampoGrande, Shopping Anália Franco e MorumbiShopping.

No 3T21, 180 mil mensagens foram trocadas com clientes através destes canais.

Adicionalmente, o uso dessa plataforma pode ser um potencial gerador de receita e de leads para outras operações, como lojas, cinemas e o próprio aplicativo Multi.

Também ao longo deste trimestre, ainda em uma primeira fase de testes, foram cerca de 8 mil redirecionamentos para o telefone ou WhatsApp de lojistas para geração de vendas e 4 mil compras de ingressos de cinema, além de milhares de *downloads* do Multi.

A Multiplan foi recentemente selecionada pela Apple como o primeiro grupo de shopping centers na América Latina a ter um *chatbot* disponível no seu serviço de mensageria, que conecta marcas e negócios com seus clientes, chamado Apple Messages for Business. É uma ferramenta toda integrada com os dispositivos da empresa com respostas instantâneas, disponível 24 horas por dia. O VillageMall já oferece este canal com grande sucesso, o qual deverá ser estendido para o resto do portfólio da Companhia.



O **assistente virtual da Multiplan**, especialista em shopping *online* 24h por dia



**Presente em todas os 18** shoppings gerenciados pela Multiplan



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



Em 2 anos, já conversou com **+160.000 usuários**, recebendo **+600.000 mensagens**



### Campanha do Multi

A Multiplan estreou, em setembro, a sua primeira campanha publicitária completa e integrada para promover o superapp Multi em conjunto com seus shoppings. As peças apresentam o aplicativo criado em 2019 como “um shopping inteiro onde o cliente estiver”. Mais de 20 filmes estão sendo veiculados nas redes sociais e nos canais de mídia dos 18 shoppings administrados pela Multiplan, além de outros canais digitais. A campanha foi desenvolvida com objetivo de apresentar as diversas funcionalidades que o Multi oferece para atender a jornada do cliente, dois anos após seu lançamento.

Os vídeos abordam todas as comodidades oferecidas pelo aplicativo em um conceito de “antes e depois”, com novas formas de aproveitar os serviços dos shoppings, integrando a facilidade do digital com a experiência do físico.

O foco da Companhia é conhecer cada vez mais as preferências de seus clientes para atender toda a sua jornada, antes, durante e depois das visitas aos nossos shoppings. A Multiplan irá integrar cada vez mais funcionalidades para oferecer conveniência e uma experiência mais completa e personalizada em seus empreendimentos. O Multi também leva os shoppings até os consumidores, oferecendo soluções para aqueles que não podem ou não querem sair de casa. O *superapp* é o caminho para a omnicanalidade para atender a todos, quando e onde precisarem da Multiplan.

A campanha pode ser vista nas redes sociais do Multi, da Multiplan, do Lápis Vermelho e dos shoppings, além de ser veiculada nos empreendimentos da Companhia. Uma amostra da campanha pode ser encontrada clicando no *link* abaixo.

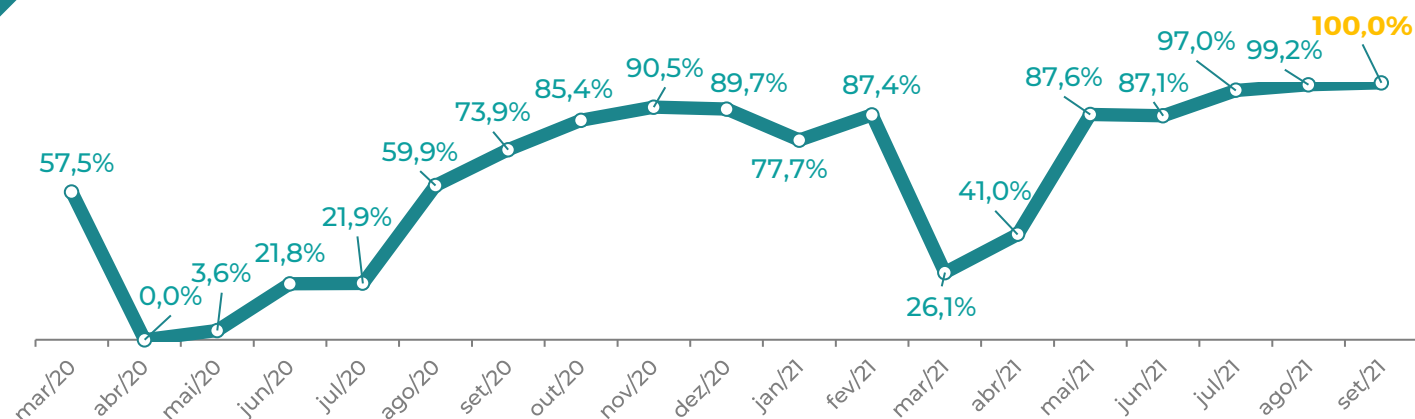


Clique aqui



## HORAS EM OPERAÇÃO

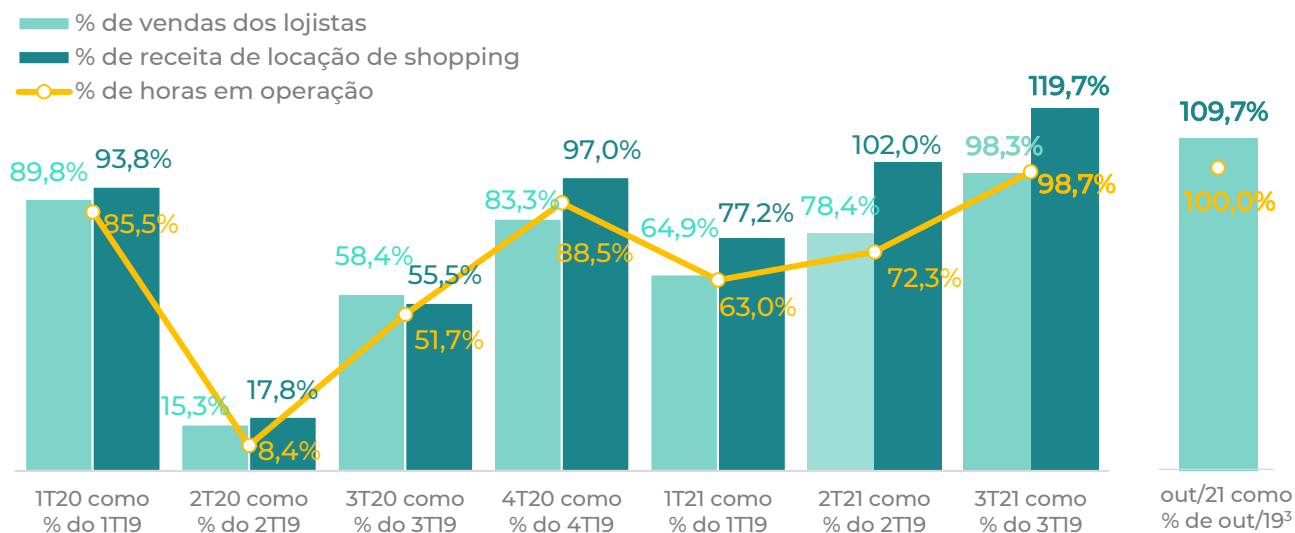
### Horas mensais em operação<sup>1</sup>



O terceiro trimestre confirmou a tendência positiva após as reaberturas, com menos protocolos de distanciamento social, o que permitiu que os shoppings da Companhia operassem por períodos mais longos (98,7% do horário normal no 3T21). No entanto, as restrições de capacidade e fluxo de pessoas ainda estavam em vigor em muitas cidades, levando a um horário de operação ajustado pela capacidade de 85,7%<sup>2</sup> no trimestre, com a receita de locação de shoppings representando 119,7% dos níveis do 3T19.

Setembro foi o primeiro mês operando com 100% do horário regular desde fevereiro de 2020, e outubro deve ser o primeiro mês a ter vendas totais superiores a 2019, com base no crescimento de 9,7% registrado nos primeiros 25 dias do mês em comparação com o mesmo período em 2019.

### Horas em operação<sup>1</sup>, vendas de lojistas e receita de locação de shoppings trimestral



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

<sup>2</sup> Horário de funcionamento ajustado por limites de capacidade e/ou restrições de distanciamento social de cada segmento, ponderados pela ABL.

<sup>3</sup> Primeiros 25 dias de outubro de 2021 em comparação com o mesmo período de 2019.

# INDICADORES OPERACIONAIS

## VENDAS

### VENDAS DOS LOJISTAS

**Vendas trimestrais quase 100% dos níveis de 2019**

Os lojistas dos shoppings centers da Multiplan registraram vendas de R\$3,7 bilhões no 3T21, equivalente a 98,3% no 3T19 e 168,3% no 3T20.

Os shoppings operaram por 98,7% do seu horário regular no 3T21, uma vez que as restrições de horário relacionados a Covid-19 foram atenuadas durante o trimestre. Em setembro, todos os 19 shopping centers da Companhia operaram em tempo integral e a correlação entre as horas em operação e as vendas mostrou-se forte novamente.

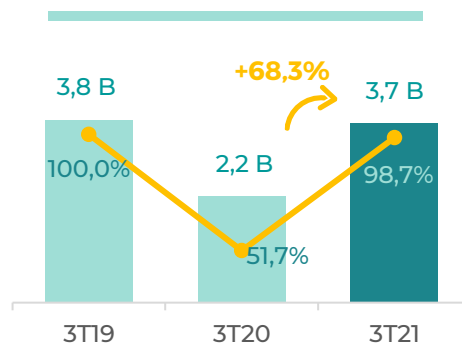
Vale destacar também a melhora no fluxo de visitantes e no tempo de permanência no shopping no 3T21, próximo ao tempo médio de permanência verificado em 2019, ainda que respeitando medidas de distanciamento social.

As vendas e o fluxo de veículos foram impactados positivamente e, embora o número de eventos realizados no 3T21 tenha sido 55% menor do que no 3T19, o fluxo de veículos no 3T21 já atingiu 80,4% dos níveis do 3T19. Esses números podem melhorar ainda mais quando as restrições de capacidade e eventos forem totalmente eliminadas.

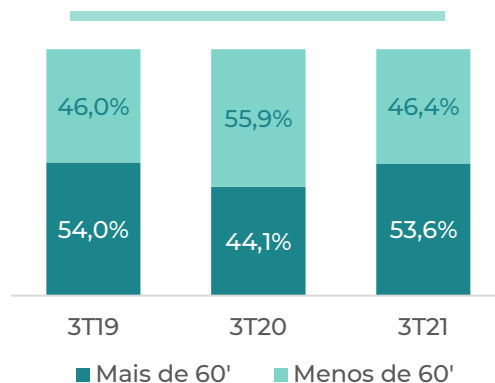
É importante ressaltar que os eventos realizados em 2021 estiveram relacionados, principalmente, a campanhas de iniciativas sociais, como doação de alimentos, roupas e de sangue, entre outros.

**Nos primeiros 25 dias de outubro, as vendas superaram 2019 em 9,7%**

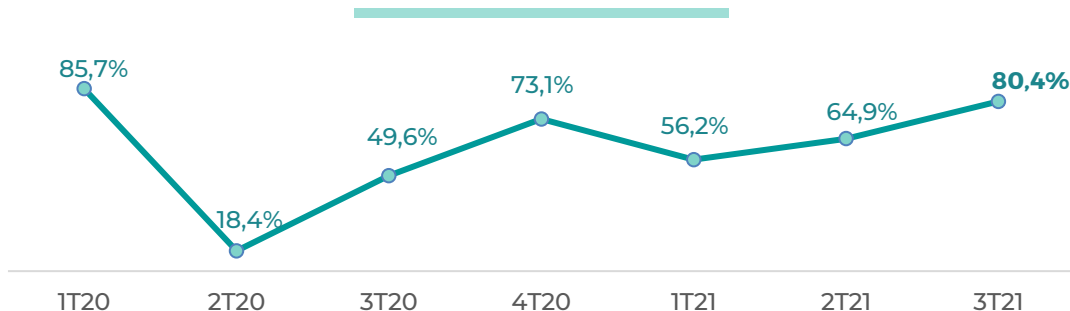
### Vendas dos lojistas (R\$) e horas de operação<sup>1</sup> %



### Tempo médio de permanência



### Fluxo de veículos (2021 e 2020 como % de 2019)



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

# INDICADORES OPERACIONAIS

## VENDAS

### Oito shoppings superando os níveis de 2019

Oito shopping centers superaram os níveis de vendas de 2019, atingindo R\$2,1 bilhões (6,3% sobre os níveis do 3T19).

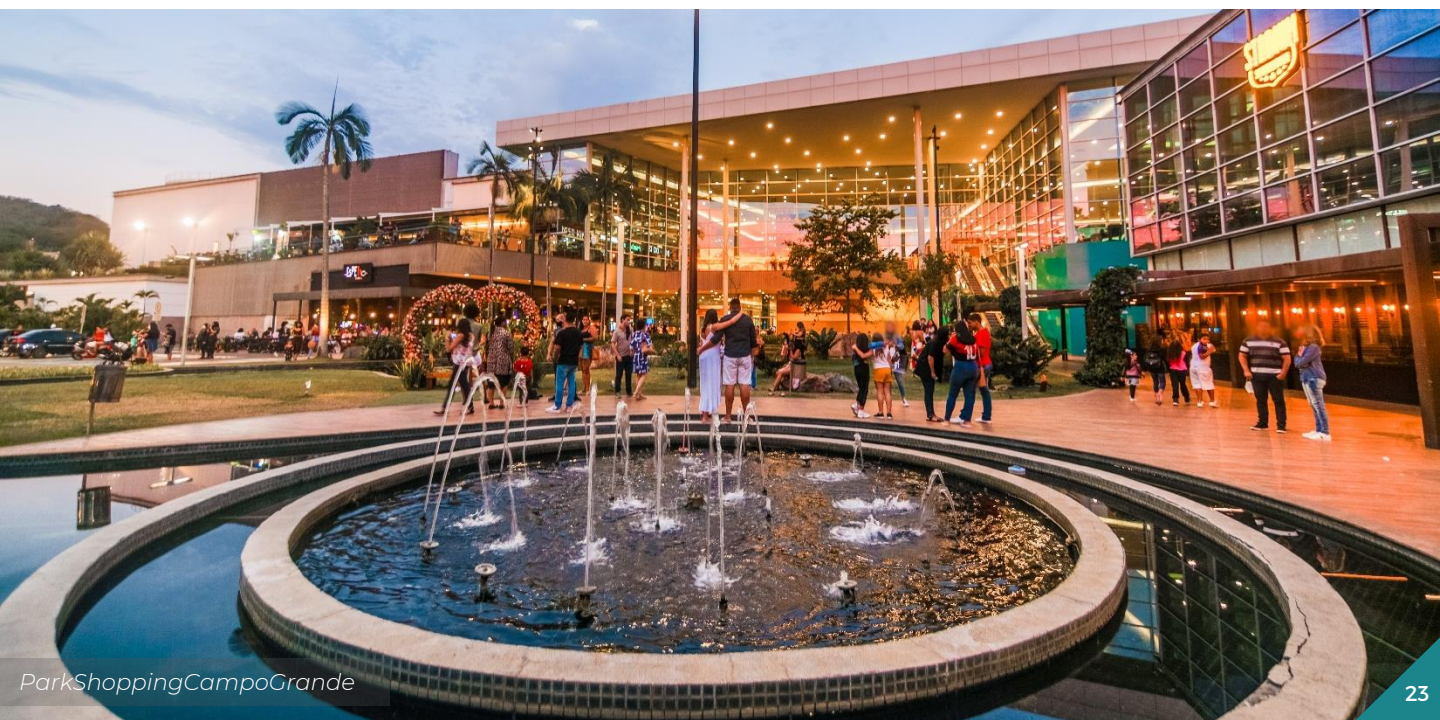
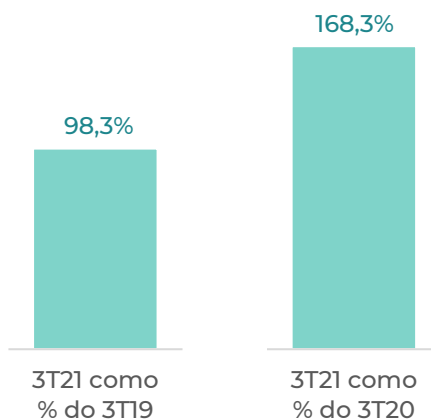
O VillageMall, beneficiado por suas lojas de artigos de luxo, apresentou o maior crescimento percentual em relação ao 3T19 (+26,3%), atingindo a marca trimestral de R\$179,4 milhões. Quando comparadas ao 3T20, suas vendas aumentaram 70,1%.

O Parque Shopping Maceió registrou vendas de R\$126,1 milhões, um aumento de 57,1% em relação ao 3T20, beneficiado pela forte recuperação da taxa de ocupação. O shopping também superou os níveis de 2019, apresentando um crescimento de 22,4% em relação ao 3T19.

O BarraShopping, também beneficiado pelo aumento da taxa de ocupação no trimestre, se destacou, apresentando R\$583,1 milhões em vendas (3,3% sobre o 3T19 e 28,9% sobre o 3T20).

ParkShoppingBarigüi, ParkShopping Canoas, BHShopping, ParkShoppingSãoCaetano e ParkShopping apresentaram crescimento de 9,4%, 4,8%, 2,7%, 1,9% e 1,0% em relação ao 3T19, respectivamente.

### Vendas dos lojistas (%)



# INDICADORES OPERACIONAIS

## VENDAS

Venda de lojistas (100%)	% de horas em operação <sup>1</sup>	3T21	3T20	Var. % (21 vs. 20)	3T19	Var. % (21 vs. 19)
BH Shopping	95,4%	304,7 M	110,2 M	+176,4%	296,6 M	+2,7%
RibeirãoShopping	99,3%	204,0 M	84,2 M	+142,3%	206,8 M	-1,3%
BarraShopping	100,0%	583,1 M	452,5 M	+28,9%	564,3 M	+3,3%
MorumbiShopping	99,3%	425,0 M	243,6 M	+74,5%	444,5 M	-4,4%
ParkShopping	100,0%	296,4 M	206,8 M	+43,3%	293,4 M	+1,0%
DiamondMall	95,4%	128,4 M	66,5 M	+93,2%	144,3 M	-11,0%
New York City Center	100,0%	32,0 M	21,6 M	+48,0%	48,1 M	-33,5%
ShoppingAnáliaFranco	99,3%	279,0 M	182,8 M	+52,6%	282,5 M	-1,2%
ParkShoppingBarigüi	98,9%	271,8 M	145,2 M	+87,2%	248,5 M	+9,4%
Pátio Savassi	95,4%	103,1 M	45,1 M	+128,4%	124,6 M	-17,3%
ShoppingSantaÚrsula	99,3%	25,6 M	14,4 M	+78,2%	45,6 M	-43,9%
BarraShoppingSul	100,0%	161,5 M	55,9 M	+188,6%	168,4 M	-4,1%
ShoppingVilaOlímpia	99,3%	61,8 M	41,0 M	+50,8%	123,3 M	-49,9%
ParkShoppingSãoCaetano	100,0%	166,6 M	106,0 M	+57,1%	163,5 M	+1,9%
JundiaíShopping	100,0%	124,6 M	66,3 M	+87,8%	137,8 M	-9,6%
ParkShoppingCampoGrande	100,0%	138,3 M	123,6 M	+12,0%	143,4 M	-3,5%
VillageMall	100,0%	179,4 M	105,4 M	+70,1%	142,0 M	+26,3%
Parque Shopping Maceió	94,0%	126,1 M	80,3 M	+57,1%	103,1 M	+22,4%
ParkShopping Canoas	100,0%	129,5 M	71,7 M	+80,7%	123,5 M	+4,8%
<b>Total</b>	<b>98,7%</b>	<b>3.740,8 M</b>	<b>2.223,1 M</b>	<b>+68,3%</b>	<b>3.804,2 M</b>	<b>-1,7%</b>

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





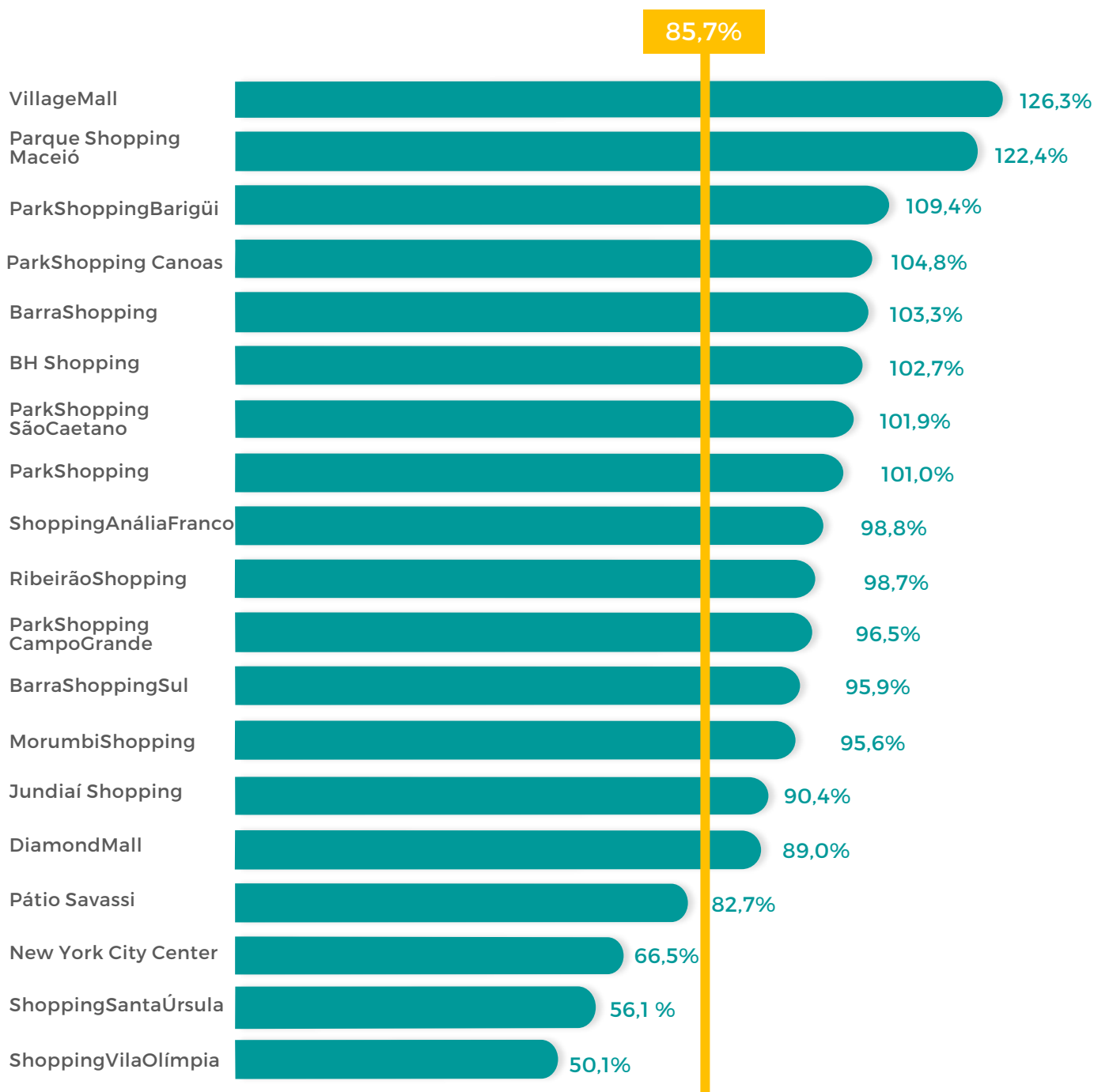
3T21

ÍNDICE

# INDICADORES OPERACIONAIS

VENDAS

Vendas dos lojistas em quase todos os shoppings ultrapassaram restrições de capacidade no 3T21



85,7% equivale ao % das horas em operação no 3T21 limitadas pelas restrições de capacidade, em cada segmento, ponderado pela ABL.

Vendas dos lojistas do 3T21 em relação ao 3T19.

# INDICADORES OPERACIONAIS

## VENDAS

Venda de lojistas (100%)	9M21	9M20	Var. % (21 vs. 20)	9M19	Var. % (21 vs. 19)
BH Shopping	649,4 M	363,1 M	+78,9%	854,3 M	-24,0%
RibeirãoShopping	442,9 M	274,2 M	+61,5%	609,1 M	-27,3%
BarraShopping	1.536,4 M	998,9 M	+53,8%	1.624,1 M	-5,4%
MorumbiShopping	981,5 M	661,0 M	+48,5%	1.319,6 M	-25,6%
ParkShopping	732,3 M	520,3 M	+40,7%	849,2 M	-13,8%
DiamondMall	294,3 M	214,6 M	+37,1%	419,6 M	-29,9%
New York City Center	82,5 M	67,6 M	+22,0%	151,4 M	-45,5%
ShoppingAnáliaFranco	668,4 M	445,8 M	+49,9%	836,0 M	-20,0%
ParkShoppingBarigüi	638,2 M	415,6 M	+53,6%	732,2 M	-12,8%
Pátio Savassi	229,2 M	157,3 M	+45,7%	358,8 M	-36,1%
ShoppingSantaÚrsula	60,6 M	48,4 M	+25,2%	137,6 M	-55,9%
BarraShoppingSul	387,6 M	219,6 M	+76,5%	498,0 M	-22,2%
ShoppingVilaOlímpia	144,9 M	149,6 M	-3,2%	370,0 M	-60,8%
ParkShoppingSãoCaetano	400,5 M	263,8 M	+51,8%	481,6 M	-16,8%
JundiaíShopping	295,9 M	196,4 M	+50,7%	402,2 M	-26,4%
ParkShoppingCampoGrande	373,1 M	278,8 M	+33,8%	426,2 M	-12,5%
VillageMall	454,0 M	244,5 M	+85,6%	417,0 M	+8,9%
Parque Shopping Maceió	312,1 M	192,2 M	+62,4%	303,7 M	+2,8%
ParkShopping Canoas	337,4 M	243,5 M	+38,6%	351,2 M	-3,9%
<b>Total</b>	<b>9.021,0 M</b>	<b>5.955,1 M</b>	<b>+51,5%</b>	<b>11.142,0 M</b>	<b>-19,0%</b>

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



# INDICADORES OPERACIONAIS

## VENDAS NAS MESMAS LOJAS (SSS)

### VENDAS NAS MESMAS LOJAS (SSS)

#### Superando as vendas de 2019

As Vendas nas Mesmas Lojas (SSS) cresceram 72,7% em relação ao 3T20, com destaque para o expressivo aumento nos segmentos de Alimentação/Áreas Gourmet, Vestuário e Serviços. O crescimento de Vestuário de 97,4% vs 3T20 foi impulsionado por calçados masculinos (+169,3%) e vestuário masculino (+165,8%).

Em relação ao 3T19, o SSS aumentou 1,5%. O segmento de Vestuário apresentou o maior aumento no SSS (+14,4%), principalmente devido ao aumento das vendas em atividades como Acessórios (+59,6%) e Moda Praia (+58,7%). O segmento de Artigos Diversos também superou os níveis de 2019 (+8,1%).

Apesar da queda de 26,1% e 15,6% nos segmentos de Serviços e Artigos do Lar & Escritório, respectivamente, os quais anteriormente apresentaram forte crescimento em 2019 e nos anos anteriores, seus números estão melhorando em relação ao trimestre anterior (2T21 vs 2T19).

Os segmentos de Serviços e Alimentação/Áreas Gourmet são os mais ligados a experiência, sendo os mais afetados por medidas de distanciamento social (restrições quanto ao horário de funcionamento dos shoppings e capacidade de pessoas nas lojas e restaurantes).

Aplicando essas restrições aos números de 2019, o SSS teria aumentado 7,7% em relação ao 3T19 e os segmentos Alimentação/Áreas Gourmet e Serviços teriam apresentado crescimentos de +19,6% e +13,7%, respectivamente.

Vendas nas mesmas lojas	3T21 x 3T20		
	Âncora	Satélite	Total
Alimentação/Áreas Gourmet	-	+122,8%	+122,8%
Vestuário	+87,9%	+102,2%	+97,4%
Artigos do Lar & Escritório	-1,0%	+24,2%	+16,9%
Artigos Diversos	+32,1%	+58,0%	+49,1%
Serviços	+473,0%	+45,2%	+66,7%
<b>Total</b>	<b>+59,9%</b>	<b>+77,3%</b>	<b>+72,7%</b>

Vendas nas mesmas lojas	3T21 x 3T19		
	Âncora	Satélite	Total
Alimentação/Áreas Gourmet	-	-2,2%	-2,2%
Vestuário	+11,4%	+15,9%	+14,4%
Artigos do Lar & Escritório	-32,3%	-7,9%	-15,6%
Artigos Diversos	+19,0%	+3,7%	+8,1%
Serviços	-50,3%	-17,8%	-26,1%
<b>Total</b>	<b>-0,5%</b>	<b>+2,2%</b>	<b>+1,5%</b>





3T21

ÍNDICE

# INDICADORES OPERACIONAIS

## TURNOVER (TROCA DE LOJAS)

### TURNOVER (TROCA DE LOJAS)

Maior *turnover* histórico com aumento de lojistas tipicamente *online*

A Multiplan reportou um *turnover* de 2,3% da ABL total administrada<sup>1</sup> no 3T21, ou 18.171 m<sup>2</sup>, resultando em um aumento de 66 p.b. da taxa de ocupação no trimestre, a maior recuperação desde o 3T12, reforçando o poder do portfólio da Multiplan e a demanda dos lojistas por seus shoppings.

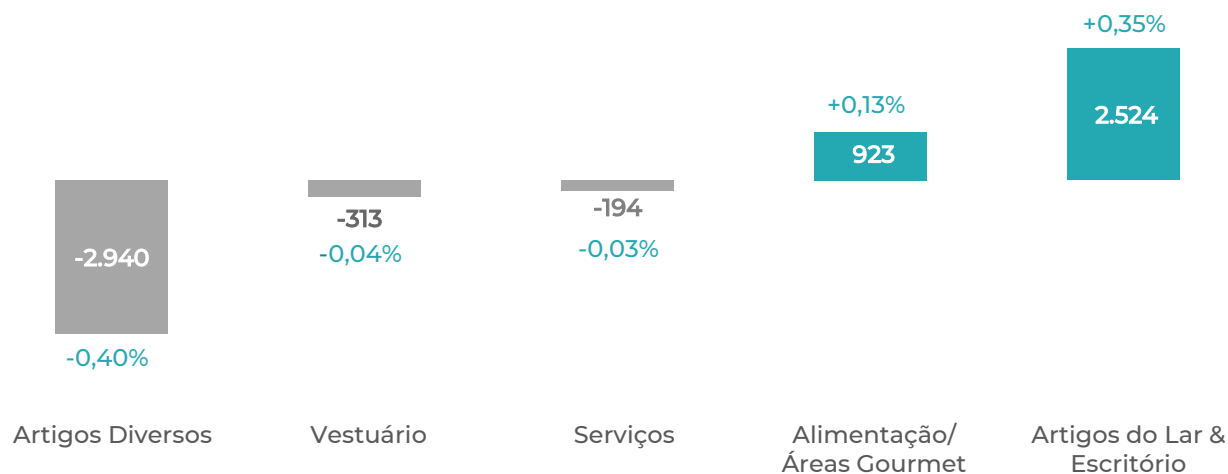
Quase todas as lojas locadas (130 de 132) no trimestre foram lojas satélites (86,1% da ABL do *turnover*).

Os segmentos de Alimentação/Áreas Gourmet e Artigos do Lar & Escritório foram responsáveis por 40,0% da ABL das novas lojas (21,0% e 19,0% respectivamente), com um aumento líquido total de 3.447 m<sup>2</sup> nesses segmentos. Aproximadamente 39% da ABL nova do segmento de Artigos do Lar & Escritório originou-se de lojas tipicamente *online* que agora estão expandindo suas estratégias omnicanal nos shoppings da Multiplan.

O maior *turnover* do trimestre ocorreu no ParkShopping Canoas, que renovou seu mix com a adição de 17 lojas (3.753 m<sup>2</sup>), representando 20,7% da ABL total locada, incluindo a adição de uma das duas lojas âncoras locadas no trimestre, uma rede de lojas de vestuário inédita na cidade. O principal segmento entrante foi Artigos Diversos, com cinco novas lojas que adicionaram 667 m<sup>2</sup> ao segmento, seguido de Alimentação/Áreas Gourmet, que aumentou a sua presença em 423 m<sup>2</sup>.

O segundo maior *turnover* ocorreu no BarraShopping (10,9% ou 1.973 m<sup>2</sup>), com 16 lojas locadas no trimestre. O BarraShopping teve seu segmento de Alimentação/Áreas Gourmet ampliado em 976 m<sup>2</sup> no 3T21, principalmente devido à adição de um *food hall* focado em um novo conceito, proporcionando uma pluralidade de cozinhas e experiências gastronômicas, que está ampliando sua presença no portfólio da Multiplan.

### Turnover líquido por segmento em m<sup>2</sup> e como % da ABL administrada<sup>1</sup> – 3T21

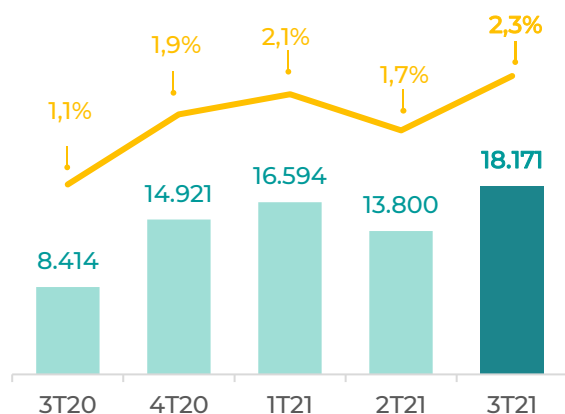


<sup>1</sup> ABL administrada pela Multiplan. ABL total (média) excluindo o Parque Shopping Maceió.

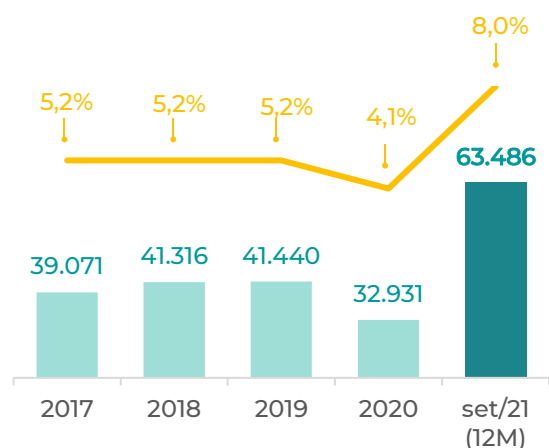
## INDICADORES OPERACIONAIS

TURNOVER (TROCA DE LOJAS)

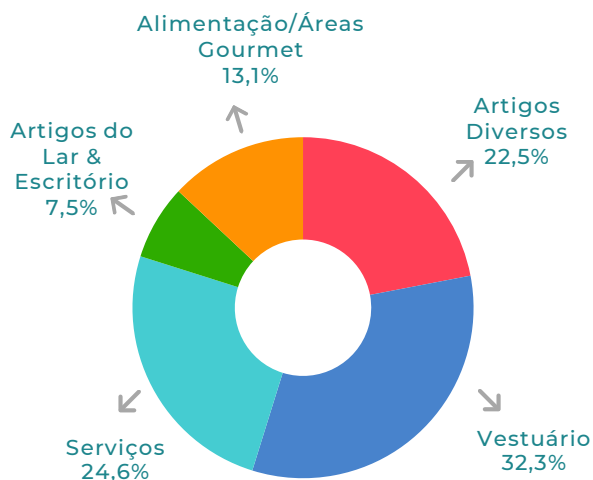
Troca de lojas em ABL (m<sup>2</sup>) e em % da ABL total<sup>1</sup> (%) – 3T21



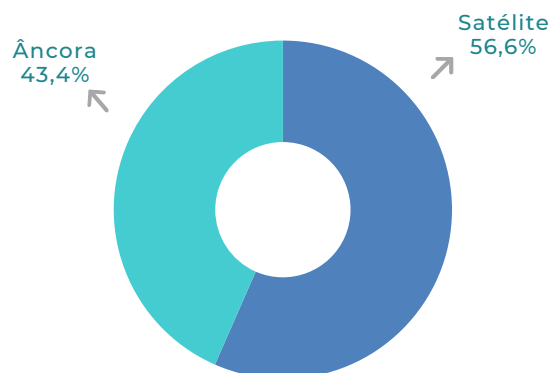
Troca de lojas em ABL (m<sup>2</sup>) e em % da ABL total<sup>1</sup> (%) – 12M



Distribuição da ABL ocupada por segmento – set/21



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



<sup>1</sup> ABL administrada pela Multiplan. ABL total (média) excluindo o Parque Shopping Maceió.

# INDICADORES OPERACIONAIS

## TAXA DE OCUPAÇÃO & CUSTO DE OCUPAÇÃO

### TAXA DE OCUPAÇÃO

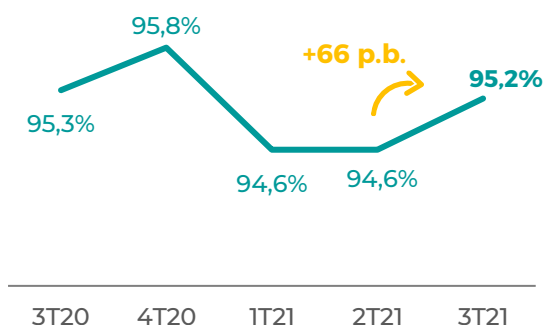
Taxa de ocupação em 95,2%, a maior recuperação trimestral desde o 3T12

O portfólio de shopping centers da Multiplan apresentou uma taxa de ocupação média de 95,2% no trimestre, um aumento de 66 p.b. em relação ao trimestre anterior, o maior aumento trimestre a trimestre desde o 3T12.

A taxa de ocupação no 3T21 manteve-se igual ou superior a 95% em doze shopping centers, enquanto apenas três shoppings apresentaram taxas abaixo de 90%.

O ParkShopping Canoas (95,0%) apresentou o maior aumento na taxa de ocupação no 3T21, crescendo 327 p.b. vs 2T21, em linha com a adição de 17 novas lojas. Os ShoppingSantaÚrsula (86,7%), ShoppingAnáliaFranco (97,0%) e Parque Shopping Maceió (99,3%) também apresentaram recuperações fortes, de 263 p.b., 246 p.b. e 240 p.b., respectivamente, em relação ao trimestre anterior.

### Taxa média de ocupação dos shopping centers



### CUSTO DE OCUPAÇÃO

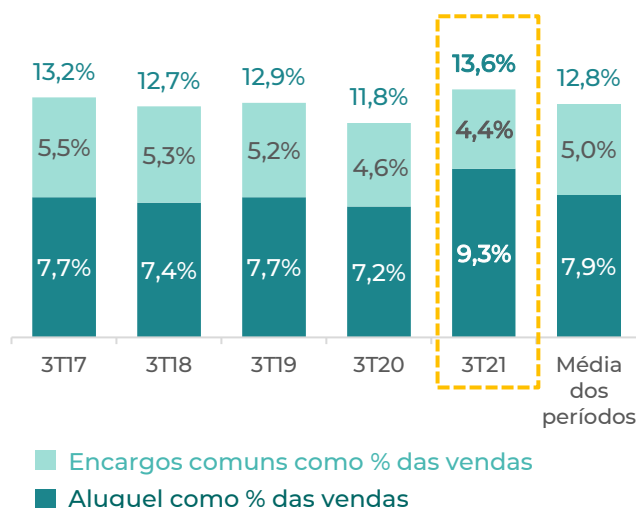
#### Se preparando para o Natal

O custo de ocupação dos lojistas atingiu 13,6% no 3T21, apresentando um crescimento de 185 p.b. sobre o 3T20 e 75 p.b. vs. 3T19.

As contribuições do fundo de promoção no trimestre atingiram 87,6% em relação aos níveis do 3T19, porém apresentaram aumento em relação ao 3T20, principalmente devido às contribuições cobradas para as campanhas de Natal. A participação dos encargos comuns ficou abaixo dos níveis históricos, totalizando 4,4% no 3T21, uma redução de 23 p.b. vs o 3T20 e 83 p.b. em relação ao 3T19.

Como resultado da recuperação das vendas e das medidas implementadas pela Multiplan para reduzir encargos comuns, a Companhia elevou o aluguel cobrado de seus lojistas. A parcela do aluguel do custo de ocupação no 3T21 atingiu 9,3%, aumentando 208 p.b. vs. 3T20 e 158 p.b. em relação ao 3T19.

### Abertura trimestral do custo de ocupação



# RECEITA BRUTA

## RECEITA BRUTA

A receita bruta totalizou R\$352,5 milhões no 3T21, uma redução de 66,9% em relação ao 3T20, principalmente devido à venda da Diamond Tower por R\$810,0 milhões em julho de 2020. Excluindo esta venda, a receita bruta do 3T21 teria um aumento de 36,4% em relação ao 3T20.

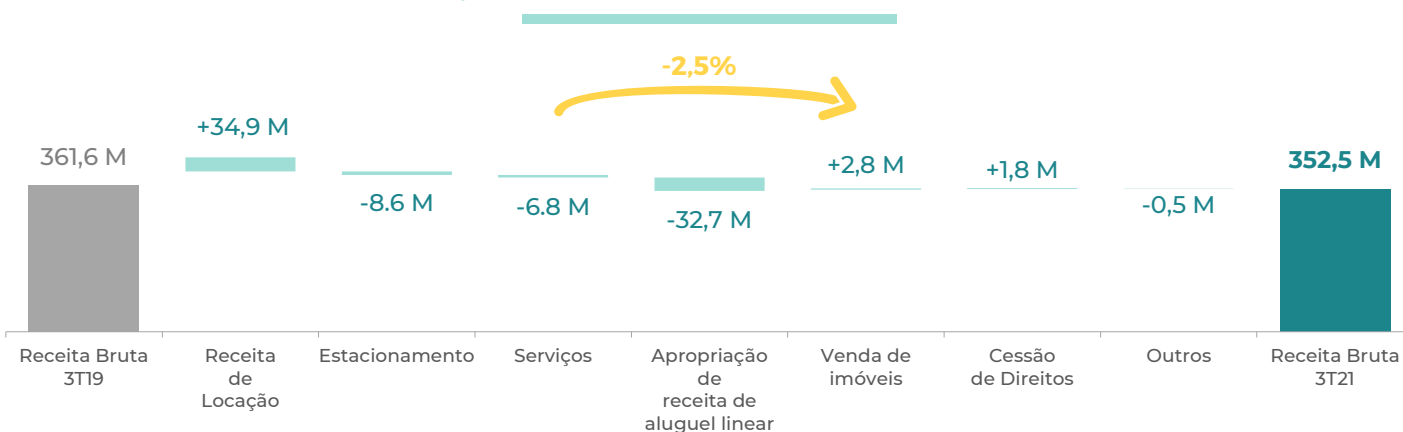
Quando comparada ao 3T19, a receita bruta apresentou redução de 2,5%, impactada principalmente pelo efeito negativo da linearidade de R\$21,6 milhões no 3T21, refletindo a amortização das condições especiais da Covid-19 concedidas durante os estágios mais críticos da pandemia. O efeito negativo da linearidade foi compensado pelo crescimento

de R\$34,9 milhões (+13,1%) na receita de locação em relação ao 3T19. Apenas para efeito de análise, ao excluir o efeito da linearidade, a receita bruta teria atingido R\$374,1 milhões no 3T21, aumento de 6,7% vs 3T19.

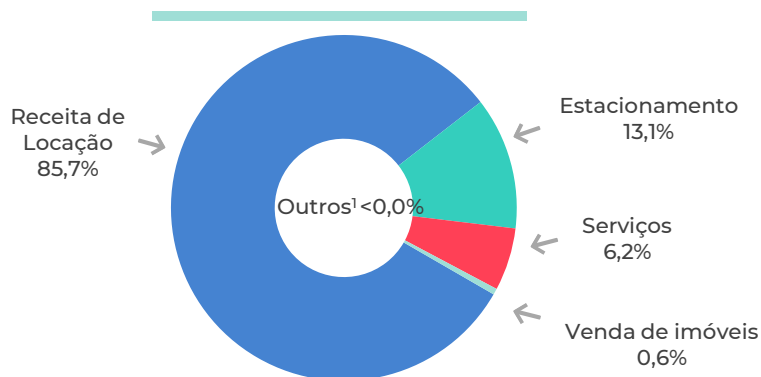
A receita de estacionamento totalizou R\$46,1 milhões no trimestre, ficando 15,8% abaixo do 3T19, mas ainda assim o maior valor registrado desde o início da pandemia, uma vez que as restrições estão sendo continuamente suspensas.

Nos primeiros nove meses de 2021, a receita bruta totalizou R\$935,5 milhões, 11,7% inferior ao mesmo período de 2019.

### Evolução da Receita Bruta (R\$) – 3T21 vs 3T19



### Abertura da Receita Bruta % – 3T21



<sup>1</sup> "Outros" inclui apropriação de receita de aluguel linear (-R\$21,6 milhões), cessão de direitos (-R\$1,0 milhões) e outros (R\$3,1 milhões).

# RESULTADOS DA PARTICIPAÇÃO EM PROPRIEDADES

RECEITA DE LOCAÇÃO

3T21

ÍNDICE

## RECEITA DE LOCAÇÃO

Receita de locação de shoppings supera os níveis do 3T20 e 3T19

A receita total de locação da Multiplan (soma de shoppings e torres comerciais) totalizou R\$302,0 milhões no trimestre (+101,1% e +13,1% vs 3T20 e 3T19, respectivamente), que exclui a receita de aluguel da Diamond Tower desde jul/20. Excluindo também essa receita do 3T19, a receita total de locação do 3T21 teria crescido 18,2%.

A receita de locação de shoppings atingiu R\$290,7 milhões no 3T21, o maior valor já registrado para um terceiro trimestre, resultando em um aumento de 115,5% em relação ao 3T20 e de 19,7% em relação ao 3T19.

O crescimento anual do aluguel foi beneficiado pelo maior número de horas de operação<sup>1</sup> no trimestre (98,7%) em relação ao 3T20 (51,7%).

O aumento do aluguel em relação ao 3T19 (+13,1%) foi suportado pelo efeito do reajuste do IGP-DI (+35,2%) acumulado desde então. Em set/21, a receita de locação de shoppings atingiu 123,3% em relação a set/19, um crescimento de dois dígitos, superior à média do trimestre.

A Multiplan continuou a apoiar seus lojistas no trimestre, ainda oferecendo concessões de aluguel em uma análise caso a caso - considerando as restrições distintas de cada ativo, bem como os impactos variáveis sobre as diferentes atividades.

Dezessete shoppings superam receita de locação do 3T19

Dezessete shoppings apresentaram valores de receita de locação superiores aos níveis do 3T19 (13 deles com incrementos de dois dígitos).

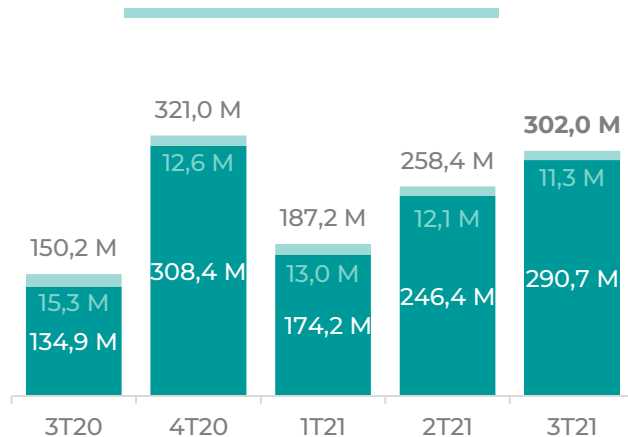
O ShoppingSantaÚrsula aumentou sua receita de locação em 67,3% vs 3T19, o maior avanço individual no trimestre, beneficiado pela aquisição de participação minoritária em nov/19.

O ParkShopping, com a aquisição de participação ocorrida em fev/20, apresentou um aumento de 55,1% na receita de locação em relação ao 3T19.

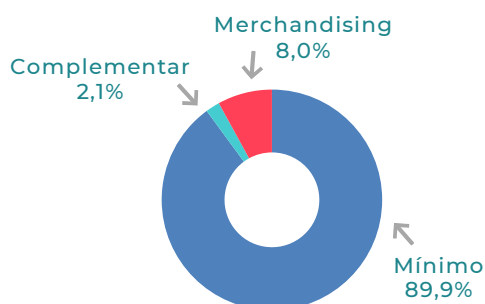
O VillageMall, mais uma vez, apresentou um dos melhores desempenhos do trimestre, um aumento de 41,0% em relação ao 3T19.

Nos primeiros nove meses de 2021, a receita total de locação foi de R\$747,6 milhões, um aumento de 64,9% em relação aos 9M20 e em linha com os 9M19 (-4,5%).

## Evolução da receita de locação (R\$)



## Detalhamento da receita de locação % - 2T21



■ Receita de Locação de Shopping Centers  
■ Receita de Locação de Torres Corporativas

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

# RESULTADOS DA PARTICIPAÇÃO EM PROPRIEDADES

ALUGUEL NAS MESMAS LOJAS (SSR) E EFEITO DA LINEARIDADE

3T21

ÍNDICE

## ALUGUEL NAS MESMAS LOJAS (SSR)

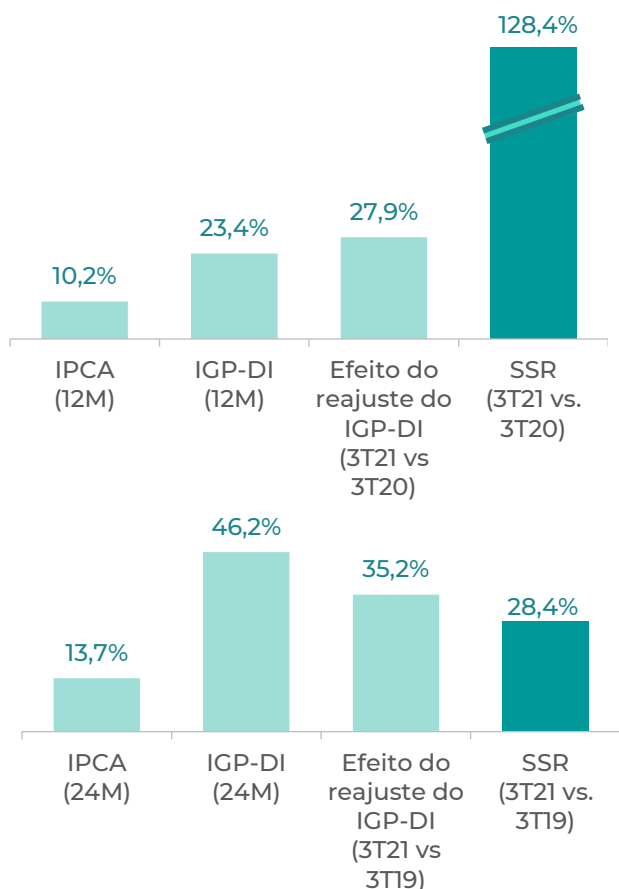
### SSR novamente com três e dois dígitos

No 3T21, a Multiplan registrou um aumento no aluguel nas mesmas lojas (SSR) de 128,4% sobre o 3T20 e 28,4% sobre o 3T19, superando a inflação de 2 anos medida pelo IPCA (13,7%) e, à medida que as concessões são reduzidas, fechando a lacuna para efeito do reajuste do IGP-DI de dois anos (35,2%).

**Em set/21, o SSR atingiu 31,4% em relação a set/19.**

Deve-se notar que o efeito do reajuste do IGP-DI reflete os efeitos de inflação dos contratos de locação da Companhia nos últimos 12 meses (27,9% vs 3T20) e 24 meses (35,2% vs 3T19). Para mais informações, consultar o estudo de caso disponível no site de RI da Multiplan. [\[Link\]](#)

### Comparação entre índices e o SSR



## APROPRIAÇÃO DE RECEITA DE ALUGUEL LINEAR

### Continuidade da reversão das condições concedidas pela Covid-19

Desde mar/20, em função da pandemia da Covid-19, que trouxe impactos diretos nas operações da Companhia, a Administração introduziu uma modificação em sua relação com os lojistas, permitindo que os mesmos, fizessem tais pagamentos com uma redução pontual do valor do aluguel, além de uma redução dos valores devidos à título de encargos condominiais e fundo de promoção, que não serão compensados em parcelas remanescentes dos contratos de locação. Dessa forma, essa condição foi tratada como uma modificação do fluxo do contrato de locação e, portanto, a Companhia revisou a linearização de seus aluguéis mínimos de acordo com o prazo remanescente de cada contrato, como previsto pelo CPC 06(R2)/IFRS 16.

No 3T21, o efeito da linearidade foi negativo em R\$216 milhões, refletindo a combinação dos três efeitos mencionados no Estudo de Caso (página 36), tendo a reversão das condições da Covid-19, ocorrida nos meses anteriores, o efeito negativo de R\$33,9 milhões.



# RESULTADOS DA PARTICIPAÇÃO EM PROPRIEDADES

## RECEITA DE LOCAÇÃO



### 3T21

ÍNDICE

Receita de Locação (R\$)	% de horas em operação <sup>2</sup>	3T21	3T20	Var.% 21 vs. 20	3T19	Var.% 21 vs. 19
BH Shopping	95,4%	33,0 M	11,2 M	+194,8%	27,7 M	+19,0%
RibeirãoShopping	99,3%	15,4 M	3,8 M	+304,6%	13,6 M	+13,7%
BarraShopping	100,0%	47,2 M	28,7 M	+64,5%	37,6 M	+25,6%
MorumbiShopping	99,3%	44,0 M	20,4 M	+115,8%	35,6 M	+23,6%
ParkShopping	100,0%	23,0 M	12,5 M	+83,7%	14,8 M	+55,1%
DiamondMall	95,4%	13,3 M	5,0 M	+166,9%	11,9 M	+11,6%
New York City Center	100,0%	2,1 M	1,1 M	+82,3%	2,3 M	-9,0%
Shopping Anália Franco	99,3%	8,9 M	4,7 M	+90,4%	7,6 M	+16,8%
ParkShoppingBarigüi	98,9%	20,3 M	8,6 M	+137,1%	16,5 M	+23,5%
Pátio Savassi	95,4%	10,5 M	4,2 M	+149,5%	9,4 M	+11,2%
ShoppingSantaÚrsula	99,3%	1,9 M	0,6 M	+220,5%	1,1 M	+67,3%
BarraShoppingSul	100,0%	14,3 M	4,6 M	+213,4%	13,4 M	+6,8%
Shopping Vila Olímpia	99,3%	3,1 M	1,7 M	+85,9%	5,8 M	-46,9%
ParkShoppingSãoCaetano	100,0%	14,3 M	7,0 M	+102,5%	12,1 M	+17,5%
JundiaíShopping	100,0%	10,5 M	4,2 M	+148,3%	8,6 M	+22,6%
ParkShoppingCampoGrande	100,0%	9,6 M	6,7 M	+43,3%	9,1 M	+5,6%
VillageMall	100,0%	10,0 M	5,7 M	+75,8%	7,1 M	+41,0%
Parque Shopping Maceió	94,0%	4,5 M	2,4 M	+87,5%	4,1 M	+9,5%
ParkShopping Canoas	100,0%	4,9 M	1,9 M	+164,6%	4,5 M	+8,1%
<b>Subtotal Shopping Centers</b>	<b>98,7%</b>	<b>290,7 M</b>	<b>134,9 M</b>	<b>+115,5%</b>	<b>242,8 M</b>	<b>+19,7%</b>
Morumbi Corporate <sup>1</sup>		9,8 M	13,9 M	-30,0%	23,4 M	-58,2%
ParkShopping Corporate		1,5 M	1,4 M	+12,2%	0,9 M	+77,2%
<b>Subtotal Torres Corporativas</b>		<b>11,3 M</b>	<b>15,3 M</b>	<b>-26,3%</b>	<b>24,2 M</b>	<b>-53,4%</b>
<b>Total Portfólio</b>		<b>302,0 M</b>	<b>150,2 M</b>	<b>+101,1%</b>	<b>267,0 M</b>	<b>+13,1%</b>

<sup>1</sup> Diamond Tower foi vendida em julho de 2020.

<sup>2</sup> Calculado através da divisão das horas de operação dos shopping centers sobre o período de funcionamento regular.



# RESULTADOS DA PARTICIPAÇÃO EM PROPRIEDADES

## RECEITA DE LOCAÇÃO



3T21

ÍNDICE

Receita de Locação (R\$)	9M21	9M20	Var.% 21 vs. 20	9M19	Var.% 21 vs. 19
BH Shopping	33,0 M	36,9 M	+97,9%	76,5 M	-4,6%
RibeirãoShopping	35,7 M	16,7 M	+113,5%	39,8 M	-10,2%
BarraShopping	125,1 M	68,4 M	+83,0%	110,7 M	+13,0%
MorumbiShopping	103,2 M	54,2 M	+90,5%	102,7 M	+0,5%
ParkShopping	56,4 M	31,8 M	+77,3%	42,7 M	+31,8%
DiamondMall	30,7 M	17,5 M	+75,5%	35,8 M	-14,1%
New York City Center	6,3 M	3,9 M	+59,6%	6,7 M	-6,6%
Shopping Anália Franco	21,3 M	12,2 M	+75,1%	22,7 M	-6,3%
ParkShoppingBarigüi	49,8 M	27,6 M	+80,5%	47,2 M	+5,4%
Pátio Savassi	23,8 M	13,5 M	+75,6%	27,0 M	-12,1%
ShoppingSantaÚrsula	4,3 M	3,4 M	+28,5%	3,9 M	+11,3%
BarraShoppingSul	36,3 M	19,4 M	+87,4%	39,5 M	-8,1%
Shopping Vila Olímpia	6,7 M	7,4 M	-10,0%	17,4 M	-61,6%
ParkShoppingSãoCaetano	34,8 M	18,9 M	+84,0%	35,9 M	-3,2%
JundiaíShopping	25,6 M	12,9 M	+99,3%	25,0 M	+2,4%
ParkShoppingCampoGrande	25,5 M	17,0 M	+50,1%	27,5 M	-7,4%
VillageMall	28,2 M	13,5 M	+108,5%	22,3 M	+26,3%
Parque Shopping Maceió	12,1 M	6,4 M	+90,6%	12,0 M	+0,6%
ParkShopping Canoas	12,4 M	8,3 M	+50,5%	14,4 M	-13,8%
<b>Subtotal Shopping Centers</b>	<b>711,3 M</b>	<b>389,7 M</b>	<b>+82,5%</b>	<b>710,0 M</b>	<b>+0,2%</b>
Morumbi Corporate <sup>1</sup>	31,9 M	59,5 M	-46,5%	70,7 M	-54,9%
ParkShopping Corporate	4,5 M	4,0 M	12,9%	2,4 M	+90,9%
<b>Subtotal Torres Corporativas</b>	<b>36,4 M</b>	<b>63,5 M</b>	<b>-42,7%</b>	<b>73,1 M</b>	<b>-100,0%</b>
<b>Total Portfólio</b>	<b>747,6 M</b>	<b>453,3 M</b>	<b>64,9%</b>	<b>783,1 M</b>	<b>-4,5%</b>

<sup>1</sup> Diamond Tower foi vendida em julho de 2020.

<sup>2</sup> Calculado através da divisão das horas de operação dos shopping centers sobre o período de funcionamento regular.



# ESTUDO DE CASO

## EFEITO DA LINEARIDADE NAS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS

### EFEITO DA LINEARIDADE NAS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS

A apropriação de receita de aluguel linear ("Linearidade") tem efeito no resultado da Multiplan de três formas distintas:

- (i) removendo a sazonalidade ocasionada pela cobrança dobrada do aluguel, usualmente no mês de dezembro;
- (ii) distribuindo os reajustes contratuais ("step ups" ou "escadinhas") ao longo do período do contrato; e
- (iii) mudanças contratuais, como as condições especiais da Covid-19 concedidas ao longo da pandemia.

Os efeitos da Linearidade tem sua contrapartida contabilizados na linha de "Contas a Receber" do Balanço Patrimonial da Companhia e, ao fim de cada contrato, o efeito da Linearidade deve gerar saldo 'zero'.

### (i) Remoção da sazonalidade ocasionada pela cobrança dobrada do aluguel ("13º aluguel")

O valor do "13º aluguel" é dividido em 12 parcelas iguais, somadas mensalmente (janeiro a dezembro) na linha de Linearidade. Considerando um aluguel sazonal dobrado em dezembro, seu valor é amortizado integralmente no mês de dezembro, a fim de neutralizar o efeito das 12 parcelas alocadas anteriormente na linha de Linearidade, conforme ilustrado abaixo.

O efeito da linearidade ilustrado no exemplo (i) deve somar zero ao final do ano.

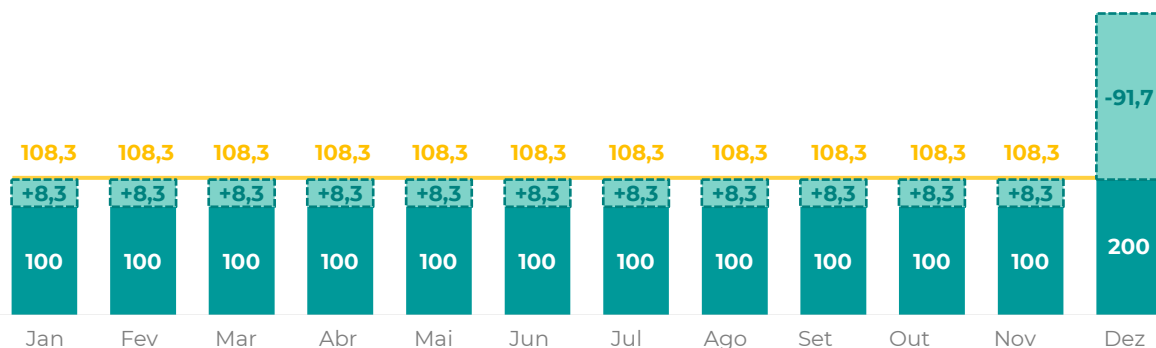
#### Exemplo (i) – Premissas:

- Valor do contrato de aluguel: 100/mês
- 13º aluguel: 100, em dezembro

#### (i) Efeito do 13º aluguel

Mês	Jan	Fev	Mar	Abr-Out	Nov	Dez	Total
Receita de locação (A)	100	100	100	...7 x 100...	100	100 + 100 = 200	1.300
Apropriação de receita linear (B)	100 / 12 = +8,3	100 / 12 = +8,3	100 / 12 = +8,3	...7 x 8,3...	100 / 12 = +8,3	100 / 12 - 100 = +8,3 - 100 = -91,7	0
Receita bruta "linearizada" (C) = (A) + (B)	100 + 8,3 = 108,3	100 + 8,3 = 108,3	100 + 8,3 = 108,3	...7 x 108,3...	100 + 8,3 = 108,3	200 - 91,7 = 108,3	1.300

"13º aluguel"



■ Receita de locação ■ Linearidade ■ Receita bruta "linearizada"

# ESTUDO DE CASO

## EFEITO LINEARIDADE NAS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS

### (ii) Efeito dos reajustes contratuais ("step ups")

Para neutralizar o efeito dos reajustes contratuais reais, o efeito da Linearidade pode ser calculado pela diferença entre o valor médio do contrato e a receita de locação de cada período.

A Multiplan busca assinar contratos com prazo de 5 anos com reajustes reais a partir do segundo e quarto anos, também chamados de *step ups* ou escadinhas.

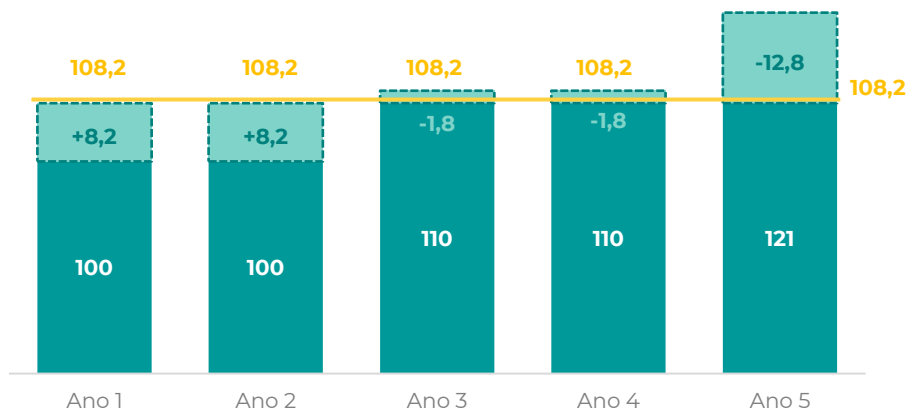
O efeito da linearidade ilustrado no exemplo (ii) deve somar zero ao final da vigência do contrato.

#### Exemplo (ii) – Premissas:

- Prazo do contrato: 5 anos
- Valor do contrato de aluguel: 100/ano
- Reajuste real de 10% após anos 2 e 4
- Valor médio do contrato =  $541 / 5 = 108,2$

### (ii) Efeito dos "step ups"

Ano	1	2	3	4	5	Total
Receita de locação (A)	100	100	$100 \times 1,1 = 110$	110	$110 \times 1,1 = 121$	541
Apropriação de receita linear (B) = (C) - (A)	$108,2 - 100 = +8,2$	$108,2 - 100 = +8,2$	$108,2 - 110 = -1,8$	$108,2 - 110 = -1,8$	$108,2 - 121 = -12,8$	0
Receita bruta "linearizada" (C)	$541 / 5 = 108,2$	$541 / 5 = 108,2$	$541 / 5 = 108,2$	$541 / 5 = 108,2$	$541 / 5 = 108,2$	541



■ Receita de locação
 ■ Linearidade
 ■ Receita bruta "linearizada"

# ESTUDO DE CASO

## EFEITO LINEARIDADE NAS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS

### (iii) Mudanças contratuais: condições especiais da Covid-19

Buscando equilibrar a rentabilidade e a saúde financeira do lojista, a Multiplan pode conceder condições especiais, que não impactam a linha de Linearidade.

Por outro lado, as condições contratuais concedidas durante a pandemia Covid-19 terão um impacto direto na linha de Linearidade.

Esse impacto pode, inicialmente, apresentar efeito positivo para contrapor o impacto negativo que a condição especial concedida gera na receita de locação. Conforme a condição é amortizada, a linha de Linearidade apresenta efeito oposto pelo período remanescente do contrato.

O efeito da linearidade ilustrado no exemplo (iii) deve somar zero ao final da vigência do contrato.

#### Exemplo (iii) – Premissas:

- Prazo do contrato: 5 anos
- Valor do contrato de aluguel: 100/ano
- Condição especial da Covid-19 concedida no ano 2 do contrato: -10
- Concessão será amortizada a partir do ano 2 até o fim do contrato (ano 5)

### (iii) Efeito das mudanças contratuais

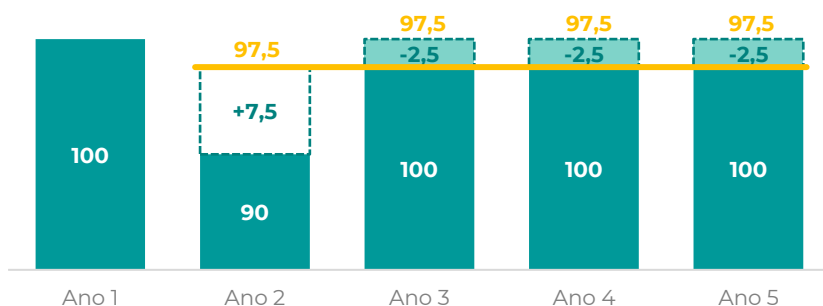
Abertura da apropriação de receita linear ("Linearidade"):

Ano	1	2	3	4	5	Total
Efeito na Linearidade da Condição da Covid-19 (A)	0	+10	0	0	0	10
Amortização da Condição da Covid-19 (B) = (A) / período remanescente	0*	$-(10/4) = -2,5$	$-(10/4) = -2,5$	$-(10/4) = -2,5$	$-(10/4) = -2,5$	-10
Apropriação de receita linear (C) = (A) + (B)	0	$10 - 2,5 = +7,5$	$0 - 2,5 = -2,5$	$0 - 2,5 = -2,5$	$0 - 2,5 = -2,5$	0

\*A amortização da condição da Covid-19 só ocorre a partir do período em que a condição foi concedida (ano 2).

Efeito no resultado:

Ano	1	2	3	4	5	Total
Receita de locação (D)	100	$100 - 10 = 90$	100	100	100	490
Apropriação de receita linear (C)	0	$+10 - 2,5 = +7,5$	$0 - 2,5 = -2,5$	$0 - 2,5 = -2,5$	$0 - 2,5 = -2,5$	0
Receita bruta "linearizada" (E) = (D) + (C)	100	$90 + 7,5 = 97,5$	$100 - 2,5 = 97,5$	$100 - 2,5 = 97,5$	$100 - 2,5 = 97,5$	490



# RESULTADOS DA PARTICIPAÇÃO EM PROPRIEDADES



3T21

ÍNDICE

RECEITA DE ESTACIONAMENTO & DESPESAS DE PROPRIEDADES

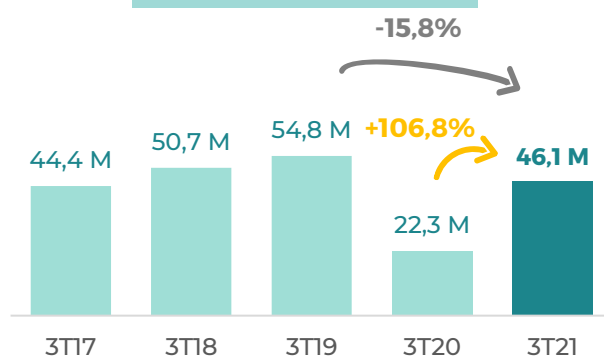
## RECEITA DE ESTACIONAMENTO

Receita de estacionamento chega a 84,2% de 2019 e fluxo de veículos a 80,4%

No 3T21, a receita de estacionamento dobrou em relação ao 3T20, totalizando R\$46,1 milhões.

A receita de estacionamento segue crescendo em 2021 atingindo, no 3T21, 84,2% do patamar do 3T19, superando o fluxo de veículos no trimestre (80,4% dos níveis do 3T19 – página 22).

### Evolução da receita de estacionamento (R\$)



## DESPESAS DE PROPRIEDADES

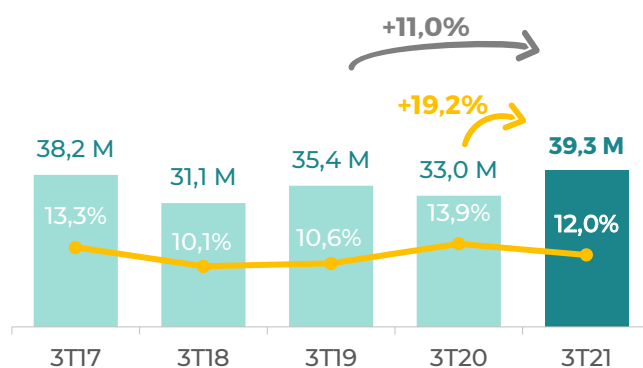
Menor taxa de inadimplência líquida desde o início da pandemia

As despesas de propriedades (soma dos shopping centers e torres comerciais) encerraram o trimestre em R\$39,3 milhões, aumento de 19,2% em relação ao 3T20. Na comparação com o 3T19, as despesas de propriedades aumentaram apenas 11,0% em comparação ao aumento de 13,1% na receita de locação. O aumento em relação a 2019 deve-se, principalmente, ao aumento da vacância e da provisão para inadimplência de aluguéis, devido ao aumento da receita no período.

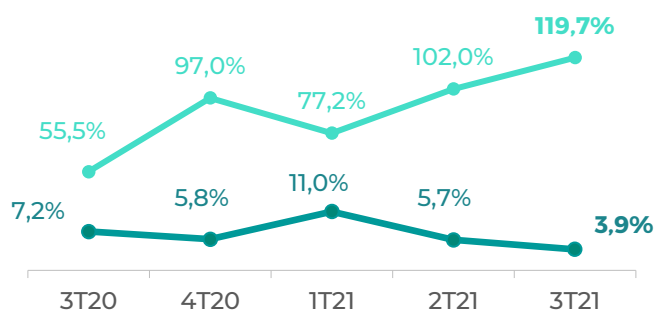
O aumento da receita de locação em relação ao trimestre anterior de 16,9% (+R\$43,5 M) levou a um aumento de apenas 1,6% (+R\$3,6 M) no contas a receber de locação em relação ao 2T21 (mostrando uma maior taxa de crescimento da receita de aluguel vs. contas a receber), e ao aumento da provisão para inadimplência de R\$3,2 milhões no 3T21.

A inadimplência líquida encerrou o trimestre em 3,9%, menor valor desde o início da pandemia e 177 p.b. abaixo do trimestre anterior. A perda de aluguel - baseada na baixa de inadimplência de lojistas - atingiu 1,5%.

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



### Taxa de inadimplência líquida e receita de locação



■ Receita de locação de shoppings como % de 2019  
■ Taxa de inadimplência líquida %

# RESULTADOS DA PARTICIPAÇÃO EM PROPRIEDADES



3T21

ÍNDICE

NOI

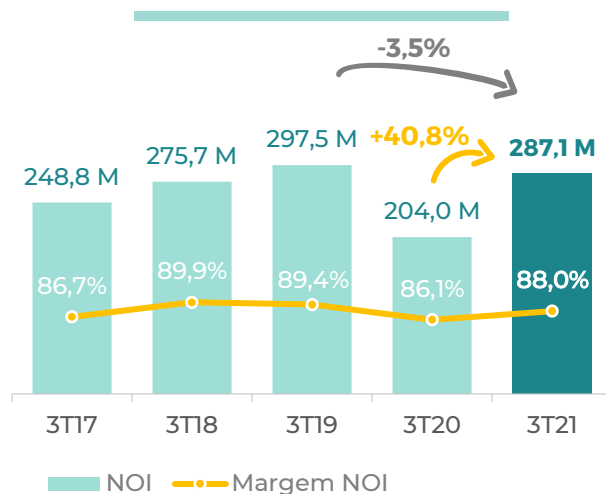
## RESULTADO OPERACIONAL LÍQUIDO (NOI)

### NOI e margem crescentes

O Resultado Operacional Líquido (NOI) encerrou o trimestre em R\$287,1 milhões, 40,8% superior ao 3T20 e 3,5% inferior ao 3T19, com margem de 88,0% (+188 p.b. vs 3T20 e -140 p.b. vs 3T19), refletindo o aumento das receitas operacionais, uma vez que as restrições continuam a ser flexibilizadas.

Os primeiros nove meses de 2021 registraram NOI de R\$732,2 milhões, alta de 4,7% vs. 9M20 (queda de 15,7% vs. 9M19).

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



NOI (R\$)	3T21	3T20	Var.%	3T19	Var.%	9M21	9M20	Var.%	9M19	Var.%
Receita de locação	302,0 M	150,2 M	+101,1%	267,0 M	+13,1%	747,7 M	453,3 M	+65,0%	783,1 M	-4,5%
Apropriação de receita de aluguel linear	(21,6 M)	64,5 M	n.d.	11,1 M	n.d.	13,6 M	280,2 M	-95,2%	31,1 M	-56,4%
Receita de estacionamento	46,1 M	22,3 M	+106,8%	54,8 M	-15,8%	103,2 M	72,9 M	+41,7%	160,8 M	-35,8%
<b>Receita operacional</b>	<b>326,4 M</b>	<b>237,0 M</b>	<b>+37,7%</b>	<b>332,9 M</b>	<b>-1,9%</b>	<b>864,4 M</b>	<b>806,3 M</b>	<b>+7,2%</b>	<b>975,0 M</b>	<b>-11,3%</b>
Despesas de propriedades	(39,3 M)	(33,0 M)	+19,2%	(35,4 M)	+11,0%	(132,2 M)	(106,9 M)	+23,6%	(106,9 M)	+23,7%
<b>NOI</b>	<b>287,1 M</b>	<b>204,0 M</b>	<b>+40,8%</b>	<b>297,5 M</b>	<b>-3,5%</b>	<b>732,2 M</b>	<b>699,4 M</b>	<b>+4,7%</b>	<b>868,1 M</b>	<b>-15,7%</b>
Margem NOI	88,0%	86,1%	+188 p.b.	89,4%	-140 p.b.	84,7%	86,7%	-203 p.b.	89,0%	-433 p.b.





# RESULTADOS DA GESTÃO DE PORTFÓLIO

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

3T21

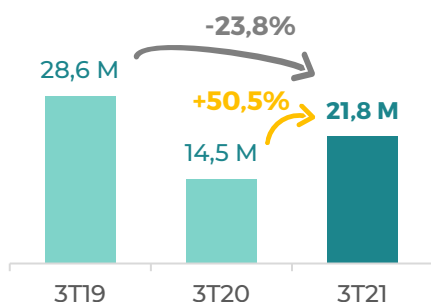
ÍNDICE

## RECEITA DE SERVIÇOS

Receita de serviços cresceu 50,5% em relação ao 3T20

A receita de serviços totalizou R\$21,8 milhões no 3T21, um aumento de 50,5% em relação ao 3T20. Quando comparado ao 3T19, a receita caiu 23,8%, principalmente devido ao aumento da participação em alguns shoppings e menores taxas de administração condominiais.

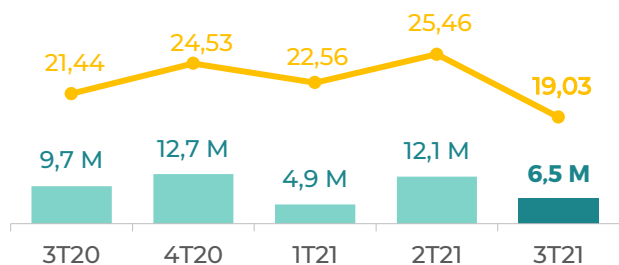
### Receita de serviços (R\$)



## REMUNERAÇÃO BASEADA EM AÇÕES

A remuneração baseada em ações encerrou o 3T21 em R\$6,5 milhões, uma redução de 33,0% em relação ao 3T20 e de 39,3% em relação ao 3T19 (R\$10,7 milhões), principalmente devido à reversão de provisões relacionadas ao plano *Phantom Stock Option* em função do efeito da marcação a mercado dada a redução do preço das ações no período.

### Remuneração baseada em ações e preço da ação (R\$)<sup>1</sup>



## DESPESAS GERAIS & ADMINISTRATIVAS

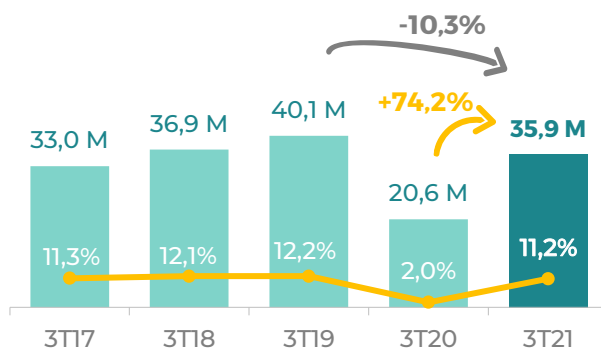
G&A abaixo do 3T19

As despesas gerais e administrativas (G&A) da Multiplan totalizaram R\$35,9 milhões no 3T21, R\$15,3 milhões acima do 3T20, principalmente devido a significativas iniciativas não-recorrentes de redução de custos durante o 3T20, como reduções de salários e a ausência de provisão de bônus.

Quando comparadas ao 3T19, as despesas G&A foram 10,3% menores, principalmente em função dos ajustes estruturais que a Companhia passou por 2020 e destacando uma redução de custo nominal e real considerando a inflação de 13,7% medida pelo IPCA do período.

Nos 9M21, as despesas G&A foram de R\$112,4 milhões, 64,7% acima dos 9M20 e 6,6% abaixo dos 9M19, apesar da inflação acumulada.

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



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

# RESULTADOS DE EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS

## RESULTADOS DE EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS & GOLDEN LAKE



### RESULTADOS DE EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS

#### Lançamento do Golden Lake

A receita de vendas de imóveis foi de R\$2,1 milhões no 3T21, impulsionada pela venda de unidades da Diamond Tower e Residence du Lac (que fazem parte do complexo do BarraShoppingSul). O custo dos imóveis vendidos foi de R\$0,9 milhão no trimestre, associado às vendas acima mencionadas.

Em função do lançamento do empreendimento Golden Lake, foram incorridos R\$4,0 milhões de despesas de *marketing*, contribuindo para um resultado líquido negativo de imóveis para venda de R\$4,3 milhões no 3T21.

No 3T21, não foram contabilizadas receitas ou custos relacionados ao projeto Golden Lake.

### GOLDEN LAKE

#### Um novo bairro nascendo

- O projeto

Golden Lake é o maior projeto em área privativa do banco de terrenos da Multiplan. O empreendimento residencial está localizado próximo ao BarraShoppingSul e às margens do Guaíba, um dos principais polos culturais da cidade.

O projeto compreende sete condomínios, incluindo 18 torres residenciais distribuídas em mais de 250 mil m<sup>2</sup> de área privativa, ocupando cerca de 10% do total do terreno. Com Valor Geral de Vendas (VGV) esperado de R\$4,0 bilhões<sup>1</sup>, o investimento total estimado é de aproximadamente R\$2,5 bilhões.

Os restantes 90% da área total serão destinados a proporcionar um ambiente, aliando segurança, bem-estar, luxo e comodidade, com amplos espaços verdes, um lago privado, uma praia artificial, entre outras comodidades.

<sup>1</sup>Considerando um preço médio de venda de R\$16.000/m<sup>2</sup>.





# RESULTADOS DE EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS

## GOLDEN LAKE

3T21

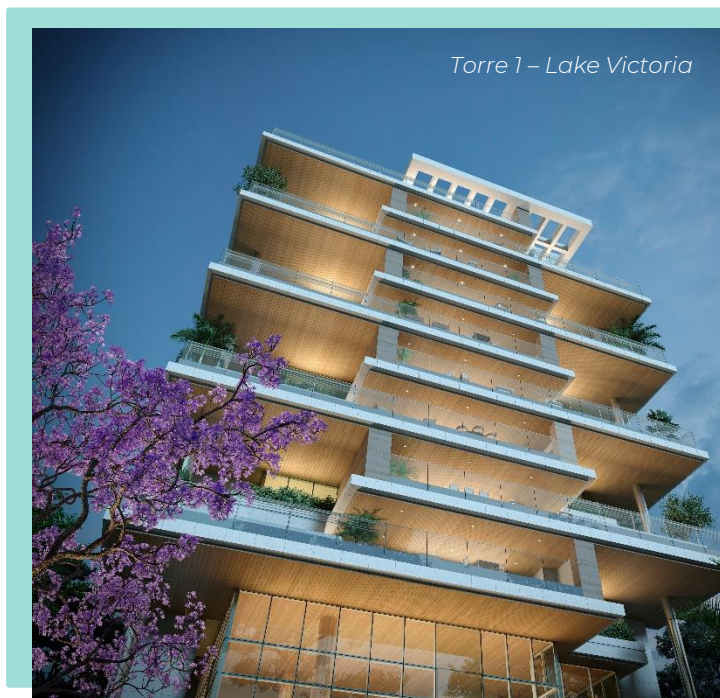
ÍNDICE

O projeto contempla áreas externas e internas para prática de esportes, lazer e entretenimento, criando um ambiente de bairro adaptado ao cotidiano contemporâneo, proporcionando segurança e qualidade de vida.

Os pilares para o desenvolvimento do Golden Lake são a sofisticação, exclusividade, ineditismo e comodidade, presentes desde sua primeira fase, o Lake Victoria.

No dia 5 de outubro, a Multiplan anunciou o lançamento do projeto e a inauguração do *stand* de vendas permanente, localizado no terreno da construção. O *stand* apresenta uma réplica decorada de um dos apartamentos, permitindo aos potenciais compradores vivenciarem a realidade.

A construção do Lake Victoria está prevista para iniciar no primeiro semestre de 2022 e com em dezembro de 2024. Terá 94 unidades divididas em quatro torres, representando um VGV acima de R\$500 milhões.



Torre 1 - Lake Victoria

Até 25 de outubro, 31 unidades foram vendidas, o equivalente a aproximadamente 34% dos 34.000 m<sup>2</sup> de área privativa do Lake Victoria, que correspondem a R\$162 milhões em vendas.



Projeto Golden Lake

# RESULTADOS DE EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS

## GOLDEN LAKE



3T21

ÍNDICE

As quatro torres do Lake Victoria possuem localização privilegiada, situadas junto ao acesso principal do Golden Lake. As unidades das quatro torres variam entre 299 m<sup>2</sup> e 543 m<sup>2</sup>, além de quatro coberturas de até 868 m<sup>2</sup>.

A Torre 1 do Lake Victoria possui apenas uma unidade por andar que inclui terraço com piscina climatizada, espaço gourmet com churrasqueira, suíte master com lareira, além de banheiros e closets individualizados e duas dependências de serviço. A cobertura única da Torre 1 possui dois andares e se beneficia da vista incondicional do Guaíba. A área social dispõe de quatro ambientes, dentre eles estão a área gourmet ao lado da piscina o deck molhado, sauna e adega junto à varanda, e a lareira na sala de estar.

A Torre 2 do Lake Victoria conta com varandas incorporadas às salas de estar das unidades. São 16 pavimentos com dois apartamentos de 299 m<sup>2</sup> cada. A Torre 2 possui uma única cobertura linear no 17º pavimento com 583 m<sup>2</sup> e dispõe de quatro suítes, *family room* com varanda, entre outras opções de conforto.

As 32 unidades da Torre 3 contam com 328 m<sup>2</sup> de área privativa, pé direito duplo na sala de estar, espaço gourmet integrado e varanda com churrasqueira. A arquitetura impressiona pela amplitude dos ambientes. A Torre 3 também possui apenas uma cobertura linear no 17º andar, com 660 m<sup>2</sup>.

Os 18 apartamentos da Torre 4 contam com pé direito duplo, varanda com spa e churrasqueira, e espaço gourmet com churrasqueira integrado à sala de jantar e cozinha. Os 732 m<sup>2</sup> da única cobertura linear apresentam piscina e espaço gourmet com churrasqueira.



Torre 3 - Varanda

Ainda seguindo o estilo diferenciado focado na beleza e comodidade, as Vagas Box do Lake Victoria são um capítulo à parte. O ambiente que recebe os carros ganhou ares de casa, com iluminação natural, paisagismo e decoração. As Vagas Box garantem privacidade e personalização.



Torre 1 - Salas de estar e jantar



# RESULTADOS DE EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS

## GOLDEN LAKE

3T21

ÍNDICE

O Golden Lake é inspirado no Golden Green, um condomínio também desenvolvido pela Multiplan na Barra da Tijuca, no Rio de Janeiro. O Golden Green apresentou um novo estilo de vida para os cariocas e se mantém como o empreendimento referência de alto padrão da cidade. Seguindo este modelo, o Golden Lake se apresenta como uma continuação do Golden Green adaptada ao cidadão porto alegreense.

### • Sustentabilidade

Corroborando o compromisso da Multiplan com a busca por práticas sustentáveis, a primeira fase do Golden Lake, o Lake Victoria, está em processo de certificação EDGE (Excellence in Design for Greater Efficiencies) pelo IFC (International Finance Corporation), que foca nas questões que mais causam impacto ambiental na construção civil, considerando três categorias economia de energia, de água e energia incorporada em materiais. Através de ações como utilização de vidros de alta performance, lâmpadas de LED e materiais sustentáveis, o projeto atenderá ao critério de

20 ou mais de economia nas três categorias mencionadas. Ainda com o foco de reduzir os possíveis impactos ambientais relacionados ao projeto, a Multiplan vem adotando diversas medidas durante o período de construção, como a destinação de 650 m<sup>3</sup> de madeira originados do processo de demolição para a produção de biomassa, reciclagem do metal e PVC dos encanamentos e calhas, e preservação de árvores e animais.

O empreendimento, que deverá gerar três mil empregos diretos e indiretos durante as obras de cada fase, trará ainda mais benefícios para a região, que receberá investimentos da Companhia através das obras e benfeitorias previstas nas contrapartidas do projeto, estimadas em mais de R\$170 milhões. Alguns exemplos deste grupo de investimentos são a continuidade da revitalização da Orla do Guaíba, obras e melhorias viárias, reforma em escolas municipais, obras e melhorias em Unidades de Saúde, implantação de paradas de ônibus e criação de uma Unidade de Destino Certo para o Departamento Municipal de Limpeza Urbana.



Golden Green –  
Barra da Tijuca, RJ



Ilustração do projeto  
Golden Lake –  
Porto Alegre, RS



3T21

ÍNDICE

# RESULTADOS DE EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS

## GOLDEN LAKE

Porto Alegre – RS, Brasil, 1984



Porto Alegre – RS, Brasil, 2021



### • Vetor de Crescimento e Estratégia Multiuso

Com um portfólio distribuído nas principais regiões do país, a Multiplan segue com sua estratégia de sucesso de se posicionar no vetor de crescimento de grandes centros urbanos com projetos multiuso. O Golden Lake é um exemplo.

A compra, em 1999, do terreno onde hoje se encontra o BarraShoppingSul, juntamente com sua inauguração em 2008, é um exemplo da visão de longo prazo da Companhia no desenvolvimento de seus empreendimentos.

O Complexo BarraShoppingSul já possui duas torres comerciais (Cristal Tower em 2011 e

Diamond Tower em 2014) e um edifício residencial (Residence du Lac em 2014), que têm contribuído fortemente para o desenvolvimento da região ao longo dos anos.

O lançamento do Golden Lake representa a continuidade da estratégia de crescimento do BarraShoppingSul: a criação de complexos multiuso que combinam diferentes projetos. O novo empreendimento, localizado a apenas três minutos do BarraShoppingSul, trará ainda mais fluxo ao shopping, apresentando um novo conceito de vida para a região, destacando a estratégia multiuso da Companhia.



# RESULTADOS DE EMPREENHIMENTOS IMOBILIÁRIOS

## BANCO DE TERRENOS

3T21

ÍNDICE

### BANCO DE TERRENOS

#### Multiplan mantém 763.103 m<sup>2</sup> em terrenos para futuros desenvolvimentos multiuso

A Multiplan possui 763.103 m<sup>2</sup> de terrenos para futuros projetos multiuso. Com base em estudos internos, a Companhia estima uma área privativa para venda potencial de aproximadamente 830 mil metros quadrados a serem desenvolvidos. Todas as áreas listadas são integradas aos shoppings da Companhia e deverão ser utilizadas para o desenvolvimento de projetos multiuso.

A Multiplan também estima um potencial aumento de quase 200.000 m<sup>2</sup> de ABL através de expansões futuras em seus shopping centers, que não estão na tabela.

Localização do terreno (shopping próximo)	% Mult. <sup>1</sup>	Área terreno (m <sup>2</sup> )	Área potencial para venda (m <sup>2</sup> )
BarraShoppingSul	100%	159.587	294.130
JundiaíShopping	100%	4.500	11.616
ParkShoppingBarigüi	94%	28.214	26.185
ParkShoppingCampo Grande	52%	317.755	114.728
ParkShopping Canoas	82%	18.721	21.331
ParkShopping SãoCaetano	100%	36.948	81.582
Parque Shopping Maceió	50%	29.283	34.000
RibeirãoShopping	100%	102.295	121.047
ShoppingAnáliaFranco	36%	29.800	92.768
VillageMall	100%	36.000	31.340
<b>Total</b>	<b>75%</b>	<b>763.103</b>	<b>828.727</b>

<sup>1</sup> Participação da Multiplan calculada pela média ponderada da área total do terreno.



# RESULTADOS FINANCEIROS

## EBITDA

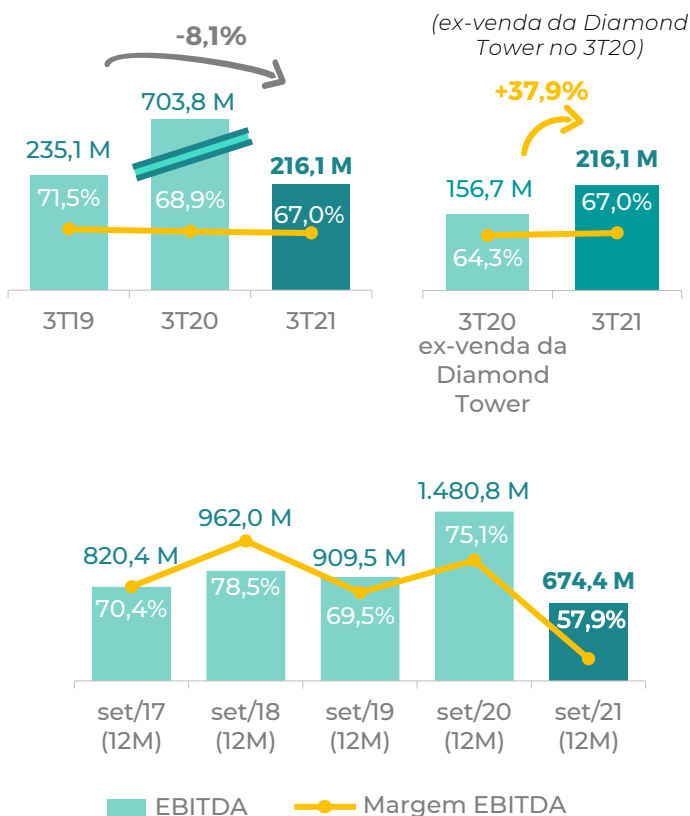
### EBITDA

#### EBITDA ex-linearidade 6,1% acima do 3T19

O EBITDA atingiu R\$216,1 milhões no 3T21, queda de 69,3% em relação ao 3T20 principalmente devido à venda da Diamond Tower, parte do complexo Morumbi Corporate em jul/2020. Na comparação com o 3T19, o EBITDA foi 8,1% inferior, principalmente devido ao efeito da linearidade negativa no 3T21, uma vez que as condições contratuais da Covid-19 continuam a ser amortizadas. O EBITDA excluindo o efeito da linearidade alcançou R\$237,7 milhões no 3T21, 6,1% acima do 3T19 (também excluindo o efeito da linearidade).

O EBITDA 12M (set/21) atingiu R\$674,4 milhões, queda de 25,9% em relação a set/19, principalmente devido às maiores restrições impostas ao mercado pela pandemia.

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



# RESULTADOS FINANCEIROS

## ENDIVIDAMENTO E DISPONIBILIDADES

### ENDIVIDAMENTO E DISPONIBILIDADES

#### Redução da dívida líquida impulsionada pela forte geração de FFO

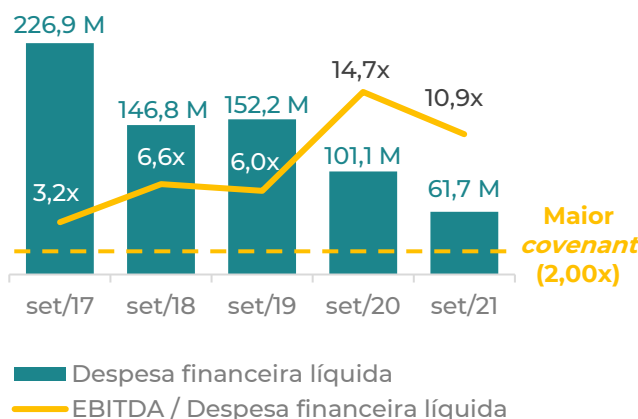
No final de setembro de 2021, a posição de caixa da Multiplan era de R\$1.179,9 milhões, 3,1% maior do que no final de junho de 2021, resultando em uma redução de 2,2% na dívida líquida para R\$2.264,6 milhões.

A dívida bruta ao final de set/21 apresentou ligeira redução em relação a jun/21 (-0,5%) e apresentou significativa redução em relação a set/20 (-9,6% ou -R\$366,0 milhões), dada a gestão de passivos implementado ao longo de 2020.

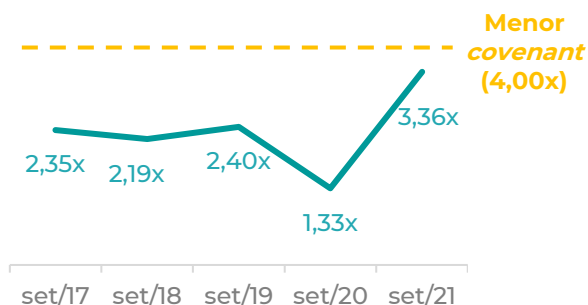
Os principais desembolsos de caixa no 3T21 foram decorrentes de: (i) R\$124,5 milhões em CAPEX, ligados principalmente às obras do ParkJacarepaguá; (ii) amortizações de R\$29,8 milhões em empréstimos e financiamentos e (iii) R\$27,3 milhões em obrigações por aquisição de bens. Esses desembolsos foram compensados (i) pela recuperação do FFO no trimestre (R\$176,7 milhões), (ii) aluguéis devidos de períodos anteriores (R\$6,9 milhões) e (iii) R\$9,4 milhões relativos às vendas do Golden Lake.

A relação Dívida Líquida/EBITDA aumentou após excluir o EBITDA gerado pela venda da Diamond Tower em jul/20, atingindo 3,36x, de 1,99x em jun/21. O índice de Despesas financeiras atingiu 10,93x no 3T21, de 19,67x no 2T21, ainda distante do *covenant* máximo de 2,00x.

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



#### Evolução da dívida líquida/EBITDA



Indicadores Financeiros (R\$)	30/09/21	30/06/21	Var. %
Dívida Bruta	3.444,5 M	3.460,1 M	-0,5%
Posição de Caixa	1.179,9 M	1.144,9 M	+3,1%
Dívida Líquida	2.264,6 M	2.315,2 M	-2,2%
EBITDA 12M	674,4 M	1.162,1 M	-42,0%
Valor justo das propriedades para investimentos	21.974,8 M	21.353,1 M	-1,1%
Dívida Líquida/EBITDA	3,36x	1,99x	+68,8%
Dívida Bruta/EBITDA	5,51x	2,98x	+84,9%
EBITDA/Despesa Financeira Líquida	10,93x	19,67x	-44,4%
Dívida Líquida/Valor Justo	10,3%	10,8%	-54 p.b.
Dívida Total/Patrimônio Líquido	0,53x	0,54x	-1,7%
Dívida Líquida/Valor de Mercado	19,8%	16,4%	+340 p.b.
Prazo Médio de Amortização (meses)	40	43	-6,4%

# RESULTADOS FINANCEIROS

## ENDIVIDAMENTO E DISPONIBILIDADES

### Spread para taxa básica de juros reduziu mais uma vez

A taxa básica de juros (Selic) aumentou recentemente em 200 p.b., enquanto o custo médio da dívida da Multiplan aumentou 196 p.b. no 3T21, atingindo 7,28% ao final de set/21, contra 5,32% ao final de jun/21, o menor spread trimestral em dois anos.

Em setembro de 2021, a exposição da dívida da Companhia ao CDI era de 84,3% da dívida bruta. A dívida atrelada à TR (taxa referencial) era de 12,3%, enquanto outros índices, como IGP-M e IPCA, representavam apenas 3,4%. Todas as dívidas da Multiplan são denominadas em moeda local.

#### Eventos recentes<sup>1</sup>

- Pagamento de juros sobre capital

Em outubro de 2021, a Companhia pagou Juros sobre Capital Próprio, aprovados pelo Conselho de Administração em dezembro de 2020, no valor total bruto de R\$270 milhões.

- 10ª emissão de Debêntures da Companhia

Adicionalmente, em outubro de 2021, a Multiplan anunciou a liquidação da 10ª emissão de debêntures não conversíveis em ações da espécie quirografária, em uma única tranche, no valor de R\$450,0 milhões com teto inicial de CDI+1,45%, reduzido após o processo de *book building* para CDI+1,30% a.a. O prazo de emissão é de sete anos e será amortizado em três parcelas iguais e sucessivas no quinto, sexto e sétimo anos contados da data de emissão.

<sup>1</sup>Os eventos recentes não estão refletidos no cronograma de amortização da dívida bruta, nem na posição de caixa.

### Cronograma de amortização da dívida bruta em 30 de setembro de 2021

Caixa (set/21)	1.180 M
FFO (12M)	590
4T21	280 M
2022	503 M
2023	632 M
2024	513 M
2025	564 M
2026	450 M
2027	152 M
2028	53 M
2029	54 M
2030	55 M
2031	44 M
2032	40 M
2033+	105 M

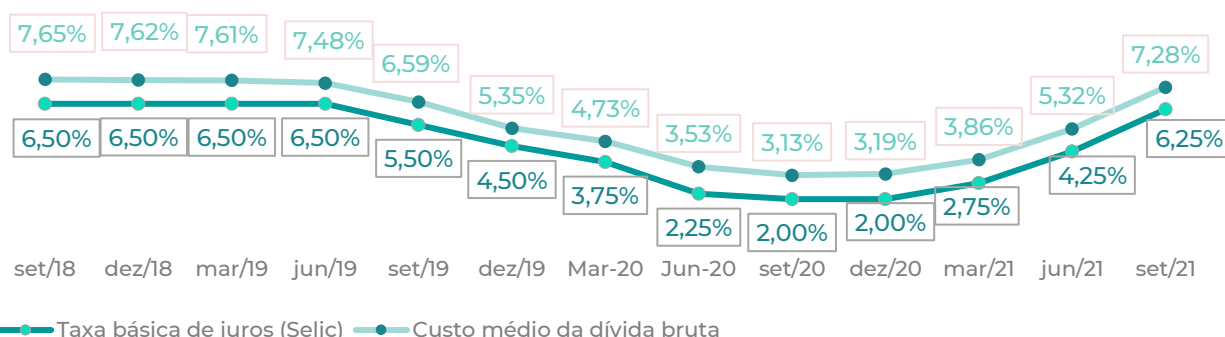
### Indexadores do endividamento (a.a.) – set/21

	Desempenho do indexador	Taxa de juros média <sup>1</sup>	Custo da dívida	Dívida bruta (R\$)
TR	0,00%	7,50%	7,50%	424,0 M
CDI	6,25%	0,85%	7,13%	2.905,0 M
Others <sup>3</sup>	10,25%	0,00%	10,25%	115,3 M
<b>Total</b>	<b>5,61%</b>	<b>1,66%</b>	<b>7,28%</b>	<b>3.444,3 M</b>

<sup>2</sup> Média ponderada da taxa anual.

<sup>3</sup> 'Outros' incluem IPCA e outros índices.

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



## FLUXO DE CAIXA OPERACIONAL (FFO)

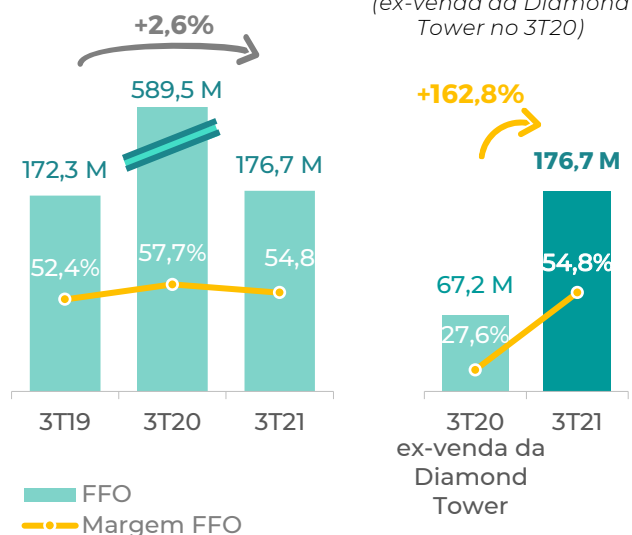
### FFO acima dos níveis de 2019

O Fluxo de Caixa Operacional (FFO) totalizou R\$176,7 milhões no 3T21, aumento de 2,6% em relação ao 3T19, com margem de 54,8%, sendo um marco importante para a Companhia, principalmente devido (i) ao aumento de 13,1% na receita de locação; e (ii) melhora de R\$16,9 milhões no resultado financeiro.

Nos últimos 12 meses, o FFO atingiu R\$590,2 milhões, redução de 45,4% em relação a set/20 (últimos 12 meses), principalmente devido à venda da Diamond Tower em jul/20. Quando comparado a set/19, o FFO 12M caiu 11,9%.

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

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



FFO (R\$)	3T21	3T20	Var.%	3T19	Var.%	set/21 (12M)	set/20 (12M)	Chg.%	set/19 (12M)	Var.%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>99,4 M</b>	<b>568,8 M</b>	<b>-82,5%</b>	<b>121,5 M</b>	<b>-18,2%</b>	<b>386,4 M</b>	<b>959,6 M</b>	<b>-59,7%</b>	<b>441,4 M</b>	<b>-12,5%</b>
(-) Depreciações e amortizações	(48,0 M)	(58,1 M)	-17,3%	(57,6M)	-16,6%	(195,1 M)	(232,9 M)	-16,2%	(215,7 M)	-9,6%
(-) Imposto de renda e contrib. social diferidos	(7,6 M)	(27,2 M)	-71,9%	(4,3M)	+78,1%	41,0 M	(134,8 M)	n.d.	(12,1 M)	n.d.
(-) Aprop. receita de aluguel linear	(21,6 M)	64,5 M	n.d.	11,1 M	n.d.	(49,8 M)	246,0 M	n.d.	(1,1 M)	4.508,0%
<b>FFO</b>	<b>176,7 M</b>	<b>589,5 M</b>	<b>-70,0%</b>	<b>172,3 M</b>	<b>+2,6%</b>	<b>590,2 M</b>	<b>1,081,4 M</b>	<b>-45,4%</b>	<b>670,2 M</b>	<b>-11,9%</b>
<b>Margem FFO</b>	<b>54,8%</b>	<b>57,7%</b>	<b>-285 p.b.</b>	<b>52,4%</b>	<b>+240 p.b.</b>	<b>50,6%</b>	<b>54,8%</b>	<b>-418 p.b.</b>	<b>51,2%</b>	<b>-54 p.b.</b>



# RESULTADOS FINANCEIROS

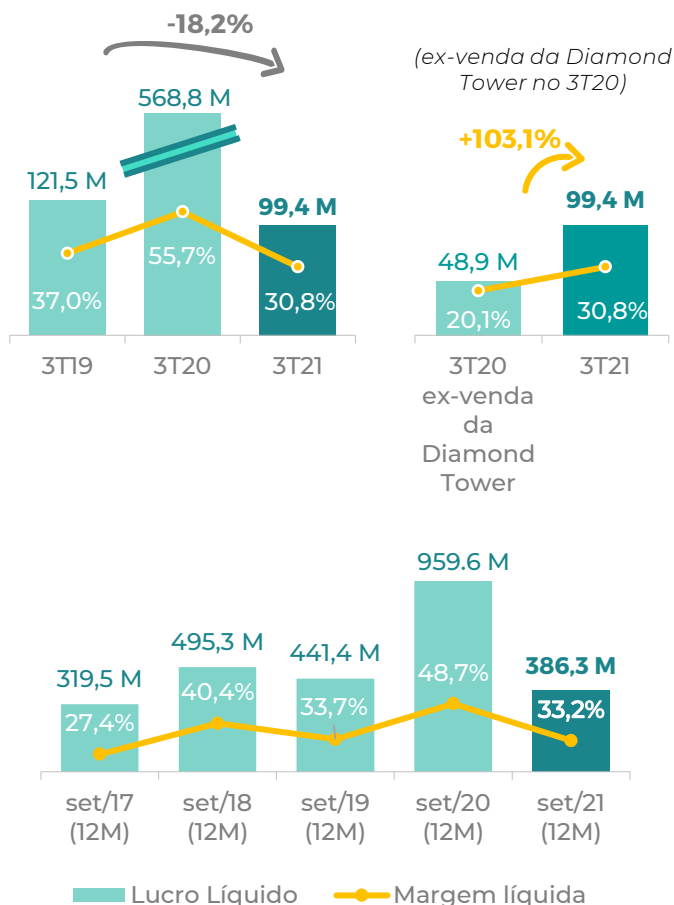
## LUCRO LÍQUIDO

### LUCRO LÍQUIDO

O lucro líquido totalizou R\$99,4 milhões no trimestre, redução de 82,5% em relação ao 3T20, principalmente devido à venda da Diamond Tower em jul/20.

Quando comparado ao 3T19, o Lucro Líquido foi 18,2% inferior, principalmente devido às maiores despesas com projetos (+182,1%) e Imposto de Renda e Contribuição Social (+257,3%) dado a contabilização da provisão de JCP no 3T19. O lucro líquido de set/21 12M atingiu R\$386,3 milhões, 59,7% inferior a set/20 e 12,5% inferior a set/19.

#### Lucro Líquido (R\$) e margem (%)



## CAPEX

### ParkJacarepaguá quase totalmente locado

O CAPEX no 3T21 totalizou R\$124,5 milhões, sendo a construção do ParkJacarepaguá responsável por mais da metade do montante.

As expansões de shoppings totalizaram R\$11,9 milhões no trimestre, compreendendo as obras de expansão do DiamondMall e do ParkShoppingBarigüi.

Revitalizações, TI, Inovação Digital e Outros somaram R\$11,7 milhões, que incluem importantes investimentos na modernização de shoppings, como BarraShoppingSul, BH Shopping, RibeirãoShopping, ParkShopping Canoas e BarraShopping, além de investimentos adicionais em iniciativas de inovação digital.

Os R\$6,2 milhões registrados na linha de Compra de Terrenos referem-se principalmente ao *stand* de vendas montado para o lançamento de todas as fases do empreendimento residencial Golden Lake, iniciado no início de outubro.

### O ParkJacarepaguá será inaugurado no dia 18 de novembro, com mais de 95% de sua ABL locada

Seguindo um conceito inédito, o ParkJacarepaguá apresentará uma nova experiência de consumo e entretenimento, além de nascer totalmente integrado à natureza. Inclui um Parque Verde, um deck com vista para o Parque Nacional da Tijuca, um supermercado, o maior ringue permanente de patinação no gelo do Estado, cinemas, parques de diversão internos e externos, área Boulevard Gourmet, mais de 230 lojas e muito mais.

O shopping está sendo construído em um terreno de aproximadamente 95.000 m<sup>2</sup> e contará com uma arquitetura única e inovadora. Os ambientes foram projetados a partir das mais modernas tecnologias sustentáveis, visando a eficiência condominial por meio da redução dos custos de operação e manutenção.

O projeto contará com sistemas de reaproveitamento de águas pluviais e tratamento de efluentes, sensores de descarga

## Detalhamento do CAPEX

Investimentos (R\$)	3T21	9M21
Desenvolvimento de <i>Greenfields</i>	94,6 M	198,9 M
Expansões	11,9 M	24,0 M
Revitalizações, TI, Inovação Digital e Outros	11,7 M	55,9 M
Aquisição de Minoritários	0,0 M	11,0 M
Compra de Terrenos	6,2 M	6,2 M
<b>Total</b>	<b>124,5 M</b>	<b>296,0 M</b>

de embarcações, torneiras automáticas projetadas para melhor aproveitamento da água, ar condicionado de alta economia de energia e instalação de painéis solares. Todas essas características já levaram o ParkJacarepaguá a se qualificar para receber o selo de aprovação da pré-certificação LEED, que reconhece os elevados padrões de sustentabilidade do projeto.

O novo shopping também vai gerar 8.000 empregos diretos e indiretos e trazer ainda mais desenvolvimento para a região, além dos investimentos que estão sendo feitos no seu entorno. Esses benefícios estão presentes na mais recente [campanha publicitária](#) da Multiplan, mostrando um exemplo das melhorias e legados deixados pela Companhia.



Construção do ParkJacarepaguá – setembro de 2021



# ANÁLISE DAS PROPRIEDADES PARA INVESTIMENTO

## 3T21

ÍNDICE

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

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

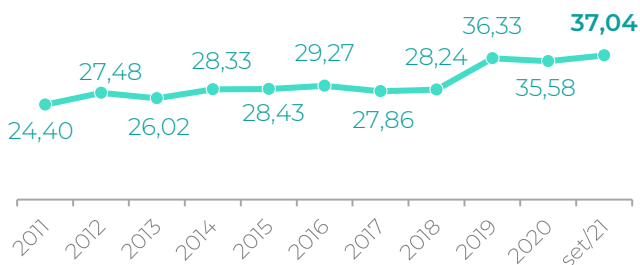
Em 2019 a Companhia atualizou sua metodologia de cálculo da taxa de desconto, alinhando a taxa de risco do país com as práticas de mercado,

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

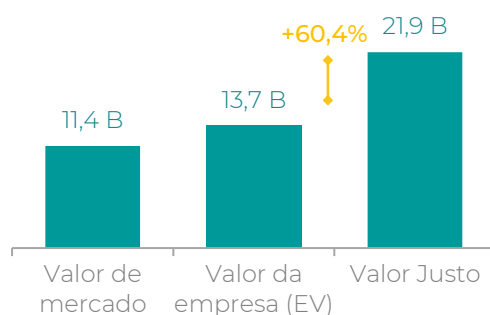
Em linha com a carta de intenções de venda do edifício Diamond Tower assinada em maio de 2020, foram transferidos os saldos contábeis do empreendimento de propriedades para investimento para Ativo não Circulante Mantido para Venda, não sendo considerado na avaliação de propriedades para investimento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

Para obter mais detalhes, consulte as Demonstrações Financeiras de 30 de setembro de 2021, disponível no site de RI da Companhia.

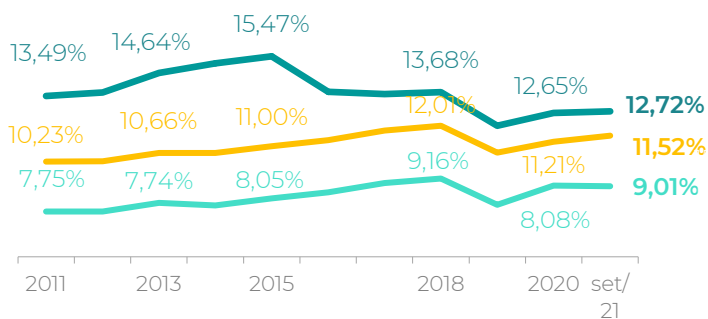
#### Valor justo por ação (R\$)



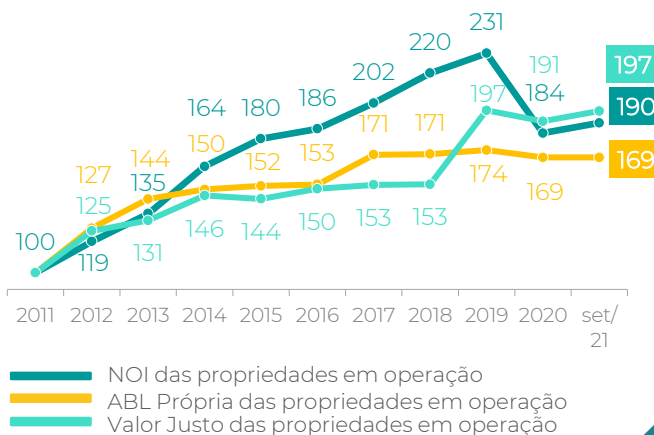
#### Comparação entre métricas de valor (set/21)



#### Evolução das taxas de desconto



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



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

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

# ANÁLISE DAS PROPRIEDADES PARA INVESTIMENTO



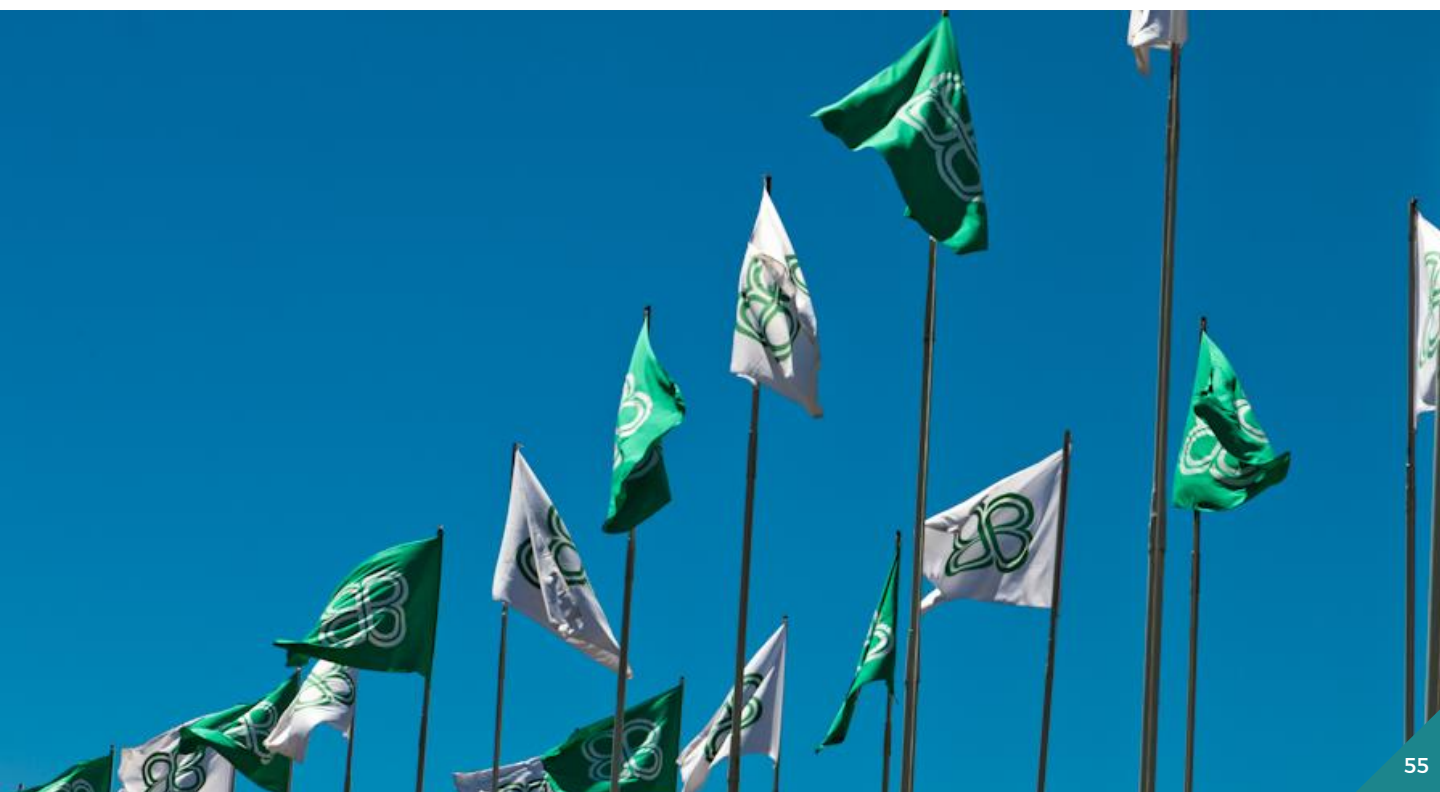
3T21

ÍNDICE

Custo de Capital Próprio	set/21	2020	2019	2018	2017
Taxa livre de risco ( <i>Risk-free rate</i> )	3,32%	3,32%	3,35%	3,38%	3,39%
Prêmio de risco de mercado	6,47%	6,47%	6,35%	6,11%	6,26%
Beta	0,94	0,87	0,80	0,87	0,82
Risco país	197 p.b.	224 p.b.	245 p.b.	300 p.b.	287 p.b.
Prêmio de risco adicional	27 p.b.	27 p.b.	27 p.b.	31 p.b.	38 p.b.
<b>Custo de capital próprio - US\$ nominal</b>	<b>11,52%</b>	<b>11,21%</b>	<b>10,67%</b>	<b>12,01%</b>	<b>11,78%</b>
<b>Premissas de inflação</b>					
Inflação (Brasil) <sup>1</sup>	3,41%	3,32%	3,64%	3,92%	4,05%
Inflação (EUA)	2,30%	2,00%	2,40%	2,40%	2,40%
<b>Custo de capital próprio - R\$ nominal</b>	<b>12,72%</b>	<b>12,65%</b>	<b>12,01%</b>	<b>13,68%</b>	<b>13,58%</b>

<sup>1</sup> A inflação estimada (BR) para setembro de 2021 considera a média de 4 anos entre outubro de 2021 e setembro de 2025. A premissa de inflação utilizada nos modelos de 2016, 2017, 2018 e 2019 considerou a inflação estimada para os 12 meses seguintes.

Valor Justo de Propriedades para Investimento (R\$)	set/21	2020	2019	2018	2017
Shopping centers e torres comerciais em operação	21.114 M	20.459 M	21.155 M	16.405 M	16.379 M
Projetos em desenvolvimento	710 M	481 M	343 M	208 M	110 M
Projetos futuros	151 M	174 M	174 M	170 M	161 M
<b>Total</b>	<b>21.975 M</b>	<b>21.114 M</b>	<b>21.672 M</b>	<b>16.783 M</b>	<b>16.650 M</b>

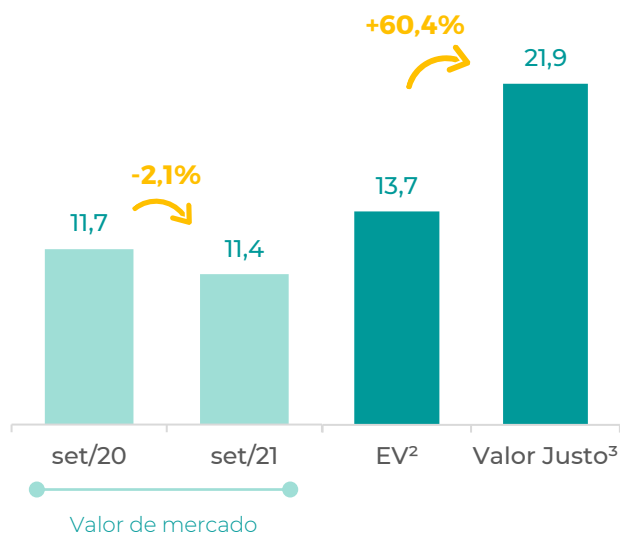


# MULT3 E O MERCADO DE AÇÕES

## MULT3 E O MERCADO DE AÇÕES

A ação da Multiplan (MULT3) foi cotada a R\$19,03 ao final de set/21, 19,0% abaixo do final de jun/21 e 2,1% abaixo ao final de set/20. As ações em tesouraria aumentaram 13,7%, em função do 1 milhão de ações compradas pela Companhia no trimestre, encerrando o 3T21 com 8.284.224 ações. O volume médio diário negociado no trimestre foi de R\$135,7 milhões (equivalente a US\$26,0 milhões), um aumento de 6,4% em relação ao volume médio diário do terceiro trimestre de 2020. O número médio diário de negócios atingiu 17.853 no 3T21, uma redução de 16,9% em relação ao ano anterior.

### Valor da Multiplan (R\$ bilhão)



<sup>1</sup> Baseado na taxa média do câmbio, informada pelo Banco Central, de R\$5,2286 /USD no 3T21.

<sup>2</sup> Enterprise Value (EV): Valor de Mercado + dívida líquida em 30 de setembro de 2021.

<sup>3</sup> Valor Justo das Propriedades calculado conforme metodologia detalhada nas Demonstrações Financeiras de 30 de setembro de 2021.



# MULT3 E O MERCADO DE AÇÕES

## NÚMERO DE INVESTIDORES PESSOA FÍSICA CONTINUA A CRESCER

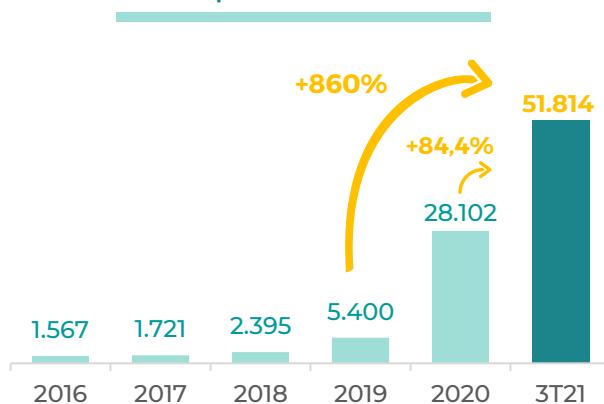
O número de investidores pessoa física continuou a crescer no 3T21 em relação ao trimestre anterior, atingindo 51.814 pessoas físicas: um crescimento de 29,3% em relação a jun/21 e de 140,7% em relação a set/20.

A MULT3 estava listada em 120 índices no final do trimestre, incluindo o Índice Bovespa (IBOV), Índice Brasil 50 (IBrX50), Índice Carbono Eficiente (ICO2), Índice S&P/B3 Brasil ESG e o Índice FTSE All-World ex North America USD.

Em 30 de setembro de 2021, o Sr. e a Sra. Peres detinham 25,8% das ações da Empresa direta ou indiretamente, e a Ontario Teachers Pension Plan (OTPP) detinha 27,4%.

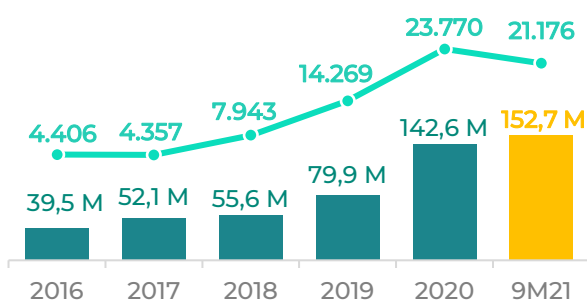
O *free float* era equivalente a 45,4% das ações totais, enquanto a soma das ações da Administração e em Tesouraria da Multiplan representava 1,4%.

### Evolução do número de investidores pessoa física



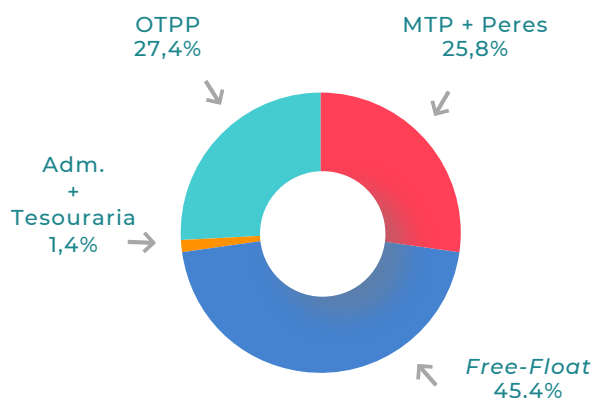
MULT3 na B3	3T21	3T20	Var.%	9M21	9M20	Var.%
Preço de fechamento médio (R\$)	22,04	22,57	-2,3%	22,79	24,32	-6,3%
Preço de fechamento (R\$) – fim do período	19,03	19,43	-2,1%	19,03	19,43	-2,1%
Valor médio diário negociado (R\$)	135.729	127.558	+6,4%	152.702	143.105	+6,7%
Volume médio diário negociado (nº de ações)	6.199.884	5.812.766	+6,7%	6.789.494	6.212.052	+9,3%
Média diária do número de negócios	17.853	21.483	-16,9%	21.176	24.051	-12,0%
<b>Valor de mercado (R\$) – fim do período</b>	<b>11.432,5 M</b>	<b>11.672,8</b>	<b>-2,1%</b>	<b>11.432,48</b>	<b>11.672,78</b>	<b>-2,1%</b>

### Evolução do volume médio de ações negociadas



■ Volume médio diário negociado (R\$)  
 ● Média diária de ações negociadas<sup>1</sup>

### Abertura da estrutura societária em 30 de setembro 2021



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

**3T21**

ÍNDICE

# PORTFÓLIO DE ATIVOS

Portfólio (3T21)	Abertura	Estado	Multiplan %	ABL Total	Taxa de ocupação média
<i>Shopping centers em operação</i>					
BH Shopping	1979	MG	100,0%	46.976 m <sup>2</sup>	98,3%
RibeirãoShopping	1981	SP	81,6%	74.881 m <sup>2</sup>	92,4%
BarraShopping	1981	RJ	65,8%	77.667 m <sup>2</sup>	96,8%
MorumbiShopping	1982	SP	73,7%	55.998 m <sup>2</sup>	99,1%
ParkShopping	1983	DF	73,4%	53.205 m <sup>2</sup>	93,8%
DiamondMall	1996	MG	90,0% <sup>1</sup>	21.351 m <sup>2</sup>	95,4%
New York City Center	1999	RJ	50,0%	21.796 m <sup>2</sup>	86,7%
ShoppingAnáliaFranco	1999	SP	30,0%	51.590 m <sup>2</sup>	97,0%
ParkShoppingBarigüi	2003	PR	93,3%	52.296 m <sup>2</sup>	99,0%
Pátio Savassi	2004	MG	96,5%	21.107 m <sup>2</sup>	95,1%
ShoppingSantaÚrsula	1999	SP	100,0%	23.329 m <sup>2</sup>	86,7%
BarraShoppingSul	2008	RS	100,0%	72.147 m <sup>2</sup>	97,1%
ShoppingVilaOlímpia	2009	SP	60,0%	28.369 m <sup>2</sup>	76,0%
ParkShoppingSãoCaetano	2011	SP	100,0%	39.253 m <sup>2</sup>	96,8%
JundiaíShopping	2012	SP	100,0%	36.468 m <sup>2</sup>	99,4%
ParkShoppingCampoGrande	2012	RJ	90,0%	43.776 m <sup>2</sup>	94,7%
VillageMall	2012	RJ	100,0%	26.877 m <sup>2</sup>	93,7%
Parque Shopping Maceió	2013	AL	50,0%	39.214 m <sup>2</sup>	99,3%
ParkShopping Canoas	2017	RS	82,3%	49.058 m <sup>2</sup>	95,0%
<b>Subtotal Shopping centers em operação</b>			<b>80,1%</b>	<b>835.358 m<sup>2</sup></b>	<b>95,2%</b>
<i>Torres corporativas</i>					
ParkShopping Corporate	2012	DF	70,0%	13.302 m <sup>2</sup>	88,8%
Morumbi Corporate – Golden Tower <sup>2</sup>	2013	SP	100,0%	37.280 m <sup>2</sup> <sup>3</sup>	88,7%
<b>Subtotal de torres corporativas</b>			<b>92,1%</b>	<b>50.582 m<sup>2</sup></b>	
<b>Total de propriedades para locação</b>			<b>80,7%</b>	<b>885.940 m<sup>2</sup></b>	
<i>Shopping centers em desenvolvimento</i>					
ParkJacarepaguá	2021	RJ	91,0%	39.000 m <sup>2</sup>	
<b>Subtotal shopping center em desenvolvimento</b>			<b>91,0%</b>	<b>39.000 m<sup>2</sup></b>	
<b>Total portfólio</b>			<b>81,2%</b>	<b>924.940 m<sup>2</sup></b>	

<sup>1</sup> Arrendamento até 2030.<sup>2</sup> Em 24 de julho de 2020, a Multiplan concluiu a venda da Diamond Tower, uma das duas torres do complexo de escritórios Morumbi Corporate, com 36.918 m<sup>2</sup> de ABL.<sup>3</sup> Inclui 828 m<sup>2</sup> da área gourmet localizada no Morumbi Corporate.



3T21

ÍNDICE

# PORTFÓLIO DE ATIVOS

- Shopping center em operação
- Torre para locação em operação
- Shopping center em desenvolvimento



## Alagoas - AL

### Maceió

- Parque Shopping Maceió

## Distrito Federal - DF

### Brasília

- ParkShopping
- ParkShopping Corporate

## Minas Gerais - MG

### Belo Horizonte

- Pátio Savassi
- DiamondMall
- BH Shopping

## São Paulo - SP

### São Paulo

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

### Jundiaí

- JundiaíShopping

### Ribeirão Preto

- ShoppingSantaÚrsula
- RibeirãoShopping

### São Caetano

- ParkShopping SãoCaetano

## Paraná - PR

### Curitiba

- ParkShopping Barigüi

## Rio Grande do Sul - RS

### Porto Alegre

- BarraShoppingSul

### Canoas, RS

- ParkShopping Canoas

## Rio de Janeiro - RJ

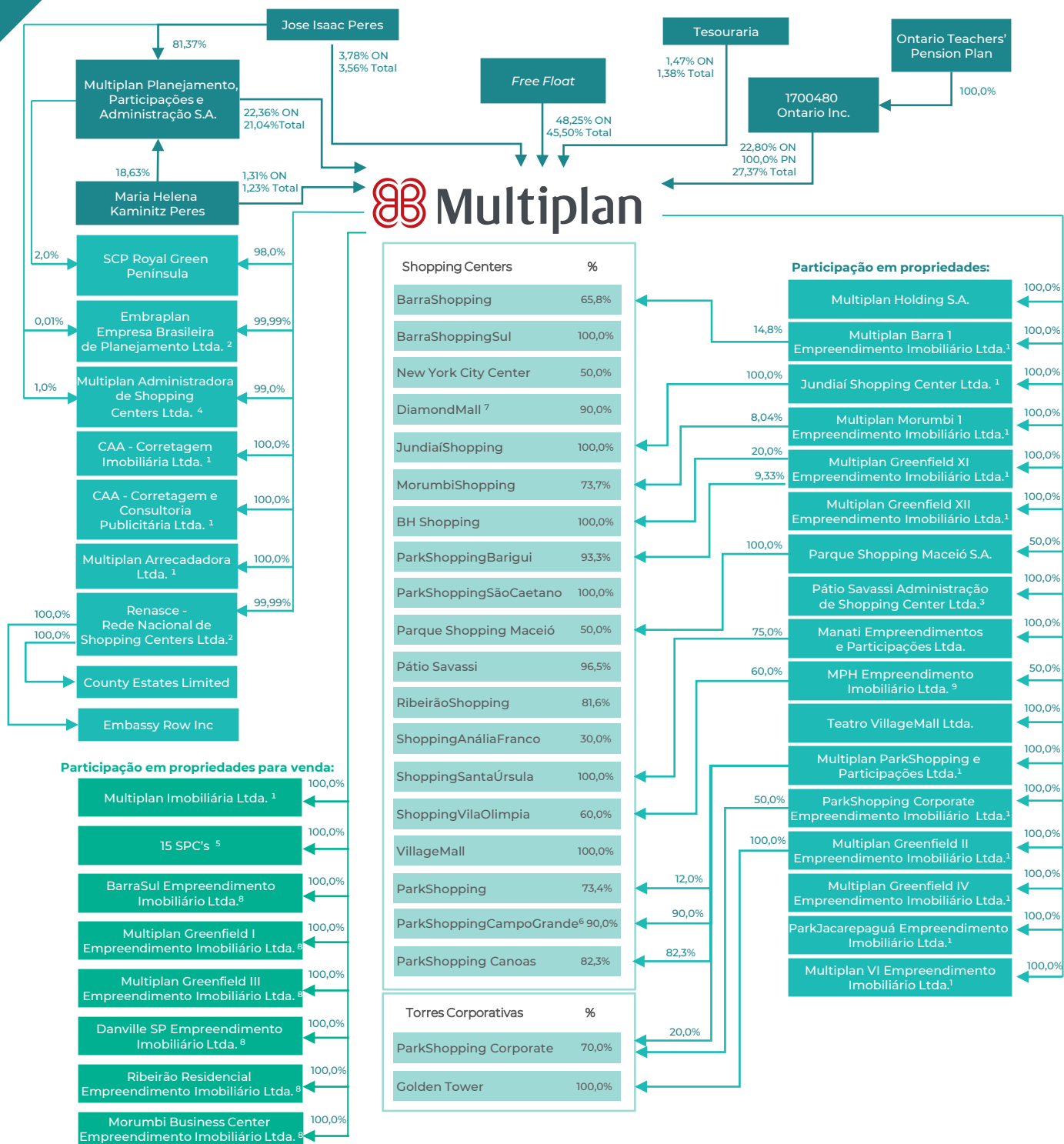
- BarraShopping
- New York City Center
- VillageMall
- ParkShopping CampoGrande
- ParkJacarepaguá



3T21

ÍNDICE

# ESTRUTURA SOCIETÁRIA



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

<sup>2</sup> José Isaac Peres possui participação de 0,01% nessas Sociedades.

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

<sup>4</sup> José Isaac Peres possui 1,00% de participação nessa Sociedade.

<sup>5</sup> 15 SPC's relacionadas a projetos imobiliários para venda em andamento.

<sup>6</sup> Dos 90% de participação, 40% são direitos aquisitivos.

<sup>7</sup> A Multiplan detém 50,1% do DiamondMall, A Companhia assinou contrato de arrendamento e possui 90% das receitas do shopping até novembro de 2026 e 100% de dezembro de 2026 a novembro 2030. Além disso, a Renasce Ltda. possui 0,45% de participação na DiamondMall.

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

<sup>9</sup> 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 12,00% de participação no ParkShopping, ambos em Brasília, Distrito Federal. Multiplan detém uma participação de 100,0% na Multiplan ParkShopping e Participações Ltda.

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

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

**ParkJacarepaguá Empreendimento Imobiliário Ltda.:** SPE criada para o desenvolvimento do ParkJacarepaguá, localizado na cidade do Rio de Janeiro, RJ.

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

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

**Multiplan Greenfield XI Empreendimento Imobiliário Ltda.:** possui 9,33% de participação no ParkShoppingBarigüi, localizado na cidade de Curitiba, PR, que somada às demais participações detidas pela Multiplan no empreendimento totalizam 93,33%, 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..

**3T21**

ÍNDICE

# DADOS OPERACIONAIS E FINANCEIROS

## DESTAQUES OPERACIONAIS E FINANCEIROS

<b>Desempenho Financeiro (% Multiplan)</b>	<b>3T21</b>	<b>3T20</b>	<b>Var.%</b>	<b>9M21</b>	<b>9M20</b>	<b>Var.%</b>
Receita bruta R\$'000	352.478	1.066.051	-66,9%	935.454	1.667.342	-43,9%
Receita líquida R\$'000	322.260	1.021.893	-68,5%	863.807	1.604.907	-46,2%
Receita líquida R\$/m <sup>2</sup>	462,2	1.466,3	-68,5%	1.238,5	2.303,4	-46,2%
Receita líquida US\$/pé <sup>2</sup>	7,9	24,2	-67,3%	21,2	37,9	-44,3%
Receita de locação (com efeito da linearidade) R\$'000	280.320	214.680	+30,6%	761.212	733.482	+3,8%
Receita de locação R\$/m <sup>2</sup>	402,1	308,0	+30,5%	1.091,4	1.052,7	+3,7%
Receita de locação US\$/pé <sup>2</sup>	6,9	5,1	+35,3%	18,6	16,7	+11,3%
Receita de locação mensal R\$/m <sup>2</sup>	144,4	71,8	+101,0%	119,1	69,8	+70,6%
Receita de locação mensal US\$/pé <sup>2</sup>	2,5	1,2	+108,4%	2,0	1,1	+76,9%
Resultado Operacional Líquido (NOI) R\$'000	287.138	204.001	+40,8%	732.246	699.429	+4,7%
Resultado Operacional Líquido R\$/m <sup>2</sup>	411,9	292,8	+40,7%	1.049,9	969,6	+8,3%
Resultado Operacional Líquido US\$/pé <sup>2</sup>	7,0	4,8	+45,9%	17,9	16,0	+12,3%
Margem NOI	88,0%	86,1%	+188 p.b.	84,7%	86,7%	-203 p.b.
NOI por ação R\$	0,48	0,34	+41,7%	1,24	1,17	+5,4%
Despesas de sede R\$'000	35.934	20.622	+74,2%	112.404	68.248	+64,7%
Despesas de sede/Receita líquida	11,2%	2,0%	+913 p.b.	13,0%	4,3%	+876 p.b.
EBITDA R\$'000	216.068	703.848	-69,3%	525.590	1.228.308	-57,2%
EBITDA R\$/m <sup>2</sup>	309,9	1010,0	-69,3%	753,6	1.702,8	-55,7%
EBITDA US\$/pé <sup>2</sup>	5,3	16,6	-68,2%	12,9	28,0	-54,1%
Margem EBITDA	67,0%	68,9%	-183 p.b.	60,8%	76,5%	-1.569 p.b.
EBITDA por ação R\$	0,36	1,18	-69,1%	0,89	2,06	-56,9%
FFO R\$'000	176.701	589.489	-70,0%	393.688	850.421	-53,7%
FFO R\$/m <sup>2</sup>	253,4	845,9	-70,0%	564,5	1.178,9	-52,1%
FFO US\$'000	32.485	104.517	-68,9%	72.377	150.781	-52,0%
FFO US\$/pé <sup>2</sup>	4,3	13,9	-68,9%	9,6	19,4	-50,4%
Margem FFO	54,8%	57,7%	-285 p.b.	45,6%	53,0%	-741 p.b.
FFO por ação (R\$)	0,30	0,99	-69,8%	0,66	1,43	-53,4%
Dólar (US\$) câmbio final do período	5,4394	5,6401	-3,6%	5,4394	5,6401	-3,6%

<b>Desempenho de Mercado</b>	<b>3T21</b>	<b>3T20</b>	<b>Var.%</b>	<b>9M21</b>	<b>9M20</b>	<b>Var.%</b>
Número de ações	600.760.875	600.760.875	+0,0%	600.760.875	600.760.875	+0,0%
Ações ordinárias	565.185.834	565.185.834	+0,0%	565.185.834	565.185.834	+0,0%
Ações preferenciais	35.575.041	35.575.041	+0,0%	35.575.041	35.575.041	+0,0%
Preço médio da ação (R\$)	22,04	21,96	+0,4%	22,79	24,32	-6,3%
Preço de fechamento da ação (R\$)	19,03	19,43	-2,1%	19,03	19,43	-2,1%
Volume médio diário negociado R\$ '000	135.729	127.558	+6,4%	152.702	143.105	+6,7%
Valor de mercado R\$ '000	11.432.479	11.672.784	-2,1%	11.432.479	11.672.784	-2,1%
Dívida bruta R\$ '000	3.444.494	3.810.452	-9,6%	3.444.494	3.810.452	-9,6%
Caixa R\$ '000	1.179.864	1.836.421	-35,8%	1.179.864	1.836.421	-35,8%
Dívida líquida R\$ '000	2.264.630	1.974.031	+14,7%	2.264.630	1.974.031	+14,7%
P/FFO (Últimos 12 meses)	19,4 x	10,8 x	+79,4%	19,4 x	10,8 x	+79,4%
EV/EBITDA (Últimos 12 meses)	20,3 x	9,2 x	+120,4%	20,3 x	9,2 x	+120,4%
Dívida Líquida/EBITDA (Últimos 12 meses)	3,36 x	1,33 x	+151,9%	3,4 x	1,3 x	+151,9%

**3T21**

ÍNDICE

# DADOS OPERACIONAIS E FINANCEIROS

## DESTAQUES OPERACIONAIS E FINANCEIROS

Desempenho Financeiro (% Multiplan)	3T21	3T19	Var.%	9M21	9M19	Var.%
Receita bruta R\$'000	352.478	361.588	-2,5%	935.454	1.059.265	-11,7%
Receita líquida R\$'000	322.260	328.598	-1,9%	863.807	961.323	-10,1%
Receita líquida R\$/m <sup>2</sup>	462,2	460,3	+0,4%	1.238,5	1.353,3	-8,5%
Receita líquida US\$/pé <sup>2</sup>	7,9	10,3	-23,1%	21,2	30,2	-29,9%
Receita de locação (com efeito da linearidade) R\$'000	280.320	278.106	+0,8%	761.212	814.156	-6,5%
Receita de locação R\$/m <sup>2</sup>	402,1	389,5	+3,2%	1.091,4	1.146,2	-4,8%
Receita de locação US\$/pé <sup>2</sup>	6,9	8,7	-21,0%	18,6	25,6	-27,1%
Receita de locação mensal R\$/m <sup>2</sup>	144,4	124,7	+15,8%	119,1	122,5	-2,8%
Receita de locação mensal US\$/pé <sup>2</sup>	2,5	2,8	-11,3%	2,0	2,7	-25,6%
Resultado Operacional Líquido (NOI) R\$'000	287.138	297.457	-3,5%	732.246	868.121	-15,7%
Resultado Operacional Líquido R\$/m <sup>2</sup>	411,9	416,6	-1,1%	1.049,9	1.222,1	-14,1%
Resultado Operacional Líquido US\$/pé <sup>2</sup>	7,0	9,3	-24,3%	17,9	27,3	-34,2%
Margem NOI	88,0%	89,4%	-140 p.b.	84,7%	89,0%	-433 p.b.
NOI por ação R\$	0,48	0,50	-2,9%	1,24	1,46	-15,1%
Despesas de sede R\$'000	35.934	40.062	-10,3%	112.404	120.409	-6,6%
Despesas de sede/Receita líquida	11,2%	12,2%	-104 p.b.	13,0%	12,5%	+49 p.b.
EBITDA R\$'000	216.068	235.072	-8,1%	525.590	679.670	-22,7%
EBITDA R\$/m <sup>2</sup>	309,9	329,3	-5,9%	753,6	956,8	-21,2%
EBITDA US\$/pé <sup>2</sup>	5,3	7,3	-27,9%	12,9	21,3	-39,7%
Margem EBITDA	67,0%	71,5%	-449 p.b.	60,8%	70,7%	-986 p.b.
EBITDA por ação R\$	0,36	0,39	-7,5%	0,89	1,14	-22,2%
FFO R\$'000	176.701	172.296	+2,6%	393.688	472.483	-16,7%
FFO R\$/m <sup>2</sup>	253,4	241,3	+5,0%	564,5	665,2	-15,1%
FFO US\$'000	32.485	41.374	-21,5%	72.377	113.458	-36,2%
FFO US\$/pé <sup>2</sup>	4,3	5,4	-19,6%	9,6	14,8	-35,0%
Margem FFO	54,8%	52,4%	+240 p.b.	45,6%	49,1%	-357 p.b.
FFO por ação (R\$)	0,30	0,29	+3,2%	0,66	0,79	-16,2%
Dólar (US\$) câmbio final do período	5,4394	4,1644	+30,6%	5,4394	4,1644	+30,6%

Desempenho de Mercado	3T21	3T19	Var.%	9M21	9M19	Var.%
Número de ações	600.760.875	600.760.875	+0,0%	600.760.875	600.760.875	+0,0%
Ações ordinárias	565.185.834	565.185.834	+0,0%	565.185.834	565.185.834	+0,0%
Ações preferenciais	35.575.041	35.575.041	+0,0%	35.575.041	35.575.041	+0,0%
Preço médio da ação (R\$)	22,04	27,49	-19,8%	22,79	25,55	-10,8%
Preço de fechamento da ação (R\$)	19,03	28,85	-34,0%	19,03	28,85	-34,0%
Volume médio diário negociado R\$ '000	135.729	87.411	+55,3%	152.702	78.882	+93,6%
Valor de mercado R\$ '000	11.432.479	17.331.951	-34,0%	11.432.479	17.331.951	-34,0%
Dívida bruta R\$ '000	3.444.494	3.172.509	+8,6%	3.444.494	3.172.509	+8,6%
Caixa R\$ '000	1.179.864	986.379	+19,6%	1.179.864	986.379	+19,6%
Dívida líquida R\$ '000	2.264.630	2.186.130	+3,6%	2.264.630	2.186.130	+3,6%
P/FFO (Últimos 12 meses)	19,4 x	25,9 x	-25,2%	19,4 x	25,9 x	-25,2%
EV/EBITDA (Últimos 12 meses)	20,3 x	21,5 x	-5,4%	20,3 x	21,5 x	-5,4%
Dívida Líquida/EBITDA (Últimos 12 meses)	3,36 x	2,40 x	+39,7%	3,4 x	2,4 x	+39,7%

**3T21**

ÍNDICE

# DADOS OPERACIONAIS E FINANCEIROS

## DESTAQUES OPERACIONAIS E FINANCEIROS

Operacional (% Multiplan) <sup>1</sup>	3T21	3T20	Var.%	9M21	9M20	Var.%
ABL Shopping Center total final (m <sup>2</sup> )	835.358	834.871	+0,1%	835.358	834.871	+0,1%
ABL Shopping Center própria final (m <sup>2</sup> )	668.764	668.349	+0,1%	668.764	668.349	+0,1%
ABL Shopping Center própria %	80,1%	80,1%	+0 p.b.	80,1%	80,1%	+0 p.b.
ABL Torre Comercial total final (m <sup>2</sup> )	50.582	50.640	-0,1%	50.582	50.640	-0,1%
ABL Torre Comercial própria final (m <sup>2</sup> )	46.591	46.632	-0,1%	46.591	46.632	-0,1%
ABL Total final (m <sup>2</sup> )	885.940	885.511	+0,0%	885.940	885.511	+0,0%
ABL Própria final (m <sup>2</sup> )	715.355	714.981	+0,1%	715.355	714.981	+0,1%
ABL Shopping Center total ajustada (med.) (m <sup>2</sup> ) <sup>2</sup>	817.037	816.679	+0,0%	817.385	816.739	+0,1%
ABL Shopping Center própria ajustada (med.) (m <sup>2</sup> ) <sup>2</sup>	650.606	650.276	+0,1%	650.863	650.110	+0,1%
ABL Torre Comercial total (med.) (m <sup>2</sup> ) <sup>2</sup>	50.582	50.640	-0,1%	50.582	75.252	-32,8%
ABL Torre Comercial própria (med.) (m <sup>2</sup> ) <sup>2</sup>	46.591	46.632	-0,1%	46.591	71.244	-34,6%
ABL Total ajustada (med.) (m <sup>2</sup> ) <sup>2</sup>	867.619	867.319	+0,0%	867.967	891.991	-2,7%
ABL Própria ajustada (med.) (m <sup>2</sup> ) <sup>2</sup>	697.197	696.908	+0,0%	697.455	721.354	-3,3%
Vendas totais R\$'000	3.740.846	2.223.135	+68,3%	9.021.016	5.955.131	+51,5%
Vendas totais R\$/m <sup>2</sup> <sup>3</sup>	5.038	3.004	+67,7%	4.082	7.959	-48,7%
Vendas totais US\$/pé <sup>2</sup> <sup>3</sup>	86	49	+73,9%	70	131	-46,8%
Vendas das lojas satélites R\$/m <sup>2</sup> <sup>3</sup>	6.745	3.929	+71,6%	5.388	10.292	-47,6%
Vendas das lojas satélites USD/pé <sup>2</sup> <sup>3</sup>	115	65	+78,0%	92	170	-45,7%
Aluguel total R\$/m <sup>2</sup>	465	214	+116,9%	381	591	-35,6%
Aluguel total USD/pé <sup>2</sup>	7,9	3,5	+124,9%	6,5	9,7	-33,2%
Vendas nas Mesmas Lojas <sup>3</sup>	+72,7%	n.d.	n.d.	+55,3%	n.d.	n.d.
Aluguel nas Mesmas Lojas <sup>3</sup>	+128,4%	n.d.	n.d.	+98,7%	n.d.	n.d.
Efeito do reajuste do IGP-DI	+27,9%	+6,2%	+2.167 p.b.	+22,6%	+5,9%	+1.666 p.b.
Custos de ocupação <sup>4</sup>	13,6%	11,8%	+190 p.b.	14,1%	13,8%	+30 p.b.
Aluguel como % das vendas	9,3%	7,2%	+211 p.b.	9,4%	7,5%	+194 p.b.
Outros como % das vendas	4,4%	4,6%	-21 p.b.	4,7%	6,3%	-164 p.b.
Turnover <sup>4</sup>	2,3%	1,1%	+122 p.b.	6,1%	0,8%	+534 p.b.
Taxa de ocupação <sup>4</sup>	95,2%	95,3%	-7 p.b.	94,8%	96,5%	-173 p.b.
Inadimplência bruta	6,3%	11,0%	-469 p.b.	9,5%	12,0%	-245 p.b.
Inadimplência líquida	3,9%	7,2%	-332 p.b.	6,9%	8,8%	-188 p.b.
Perda de aluguel	1,5%	0,3%	-184 p.b.	1,4%	0,3%	-172 p.b.

<sup>1</sup> Exceto para os indicadores de vendas totais, vendas de lojas satélites e custo de ocupação (100%).<sup>2</sup> ABL ajustada corresponde à ABL média do período, excluindo a área do supermercado BIG no BarraShoppingSul.<sup>3</sup> Considera apenas lojas que reportam venda e desconsidera vendas reportadas por quiosques.<sup>4</sup> Considera apenas informação de shopping centers. Turnover calculado pela ABL administrada pela Multiplan.

**3T21**

ÍNDICE

# DADOS OPERACIONAIS E FINANCEIROS

## DESTAQUES OPERACIONAIS E FINANCEIROS

Operacional (% Multiplan) <sup>1</sup>	3T21	3T19	Var.%	9M21	9M19	Var.%
ABL Shopping Center total final (m <sup>2</sup> )	835.358	834.074	+0,2%	835.358	834.074	+0,2%
ABL Shopping Center própria final (m <sup>2</sup> )	668.764	651.529	+2,6%	668.764	651.529	+2,6%
ABL Shopping Center própria %	80,1%	78,1%	+194 p.b.	80,1%	78,1%	+194 p.b.
ABL Torre Comercial total final (m <sup>2</sup> )	50.582	87.558	-42,2%	50.582	87.558	-42,2%
ABL Torre Comercial própria final (m <sup>2</sup> )	46.591	80.878	-42,4%	46.591	80.878	-42,4%
ABL Total final (m <sup>2</sup> )	885.940	921.632	-3,9%	885.940	921.632	-3,9%
ABL Própria final (m <sup>2</sup> )	715.355	732.407	-2,3%	715.355	732.407	-2,3%
ABL Shopping Center total ajustada (med.) (m <sup>2</sup> ) <sup>2</sup>	817.037	815.247	+0,2%	817.385	814.624	+0,3%
ABL Shopping Center própria ajustada (med.) (m <sup>2</sup> ) <sup>2</sup>	650.606	633.075	+2,8%	650.863	629.455	+3,4%
ABL Torre Comercial total (med.) (m <sup>2</sup> ) <sup>2</sup>	50.582	87.558	-42,2%	50.582	87.558	-42,2%
ABL Torre Comercial própria (med.) (m <sup>2</sup> ) <sup>2</sup>	46.591	80.878	-42,4%	46.591	80.878	-42,4%
ABL Total ajustada (med.) (m <sup>2</sup> ) <sup>2</sup>	867.619	902.805	-3,9%	867.967	902.182	-3,8%
ABL Própria ajustada (med.) (m <sup>2</sup> ) <sup>2</sup>	697.197	713.953	-2,3%	697.455	710.333	-1,8%
Vendas totais R\$'000	3.740.846	3.804.218	-1,7%	9.021.016	11.143.171	-19,0%
Vendas totais R\$/m <sup>2</sup> <sup>3</sup>	5.038	4.996	+0,8%	4.082	14.889	-72,6%
Vendas totais US\$/pé <sup>2</sup> <sup>3</sup>	86	111	-22,8%	70	332	-79,0%
Vendas das lojas satélites R\$/m <sup>2</sup> <sup>3</sup>	6.745	6.588	+2,4%	5.388	19.539	-72,4%
Vendas das lojas satélites USD/pé <sup>2</sup> <sup>3</sup>	115	147	-21,6%	92	436	-78,9%
Aluguel total R\$/m <sup>2</sup>	465	381	+21,8%	381	1.127	-66,2%
Aluguel total USD/pé <sup>2</sup>	7,9	8,5	-6,7%	6,5	25,1	-74,1%
Vendas nas Mesmas Lojas <sup>3</sup>	+1,5%	+5,4%	n.d.	-16,9%	+4,8%	n.d.
Aluguel nas Mesmas Lojas <sup>3</sup>	+28,4%	+10,8%	n.d.	+6,4%	+8,9%	n.d.
Efeito do reajuste do IGP-DI	+35,2%	+7,5%	+2.770 p.b.	+28,3%	+6,8%	+2.148 p.b.
Custos de ocupação <sup>4</sup>	13,6%	12,9%	+74 p.b.	14,1%	13,1%	+103 p.b.
Aluguel como % das vendas	9,3%	7,6%	+166 p.b.	9,4%	7,7%	+176 p.b.
Outros como % das vendas	4,4%	5,3%	-92 p.b.	4,7%	5,4%	-73 p.b.
Turnover <sup>4</sup>	2,3%	1,6%	+63 p.b.	6,1%	4,1%	+205 p.b.
Taxa de ocupação <sup>4</sup>	95,2%	97,6%	-237 p.b.	94,8%	97,4%	-262 p.b.
Inadimplência bruta	6,3%	2,9%	+345 p.b.	9,5%	3,5%	+603 p.b.
Inadimplência líquida	3,9%	0,6%	+330 p.b.	6,9%	1,8%	+505 p.b.
Perda de aluguel	1,5%	1,3%	-284 p.b.	1,4%	1,2%	-261 p.b.

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

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

<sup>3</sup> Considera apenas lojas que reportam venda e desconsidera vendas reportadas por quiosques.

<sup>4</sup> Considera apenas informação de shopping centers. Turnover calculado pela ABL administrada pela Multiplan.

# CONCILIAÇÃO ENTRE IFRS COM CPC 19 (R2) E GERENCIAL



3T21

ÍNDICE

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

Demonstração de Resultados (R\$'000)	CPC 19 R2 3T21	Managerial 3T21	Effect Change	CPC 19 R2 9M21	Managerial 9M21	Effect Change
Receita de locação	297.450	301.973	4.523	735.553	747.662	12.110
Receita de serviços	21.804	21.804	-	61.771	61.771	0
Receita de cessão de direitos	(1.031)	(990)	42	(2.940)	(2.819)	120
Receita de estacionamento	45.306	46.116	810	101.262	103.208	1.946
Venda de imóveis	2.122	2.122	-	4.175	4.176	0
Apropriação de receita de aluguel linear	(21.703)	(21.653)	50	12.725	13.550	825
Outras receitas	3.104	3.107	3	7.903	7.906	3
<b>Receita Bruta</b>	<b>347.051</b>	<b>352.478</b>	<b>5.428</b>	<b>920.450</b>	<b>935.454</b>	<b>15.004</b>
Tributos sobre receita	(29.965)	(30.218)	(253)	(70.988)	(71.647)	(659)
<b>Receita Líquida</b>	<b>317.086</b>	<b>322.260</b>	<b>5.175</b>	<b>849.463</b>	<b>863.807</b>	<b>14.345</b>
Despesas de sede	(35.934)	(35.934)	-	(112.404)	(112.404)	(0)
Remuneração baseada em ações	(6.478)	(6.478)	-	(23.532)	(23.532)	-
Despesas de propriedades	(38.433)	(39.297)	(865)	(129.387)	(132.174)	(2.787)
Despesas com novos projetos para locação	(7.683)	(7.683)	-	(12.084)	(12.084)	-
Despesas com novos projetos para venda	(5.505)	(5.505)	-	(11.748)	(11.748)	-
Custo de imóveis vendidos	(871)	(871)	-	(2.779)	(2.779)	-
Resultado de equivalência patrimonial	(7.198)	(9.206)	(2.008)	6.660	(16.705)	(23.365)
Outras receitas (despesas) operacionais	(1.160)	(1.217)	(57)	(35.315)	(26.790)	8.527
<b>EBITDA</b>	<b>213.824</b>	<b>216.068</b>	<b>2.244</b>	<b>528.873</b>	<b>525.590</b>	<b>(3.281)</b>
Receitas financeiras	22.194	23.201	82	56.991	60.452	689
Despesas financeiras	(47.358)	(48.335)	(52)	(110.042)	(113.364)	(549)
Depreciações e amortizações	(47.581)	(48.013)	(432)	(143.413)	(144.689)	(1.276)
<b>Lucro Antes do Imposto de Renda</b>	<b>141.078</b>	<b>142.921</b>	<b>1.843</b>	<b>332.410</b>	<b>327.990</b>	<b>(4.417)</b>
Imposto de renda e contribuição social	(34.401)	(36.355)	(1.955)	(61.267)	(65.881)	(4.614)
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(7.743)	(7.631)	112	(32.094)	(23.060)	9.033
Participação dos acionistas minoritários	470	470	-	440	440	-
<b>Lucro Líquido</b>	<b>99.404</b>	<b>99.404</b>	<b>-</b>	<b>239.489</b>	<b>239.489</b>	<b>3</b>

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 3T21 são: (i) aumento de R\$5,4 milhões na receita bruta; (ii) queda de R\$2,0 milhões em resultado de equivalência patrimonial e; (iii) queda de R\$0,9 milhão em despesas de propriedades.

No 9M21, as maiores diferenças são: (i) aumento de R\$15,0 milhões em receita bruta, (ii) queda de R\$23,4 milhões em resultado de equivalência patrimonial, e; (iii) queda de R\$2,8 milhão em despesas de propriedade.

Em decorrência das variações mencionadas acima, houve um aumento de R\$2,2 milhões no EBITDA do 3T21 e queda de R\$3,3 milhões no do 9M21.

# CONCILIAÇÃO ENTRE IFRS COM CPC 19 (R2) E GERENCIAL



3T21

ÍNDICE

## VARIAÇÕES NO BALANÇO PATRIMONIAL

ATIVO (R\$'000)	IFRS with CPC 19 R2 09/30/2021	Managerial 09/30/2021	CPC 19 R2 Effect Difference
<b>Current assets</b>			
Caixa e equivalentes a caixa	1.177.614	1.179.864	2.250
Aplicações financeiras	-	-	-
Contas a receber	495.288	503.103	7.815
Terrenos e imóveis a comercializar	55.707	55.707	-
Partes relacionadas	23.915	23.949	34
Impostos e contribuições sociais a compensar	36.549	36.549	-
Custos diferidos	44.390	44.390	-
Outros	27.824	28.537	712
<b>Total do Ativo Circulante</b>	<b>1.861.287</b>	<b>1.872.099</b>	<b>10.812</b>
<b>Ativo não Circulante</b>			
Contas a receber	40.908	40.908	-
Terrenos e imóveis a comercializar	471.038	471.038	-
Partes relacionadas	50.704	50.704	-
Depósitos judiciais	195.176	195.234	58
Imposto de renda e contribuição social diferidos	21.068	21.068	-
Custos diferidos	91.508	91.508	-
Outros	5.975	14.827	8.852
Investimentos	137.047	10.700	(126.347)
Propriedades para investimento	7.567.951	7.686.528	118.577
Imobilizado	106.080	106.080	-
Intangível	368.232	368.252	20
<b>Total do Ativo não Circulante</b>	<b>9.055.687</b>	<b>9.056.847</b>	<b>(1.160)</b>
<b>Total do Ativo</b>	<b>10.916.974</b>	<b>10.928.946</b>	<b>11.972</b>

As principais diferenças referentes à participação de 50,0% no Parque Shopping Maceió são: (i) aumento de R\$118,6 milhões em propriedades para investimentos; (ii) aumento de R\$7,8 milhões em contas a receber e; (iii) redução de R\$130,2 milhões em investimentos.

Em decorrência das variações, houve um aumento de R\$10,8 milhões no Total do Ativo Circulante e queda de R\$2,7 milhões no Total do Ativo não Circulante.

# CONCILIAÇÃO ENTRE IFRS COM CPC 19 (R2) E GERENCIAL



3T21

ÍNDICE

## VARIAÇÕES NO BALANÇO PATRIMONIAL

PASSIVO (R\$'000)	IFRS with CPC 19 R2 09/30/2021	Managerial 09/30/2021	CPC 19 R2 Effect Difference
Passivo Circulante			
Empréstimos e financiamentos	305.424	305.424	-
Debêntures	23.769	23.769	-
Contas a pagar	138.262	138.380	118
Obrigações por aquisição de bens	104.778	104.778	-
Impostos e contribuições a recolher	18.130	19.336	1.206
Juros sobre capital próprio a pagar	237.048	237.048	-
Receitas diferidas	19.609	19.609	-
Outros	30.001	38.535	8.534
<b>Total Passivo Circulante</b>	<b>877.021</b>	<b>886.878</b>	<b>9.858</b>
Passivo não Circulante			
Empréstimos e financiamentos	1.206.127	1.206.127	-
Contas a pagar	43.081	43.081	-
Debêntures	1.645.994	1.645.994	-
Imposto de renda e contribuições sociais diferidos	312.190	313.819	1.629
Obrigações por aquisição de bens	158.401	158.401	-
Outros	141.187	141.187	-
Provisão para contingências	13.065	13.065	-
Adiantamentos de clientes	-	-	-
Receitas diferidas	54.873	55.360	487
<b>Total do Passivo não Circulante</b>	<b>3.574.918</b>	<b>3.577.034</b>	<b>2.116</b>
Patrimônio Líquido			
Capital social	2.988.062	2.988.062	-
Reserva de capital	1.041.347	1.041.347	-
Reserva de lucros	2.499.901	2.499.901	-
Gasto com emissão de ações	(43.548)	(43.548)	-
Ações em tesouraria	(173.135)	(173.135)	-
Efeitos em Transação de Capital	(89.996)	(89.996)	-
Lucros Acumulados	239.633	239.633	-
Participação dos acionistas minoritários	2.771	2.771	-
<b>Total do Patrimônio Líquido</b>	<b>6.465.035</b>	<b>6.465.035</b>	<b>-</b>
<b>Total do Passivo</b>	<b>10.916.974</b>	<b>10.928.946</b>	<b>11.972</b>

As principais diferenças referentes ao CPC 19 R2 são (i) aumento de R\$1,6 milhão em imposto de renda e contribuições sociais diferidos e; (ii) o aumento de R\$1,2 milhão em impostos e contribuições a recolher.

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

<b>IFRS com CPC 19 (R2)</b>						
<b>(R\$'000)</b>	<b>3T21</b>	<b>3T20<sup>1</sup></b>	<b>Var. %</b>	<b>9M21</b>	<b>9M20</b>	<b>Var. %</b>
Receita de locação	297.450	147.755	+101,3%	735.553	446.666	+64,7%
Receita de serviços	21.804	14.496	+50,4%	61.771	51.343	+20,3%
Receita de cessão de direitos	(1.031)	(3.599)	-71,3%	(2.940)	(11.331)	-74,1%
Receita de estacionamento	45.306	21.807	+107,8%	101.262	71.488	+41,6%
Venda de imóveis	2.122	4.129	-48,6%	4.176	3.000	+39,2%
Apropriação de receita de aluguel linear	(21.703)	66.194	n.d.	12.725	278.513	-95,4%
Outras receitas	3.104	4.017	-22,7%	7.903	7.878	+0,3%
<b>Receita Bruta</b>	<b>347.051</b>	<b>254.799</b>	<b>+36,2%</b>	<b>920.450</b>	<b>847.556</b>	<b>+8,6%</b>
Tributos sobre receitas	(29.965)	(44.056)	-32,0%	(70.988)	(62.090)	+14,3%
<b>Receita Líquida</b>	<b>317.086</b>	<b>210.743</b>	<b>+50,5%</b>	<b>849.463</b>	<b>785.466</b>	<b>+8,1%</b>
Despesas de sede	(35.934)	(20.622)	+74,2%	(112.404)	(68.248)	+64,7%
Remuneração baseada em ações	(6.478)	(9.674)	-33,0%	(23.532)	6.134	n.d.
Despesas de propriedades	(38.433)	(32.715)	+17,5%	(129.387)	(105.007)	+23,2%
Despesas de projetos para locação	(7.683)	(2.851)	+169,5%	(12.084)	(8.891)	+35,9%
Despesas de projetos para venda	(5.505)	(1.377)	+300,0%	(11.748)	(3.856)	+204,6%
Custo de imóveis vendidos	(871)	(964)	-9,6%	(2.779)	(1.197)	+132,2%
Resultado de equivalência patrimonial	(7.198)	(1.120)	+542,7%	6.660	(966)	n.d.
Outras receitas (despesas) operacionais	(1.160)	559.347	n.d.	(35.315)	620.105	n.d.
<b>EBITDA</b>	<b>213.824</b>	<b>700.768</b>	<b>-69,5%</b>	<b>528.873</b>	<b>1.223.540</b>	<b>-56,8%</b>
Receitas financeiras	23.194	20.053	+10,7%	56.991	55.207	+3,2%
Despesas financeiras	(47.358)	(40.253)	+17,7%	(110.042)	(122.492)	-10,2%
Depreciações e amortizações	(47.581)	(57.635)	-17,4%	(143.413)	(173.821)	-17,5%
<b>Lucro Antes do Imposto de Renda</b>	<b>141.079</b>	<b>622.932</b>	<b>-77,4%</b>	<b>332.407</b>	<b>982.434</b>	<b>-66,2%</b>
Imposto de renda e contribuição social	(34.401)	(27.151)	+26,7%	(61.267)	(27.631)	+121,7%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(7.743)	(27.077)	-71,4%	(32.094)	(137.640)	-76,7%
Participação dos acionistas minoritários	469	57	+718,7%	440	150	+194,0%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>99.404</b>	<b>568.762</b>	<b>-82,5%</b>	<b>239.489</b>	<b>817.313</b>	<b>-70,7%</b>

<b>(R\$'000)</b>	<b>3T21</b>	<b>3T20</b>	<b>Var. %</b>	<b>9M21</b>	<b>9M20</b>	<b>Var. %</b>
NOI	<b>282.620</b>	<b>203.041</b>	<b>+39,2%</b>	<b>720.153</b>	<b>691.660</b>	<b>+4,1%</b>
Margem NOI	88,0%	86,1%	+191 p.b.	84,8%	86,8%	-205 p.b.
EBITDA	<b>213.824</b>	<b>700.768</b>	<b>-69,5%</b>	<b>528.871</b>	<b>1.223.540</b>	<b>-56,8%</b>
Margem EBITDA	67,4%	332,5%	-26.509 p.b.	62,3%	155,8%	-9,351 p.b.
Lucro Líquido	<b>99.404</b>	<b>568.762</b>	<b>-82,5%</b>	<b>239.486</b>	<b>817.313</b>	<b>-70,7%</b>
Margem líquida	31,3%	269,9%	-23.853 p.b.	28,2%	104,1%	-7,586 p.b.
FFO	<b>176.431</b>	<b>587.280</b>	<b>-70,0%</b>	<b>402.267</b>	<b>850.261</b>	<b>-52,7%</b>
Margem FFO	55,6%	278,7%	-22.303 p.b.	47,4%	108,2%	-6,089 p.b.

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

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

<b>IFRS com CPC 19 (R2)</b>						
<b>(R\$'000)</b>	<b>3T21</b>	<b>3T19</b>	<b>Var. %</b>	<b>9M21</b>	<b>9M19</b>	<b>Var. %</b>
Receita de locação	297.450	262.207	13,4%	735.553	768.718	-4,3%
Receita de serviços	21.804	28.647	-23,9%	61.771	86.849	-28,9%
Receita de cessão de direitos	(1.031)	(2.574)	-59,9%	(2.940)	(8.286)	-64,5%
Receita de estacionamento	45.306	53.485	-15,3%	101.262	157.029	-35,5%
Venda de imóveis	2.122	(725)	n.d.	4.176	(1.353)	n.d.
Apropriação de receita de aluguel linear	(21.703)	10.903	n.d.	12.725	30.689	-58,5%
Outras receitas	3.104	3.620	-14,2%	7.903	7.661	+3,2%
<b>Receita Bruta</b>	<b>347.051</b>	<b>355.562</b>	<b>-2,4%</b>	<b>920.450</b>	<b>1.041.307</b>	<b>-11,6%</b>
Tributos sobre receitas	(29.965)	(32.520)	-7,9%	(70.988)	(96.569)	-26,5%
<b>Receita Líquida</b>	<b>317.086</b>	<b>323.043</b>	<b>-1,8%</b>	<b>849.463</b>	<b>944.738</b>	<b>-10,1%</b>
Despesas de sede	(35.934)	(40.043)	-10,3%	(112.404)	(120.390)	-6,6%
Remuneração baseada em ações	(6.478)	(10.666)	-39,3%	(23.532)	(43.305)	-45,7%
Despesas de propriedades	(38.433)	(33.889)	13,4%	(129.387)	(102.100)	+26,7%
Despesas de projetos para locação	(7.683)	(2.409)	218,9%	(12.084)	(10.138)	+19,2%
Despesas de projetos para venda	(5.505)	(2.266)	142,9%	(11.748)	(4.743)	+147,7%
Custo de imóveis vendidos	(871)	751	n.d.	(2.779)	653	n.d.
Resultado de equivalência patrimonial	(7.198)	1.996	n.d.	6.660	6.704	-0,7%
Outras receitas (despesas) operacionais	(1.160)	(3.005)	-61,4%	(35.315)	3.650	n.d.
<b>EBITDA</b>	<b>213.824</b>	<b>233.512</b>	<b>-8,4%</b>	<b>528.873</b>	<b>675.070</b>	<b>-21,7%</b>
Receitas financeiras	22.194	18.801	+18,0%	56.991	59.681	-4,5%
Despesas financeiras	(47.358)	(60.353)	-21,5%	(110.042)	(174.924)	-37,1%
Depreciações e amortizações	(47.581)	(56.985)	-16,5%	(143.413)	(163.304)	-12,2%
<b>Lucro Antes do Imposto de Renda</b>	<b>141.079</b>	<b>134.974</b>	<b>4,5%</b>	<b>332.407</b>	<b>396.522</b>	<b>-16,2%</b>
Imposto de renda e contribuição social	(34.401)	(10.024)	243,2%	(61.267)	(60.700)	+0,9%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(7.743)	(3.969)	95,1%	(32.094)	(8.873)	+261,7%
Participação dos acionistas minoritários	469	544	-13,8%	440	1.761	-75,0%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>99.404</b>	<b>121.525</b>	<b>-18,2%</b>	<b>239.489</b>	<b>328.710</b>	<b>-27,1%</b>

<b>(R\$'000)</b>	<b>3T21</b>	<b>3T19</b>	<b>Var. %</b>	<b>9M21</b>	<b>9M19</b>	<b>Var. %</b>
NOI	<b>282.620</b>	<b>292.705</b>	<b>-3,4%</b>	<b>720.153</b>	<b>854.337</b>	<b>-15,7%</b>
Margem NOI	88,0%	89,6%	-159 p.b.	84,8%	89,3%	-456 p.b.
EBITDA	<b>213.824</b>	<b>233.512</b>	<b>-8,4%</b>	<b>528.871</b>	<b>675.070</b>	<b>-21,7%</b>
Margem EBITDA	67,4%	72,3%	-485 p.b.	62,3%	71,5%	-920 p.b.
Lucro Líquido	<b>99.404</b>	<b>121.525</b>	<b>-18,2%</b>	<b>239.489</b>	<b>328.710</b>	<b>-27,1%</b>
Margem líquida	31,3%	37,6%	-627 p.b.	28,2%	34,8%	-660 p.b.
FFO	<b>176.431</b>	<b>171.576</b>	<b>+2,8%</b>	<b>402.267</b>	<b>470.198</b>	<b>-14,4%</b>
Margem FFO	55,6%	53,1%	+253 p.b.	47,4%	49,8%	-241 p.b.

## DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS CONSOLIDADOS – RELATÓRIO GERENCIAL

(R\$'000)	3T21	3T20	Var. %	9M21	9M20	Var. %
Receita de locação	301.973	150.167	+101,1%	747.662	453.258	+65,0%
Receita de serviços	21.804	14.483	+50,5%	61.771	51.334	+20,3%
Receita de cessão de direitos	(990)	(3.559)	-72,2%	(2.819)	(11.294)	-75,0%
Receita de estacionamento	46.116	22.300	+106,8%	103.208	72.856	+41,7%
Venda de imóveis	2.122	814.129	-99,7%	4.176	813.000	-99,5%
Apropriação de receita de aluguel linear	(21.653)	64.513	n.d.	13.550	280.224	-95,2%
Outras receitas	3.107	4.017	-22,6%	7.906	7.964	-0,7%
<b>Receita Bruta</b>	<b>352.478</b>	<b>1.066.051</b>	<b>-66,9%</b>	<b>935.454</b>	<b>1.667.342</b>	<b>-43,9%</b>
Tributos sobre receitas	(30.218)	(44.157)	-31,6%	(71.647)	(62.435)	+14,8%
<b>Receita Líquida</b>	<b>322.260</b>	<b>1.021.893</b>	<b>-68,5%</b>	<b>863.807</b>	<b>1.604.907</b>	<b>-46,2%</b>
Despesas de sede	(35.934)	(20.622)	+74,2%	(112.404)	(68.248)	+64,7%
Remuneração baseada em ações	(6.478)	(9.674)	-33,0%	(23.532)	6.134	n.d.
Despesas de propriedades	(39.297)	(32.980)	+19,2%	(132.174)	(106.909)	+23,6%
Despesas de projetos para locação	(7.683)	(2.851)	+169,5%	(12.084)	(8.123)	+48,8%
Despesas de projetos para venda	(5.505)	(23.377)	-76,4%	(11.748)	(26.624)	-55,9%
Custo de imóveis vendidos	(871)	(209.848)	-99,6%	(2.779)	(210.081)	-98,7%
Resultado de equivalência patrimonial	(9.206)	(3.704)	+148,5%	(16.705)	(8.519)	+96,1%
Outras receitas (despesas) operacionais	(1.217)	(14.990)	-91,9%	(26.790)	45.770	n.d.
<b>EBITDA</b>	<b>216.068</b>	<b>703.848</b>	<b>-69,3%</b>	<b>525.590</b>	<b>1.228.308</b>	<b>-57,2%</b>
Receitas financeiras	23.201	20.078	+15,6%	60.452	55.384	+9,2%
Despesas financeiras	(48.335)	(42.617)	+13,4%	(113.364)	(124.842)	-9,2%
Depreciações e amortizações	(48.013)	(58.061)	-17,3%	(144.689)	(175.140)	-17,4%
<b>Lucro Antes do Imposto de Renda</b>	<b>142.921</b>	<b>623.248</b>	<b>-77,1%</b>	<b>327.990</b>	<b>983.710</b>	<b>-66,7%</b>
Imposto de renda e contribuição social	(36.355)	(27.365)	+32,9%	(65.881)	(28.355)	+132,3%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(7.631)	(27.178)	-71,9%	(23.060)	(138.192)	-83,3%
Participação dos acionistas minoritários	470	57	+719,5%	440	150	+194,0%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>99.404</b>	<b>568.762</b>	<b>-82,5%</b>	<b>239.489</b>	<b>817.313</b>	<b>-70,7%</b>

(R\$'000)	3T21	3T20	Var. %	9M21	9M20	Var. %
NOI	<b>287.138</b>	<b>204.001</b>	<b>+40,8%</b>	<b>732.246</b>	<b>699.429</b>	<b>+4,7%</b>
Margem NOI	88,0%	86,1%	+188 p.b.	84,7%	86,7%	-203 p.b.
EBITDA	<b>216.068</b>	<b>703.848</b>	<b>-69,3%</b>	<b>525.590</b>	<b>1.228.308</b>	<b>-57,2%</b>
Margem EBITDA	67,0%	68,9%	-183 p.b.	60,8%	76,5%	-1,569 p.b.
EBITDA Ajustado <sup>1</sup>	<b>222.546</b>	<b>713.522</b>	<b>-68,8%</b>	<b>549.122</b>	<b>1.222.174</b>	<b>-55,1%</b>
Margem EBITDA Ajustado <sup>1</sup>	69,1%	69,8%	-77 p.b.	63,6%	76,2%	-1,258 p.b.
Lucro Líquido	<b>99.404</b>	<b>568.762</b>	<b>-82,5%</b>	<b>239.489</b>	<b>817.313</b>	<b>-70,7%</b>
Margem líquida	30,8%	55,7%	-2,481 p.b.	27,7%	50,9%	-2,320 p.b.
Lucro Líquido Ajustado <sup>1</sup>	<b>105.882</b>	<b>578.436</b>	<b>-81,7%</b>	<b>263.021</b>	<b>811.179</b>	<b>-67,6%</b>
Margem líquida Ajustada <sup>1</sup>	32,9%	56,6%	-2,375 p.b.	30,4%	50,5%	-2,009 p.b.
Fluxo de Caixa Operacional (FFO)	<b>176.701</b>	<b>589.489</b>	<b>-70,0%</b>	<b>393.688</b>	<b>850.421</b>	<b>-53,7%</b>
Margem FFO	54,8%	57,7%	-285 p.b.	45,6%	53,0%	-741 p.b.
Fluxo de Caixa Operacional (FFO) Ajustado <sup>1</sup>	<b>183.179</b>	<b>599.163</b>	<b>-69,4%</b>	<b>417.220</b>	<b>844.287</b>	<b>-50,6%</b>
Margem FFO Ajustado <sup>1</sup>	56,8%	58,6%	-179 p.b.	48,3%	52,6%	-431 p.b.

<sup>1</sup> Não considera a remuneração baseada em ações. Mais detalhes sobre a linha de remuneração baseada em ações estão disponíveis na página 41.

**DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS CONSOLIDADOS – RELATÓRIO GERENCIAL**

(R\$'000)	3T21	3T19	Var.%	9M21	9M19	Var.%
Receita de locação	301.973	267.026	+13,1%	747.662	783.094	-4,5%
Receita de serviços	21.804	28.630	-23,8%	61.771	86.678	-28,7%
Receita de cessão de direitos	(990)	(2.785)	-64,5%	(2.819)	(8.895)	-68,3%
Receita de estacionamento	46.116	54.753	-15,8%	103.208	160.847	-35,8%
Venda de imóveis	2.122	(725)	n.d.	4.176	(1.353)	n.d.
Apropriação de receita de aluguel linear	(21.653)	11.079	n.d.	13.550	31.062	-56,4%
Outras receitas	3.107	3.609	-13,9%	7.906	7.832	+0,9%
<b>Receita Bruta</b>	<b>352.478</b>	<b>361.588</b>	<b>-2,5%</b>	<b>935.454</b>	<b>1.059.265</b>	<b>-11,7%</b>
Tributos sobre receitas	(30.218)	(32.990)	-8,4%	(71.647)	(97.942)	-26,8%
<b>Receita Líquida</b>	<b>322.260</b>	<b>328.598</b>	<b>-1,9%</b>	<b>863.807</b>	<b>961.323</b>	<b>-10,1%</b>
Despesas de sede	(35.934)	(40.062)	-10,3%	(112.404)	(120.409)	-6,6%
Remuneração baseada em ações	(6.478)	(10.666)	-39,3%	(23.532)	(43.305)	-45,7%
Despesas de propriedades	(39.297)	(35.401)	+11,0%	(132.174)	(106.881)	+23,7%
Despesas de projetos para locação	(7.683)	(2.409)	+218,9%	(12.084)	(10.138)	+19,2%
Despesas de projetos para venda	(5.505)	(2.266)	+142,9%	(11.748)	(4.743)	+147,7%
Custo de imóveis vendidos	(871)	751	n.d.	(2.779)	653	n.d.
Resultado de equivalência patrimonial	(9.206)	(503)	1729,3%	(16.705)	(690)	+2,321,2%
Outras receitas (despesas) operacionais	(1.217)	(2.969)	-59,0%	(26.790)	3.860	n.d.
<b>EBITDA</b>	<b>216.068</b>	<b>235.072</b>	<b>-8,1%</b>	<b>525.590</b>	<b>679.670</b>	<b>-22,7%</b>
Receitas financeiras	23.201	18.932	+22,5%	60.452	60.201	+0,4%
Despesas financeiras	(48.335)	(60.997)	-20,8%	(113.364)	(176.899)	-35,9%
Depreciações e amortizações	(48.013)	(57.567)	-16,6%	(144.689)	(165.031)	-12,3%
<b>Lucro Antes do Imposto de Renda</b>	<b>142.921</b>	<b>135.441</b>	<b>+5,5%</b>	<b>327.990</b>	<b>397.943</b>	<b>-17,6%</b>
Imposto de renda e contribuição social	(36.355)	(10.176)	+257,3%	(65.881)	(61.189)	+7,7%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(7.631)	(4.284)	+78,1%	(23.060)	(9.805)	+135,2%
Participação dos acionistas minoritários	470	544	-13,6%	440	1.761	-75,0%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>99.404</b>	<b>121.525</b>	<b>-18,2%</b>	<b>239.489</b>	<b>328.710</b>	<b>-27,1%</b>

(R\$'000)	3T21	3T19	Var.%	9M21	9M19	Var.%
NOI	<b>287.138</b>	<b>297.457</b>	<b>-3,5%</b>	<b>732.246</b>	<b>868.121</b>	<b>-15,7%</b>
Margem NOI	88,0%	89,4%	-140 p.b.	84,7%	89,0%	-433 p.b.
EBITDA	<b>216.068</b>	<b>235.072</b>	<b>-8,1%</b>	<b>525.590</b>	<b>679.670</b>	<b>-22,7%</b>
Margem EBITDA	67,0%	71,5%	-449 p.b.	60,8%	70,7%	-986 p.b.
EBITDA Ajustado <sup>1</sup>	<b>222.546</b>	<b>245.738</b>	<b>-9,4%</b>	<b>549.122</b>	<b>722.975</b>	<b>-24,0%</b>
Margem EBITDA Ajustado <sup>1</sup>	69,1%	74,8%	-573 p.b.	63,6%	75,2%	-1,164 p.b.
Lucro Líquido	<b>99.404</b>	<b>121.525</b>	<b>-18,2%</b>	<b>239.489</b>	<b>328.710</b>	<b>-27,1%</b>
Margem líquida	30,8%	37,0%	-614 p.b.	27,7%	34,2%	-647 p.b.
Lucro Líquido Ajustado <sup>1</sup>	<b>105.882</b>	<b>132.191</b>	<b>-19,9%</b>	<b>263.021</b>	<b>372.015</b>	<b>-29,3%</b>
Margem líquida Ajustada <sup>1</sup>	32,9%	40,2%	-737 p.b.	30,4%	38,7%	-825 p.b.
Fluxo de Caixa Operacional (FFO)	<b>176.701</b>	<b>172.296</b>	<b>+2,6%</b>	<b>393.688</b>	<b>472.483</b>	<b>-16,7%</b>
Margem FFO	54,8%	52,4%	+240 p.b.	45,6%	49,1%	-357 p.b.
Fluxo de Caixa Operacional (FFO) Ajustado <sup>1</sup>	<b>183.179</b>	<b>182.962</b>	<b>+0,1%</b>	<b>417.220</b>	<b>515.788</b>	<b>-19,1%</b>
Margem FFO Ajustado <sup>1</sup>	56,8%	55,7%	+116 p.b.	48,3%	53,7%	-535 p.b.

<sup>1</sup> Não considera a remuneração baseada em ações. Mais detalhes sobre a linha de remuneração baseada em ações estão disponíveis na página 41.

**BALANÇO PATRIMONIAL – GERENCIAL**

<b>Ativo Circulante (R\$'000)</b>	<b>30/09/2021</b>	<b>30/06/2021</b>	<b>Var. %</b>
Disponibilidades e valores equivalentes	1.179.864	1.144.925	+3,1%
Contas a receber	503.103	505.495	-0,5%
Terrenos e imóveis a comercializar	55.707	54.245	+2,7%
Partes relacionadas	23.949	22.907	+4,5%
Impostos e contribuições sociais a compensar	36.549	43.099	-15,2%
Custos diferidos	44.390	39.637	+12,0%
Outros	28.537	29.310	-2,6%
<b>Total do Ativo Circulante</b>	<b>1.872.099</b>	<b>1.839.618</b>	<b>+1,8%</b>
Contas a receber	40.908	47.181	-13,3%
Terrenos e imóveis a comercializar	471.038	449.880	+4,7%
Partes relacionadas	50.704	49.507	+2,4%
Depósitos judiciais	195.234	87.365	+123,5%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	21.068	20.151	+4,5%
Custos diferidos	91.508	90.396	+1,2%
Outros	14.827	14.043	+5,6%
Investimentos	10.700	16.021	-33,2%
Propriedades para investimento	7.686.528	7.634.110	+0,7%
Imobilizado	106.080	107.302	-1,1%
Intangível	368.252	367.339	+0,2%
<b>Total do Ativo não Circulante</b>	<b>9.056.847</b>	<b>8.883.294</b>	<b>+2,0%</b>
<b>Total Ativo</b>	<b>10.928.946</b>	<b>10.722.912</b>	<b>+1,9%</b>

<b>Passivo Circulante (R\$'000)</b>	<b>30/09/2021</b>	<b>30/06/2021</b>	<b>Var. %</b>
Empréstimos e financiamentos	305.424	287.287	+6,3%
Debêntures	23.769	10.879	+118,5%
Contas a pagar	138.380	107.806	+28,4%
Obrigações por aquisição de bens	104.778	106.222	-1,4%
Impostos e contribuições a recolher	19.336	16.997	+13,8%
Juros sobre capital próprio a pagar	237.048	237.048	+0,0%
Receitas diferidas	19.609	18.805	+4,3%
Outros	38.535	23.865	+61,5%
<b>Total Passivo Circulante</b>	<b>886.878</b>	<b>808.909</b>	<b>+9,6%</b>
Empréstimos e financiamentos	1.206.127	1.230.013	-1,9%
Contas a pagar	43.081	44.630	-3,5%
Debêntures	1.645.994	1.644.964	+0,1%
Imposto de renda e contribuições social diferidos	313.819	305.271	+2,8%
Obrigações por aquisição de bens	158.401	180.727	-12,4%
Outros	141.187	44.072	+220,4%
Provisão para contingências	13.065	13.892	-5,9%
Adiantamentos de clientes	55.360	68.347	-19,0%
Receitas diferidas	<b>3.577.034</b>	<b>3.531.915</b>	<b>+1,3%</b>
<b>Total do Passivo não Circulante</b>			
Patrimônio Líquido	2.988.062	2.988.062	-
Capital	1.041.347	1.044.336	-0,3%
Reserva de capital	2.499.901	2.499.899	-
Reserva de lucros	(43.548)	(43.548)	-
Gasto com emissão de ações	(173.135)	(159.878)	+8,3%
Ações em tesouraria	(89.996)	(89.995)	-
Efeitos em transação de capital	239.633	139.969	+71,2%
Lucros acumulados	2.771	3.243	-14,5%
Participação dos acionistas minoritários	<b>6.465.035</b>	<b>6.382.088</b>	<b>+1,3%</b>
<b>Total do Patrimônio Líquido</b>	<b>10.928.946</b>	<b>10.722.912</b>	<b>+1,9%</b>



## RELACIONAMENTO COM OS AUDITORES INDEPENDENTES - INSTRUÇÃO CVM 381/2003

Em atendimento ao disposto na Instrução da Comissão de Valores Mobiliários ("CVM") nº 381, de 14 de janeiro de 2003, a Companhia informa que não foram contratados quaisquer outros serviços não relacionados com auditoria externa junto aos nossos auditores independentes e/ou suas partes relacionadas durante o terceiro trimestre de 2021.

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

**12M:** dado acumulado dos últimos 12 meses.

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

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

**Abraçce:** Associação Brasileira de Shopping Centers.

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

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

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

**Aluguel por m<sup>2</sup>:** soma do aluguel mínimo e complementar faturado dos lojistas dividido pelas respectivas ABL ocupadas. É válido notar que esta ABL inclui lojas que já estão locadas, contudo ainda não começaram a operar (ex: lojas que estão sendo preparadas para a inauguração).

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**IBGE:** Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

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

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

**IPCA (Índice de Preços ao Consumidor Amplo):**

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

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

**Lojas âncora:** Grandes lojas conhecidas pelo público, com características estruturais e mercadológicas especiais, que funcionam como força de atração de consumidores. As lojas devem ter mais de 1.000 m<sup>2</sup> para serem consideradas âncoras.

**Lojas satélite:** Lojas até 1.000 m<sup>2</sup>, localizadas no entorno das lojas âncora e destinadas ao comércio em geral.

**Margem EBITDA:** EBITDA dividido pela Receita Líquida.

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

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

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

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

**Perda de aluguel:** baixas geradas pela inadimplência de lojistas.

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

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

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

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

**Taxa de ocupação:** ABL locada dividida pela ABL total.

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



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

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

**Vacância:** ABL disponível para locação.

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

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

**Venda por m<sup>2</sup>:** O cálculo de vendas/m<sup>2</sup> 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.