

RELATÓRIO DE RESULTADOS

MULTIPLAN

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

Contate a equipe de Relações com Investidores:

ri@multiplan.com.br

+55 21 3031-5224

4T
19



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.

As projeções 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 projeções. 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 até 31 de dezembro de 2012, conforme informado ao lado.

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.

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: (i) CPC 18 (R2) - Investimento em Coligada, em Controlada e em Empreendimento Controlado em Conjunto; (ii) CPC 19 (R2) - Negócios em Conjunto. Esses pronunciamentos passaram a ter sua aplicação requerida para os exercícios iniciados a partir de 1º de janeiro de 2013.

Tais pronunciamentos determinam, 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 Manati Empreendimentos e Participações S.A., empresa detentora de 75% do Shopping Santa Úrsula, e 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 dos CPCs 18 (R2) e 19 (R2). Dessa forma, as informações e/ou análises de desempenho constantes deste relatório consideram a consolidação proporcional da Manati Empreendimentos e Participações S.A., e da Parque Shopping Maceió S.A. Para informações adicionais, favor consultar a nota 8,4 das Demonstrações Financeiras de 31 de dezembro de 2019.

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

Favor consultar a página 43 para uma breve descrição das mudanças determinadas pelos Pronunciamentos Contábeis CPC 18 (R2) e CPC 19 (R2), e a conciliação entre os números contábeis e gerenciais.

ÍNDICE

1. Destaques	4
2. Demonstrações de Resultados	5
3. Indicadores Operacionais	6
4. Estudo de Caso I: Shopping Anália Franco	9
5. Receita Bruta	12
6. Resultados da Part. em Propriedades	13
7. Estudo de Caso II: Evolução NOI 10 anos	17
8. Resultados da Gestão de Portifólio	18
9. MIND	19
10. Resultados Financeiros	21
11. Estudo de Caso III: Projetos Recentes	27
12. Capex & Desenvolvimentos	28
13. Destaques ESG	32
14. MULT3 e Mercado de Ações	35
15. Análise das Prop. para Investimentos	36
10. Portifólio de Ativos	37
11. Estrutura Societária	39
12. Dados Operacionais e Financeiros	41
13. Reconciliação IFRS & Gerencial	43
14. Anexos	46
15. Glossário	50

VISÃO GERAL

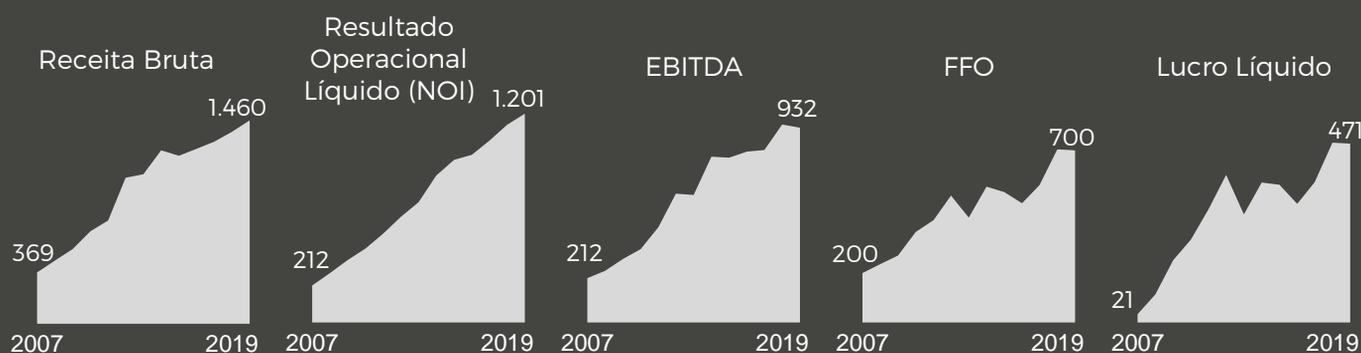
A Multiplan Empreendimentos Imobiliários S.A. é uma das maiores empresas de shopping centers do Brasil. Fundada como uma empresa *full service*, responsável pelo planejamento, desenvolvimento, propriedade e administração de um dos maiores e melhores portfólios de shopping centers do Brasil.

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

Ao final do 4T19, a Multiplan detinha - com uma participação média de 78,2% - 19 shopping centers com ABL total de 834.092 m², dos quais 18 shopping centers são administrados pela Companhia, mais de 5.800 lojas e tráfego anual estimado em 190 milhões de visitas.

Adicionalmente, a Multiplan detinha - com uma participação média de 92,4% - 2 conjuntos de torres comerciais com ABL total de 87.558 m², que adicionados à ABL de shopping center somam uma ABL total de 921.650 m².

EVOLUÇÃO FINANCEIRA DE LONGO PRAZO (R\$ MILHÕES)



R\$ Milhões	2007 (IPO) ¹	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Var. % '07/'19	CAGR % '07/'19
Receita Bruta	368,8	452,9	534,4	662,6	742,2	1.048,0	1.074,6	1.245,0	1.205,2	1.257,5	1.306,2	1.378,9	1.460,2	+295,9%	+12,2%
NOI	212,1	283,1	359,4	424,8	510,8	606,9	691,3	846,1	934,8	964,6	1.045,5	1.138,1	1.201,2	+466,4%	+15,5%
EBITDA	212,2	247,2	304,0	350,2	455,3	615,8	610,7	793,7	789,2	818,3	825,5	946,9	932,1	+339,2%	+13,1%
FFO	200,2	237,2	272,6	368,2	415,4	515,6	426,2	552,9	530,7	484,2	558,5	703,7	700,2	+249,8%	+11,0%
Lucro Líquido	21,2	74,0	163,3	218,4	298,2	388,1	284,6	368,1	362,2	311,9	369,4	472,9	471,0	+2.126,2%	+29,5%

SHOPPING CENTERS DA MULTIPLAN MOSTRAM RESULTADOS SÓLIDOS NO 4T19, GERANDO OPORTUNIDADES DE CRESCIMENTO

Indicadores para os 19 shopping centers da Multiplan no trimestre

Vendas de Lojistas

+6,8%

aceleram com-
paradas ao 3T19

Aluguel Mesmas Lojas

+8,3%

crece para R\$165/m²,
1,8% acima da inflação

Taxa de Ocupação

98,0%

atinge o maior
nível desde o 1T16

Custo de Ocupação

12,6%

reduz 15 p.b. com
ganhos de eficiência

Resultados (R\$ M)	4T19	a/a %
NOI	333,1	+4,7%
margem	89,8%	-58 p.b.
EBITDA	252,5	+9,9%
margem	68,7%	+269 p.b.
EBITDA Ajustado¹	274,7	+3,3%
margem	74,8%	-163 p.b.
Lucro Líquido	142,3	+26,3%
margem	38,7%	+635 p.b.
Lucro Líquido Ajustado¹	164,5	+10,6%
margem	44,8%	+203 p.b.
FFO	196,7	+18,8%
margem	53,5%	+595 p.b.
FFO Ajustado¹	218,9	+8,5%
margem	59,6%	+163 p.b.

¹ Desconsidera as despesas com remuneração baseada em ações. Mais detalhes na [página 18](#).

Crescimento:

- > As aquisições minoritárias anunciadas em 2019 devem adicionar 24.433 m² de ABL própria, equivalente a um aumento de 3,7% na área de shopping centers. [Pág. 28](#)
- > Um novo shopping (ParkJacarepaguá) está sendo construído e dois projetos de expansão devem ser desenvolvidos no curto prazo: a 3ª Expansão do ParkShoppingBarigüi e 2ª Expansão do DiamondMall. [Pág. 29](#)
- > O projeto residencial Golden Lake, no BarraShoppingSul, também deverá ser desenvolvido. [Pág. 31](#)

Eventos Recentes:

DiamondMall (em 21-Jan)

A Multiplan concluiu a aquisição de 50,1% no DiamondMall, em Belo Horizonte [Pág. 28](#) e (em 17-Fev) anunciou uma nova expansão que aumentará sua ABL em 21%. [Pág. 30](#)



Delivery Center (em 27-Jan)

A Multiplan anunciou um novo investimento na Delivery Center, pioneira na integração do varejo online às lojas físicas. [Pág. 31](#)

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS CONSOLIDADOS - GERENCIAL

4T
19

ÍNDICE

RESULTADOS FINANCEIROS

(R\$'000)	4T19	4T18	Var. %	2019	2018	Var. %
Receita de locação	341.637	323.756	5,5%	1.124.731	1.059.683	6,1%
Receita de serviços	28.254	34.386	-17,8%	114.932	111.366	3,2%
Receita de cessão de direitos	(3.664)	(3.288)	11,4%	(12.558)	(9.972)	25,9%
Receita de estacionamento	63.735	60.568	5,2%	224.581	210.272	6,8%
Venda de imóveis	3.161	-624	n.d.	1.808	2.345	-22,9%
Apropriação de receita de aluguel linear	(34.252)	(32.143)	6,6%	(3.190)	(3.779)	-15,6%
Outras receitas	2.059	1.465	40,5%	9.890	8.995	10,0%
Receita Bruta	400.929	384.121	4,4%	1.460.194	1.378.909	5,9%
Tributos sobre receitas	(33.445)	(35.952)	-7,0%	-131.387	-128.057	2,6%
Receita Líquida	367.484	348.169	5,5%	1.328.807	1.250.852	6,2%
Despesas de sede	(39.695)	(39.415)	0,7%	(160.104)	(145.488)	10,0%
Remuneração baseada em ações	(22.239)	(36.123)	-38,4%	(65.544)	(7.591)	763,5%
Despesas de propriedades	(38.015)	(34.031)	11,7%	(144.897)	(128.112)	13,1%
Despesas de projetos para locação	(4.845)	(3.379)	43,4%	(14.983)	(10.958)	36,7%
Despesas de projetos para venda	(2.042)	(3.510)	-41,8%	(6.785)	(8.198)	-17,2%
Custo de imóveis vendidos	(2.168)	570	n.d.	(1.515)	145	n.d.
Resultado de equivalência patrimonial	(3.365)	(360)	836,0%	(4.055)	(778)	420,9%
Outras receitas (despesas) operacionais	(2.651)	(2.101)	26,2%	1.209	(2.932)	n.d.
EBITDA	252.463	229.822	9,9%	932.134	946.940	-1,6%
Receitas financeiras	16.202	22.496	-28,0%	76.404	84.849	-10,0%
Despesas financeiras	(47.836)	(58.045)	-17,6%	(224.735)	(229.439)	-2,1%
Depreciações e amortizações	(57.766)	(50.675)	14,0%	(222.796)	(205.642)	8,3%
Lucro Antes do Imposto de Renda	163.064	143.599	13,6%	561.006	596.708	-6,0%
Imposto de renda e contribuição social	(24.191)	(29.297)	-17,4%	(85.380)	(101.065)	-15,5%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	3.374	(2.249)	n.d.	(6.431)	(25.070)	-74,3%
Participação dos acionistas minoritários	42	640	-93,4%	1.803	2375	-24,1%
Lucro Líquido	142.288	112.693	26,3%	470.998	472.948	-0,4%

(R\$'000)	4T19	4T18	Var. %	2019	2018	Var. %
NOI	333.104	318.150	4,7%	1.201.226	1.138.064	5,5%
Margem NOI	89,8%	90,3%	-58 p.b.	89,2%	89,9%	-65 p.b.
EBITDA	252.463	229.822	9,9%	932.134	946.940	-1,6%
Margem EBITDA	68,7%	66,0%	269 p.b.	70,1%	75,7%	-556 p.b.
EBITDA Ajustado¹	274.702	265.945	3,3%	997.677	954.531	4,5%
Margem EBITDA Ajustado ¹	74,8%	76,4%	-163 p.b.	75,1%	76,3%	-123 p.b.
Lucro Líquido	142.288	112.693	26,3%	470.998	472.948	-0,4%
Margem líquida	38,7%	32,4%	635 p.b.	35,4%	37,8%	-236 p.b.
Lucro Líquido Ajustado¹	164.527	148.816	10,6%	536.542	480.539	11,7%
Margem líquida Ajustada ¹	44,8%	42,7%	203 p.b.	40,4%	38,4%	196 p.b.
Fluxo de Caixa Operacional (FFO)	196.680	165.617	18,8%	700.225	703.659	-0,5%
Margem FFO	53,5%	47,6%	595 p.b.	52,7%	56,3%	-356 p.b.
Fluxo de Caixa Operacional (FFO) Ajustado¹	218.919	201.740	8,5%	765.769	711.250	7,7%
Margem FFO Ajustado ¹	59,6%	57,9%	163 p.b.	57,6%	56,9%	77 p.b.

¹ Não considera a remuneração baseada em ações. Mais detalhes sobre a linha de remuneração baseada em ações estão disponíveis na página 18.

VENDAS DOS LOJISTAS

VENDAS DE LOJISTAS CRESCEM SOBRE FORTES E CONSECUTIVOS AUMENTOS E ALCANÇAM UM NOVO RECORDE, ULTRAPASSANDO R\$16 BILHÕES EM 2019

As vendas dos lojistas nos shopping center da Multiplan aumentaram 6,8% no 4T19, atingindo a marca trimestral de R\$5,2 bilhões - um novo recorde sobre sequenciais aumentos trimestrais desde o IPO da Companhia.

Os lojistas dos shopping centers da Multiplan registraram vendas de R\$16,3 bilhões em 2019, um aumento de 5,4% sobre 2018. As lojas satélites alcançaram vendas de R\$28.096/m² no ano.

Em um período de 10 anos, desde 2009, as vendas dos lojistas tiveram um aumento de quase três vezes. O crescimento anual (CAGR) para o período foi de 11,5%.

Black Friday registra crescimento de dois dígitos

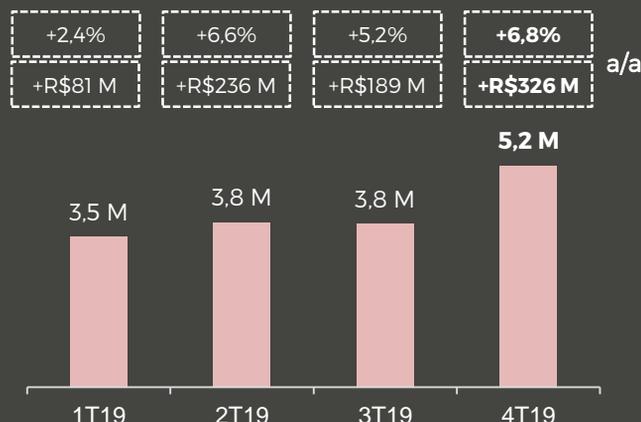
As vendas durante a Black Friday em 2019 aumentaram 23% em relação ao mesmo dia de 2018, demonstrando uma maior importância e popularização do evento ao longo dos últimos anos.

No entanto, a época de Natal continua dominando como o principal evento de varejo do ano, com dezembro representando quase a metade (45%) das vendas totais do quarto trimestre.

O gráfico no canto inferior direito detalha as vendas do quarto trimestre por mês, em 2019 e há dez anos.

O gráfico mostra uma clara evolução nas vendas de novembro, provavelmente relacionada à consolidação da Black Friday, mas também em função do aumento de lojistas de alimentação e serviços e ao número de eventos realizados no shopping, que atraem clientes mais constantemente ao longo do ano.

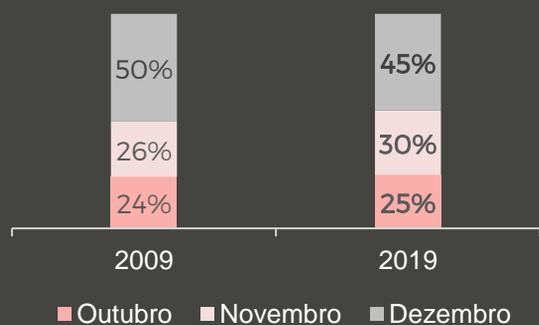
Evolução das vendas trimestrais dos lojistas (R\$ bilhões)



Evolução das vendas anuais dos lojistas (R\$ bilhões)



Abertura das vendas do 4º trimestre por mês (%)



ÍNDICE

Ativos jovens e maduros compõe os destaques do trimestre

No 4T19, 18 dos 19 shopping centers do portfólio da Multiplan apresentaram aumento nas vendas no trimestre. O ParkShopping Canoas apresentou o maior crescimento percentual (+15,9%), beneficiando-se de seu processo de maturação, novas lojas e forte desempenho das operações nos segmentos de Artigos Diversos e Serviços.

O MorumbiShopping apresentou o segundo maior crescimento percentual (+10,8%) e o maior incremento nominal de vendas no portfólio, impulsionado pelas inaugurações de novas lojas e por um sólido desempenho do segmento de Vestuário.

No Rio de Janeiro, o VillageMall e o BarraShopping foram os destaques, com ganhos de 8,1% e 7,5% nas vendas, respectivamente.

O VillageMall se beneficiou de novas lojas de Vestuário e fortes aumentos no segmento de Artigos Diversos, enquanto o BarraShopping foi impulsionado pela abertura de uma área remodelada com quatro novas operações ligadas a um novo parque ao ar livre, que era anteriormente ocupada por uma grande loja âncora.

O BH Shopping, que passou por uma revitalização recente em comemoração aos seus 40 anos, saltou da quarta para a terceira maior venda do portfólio, com um aumento de 7,4%. Vale lembrar que a Multiplan adquiriu os 20% restantes do BH Shopping no 2T19 e agora detém 100% do shopping.

No ano, o ParkShopping Canoas e o JundiaíShopping foram os destaques com crescimentos de dois dígitos, de 19,5% e 11,1%, respectivamente.

Vendas dos lojistas (100%)	Abertura	4T19	4T18	Var.%	2019	2018	Var.%
BH Shopping	1979	405,0 M	377,2 M	7,4%	1.259,3 M	1.191,2 M	5,7%
RibeirãoShopping	1981	287,6 M	273,7 M	5,1%	896,8 M	855,0 M	4,9%
BarraShopping	1981	760,9 M	707,8 M	7,5%	2.385,0 M	2.245,7 M	6,2%
MorumbiShopping	1982	628,0 M	566,6 M	10,8%	1.947,6 M	1.858,4 M	4,8%
ParkShopping	1983	402,2 M	385,2 M	4,4%	1.252,6 M	1.219,8 M	2,7%
DiamondMall	1996	188,6 M	178,0 M	5,9%	608,2 M	597,6 M	1,8%
New York City Center	1999	54,6 M	56,6 M	-3,4%	206,0 M	222,9 M	-7,6%
ShoppingAnáliaFranco	1999	400,2 M	373,3 M	7,2%	1.236,1 M	1.183,8 M	4,4%
ParkShoppingBarigüi	2003	350,1 M	334,2 M	4,7%	1.082,3 M	1.054,5 M	2,6%
Pátio Savassi	2007 ¹	157,9 M	154,3 M	2,3%	516,7 M	492,1 M	5,0%
ShoppingSantaÚrsula	2008 ²	57,7 M	55,4 M	4,2%	195,4 M	179,1 M	9,1%
BarraShoppingSul	2008	225,6 M	214,4 M	5,2%	723,6 M	697,0 M	3,8%
ShoppingVilaOlímpia	2009	148,7 M	138,2 M	7,5%	518,7 M	478,0 M	8,5%
ParkShoppingSãoCaetano	2011	226,1 M	213,5 M	5,9%	707,8 M	679,1 M	4,2%
JundiaíShopping	2012	180,3 M	167,9 M	7,4%	582,4 M	524,4 M	11,1%
ParkShoppingCampoGrande	2012	194,6 M	192,3 M	1,2%	620,8 M	591,2 M	5,0%
VillageMall	2012	187,3 M	173,2 M	8,1%	604,3 M	551,7 M	9,5%
Parque Shopping Maceió	2013	143,3 M	132,2 M	8,4%	447,0 M	418,8 M	6,7%
ParkShopping Canoas	2017	162,0 M	139,8 M	15,9%	513,2 M	429,6 M	19,5%
Total		5.160,6 M	4.834,1 M	6,8%	16.303,8 M	15.469,8 M	5,4%

¹ Pátio Savassi iniciou suas operações em 2004, e foi adquirido pela Multiplan em junho de 2007.

² ShoppingSantaÚrsula iniciou suas operações em 1999, e foi adquirido pela Multiplan em abril de 2008.

SERVIÇOS E EXPERIÊNCIAS IMPULSIONAM AS VENDAS NAS MESMAS LOJAS

As Vendas nas Mesmas Lojas (SSS) cresceram 5,8% no 4T19, impulsionadas, como nos últimos trimestres, pelo segmento de Serviços. O segmento apresentou o maior aumento de SSS (+14,3%), liderado pelos desempenhos de suas quatro atividades mais relevantes em termos de volume de vendas: farmácias, operadoras de telefonia celular, cinemas e agências de câmbio/turismo.

O segmento de Artigos Diversos também reportou resultados sólidos no trimestre com SSS crescendo 7,7%, beneficiado por lojas de informática e perfumaria e cosméticos. O SSS do segmento de Artigos para o Lar & Escritório decresceu 0,2% no 4T19 devido às vendas menores em lojas de eletrodomésticos.

No ano, o SSS cresceu 5,1% com destaque para os segmentos de Serviços e Alimentação/Área Gourmet.

Vendas nas mesmas lojas	4T19 x 4T18			2019 x 2018		
	Âncora	Satélite	Total	Âncora	Satélite	Total
Alimentação/Áreas Gourmet	-	4,9%	4,9%	-	6,0%	6,0%
Vestuário	5,8%	3,6%	4,3%	7,1%	2,7%	4,0%
Artigos do Lar & Escritório	-5,0%	1,7%	-0,2%	-8,7%	2,2%	-1,2%
Artigos Diversos	7,8%	7,6%	7,7%	2,3%	5,8%	4,8%
Serviços	2,3%	16,7%	14,3%	11,7%	16,0%	15,3%
Total	4,9%	6,0%	5,8%	4,0%	5,5%	5,1%

TAXA DE OCUPAÇÃO

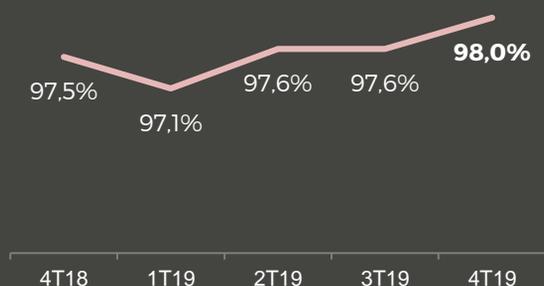
TAXA DE OCUPAÇÃO ALCANÇA 98%, O MAIOR NÍVEL DESDE O 1T16

A taxa de ocupação dos shopping centers da Multiplan alcançou 98,0% no trimestre, um aumento de 48 p.b. comparado ao mesmo período do ano anterior. Comparado ao 3T19, a taxa de ocupação aumentou 41 p.b.. O maior aumento na taxa de ocupação ano/ano foi registrado no RibeirãoShopping, que cresceu 362 p.b. para 97,4% após a locação de uma grande área, que também aumentou o *turnover* do portfólio.

O MorumbiShopping também apresentou um forte aumento, elevando a taxa de ocupação em 323 p.b. atingindo 98,2% no 4T19, beneficiado por locações recentes, principalmente no segmento de Vestuário.

No ano a taxa de ocupação apresentou uma média de 97,6%, em linha com os 97,5% de 2018.

Taxa média de ocupação dos shopping centers



ESTUDO DE CASO

20 ANOS DO SHOPPING ANÁLIA FRANCO

4T
19

ÍNDICE

DUAS DÉCADAS APÓS A ABERTURA, AS VENDAS CONTINUAM EVOLUINDO

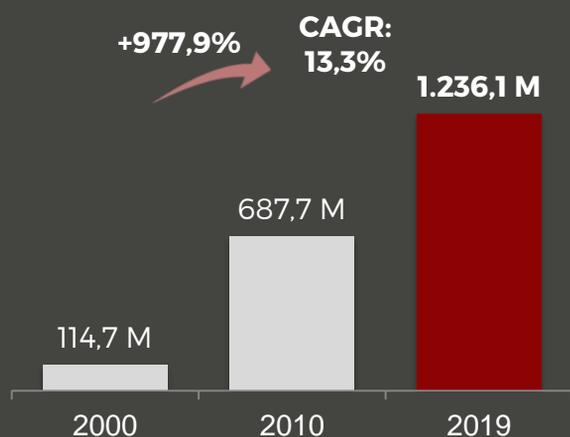
Inaugurado em novembro de 1999, o ShoppingAnáliaFranco possui 51.590 m² de ABL – representando aproximadamente 6% do portfólio de shopping centers da Multiplan e quase 18% da ABL de shoppings da Companhia no estado de São Paulo. Com apenas uma única expansão, em 2009, o empreendimento registra uma evolução impressionante nas vendas dos lojistas: de 2000 a 2019, as vendas cresceram 977,9%, equivalente a um crescimento médio anual de 13,3%.

Desde sua inauguração, o ShoppingAnáliaFranco tem sido referência local em entretenimento, compras e serviços na região, cumprindo papel fundamental no desenvolvimento do mercado imobiliário em seu entorno. Uma das fortes características do empreendimento é sua integração aos bairros vizinhos, através da realização de eventos de grande visibilidade, com um longo histórico de atividades socioculturais como exposições gratuitas, desfiles de moda e shows – como do Grandes Encontros, agenda popular de concertos com artistas renomados dentro do shopping.

A região continua prosperando, e o empreendimento deve também se beneficiar do desenvolvimento futuro em terreno de 29.800 m² anexo ao shopping.



ShoppingAnáliaFranco: 20 anos de evolução das vendas



Grandes Encontros no
ShoppingAnáliaFranco

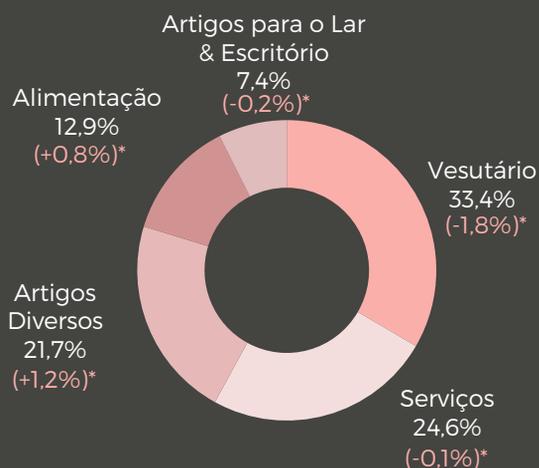
TURNOVER (TROCA DE LOJAS)

333 LOJAS ADICIONADAS AO PORTFÓLIO EM 2019

No 4T19, a Multiplan registrou um *turnover* de ABL de 9.235 m², representando 1,2% do total administrado uma redução em relação ao 4T18 (1,4%) e ao 3T19 (1,6%). O RibeirãoShopping apresentou o maior *turnover* do trimestre, representando 26,6% da ABL trocada, seguido pelo BarraShopping (13,8%) e pelo ParkShopping-CampoGrande (9,3%).

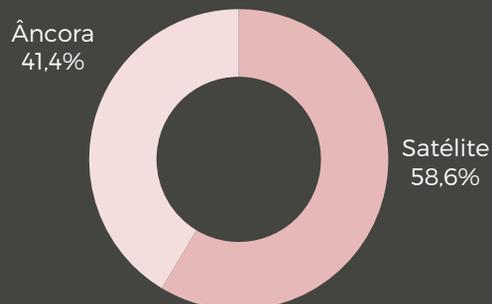
O *turnover* do ano ficou praticamente estável em relação a 2018, somando 41.440 m² ou 333 lojas. Como percentual da ABL de shopping center, o *turnover* foi de 5,2%, em linha com os últimos dois anos. O BarraShopping trocou 44 lojas no ano, seguido pelo RibeirãoShopping com 33 lojas e pelo BarraShoppingSul, com 31 lojas.

Distribuição do ABL por segmento - Dez/19



* Variação desde dezembro de 2018

Distribuição do ABL por tipo de loja - Dez/19



Troca de mix em ABL e como % da ABL total ¹



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

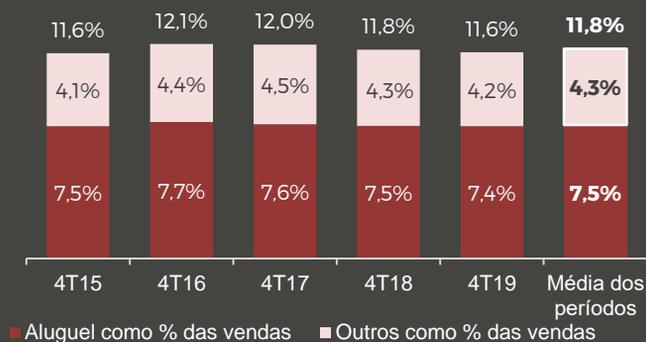
CUSTO DE OCUPAÇÃO

CRESCIMENTO DE VENDAS E MENORES DESPESAS CONDOMINIAIS LEVAM À TERCEIRA QUEDA CONSECUTIVA NO CUSTO DE OCUPAÇÃO

O custo de ocupação dos lojistas foi de 11,6% no 4T19, queda de 15 p.b. em relação ao mesmo período do ano anterior e abaixo da média para o mesmo trimestre dos cinco anos anteriores. A combinação do aumento das vendas e o controle das despesas condominiais contribuíram novamente para o decréscimo no indicador, mesmo considerando o aumento real na receita de locação.

No ano, o custo de ocupação foi 5 p.b. menor em comparação a 2018, alcançando 12,6% em 2019, e 14 p.b. abaixo da média dos cinco anos anteriores. Vale ressaltar que em 2019 a Multiplan desenvolveu uma usina fotovoltaica para suprir totalmente a energia consumida pelo VillageMall, reduzindo assim as despesas para os lojistas. Essa iniciativa, bem como muitas outras tomadas pela Companhia, proporciona economia na conta de energia, e ajuda na redução das emissões de carbono.

Abertura trimestral do custo de ocupação



Abertura anual do custo de ocupação



Terraço verde do VillageMall - outro exemplo de iniciativas sustentáveis para reduzir o consumo de energia

RECEITA BRUTA

AS RECEITAS DE LOCAÇÃO E ESTACIONAMENTO IMPULSIONAM O CRESCIMENTO DA RECEITA BRUTA

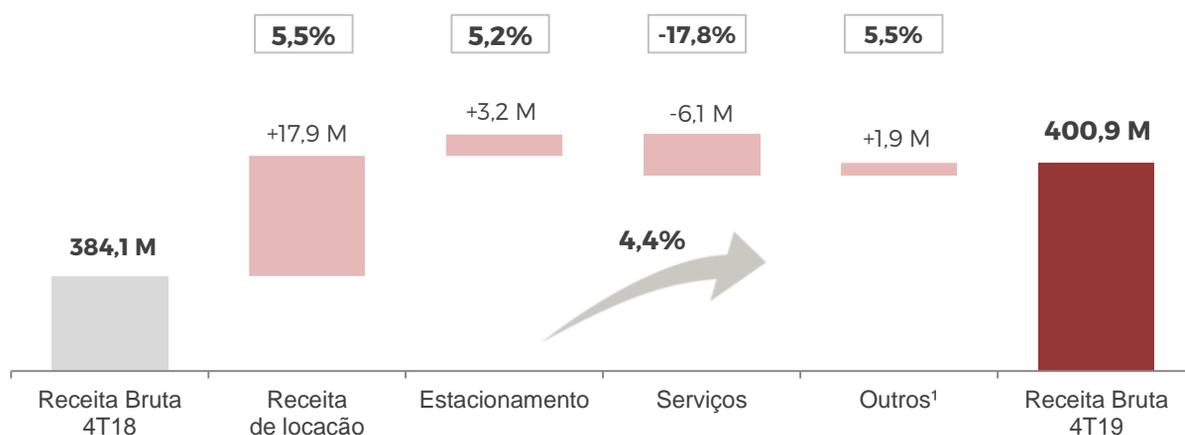
A receita bruta totalizou R\$400,9 milhões no 4T19, um crescimento de 4,4% sobre o 4T18, impulsionada principalmente pelo aumento de 5,5% nas receitas de locação, com a fatia de shopping center crescendo 6,9%. O incremento de 5,2% na receita de estacionamento, acumulando R\$63,7 milhões no período, reflete o aumento do fluxo de veículos, o ajuste nas tarifas em alguns shopping centers em

2019, além da aquisição de participação no BH Shopping.

A receita bruta ainda não se beneficiou das aquisições de participações minoritárias anunciadas no 4T19, dado que as mesmas ainda estavam pendentes de conclusão ao final do ano.

Em 2019, a receita bruta foi de R\$1,460,2 milhões, 5,9% maior do que 2018, também beneficiada pelas receitas de locação e estacionamento, que aumentaram 6,1% e 6,8%, respectivamente.

Crescimento da receita bruta (R\$) - 4T19



Crescimento da receita bruta (R\$) - 2019



¹ "Outros" inclui cessão de direitos, linearidade, venda de imóveis e outras receitas.

RESULTADOS DA PARTICIPAÇÃO EM PROPRIEDADES

4T
19

ÍNDICE

RECEITA DE LOCAÇÃO

RECEITA DE LOCAÇÃO IMPULSIONADA PELO ALUGUEL MÍNIMO DOS SHOPPING CENTERS E CRESCIMENTO DE DOIS DÍGITOS EM MERCHANDISING

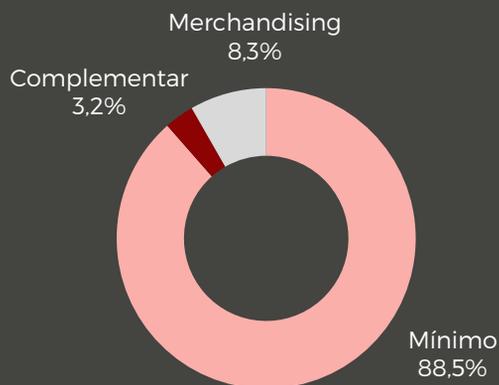
A receita de locação atingiu R\$341,6 milhões no 4T19, 5,5% acima do 4T18, principalmente devido a: (i) o efeito do reajuste do IGP-DI de 6,4% no trimestre; (ii) a aquisição da participação de 20% no BH Shopping em abril de 2019, que levou ao aumento de 31,8% na receita de locação do empreendimento; (iii) o crescimento de dois dígitos na receita do Pátio Savassi (10,4%); (iv) os incrementos de receitas no Shopping Vila Olímpia (9,6%), MorumbiShopping (8,6%), e BarraShopping (8,4%); e (v) o aumento de 16,3% na receita de merchandising do portfólio.

O aumento da receita de locação foi parcialmente compensado por: (i) renovações contratuais no Morumbi Corporate Towers, já mencionadas em relatórios passados; (ii) áreas locadas recentemente, cujos lojistas ainda não começaram a operar; e (iii) um efeito não-recorrente de R\$8,5 milhões que, se desconsiderado, levaria a receita de locação dos shopping centers a crescer 9,7%.

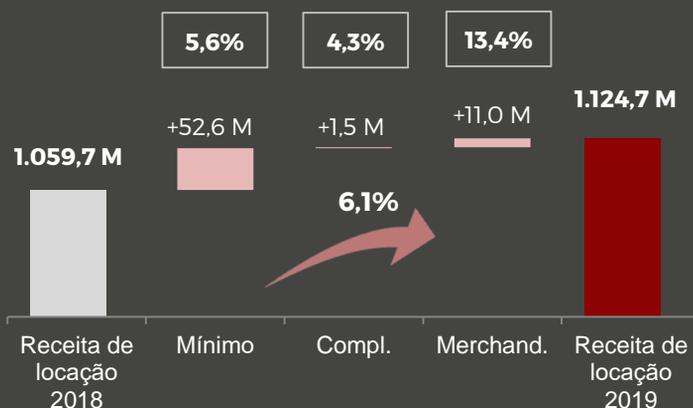
O efeito não-recorrente foi gerado por uma mudança no período de apropriação das faturas de aluguel, o que causou um impacto contábil negativo nas receitas do 4T19. Em compensação, um ligeiro efeito positivo de apropriação deve ser esperado no 1T20.

Em 2019, a receita de locação aumentou 6,1%, alcançando R\$1.124,7 milhões, com cinco empreendimentos registrando crescimentos de dois dígitos.

Detalhamento da receita de locação - 2019



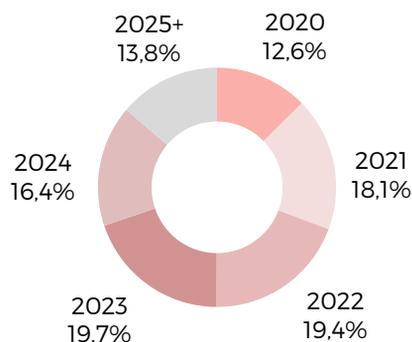
Creoscimento da receita de locação a/a (R\$)



MENOS DE 13% DA ABL TEM CONTRATOS VENCENDO EM 2020

O cronograma de vencimentos dos contratos de locação indica que 518 contratos, o equivalente a 12,6% da ABL, deverão expirar em 2020, além de outros 736 contratos (representando 18,1% da ABL) no ano seguinte.

Cronograma de renovação dos contratos (% da ABL)



RESULTADOS DA PARTICIPAÇÃO EM PROPRIEDADES

4T
19

ÍNDICE

Receita de Locação (R\$)	Abertura	4T19	4T18	Var.%	2019	2018	Var.%
BH Shopping	1979	36,9 M	28,0 M	31,8%	113,4 M	88,2 M	28,5%
RibeirãoShopping	1981	16,8 M	17,0 M	-0,7%	56,6 M	53,9 M	5,0%
BarraShopping	1981	49,0 M	45,2 M	8,4%	159,6 M	151,0 M	5,7%
MorumbiShopping	1982	48,6 M	44,7 M	8,6%	151,3 M	141,5 M	6,9%
ParkShopping	1983	18,6 M	18,7 M	-0,1%	61,4 M	62,1 M	-1,2%
DiamondMall	1996	15,7 M	15,3 M	2,1%	51,4 M	48,5 M	6,0%
New York City Center	1999	2,9 M	2,9 M	-1,1%	9,6 M	9,6 M	-0,2%
ShoppingAnáliaFranco	1999	10,3 M	9,6 M	7,3%	33,0 M	30,7 M	7,5%
ParkShoppingBarigüi	2003	21,9 M	21,7 M	1,0%	69,1 M	70,6 M	-2,1%
Pátio Savassi	2007 ¹	12,4 M	11,2 M	10,4%	39,4 M	36,1 M	9,1%
ShoppingSantaÚrsula	2008 ²	1,5 M	1,4 M	0,7%	5,3 M	4,5 M	17,7%
BarraShoppingSul	2008	17,1 M	16,9 M	1,3%	56,7 M	54,3 M	4,5%
ShoppingVilaOlímpia	2009	7,6 M	6,9 M	9,6%	25,0 M	22,1 M	13,1%
ParkShoppingSãoCaetano	2011	15,8 M	15,0 M	5,1%	51,7 M	48,1 M	7,6%
JundiaíShopping	2012	11,0 M	10,7 M	2,9%	36,1 M	33,4 M	7,9%
ParkShoppingCampoGrande	2012	11,2 M	11,2 M	-0,1%	38,7 M	36,2 M	6,9%
VillageMall	2012	9,6 M	10,1 M	-5,5%	31,9 M	32,7 M	-2,7%
Parque Shopping Maceió	2013	5,4 M	5,1 M	4,6%	17,4 M	16,3 M	6,9%
ParkShopping Canoas ³	2017	5,8 M	5,7 M	0,7%	20,2 M	17,8 M	13,7%
Subtotal Shopping Centers		317,9 M	297,4 M	6,9%	1.027,9 M	957,8 M	7,3%
Morumbi Corporate	2013	22,8 M	25,8 M	-11,7%	93,5 M	100,1 M	-6,6%
ParkShopping Corporate	2014	1,0 M	0,5 M	84,3%	3,3 M	1,8 M	80,9%
Subtotal Torres Corporativas		23,7 M	26,3 M	-9,8%	96,8 M	101,9 M	-5,0%
Total Portfólio		341,6 M	323,8 M	5,5%	1.124,7 M	1.059,7 M	6,1%

¹ Pátio Savassi iniciou suas operações em 2004 e foi adquirido pela Multiplan em junho de 2007. ² ShoppingSantaÚrsula iniciou suas operações em 1999 e foi adquirido pela Multiplan em abril de 2008. ³ Desde outubro de 2019, a Multiplan apropria 82,25% da receita de locação. Anteriormente, a Companhia apropriava 84,50% em receitas e revertia 4,5% em Participação Minoritária.

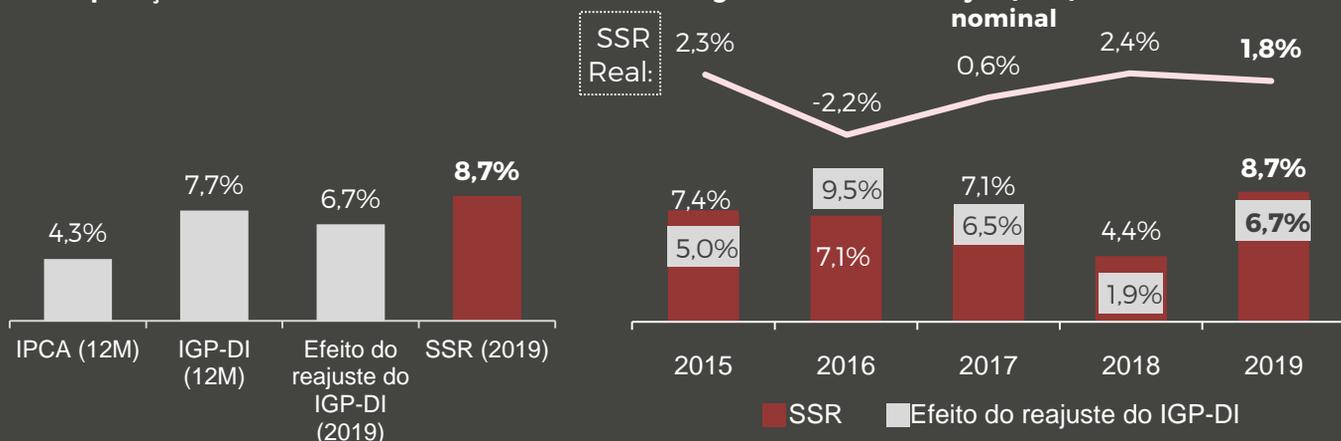
ALUGUEL NAS MESMAS LOJAS AUMENTA 8,7% EM 2019, O MAIOR CRESCIMENTO ANUAL DESDE 2014

A Multiplan registrou um Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR) de R\$165/m² por mês no 4T19, um aumento de 8,3% sobre o 4T18. Considerando o efeito do reajuste do IGP-DI de 6,4% no 4T19, o SSR apresentou um crescimento real de 1,8%.

O mesmo crescimento real de 1,8% foi registrado no acumulado do ano, com o SSR crescendo 8,7% com efeito do reajuste do IGP-DI de 6,7%.

Deve-se notar que o efeito do reajuste do IGP-DI reflete os ajustes de inflação feitos nos contratos de locação da Companhia nos últimos 12 meses. Para mais informações, consulte o estudo de caso disponível no site de RI da Multiplan. [Link](#)

Comparação entre indicadores e o SSR



RESULTADOS DA PARTICIPAÇÃO EM PROPRIEDADES

4T
19

ÍNDICE

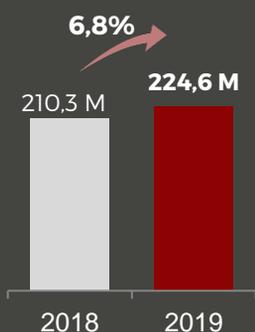
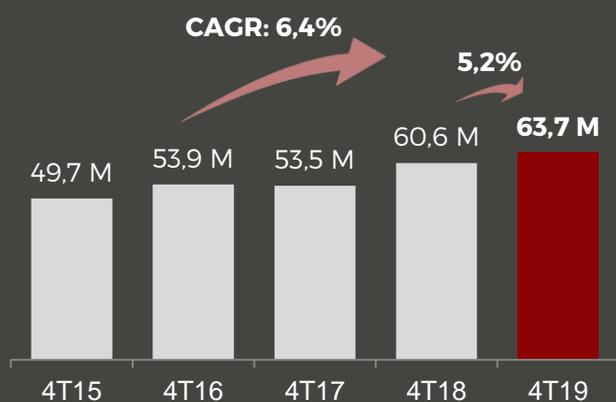
RECEITA DE ESTACIONAMENTO

A RECEITA DE ESTACIONAMENTO REGISTRA 5,2% DE AUMENTO, IMPULSIONADA POR AJUSTES DE TARIFAS E AQUISIÇÕES DE PARTICIPAÇÕES

A receita de estacionamento atingiu R\$63,7 milhões no 4T19, um crescimento de 5,2% sobre o 4T18. Esse aumento resulta dos ajustes feitos nas tarifas de estacionamento em alguns shopping centers da Multiplan na primeira metade de 2019, da aquisição de participação no BH Shopping, bem como do crescimento no fluxo de veículos registrado no portfólio (+1,5% vs. 4T18).

Em 2019, a receita de estacionamento totalizou R\$224,6 milhões, 6,8% maior do que em 2018.

Evolução da receita de estacionamento (R\$)



DESPESAS DE PROPRIEDADES, TAXA DE INADIMPLÊNCIA E PERDA DE ALUGUEL

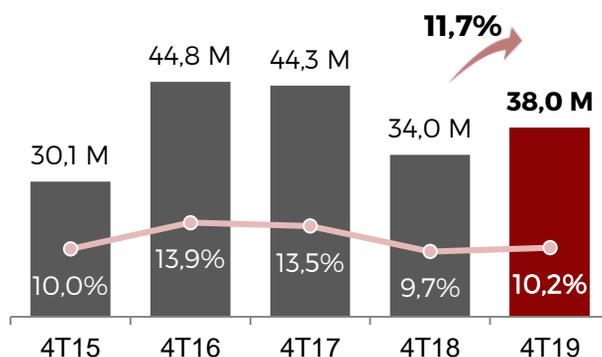
DESPESAS DE PROPRIEDADES AINDA IMPACTADAS PELA AQUISIÇÃO DE PARTICIPAÇÃO E PROVISÕES DE INADIMPLÊNCIA

As despesas de propriedades (a soma das despesas de shopping centers e de torre de escritórios) atingiram R\$38,0 milhões no 4T19, um aumento de 11,7% sobre o 4T18. O incremento foi gerado pela aquisição de participação no BH Shopping, assim como provisões de inadimplência de aluguel de trimestres passados. Apesar destas provisões, a taxa de inadimplência líquida se manteve menor do que em períodos anteriores, representando 0,9% do total de aluguel no 4T19.

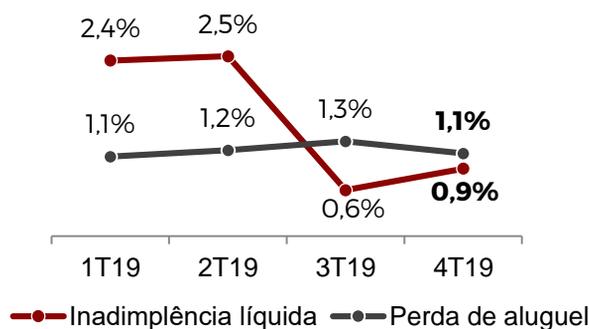
A perda de aluguel – baseada na baixa de inadimplência de lojistas – diminuiu, para 1,1%, 17 p.b. menor quando comparada ao 3T19.

Em 2019, as despesas de propriedades foram de R\$144,9 milhões, 13,1% maiores do que em 2018.

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



Taxa de inadimplência líquida e perda de aluguel



RESULTADOS DA PARTICIPAÇÃO EM PROPRIEDADES

4T
19

ÍNDICE

RESULTADO OPERACIONAL LÍQUIDO - NOI

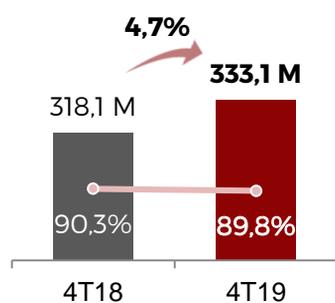
NOI AUMENTA 5,5% EM 2019, ALCANÇANDO R\$1,2 BILHÕES

O resultado operacional líquido (NOI) atingiu R\$333,1 milhões no 4T19, crescendo 4,7% em relação ao 4T18, refletindo os aumentos nas receitas de locação e estacionamento, sendo parcialmente compensados pelo aumento nas despesas de propriedades durante o período.

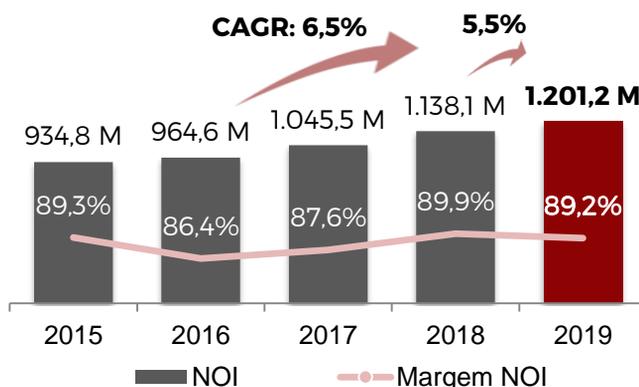
Em 2019, o NOI totalizou R\$1.201,2 milhões, aumentando 5,5% ano-a-ano, também aproveitando os sólidos resultados de locação e estacionamento.



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



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



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

NOI (R\$)	4T19	4T18	Var.%	2019	2018	Var.%
Receita de locação	341,6 M	323,8 M	5,5%	1.124,7 M	1.059,7 M	6,1%
Apropriação de receita de aluguel linear	(34,3 M)	(32,1 M)	6,6%	(3,2 M)	(3,8 M)	-15,6%
Receita de estacionamento	63,7 M	60,6 M	5,2%	224,6 M	210,3 M	6,8%
Receita Operacional	371,1 M	352,2 M	5,4%	1.346,1 M	1.266,2 M	6,3%
Despesa de propriedades	(38,0 M)	(34,0 M)	11,7%	(144,9 M)	(128,1 M)	13,1%
NOI	333,1 M	318,1 M	4,7%	1.201,2 M	1.138,1 M	5,5%
Margem NOI	89,8%	90,3%	-58 p.b.	89,2%	89,9%	-65 p.b.

ESTUDO DE CASO

EVOLUÇÃO DE VENDAS E NOI - 10 ANOS



ÍNDICE

CRIAÇÃO DE VALOR AOS ACIONISTAS: EM UMA DÉCADA DESAFIADORA, O NOI DOS SHOPPING CENTERS DA MULTIPLAN CRESCE DOIS DÍGITOS AO ANO

Este breve estudo de caso ilustra graficamente o foco da Multiplan em gerar valor aos acionistas ao longo dos anos e reflete a trajetória bem-sucedida da Companhia na criação de um portfólio de alta qualidade.

Apesar de dez anos desafiadores, com instabilidades no cenário político e econômico, a Multiplan apresentou aumentos consecutivos nas vendas, todos os anos, desde 2009.

Com um CAGR de dois dígitos, de 10,3%, esse crescimento foi impulsionado por muitos fatores, dos quais pode se destacar o constante aprimoramento e gerenciamento do mix lojas. Esse crescimento de vendas alavanca a renda dos lojistas

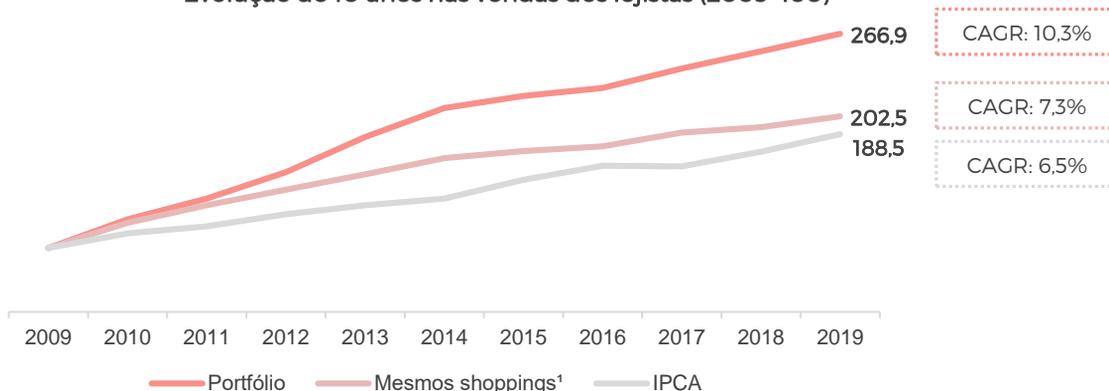
e cria oportunidade para um crescimento ainda maior de aluguel e NOI.

O NOI do portfólio evoluiu 230,7% na década, o que corresponde a um crescimento médio anual de 12,7% e um spread de 616 p.b. sobre o IPCA. Neste período, a Companhia conseguiu identificar oportunidades únicas para *greenfields*, aquisições e expansões, investindo R\$7,1 bilhões e aumentando a ABL própria em 112,1%, o que corresponde a um acréscimo de 344.853 m² ao portfólio.

É importante destacar que as áreas adicionadas estão em locais privilegiados, em regiões que apresentam constante crescimento.

Na análise dos mesmos shoppings, que considera os ativos abertos até 2009¹, o NOI aumentou 159,6% com um crescimento médio anual de 10,0%, que corresponde a um spread de 346 p.b. sobre o IPCA.

Evolução de 10 anos nas vendas dos lojistas (2009=100)



Evolução de 10 anos no NOI de shopping centers (2009=100)



¹ BHShopping, RibeirãoShopping, BarraShopping, MorumbiShopping, ParkShopping, DiamondMall, New York City Center, Shopping AnáliaFranco, ParkShoppingBarigüi, Pátio Savassi, Shopping SantaUrsula and BarraShopping Sul.

RESULTADOS DA GESTÃO DE PORTFÓLIO

4T
19

ÍNDICE

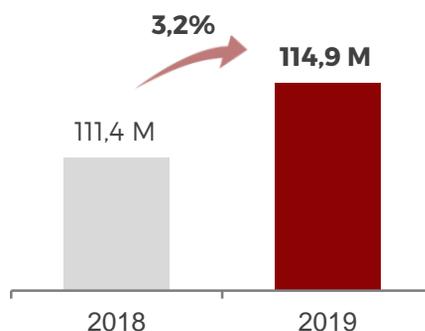
RECEITA DE SERVIÇOS

RECEITA DE SERVIÇOS AVANÇA 3,2% EM 2019

A receita de serviços totalizou R\$28,3 milhões no 4T19, uma queda de 17,8% em relação ao 4T18, devido principalmente a um evento não-recorrente que beneficiou a receita do 4T18, com taxas de administração e campanhas de marketing durante o Natal de 2018, assim como à aquisição de participação no BH Shopping, que naturalmente reduziu as taxas de administração.

Em 2019, a receita de serviços totalizou R\$114,9 milhões, um crescimento de 3,2% sobre 2018, gerado principalmente por taxas de transferência mais elevadas devido à maior troca de lojas na primeira metade do ano.

Evolução da receita de serviços (R\$)



DESPESAS GERAIS & ADMINISTRATIVAS E COM REMUNERAÇÃO BASEADA EM AÇÕES

Despesas de sede estáveis no trimestre, apesar das iniciativas recentes

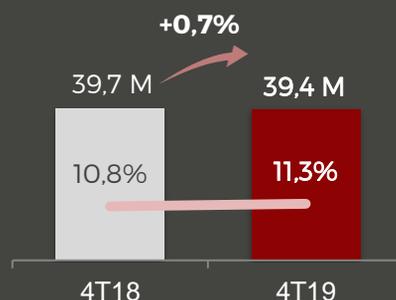
As despesas de sede da Multiplan atingiram R\$39,7 milhões no 4T19, aumentando 0,7% em relação ao 4T18. Comparado ao trimestre anterior (3T19), as despesas de sede foram ligeiramente menores, reduzindo em 0,9%.

As despesas de sede em 2019 foram 10,0% maiores que o ano anterior, chegando a R\$160,0 milhões, refletindo os investimentos recentes da Companhia na equipe de Inovação Digital, assim como no departamento de *Compliance*.

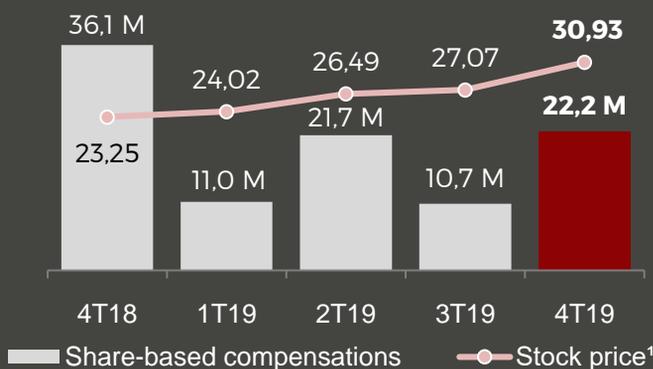
Valorização da ação segue impactando despesa com remuneração baseada em ações

A despesa com remuneração baseada em ações apresentou um impacto de R\$22,2 milhões no 4T19, devido principalmente ao efeito da valorização da ação da Multiplan na marcação a mercado trimestral dos planos de *Phantom Stock Options*. O impacto de R\$22,2 milhões no trimestre representa uma redução de 38,4% quando comparado à provisão de R\$36,1 milhões registrada no 4T18.

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



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



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

O que é o MIND?

O MIND (Marketing, Inovações e Negócios Digitais) é uma área de negócios da Multiplan criada a partir de um núcleo de inovação estruturado na Companhia em 2017. Hoje a área conta com 45 profissionais de diferentes áreas, e inclui pesquisa & desenvolvimento de tecnologias, prospecção de startups, e promove a evolução dos ativos da Multiplan em uma plataforma unificada, unindo a conveniência e escala do mundo digital aos atributos irreplicáveis do portfólio de shoppings centers da Companhia.

Principais divisões & projetos do MIND

1. MULTI

O *superapp hiperlocal* da Multiplan

Lançado em 2019, é qualificado como **superapp** pela oferta variada e crescente de serviços e funcionalidades, que buscam facilitar a vida do cliente e aproximá-lo de seus lojistas favoritos.

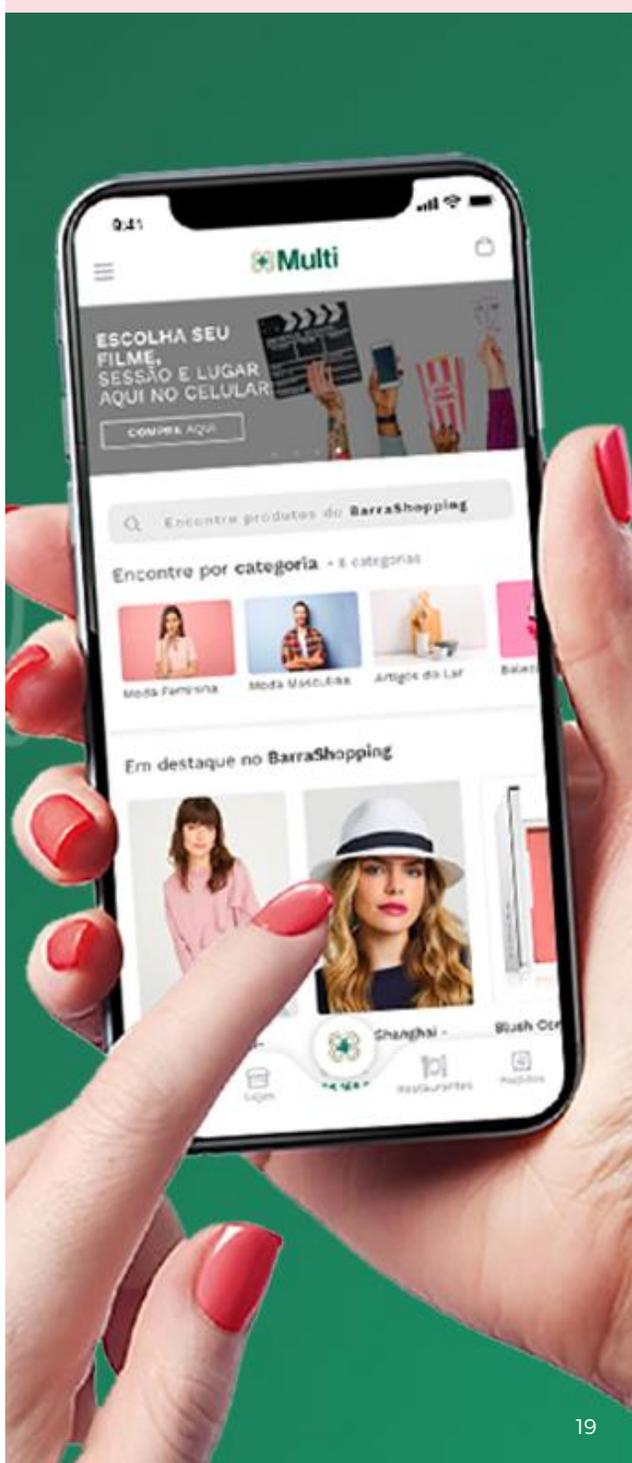
O *Multi* permite a compra de alimentos, produtos e entretenimento, como ingressos de teatro e cinema, e também conveniências como agendamento de consultas médicas, pagamento de estacionamento e acesso ao programa de fidelidade.

O *Multi* é também **hiperlocal** pois foi desenvolvido para ser útil e relevante àqueles que já são clientes dos shoppings da Multiplan, que dessa forma conseguem aproveitar todos os serviços e experiências únicas do superapp durante a visita ao shopping, ou em suas casas através do serviço rápido de entrega, a qualquer momento.

A Companhia entende que por conta da recorrente interação do *Multi* com seus usuários, será possível através da ciência de dados, conhecer cada vez melhor o consumidor e, dessa forma, adaptar os seus ativos à contínua evolução do consumo.

160 mil downloads

18 shoppings no *Multi*,
4 com vendas integradas



2. Startplan

Plataforma de prospecção e relacionamento com startups

A Startplan é a conexão da Multiplan com a indústria de tecnologia, através da qual a Companhia busca ativamente estabelecer relações e parcerias com startups que possam contribuir com a Multiplan, seja no ambiente do shopping, virtual, ou em sua gestão; criando receitas ou reduzindo custos.

600+ startups analisadas

40+ parcerias identificadas

3. Multilab

Laboratório de experimentação de novas tecnologias

O foco do Multilab é monitorar e testar o uso de novas tecnologias nos negócios da Companhia, com o objetivo de trazer novas experiências, serviços, e mais eficiência na gestão da Multiplan, além de encantar e surpreender o cliente através da tecnologia e do design.

50+ pontos de interação com cliente mapeados

Robôs de atendimentos em 6 shoppings geram 8 mil interações/mês

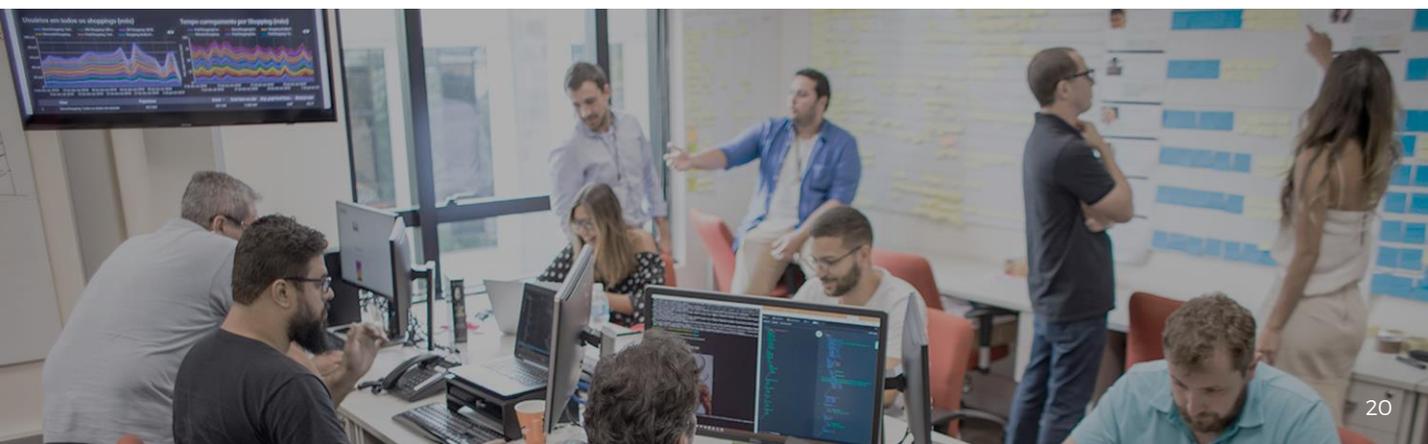
Outros Projetos

Em fase de lançamento

MultiVc – programa de fidelidade do portfólio da Multiplan que fortalecerá o relacionamento direto com o consumidor através de benefícios personalizados. Ao mesmo tempo, dá à Multiplan a oportunidade de aprofundar o conhecimento sobre seus clientes para poder servi-los de uma forma única.

Multiplique o Bem – agregador de iniciativas de impacto social que busca alavancar iniciativas sociais através da forte marca e presença dos shopping centers da Multiplan nas regiões em que se localizam.

Para a Multiplan, esse é apenas o começo do MIND!



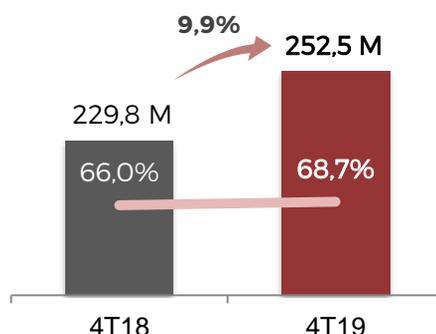
EBITDA

EBITDA CRESCE 9,9% NO 4T19, EXPANDINDO A MARGEM EM 269 P.B.

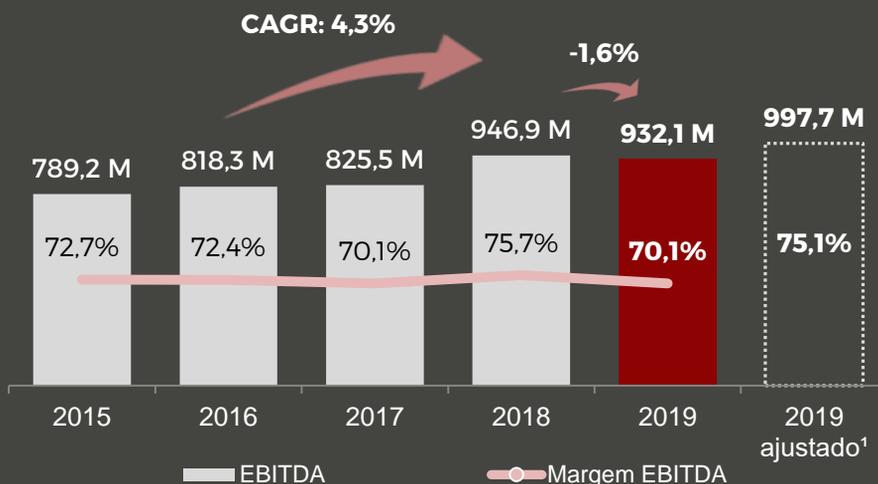
O EBITDA no 4T19 foi de R\$252,5 milhões, um aumento de 9,9% quando comparado ao mesmo período do ano anterior, refletindo um sólido crescimento impulsionado não só pelo aumento de 4,4% na receita bruta, mas também pela redução geral de despesas.

Em 2019, o EBITDA atingiu R\$932,1 milhões, ou R\$997,7 milhões quando ajustado pela remuneração baseada em ações.

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



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



¹ Não considera a linha de remuneração baseada em ações. Mais detalhes sobre essa linha estão disponíveis na página 18.

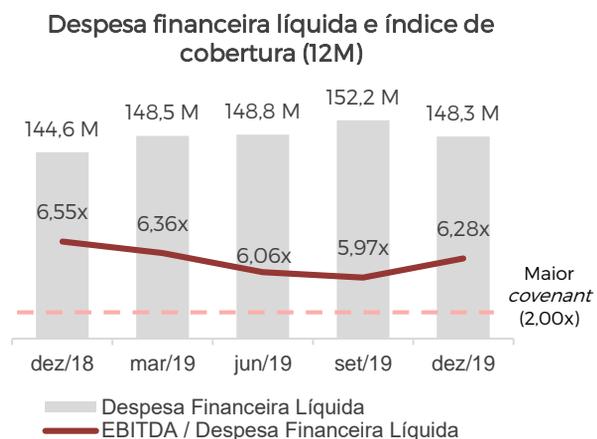
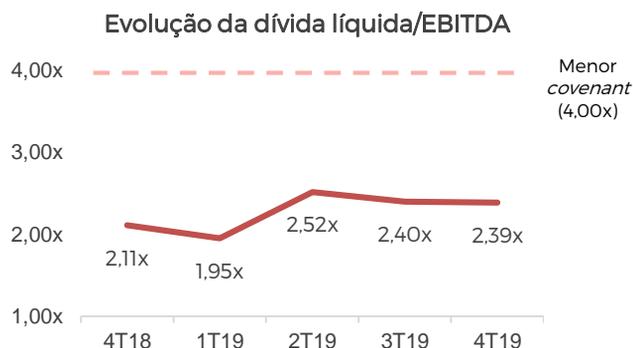
ENDIVIDAMENTO E DISPONIBILIDADES

ESTRUTURA DE CAPITAL PREPARADA PARA O CRESCIMENTO FUTURO

Ao final de dezembro de 2019, a posição de caixa da Multiplan era de R\$913,9 milhões, 7,3% menor se comparada ao final de setembro de 2019, principalmente devido ao pagamento de R\$110,0 milhões de Juros sobre Capital Próprio e à amortização de empréstimos e debêntures no valor de R\$286,5 milhões, parcialmente compensados pela geração de caixa da Companhia.

A dívida bruta permaneceu estável em R\$3.143,9 milhões (-0,9% comparado ao 3T19). Como resultado, a dívida líquida aumentou 2,0%, atingindo R\$2.230,0 milhões em dezembro de 2019.

A relação dívida líquida/EBITDA ficou praticamente estável, em 2,39x em dezembro de 2019, conforme demonstrado no gráfico superior direito.



Indicadores Financeiros (R\$)	31/12/2019	30/09/2019	Var. %
Dívida Bruta	3.143,9 M	3.172,5 M	-0,9%
Posição de Caixa	913,9 M	986,4 M	-7,3%
Dívida Líquida	2.230,0 M	2.186,1 M	2,0%
EBITDA 12M	932,1 M	909,5 M	2,5%
Valor justo das propriedades para investimentos	21.672,3 M	22.378,4 M	-3,2%
Dívida Líquida/EBITDA	2,39x	2,40x	-0,5%
Dívida Bruta/EBITDA	3,37x	3,49x	-3,3%
EBITDA/Despesa Financeira Líquida	6,28x	5,97x	5,2%
Dívida Líquida/Valor Justo	10,3%	9,8%	+52 p.b.
Dívida Total/Patrimônio Líquido	0,56x	0,57x	-1,7%
Dívida Líquida/Valor de Mercado	11,2%	12,6%	-140 p.b.
Prazo Médio de Amortização (meses)	45	41	9,3%

ÍNDICE

Contratos de dívida renegociados somam R\$820,2 milhões e geram um Valor Presente Líquido de R\$50,5 milhões em 2019

No 4T19, a Multiplan renegociou três contratos de dívida indexados à TR no valor de R\$606,7 milhões¹. As novas condições contratuais permitiram que a Companhia reduzisse em 110 p.b. o custo total de todos os contratos indexados à TR, saindo de uma taxa de 8,57% a.a. no 3T19 para 7,47% a.a no 4T19, mantendo o mesmo prazo médio da amortização.

¹ Saldo da dívida em dezembro de 2019.

Como resultado dessas duas renegociações, a Companhia gerou uma economia de R\$39,2 milhões¹ a VPL.

Desde Agosto de 2019, a Multiplan refinanciou cinco contratos indexados à TR, totalizando R\$820,2 milhões¹, gerando uma economia de R\$50,5 milhões a VPL.

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



O menor custo médio da dívida da história da Companhia

A maior concentração da dívida bruta da Companhia indexada ao CDI, aliada à queda da taxa básica de juros (Selic) e a renegociação de contratos de financiamento levaram a um custo de dívida de 5,35% a.a. ao final de dezembro de 2019, uma redução de 124 p.b. quando comparado aos 6,59% a.a. no final de setembro de 2019. O spread atual entre o custo da dívida e o CDI é de 85 p.b., destacando que o CDI foi reduzido em 100 p.b. no mesmo período.

A gestão de passivos acima mencionada também alterou a exposição da Companhia à TR e ao CDI. Em dezembro de 2019, 80,4% da dívida bruta da Companhia era vinculada ao CDI, comparada a 66,3% em dezembro de 2018. Por outro lado, a dívida vinculada à TR foi reduzida de 32,1% em dezembro de 2018 para 18,3% da dívida bruta em dezembro de 2019.

Todo o endividamento da Multiplan é em moeda local.

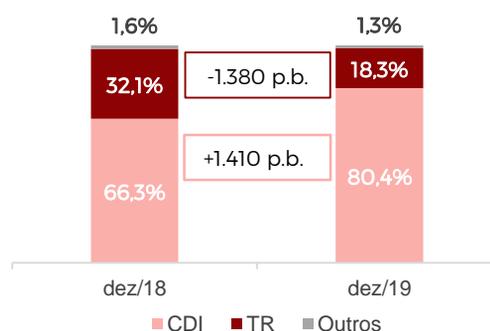
Indexadores do endividamento em 31 de dezembro de 2019

	Desempenho do indexador	Taxa de juros média ¹	Custo da dívida	Dívida bruta (R\$)
TR	0,00%	7,47%	7,47%	573,9 M
CDI	4,50%	0,37%	4,87%	2.529,2 M
Outros ²	5,02%	0,00%	5,02%	40,8 M
Total	3,69%	1,66%	5,35%	3.143,9 M

¹ Média ponderada da taxa anual.

² 'Outros' incluem IGP-M e outros índices

Indexadores do endividamento em dez/19 vs dez/18



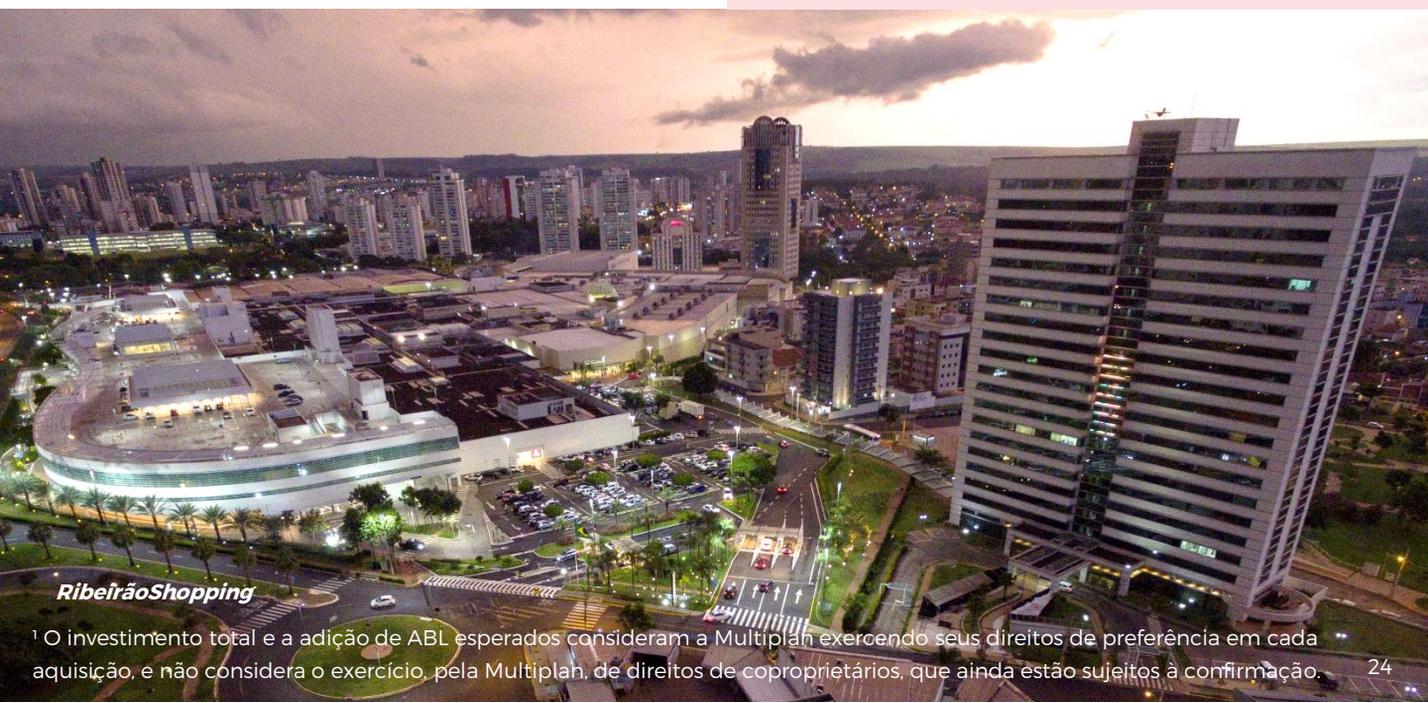
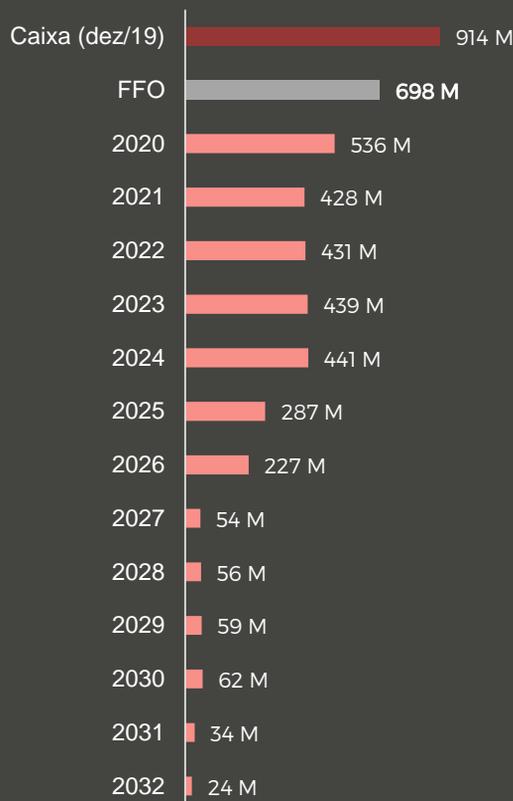
ÍNDICE

As recentes aquisições de participações minoritárias usarão parte da posição de caixa

A Multiplan anunciou R\$282,2 milhões em participação minoritária¹ no 4T19, o que corresponde a um acréscimo de 13.929 m² de ABL própria. Em outubro a Companhia aumentou sua participação no ParkShopping Canoas; em novembro, anunciou o exercício do direito de preferência na aquisição de participações no ShoppingSantaÚrsula e no ParkShopping; e, em dezembro, anunciou o exercício do direito de preferência no RibeirãoShopping.

Das aquisições anunciadas no 4T19, a Companhia desembolsou R\$37,0 milhões, dos quais R\$18,0 milhões são relacionados ao pagamento de sinal no ParkShopping no 4T19 (transação sujeita à aprovação) e R\$19,0 milhões relacionados a primeira parcela do pagamento do ShoppingSantaÚrsula, liquidado em fevereiro de 2020. As transações do ParkShopping e do RibeirãoShopping, devem ser concluídas nos próximos meses, afetando a estrutura de capital da Companhia. Com estas aquisições, a Companhia reforça sua estratégia de alocação de recursos em shoppings centers líderes e com potencial de crescimento futuro.

Cronograma de amortização da dívida bruta em 31 de dezembro de 2019



RibeirãoShopping

¹ O investimento total e a adição de ABL esperados consideram a Multiplan exercendo seus direitos de preferência em cada aquisição, e não considera o exercício, pela Multiplan, de direitos de coproprietários, que ainda estão sujeitos à confirmação.

LUCRO LÍQUIDO

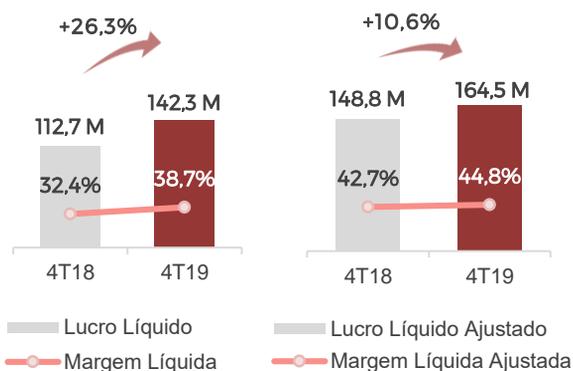
LUCRO LÍQUIDO AJUSTADO CRESCER DOIS DÍGITOS E SUPERA MARCA DE MEIO BILHÃO DE REAIS EM 2019

O lucro líquido apresentou aumento de 26,3% no 4T19 em relação ao 4T18, totalizando R\$ 142,3 milhões, impulsionado pelo crescimento de 5,5% na receita líquida e redução de 17,6% nas despesas financeiras. Se as despesas com remuneração baseadas em ação fossem excluídas em ambos os períodos, o lucro líquido teria aumentado 10,6%, para R\$ 164,5 milhões, com margem de 44,8%, um crescimento de 203 p.b. em relação ao 4T18.

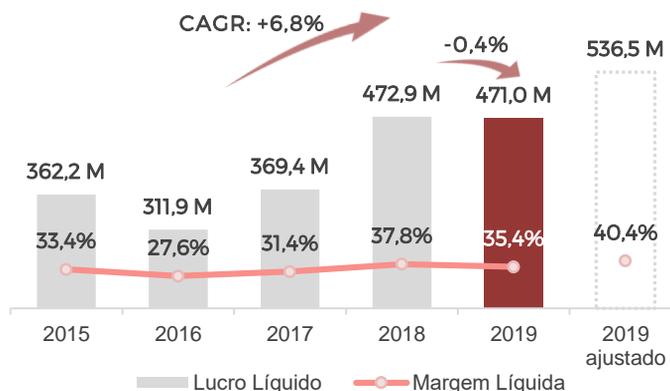
No ano, o lucro líquido ajustado cresceu 11,7% em relação a 2018, atingindo R\$536,5 milhões, impulsionado principalmente pelo crescimento de 6,2% na receita líquida. A margem de lucro líquido ajustado foi 196 p.b. maior do que no ano anterior e chegou a 40,4%.

A Companhia anunciou R\$280,0 milhões em Juros sobre Capital Próprio em 2019, o maior valor desde o IPO, levando a um *payout* sobre o lucro líquido, após reservas legais, de 62,6% no ano.

Lucro Líquido (R\$) e margem (%)



Lucro Líquido (R\$) e margem (%)



Histórico de dividendos e JCP (R\$) e *payout* (%)



FLUXO DE CAIXA OPERACIONAL (FFO)

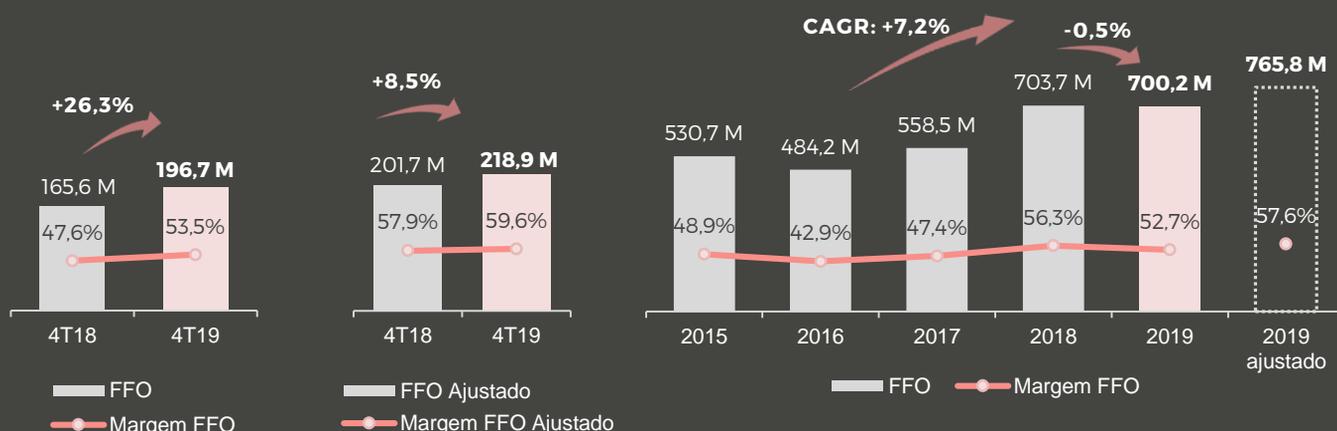
FFO AUMENTA 18,8% NO 4T19 COM MARGEM DE 53,5%

O Fluxo de Caixa Operacional (FFO) somou R\$196,7 milhões no 4T19, um aumento de 18,8% em relação ao mesmo período de 2018, principalmente devido aos motivos mencionados no tópico sobre o lucro líquido.

Se as despesas com remuneração baseada em ação fossem excluídas nos dois períodos, o FFO teria atingido R\$218,9 milhões no 4T19, uma evolução de 8,5% em relação ao 4T18.

Em 2019, o FFO ajustado cresceu 7,7% sobre 2018, atingindo R\$765,8 milhões. A margem FFO ajustada avançou 77 p.b., de 56,9% em 2018 para 57,6% em 2019.

FFO (R\$) e margem (%)



Parque para crianças no BarraShoppingSul, uma das novas atrações que vêm aumentando o fluxo de clientes nos shoppings

ESTUDO DE CASO

RETORNO DE PROJETOS RECENTES



ÍNDICE

TRANSFORMANDO PROJETOS EM ATIVOS ÚNICOS

A Multiplan foca na geração e maximização do valor aos acionistas por meio do desenvolvimento, propriedade e gestão de imóveis comerciais de alta qualidade no Brasil.

Quando um novo projeto é lançado, diversas iniciativas são rotineiramente tomadas para criar um ativo robusto que alcançará retornos consistentes a longo prazo.

A coluna à direita mostra os retornos dos últimos projetos da Companhia, através dos rendimentos combinados de NOI (Resultado Operacional Líquido) divididos pelo investimento total nos projetos. Este estudo de caso busca examinar os principais motivos que levaram aos retornos alcançados.

I. Localização, localização, localização

Para shopping centers, a localização não é apenas um endereço; ela contribui para o sucesso ou declínio do ativo. Varejistas localizados nos vetores de crescimento das cidades, com acessibilidade e em bairros com alto poder aquisitivo têm significativamente mais chances de prosperar em comparação a pares em locais menos promissores.

II. O mix de operações importa, e muito

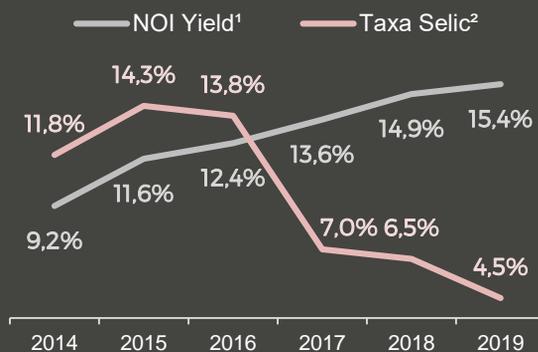
A variedade de operações em um shopping center deve ser um conjunto único. Ele é moldado pelos hábitos e aspirações dos consumidores da região que, como o mercado varejista, está em constante evolução. Buscar o sortimento certo, compreender a importância de melhorias contínuas e acompanhar as mudanças nos desejos dos consumidores é essencial para garantir um ativo irreplicável.

III. A gestão no centro da estratégia

Gerenciar um shopping intensamente é de extrema importância. É fundamental ser proativo na identificação e construção de relacionamento com grandes varejistas, bem como com novos varejistas, que podem ser marcas digitais que buscam estabelecer ou expandir sua presença no mundo físico. Um imóvel comercial não se resume a sua estrutura física. É hoje um negócio, e sua evolução depende do cuidado diário dado à todas etapas do processo, de sua localização, ao mix e gestão, para que crie retornos substanciais.

Um ciclo de projetos de sucesso

Entre 2011 e 2013, a Multiplan inaugurou sete ativos. Cinco shoppings, ParkShopping-SãoCaetano (2011), JundiaíShopping (2012), ParkShoppingCampoGrande (2012), VillageMall (2012) e Parque-ShoppingMaceió (2013). Os outros dois são os complexos corporativos ParkShopping Corporate (2012) e Morumbi Corporate (2013). O gráfico abaixo mostra a evolução do NOI *yield* dos sete ativos combinados. Em 2019, o rendimento atingiu 15,4%¹, 1.089 p.b. acima da taxa básica (Selic) ao fim do ano. O NOI desses projetos representou 24% do NOI da Companhia em 2019.



¹ NOI dividido pelo CAPEX (líquido de Cessão de Direitos) dos sete projetos mencionados acima, considerando a participação da Multiplan. ² Fonte: Banco Central do Brasil - Meta da Selic ao fim de cada período.

Evolução dos sete projetos recentes

Crescimento de 2014 a 2019

+33% ↗ Vendas dos Shoppings

+36% ↗ Receitas (aluguel + estac.)

+67% ↗ Resultado Operacional Líquido (NOI)

CAPEX

COM NOVOS PROJETOS, AQUISIÇÕES E RENOVAÇÕES, INVESTIMENTOS SOMAM R\$787 MILHÕES EM 2019, MAIS DO QUE DOBRANDO INVESTIMENTOS FEITOS EM 2018

A Multiplan investiu R\$216,7 milhões no 4T19, dos quais R\$64,0 milhões foram destinados a novos shoppings em desenvolvimento, principalmente ao ParkJacarepaguá e ao projeto Parque Global.

Renovações, TI & Outros receberam investimentos de R\$60,1 milhões, em grande parte devido às revitalizações no BarraShopping e BarraShopping-Sul. Outros R\$68,4 milhões foram investidos em aquisições de terrenos, principalmente em uma área anteriormente alugada, anexa ao estacionamento do BarraShopping, que poderá aumentar a área potencial do shopping para futuros projetos.

Em 2019, a soma de investimentos atingiu R\$787,1 milhões, dos quais R\$360,0 milhões foram destinados à aquisição de uma participação de 20,0% no BH Shopping em abril de 2019.

Em busca de oportunidades: aquisições minoritárias devem adicionar 24.433 m², ou 3,7%, à ABL própria de shoppings

Em 2019 a Multiplan anunciou cinco aquisições minoritárias que devem aumentar a participação da Companhia em shoppings próprios.

Em abril, a Multiplan adquiriu participação no BH Shopping; em outubro, adquiriu uma participação no ParkShopping Canoas; em novembro, anunciou o exercício do direito de preferência no ShoppingSantaÚrsula e no ParkShopping; e, em dezembro, anunciou o exercício do seu direito de preferência no RibeirãoShopping.

Isso representa um investimento total de R\$564,1 milhões, dos quais R\$378,0 milhões foram contabilizados em 2019, e o saldo deve ser contabilizado em 2020¹. As áreas adquiridas correspondem a uma adição de 24.433 m² à ABL própria¹, o que representa um crescimento de 3,7% para a ABL existente de shopping centers.

Com as aquisições, a Multiplan reforça sua estratégia de alocação de capital nos principais shoppings de suas respectivas cidades, com potencial para crescimento futuro.

Evento recente: A Multiplan conclui compra de 50,1% do DiamondMall

Em 21 de janeiro de 2020, a Multiplan confirmou a aquisição de uma participação de 50,1% no DiamondMall, em Belo Horizonte, por R\$296,8 milhões, a serem pagos ao longo de três anos.

Além da aquisição de 50,1%, o acordo inclui a prorrogação do arrendamento atual do terreno até novembro de 2030, e a redução de seu custo. Para mais detalhes veja o comunicado. [Link](#)

Desenvolvido pela Multiplan em 1996 em um terreno arrendado por um período de 30 anos, o DiamondMall é administrado pela Multiplan desde sua inauguração.

Detalhamento do CAPEX

Investimentos (R\$)	4T19	2019
Desenvolvimentos de <i>Greenfields</i>	64,0 M	135,9 M
Expansões	6,3 M	20,3 M
Revitalizações, TI e Outros	60,1 M	182,9 M
Aquisição de Minoritários	18,0 M	378,0 M
Compra de Terrenos	68,4 M	70,0 M
Total	216,7 M	787,1 M

DiamondMall, em Belo Horizonte



¹ O investimento total e a adição de ABL esperados consideram a Multiplan exercendo seus direitos de preferência em cada aquisição, e não considera o exercício, pela Multiplan, de direitos de coproprietários, que ainda estão sujeitos à confirmação.

DESENVOLVIMENTOS

ATUALIZAÇÃO: PROJETO DE EXPANSÃO DO PARKSHOPPING-BARIGÜI INICIARÁ OBRAS EM BREVE, ENQUANTO O DESENVOLVIMENTO DO PARKJACAREPAGUÁ AVANÇA

O ParkJacarepaguá, 20º shopping center da Multiplan, continua avançando em sua fase de construção e locação. O projeto terá 39.000 m² de ABL e 249 operações, incluindo um supermercado, um centro de eventos multiúso, seis cinemas *stadium*, um parque de diversões indoor, uma pista permanente de patinação no gelo, diversos restaurantes e operações de alimentação, e cerca de 2.000 vagas de estacionamento.

Uma das mais recentes adições ao projeto é um parque ao ar livre, com 6.000 m² e modernos equipamentos de entretenimento para crianças e famílias, incluindo um anfiteatro, e cercado por uma paisagem verde e agradável.

Tornando-se maior e melhor: ParkShoppingBarigüi ganha 3ª e maior expansão, que aumentará sua ABL em 29%

A Multiplan anunciou em dezembro uma expansão a ser desenvolvida no ParkShoppingBarigüi, localizado em Curitiba, que adicionará aproximadamente 15.000 m² de ABL, o equivalente a 29% da área atual do shopping. O ativo ganhará um novo piso com 75 lojas, dois novos cinemas VIP, um centro médico com 22 especialidades, novos restaurantes, um centro de convenções multiúso, além de 800 novas vagas de estacionamento.

Esta será a terceira e maior expansão do ParkShoppingBarigüi, com investimento bruto total de aproximadamente R\$250 milhões. A construção está prevista para começar em breve e terminar no 2T21. Para mais detalhes, acesse o comunicado do projeto. [Link](#)



Construção do ParkJacarepaguá



Ilustração do projeto da expansão do ParkShoppingBarigüi



EVENTO RECENTE: MULTIPLAN ANUNCIA NOVA EXPANSÃO NO DIAMONDMALL

A Multiplan anunciou, em 17 de fevereiro de 2020, a nova expansão a ser desenvolvida no DiamondMall, em Belo Horizonte, que adicionará 4,4 mil m² de Área Bruta Locável (ABL), equivalente a 21% da ABL atual do empreendimento. O shopping center ganhará 49 novas lojas, incluindo novos restaurantes.

A expansão incluirá um novo piso, adotando uma arquitetura contemporânea que valoriza o formato de diamante do shopping, com destaque para a modernização da claraboia, aumentando a eficiência energética do empreendimento ao incorporar vidros de alto desempenho.

O mix do novo piso, focado em lojas satélites, trará novas tendências em linha com a visão da Companhia para demandas futuras dos clientes do shopping, incluindo novas opções gastronômicas. Todo o layout foi pensado de acordo com o aproveitamento dos espaços e remetendo a um ambiente aberto, oferecendo alta luminosidade e conforto.

Esta será a segunda expansão do DiamondMall, e terá investimentos de aproximadamente R\$68 milhões, reforçando a visão de longo prazo da Companhia para o shopping. As obras terão início no segundo semestre de 2020 com previsão de entrega no final de 2021. Após a expansão, o DiamondMall terá ao todo 25.867 m² de ABL e 319 lojas.



DiamondMall

TERRENOS & CRESCIMENTO FUTURO

A MULTIPLAN MANTÉM 820,519 M² EM TERRENOS PARA O DESENVOLVIMENTO DE PROJETOS MULTIÚSO

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

A Companhia também estima um potencial aumento de aproximadamente 150.000 m² de ABL através de expansões futuras e em andamento em seus shopping centers, que não estão incluídos na tabela abaixo.

Localização do terreno (shopping próximo)	Área terreno (m ²)	Área potencial para venda (m ²)	% Mult.
BarraShoppingSul	159.587	294.130	100%
JundiaíShopping	4.500	11.616	100%
ParkShoppingBarigüi	28.214	26.185	94%
ParkShoppingCampoGrande	317.755	114.728	90%
ParkShopping Canoas	18.721	19.703	80%
ParkShoppingSãoCaetano	36.948	103.850	100%
Parque Shopping Maceió	86.699	164.136	50%
RibeirãoShopping	102.295	118.749	100%
ShoppingAnáliaFranco	29.800	92.768	36%
VillageMall	36.000	31.340	100%
Total	820.519	977.205	83%



Ilustração do projeto Golden Lake, em Porto Alegre

OUTROS DESTAQUES

EVENTO RECENTE: MULTIPLAN AUMENTA INVESTIMENTO NA DELIVERY CENTER PARA ACELERAR EXPANSÃO

A Multiplan anunciou, em 27 de janeiro de 2020, um novo investimento na Delivery Center, empresa pioneira na integração do varejo online ao físico, responsável pela gestão de centrais logísticas instaladas em shopping centers e centros comerciais.

Multiplan e brMalls investirão em conjunto R\$69 milhões ao longo do ano de 2020.

A Multiplan integra o grupo de sócios da Delivery Center desde 2019, tendo neste período apoiado o trabalho realizado pela empresa, cujo serviço promove a conexão de shoppings com o e-commerce e adiciona uma nova camada de interação dos ativos com marketplaces, lojistas e clientes. O time de sócios da Delivery Center inclui ainda a brMalls, a Cyrela Commercial Properties, o grupo Trigo, a Bloomin' Brands, entre outros.

O novo investimento possibilitará que a Delivery Center aprimore a tecnologia de integração de estoques e de conexões a marketplaces, acelere a expansão de suas unidades para novas cidades e consolide sua presença nos centros urbanos já atendidos.

O plano de expansão e consolidação da Delivery Center também permitirá expandir seu serviço de vendas e entrega para mais varejistas no portfólio da Companhia, aumentando assim a importância do superapp da Multiplan, o *Multi*, no cotidiano dos consumidores.

Atualmente a Delivery Center conta com 24 centrais de entregas distribuídas por São Paulo (11), Rio de Janeiro (10) e Porto Alegre (3).



Há oito anos a Multiplan divulga seus resultados ambientais, sociais e econômicos/financeiros por meio da publicação anual de seu Relatório de Sustentabilidade.

As informações aqui destacadas referem-se à última edição publicada: [Relatório de Sustentabilidade 2018](#). O relatório foi elaborado de acordo com as Normas GRI e contém indicadores associados aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas, uma iniciativa voluntária internacional endossada pela Multiplan.

ESG >>> AMBIENTAL

A LONGO PRAZO, PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS AUMENTAM EFICIÊNCIA E REDUZEM CUSTOS OPERACIONAIS

Ao desenvolver projetos com visão de longo prazo, a Companhia dá grande importância à cada decisão de desenvolvimento, tornando as práticas sustentáveis escolhas naturais. O esforço dessas iniciativas volta na forma de melhores projetos, custos mais baixos e um ambiente bem conservado.

Por isso, a Multiplan tem tomado diversas iniciativas ao longo dos anos que visam a sustentabilidade ambiental, considerando biodiversidade, energia, emissões, resíduos e água. Aqui estão alguns dos destaques:

Biodiversidade:

Além de preservar e manter espaços verdes adjacentes às suas propriedades, a Multiplan renovou e criou novos parques verdes em seus shoppings nos últimos anos.

Benefício econômico: cria uma nova atração, aumentando o fluxo de pessoas e a produtividade do shopping center.

Energia:

Iniciativas de energia limpa, incluindo uma nova usina solar desenvolvida pela Multiplan em Minas Gerais, ajudaram a reduzir o consumo por shopping entre 2017 e 2018.

Benefício econômico: menores custos de energia para os lojistas.

Emissões:

Pelo 5º ano a Multiplan faz um inventário de suas emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE) de acordo com o Programa Brasileiro *GHG Protocol*, que permitiu à Companhia acompanhar sua pegada de carbono.

Benefício econômico: uso de materiais mais eficientes e menos poluentes permite a redução de despesas de manutenção. Além disso, a Multiplan passou a integrar o ICO2 (Índice Carbono Eficiente da B3) em 2016.

Resíduos:

Além de reciclar 5.429 toneladas de resíduos descartados em 2018, iniciativas de reciclagem de resíduos orgânicos produziram toneladas de fertilizante utilizados para o tratamento e conservação de espaços verdes nos shoppings e arredores.

Benefício econômico: redução nos custos de manutenção de parques e jardins.

Água:

Através de sistemas de tratamento de água e captação de água da chuva, os shoppings da Multiplan são capazes de reciclar uma quantidade significativa de água. No BarraShopping, por exemplo, 44% da água utilizada em 2018 foi proveniente de reuso.

Benefício econômico: menores despesas de abastecimento de água.



ESG >>> SOCIAL

INVESTIR NO QUE FAZ AS PROPRIEDADES DA MULTIPLAN SE DESTACAREM: PESSOAS & COMUNIDADES

O negócio da Multiplan é tratar bem as pessoas e construir relações de longo prazo com clientes, parceiros, colaboradores e as comunidades com as quais interage. Ver os impactos positivos produzidos na vida das pessoas através dos shopping centers é algo que nunca deixará de impressionar e deixar a equipe da Multiplan orgulhosa.

As iniciativas exemplificadas abaixo compartilham propósitos semelhantes: gerar um impacto social positivo na cadeia de relacionamentos da Multiplan, incluindo funcionários, clientes, consumidores, fornecedores e comunidade através da melhoria da qualidade de vida e do bem-estar.

Colaboradores:

A Multiplan e seus shoppings terminaram 2018 com 6.575 funcionários (diretos e terceirizados). A Companhia acredita que ambientes de trabalho organizados são os meios para relações profissionais respeitadas.

Benefício econômico: ao apoiar seus colaboradores com tudo o que é necessário para um local de trabalho agradável, a Multiplan consegue aumentar sua eficiência, e atrair e reter talentos.

Clientes:

Os clientes são o foco da gestão da Multiplan. Canais de comunicação, como Serviços de Atendimento ao Cliente, Concierges nos shoppings, equipe de relacionamento com locatários e profissionais de mídia social ajudam a Companhia a manter um diálogo aberto com seus clientes.

Benefício econômico: a Multiplan é capaz de agir mais rapidamente nas necessidades dos clientes e antecipar demandas. Além disso, estar perto de seus lojistas ajuda a construir relações comerciais mais fortes e duradouras.

Comunidade:

Por meio de diversas campanhas sociais, eventos culturais e investimentos em infraestrutura, a Multiplan contribui para o desenvolvimento social das regiões que cercam suas propriedades, consequentemente melhorando a vida das pessoas.

Benefício econômico: os shopping centers da Multiplan e suas comunidades vizinhas prosperam juntos, em uma relação simbiótica positiva. O aumento dos indicadores sociais permite que os shoppings gerem valor e alcancem maiores retornos a longo prazo.



ESG >>> GOVERNANÇA

RELACIONAMENTOS DE LONGO PRAZO PAUTADOS POR RESPONSABILIDADE CORPORATIVA E TRANSPARÊNCIA

Ciente das oportunidades e responsabilidades em relação à sociedade, a Multiplan atua diariamente em diferentes frentes, trabalhando para melhorar as comunidades, seus ativos e a relação com os *stakeholders*. E também internamente, melhorando processos, comunicação e constantemente atualizando políticas internas, para refletir um ambiente em constante mudança.

O foco é promover transparência, ética e responsabilidade corporativa, a fim de buscar parcerias saudáveis e prósperas de longo prazo com todos *stakeholders*. Aqui estão alguns destaques:

Estrutura Societária:

A Companhia foi fundada pelo Sr. José Isaac Peres, que atua como CEO da Multiplan. O grupo formado pela família Peres e pelo *Ontario Teachers' Pension Plan* (OTPP) detém 53,4% das ações e conduz a gestão da Companhia com base no Acordo de Acionistas em vigor (disponível no site do RI).

Benefício econômico: a estrutura acionária da Multiplan permite o alinhamento de interesse entre acionistas com visões complementares, focado na geração de valor a longo prazo.

Visão Geral da Gestão:

A administração da Multiplan é composta por profissionais experientes. O Conselho de Administração tem sete membros, incluindo um membro independente, e dois membros nomeados pela OTPP. A Diretoria, responsável pela gestão cotidiana, conta com seis executivos e é supervisionada pelo Conselho Fiscal¹, composto por três membros.

Benefício econômico: uma estrutura corporativa eficaz, combinada com executivos experientes, reduz riscos operacionais e ajuda a Companhia a implementar, monitorar e adaptar sua estratégia a diferentes condições de mercado.

Melhores Práticas:

A Multiplan está listada no nível 2 de Governança Corporativa da B3. Pelo 4º ano consecutivo, a Companhia foi eleita por analistas e investidores como a empresa mais premiada do setor na América Latina, inclusive por seus programas de RI e ESG.

Benefício econômico: a ação da Multiplan (MULT3) é incluída nos principais índices da bolsa de valores no Brasil, fomentando a liquidez das ações.



¹ Instalado em 27/04/2018, em caráter não permanente

MULT3 E MERCADO DE AÇÕES

AÇÃO DA MULTIPLAN VALORIZA 36% EM 2019, SENDO 15% APENAS NO 4T19; NÚMERO DE INVESTIDORES PESSOA FÍSICA MAIS QUE DOBRA

A ação da Multiplan (MULT3) foi cotada a R\$33,10 ao fim de 2019, um crescimento de 36,2% sobre o ano anterior e de 14,7% sobre setembro de 2019. O volume médio diário negociado foi de R\$79,7 milhões no ano (equivalente à US\$ 21,0 milhões¹), superando em 43,8% a média diária de 2018.

A MULT3 estava listada em 83 índices ao final de 2019, incluindo o IBOVSPA (IBOV), o Índice Brasil 50 (IBrX50), o Índice Carbono Eficiente (ICO2), o MSCI Emerging Markets Index, e o FTSE All-World ex North America Index USD.

Em 31 de dezembro de 2019, o Sr. e a Sra. Peres detinham 26,0% das ações da Companhia, direta ou indiretamente, enquanto que a Ontario Teachers' Pension Plan (OTPP) detinha 27,4%. O *free-float* era equivalente a 45,9% das ações totais emitidas.

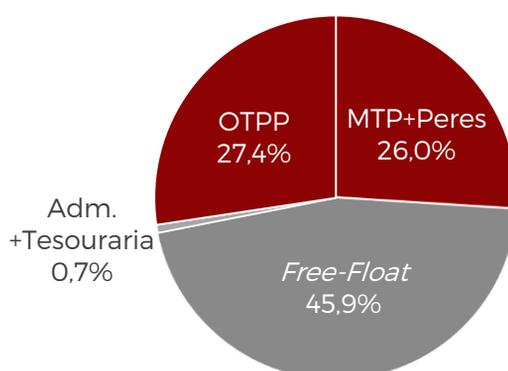
O número de investidores Pessoa Física tem crescido gradualmente desde 2015, com aumento significativo nos dois últimos anos: 125,5% comparado a 2018, e 213,8% considerando 2017.

MULT3 na B3	4T19	4T18	Var. %	2019	2018	Var. %
Preço de fechamento médio (R\$)	29,42	22,32	31,8%	26,50	21,18	25,1%
Preço de fechamento (R\$) - fim do período	33,10	24,31	36,2%	33,10	24,31	36,2%
Valor médio diário negociado (R\$)	82,9 M	63,3 M	30,9%	79,9 M	55,6 M	43,8%
Volume médio diário negociado (nº de ações)	2.811.023	2.846.675	-1,3%	3.022.021	2.622.949	15,2%
Média diária do número de negócios	13.360	13.044	2,4%	14.269	7.943	79,6%
Valor de mercado (R\$) - fim do período	19.885,2 M	14.604,5 M	36,2%	19.885,2 M	14.604,5 M	36,2%

Evolução do volume médio de ações negociadas



Abertura da estrutura societária em 31 de dezembro 2019



¹ Baseado na taxa média do câmbio de R\$3,9461/US\$ em 2019.

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

VALOR JUSTO DAS PROPRIEDADES PARA INVESTIMENTO – DE ACORDO COM O CPC 28

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

New York University), 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).

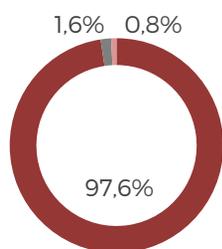
Em 2019 a Companhia atualizou sua metodologia de cálculo da taxa de desconto, alinhando a taxa de risco do país com as práticas de mercado, passando a utilizar o Beta desalavancado antes dos ajustes.

Custo de Capital Próprio	2019	2018	2017	2016	2015
Taxa livre de risco (Risk-free rate)	3,35%	3,38%	3,39%	3,42 %	3,45%
Prêmio de risco de mercado	6,35%	6,11%	6,26%	6,11 %	6,05%
Beta	0,80	0,87	0,82	0,79	0,78
Risco país	245 p.b.	300 p.b.	287 p.b.	270 p.b.	232 p.b.
Prêmio de risco adicional	27 p.b.	31 p.b.	38 p.b.	38 p.b.	51 p.b.
Custo de capital próprio - US\$ nominal	10,67%	12,01%	11,78%	11,30%	11,00%
Premissas de inflação					
Inflação (Brasil) ¹	3,64%	3,92%	4,05%	4,59%	6,53%
Inflação (EUA)	2,40%	2,40%	2,40%	2,40%	2,40%
Custo de capital próprio – R\$ nominal	12,01%	13,68%	13,58%	13,69%	15,47%

¹ A inflação estimada (BR) para dezembro de 2019 considera a média de 4 anos entre janeiro de 2019 e dezembro de 2023. A premissa de inflação utilizada nos modelos de 2015, 2016, 2017 e 2018, considerou a inflação estimada para os 12 meses seguintes.

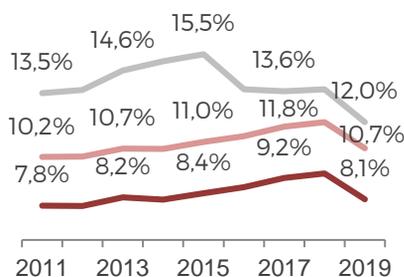
Valor Justo de Propriedades para Investimento (R\$)	2019	2018	2017	2016	2015
Shopping centers e torres comerciais em operação	21.155 M	16.405 M	16.379 M	16.116 M	15.465 M
Projetos em desenvolvimento (anunciados)	343 M	208 M	110 M	295 M	181 M
Projetos futuros (ainda não anunciados)	174 M	170 M	161 M	156 M	379 M
Total	21.672 M	16.783 M	16.650 M	16.568 M	16.024 M

Composição do Valor Justo



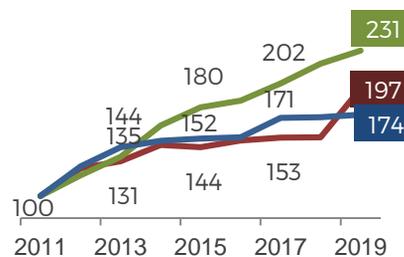
- Propriedades em operação
- Propriedades em desenvolvimento
- Projetos futuros

Evolução das taxas de desconto



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

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



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

PORTFÓLIO DE ATIVOS

Portfólio (2019)	Abertura	Estado	Multiplan %	ABL Total	Venda (ano) ¹	Aluguel (ano) ²	Taxa de Ocupação Média
<i>Shopping centers em operação</i>							
BH Shopping	1979	MG	100,0%	46.989 m ²	R\$ 27.818	R\$ 2.443	97,3%
RibeirãoShopping	1981	SP	81,6% ⁴	74.898 m ²	R\$ 15.325	R\$ 1.112	95,1%
BarraShopping	1981	RJ	65,8%	77.628 m ²	R\$31.558	R\$ 3.142	99,2%
MorumbiShopping	1982	SP	73,8%	54.523 m ²	R\$ 36.527	R\$ 3.399	98,1%
ParkShopping	1983	DF	61,4% ⁴	53.325 m ²	R\$ 25.477	R\$ 1.957	96,6%
DiamondMall	1996	MG	90,0% ³	21.476 m ²	R\$ 29.238	R\$ 2.572	98,9%
New York City Center	1999	RJ	50,0%	22.257 m ²	R\$ 9.550	R\$ 788	99,4%
ShoppingAnáliaFranco	1999	SP	30,0%	51.590 m ²	R\$ 25.317	R\$ 2.073	96,6%
ParkShoppingBarigüi	2003	PR	93,3%	52.327 m ²	R\$ 20.882	R\$ 1.328	99,6%
Pátio Savassi	2004	MG	96,5%	21.108 m ²	R\$ 24.708	R\$ 1.838	99,4%
ShoppingSantaÚrsula	1999	SP	62,5% ⁴	23.108 m ²	R\$ 8.902	R\$ 304	95,4%
BarraShoppingSul	2008	RS	100,0%	72.148 m ²	R\$ 14.770	R\$ 984	98,1%
ShoppingVilaOlímpia	2009	SP	60,0%	28.367 m ²	R\$ 19.130	R\$ 1.399	97,0%
ParkShoppingSãoCaetano	2011	SP	100,0%	39.253 m ²	R\$ 18.461	R\$ 1.250	98,7%
JundiaíShopping	2012	SP	100,0%	36.439 m ²	R\$ 16.445	R\$ 916	99,4%
ParkShoppingCampoGrande	2012	RJ	90,0%	43.820 m ²	R\$ 15.226	R\$ 909	96,5%
VillageMall	2012	RJ	100,0%	26.880 m ²	R\$ 24.826	R\$ 1.098	98,6%
Parque Shopping Maceió	2013	AL	50,0%	39.214 m ²	R\$ 12.845	R\$ 825	97,8%
ParkShopping Canoas	2017	RS	82,3%	48.743 m ²	R\$ 11.796	R\$ 458	94,4%
Subtotal Shopping centers em operação			78,2%	834.092 m²	R\$ 21.409	R\$ 1.626	97,6%
<i>Torres comerciais</i>							
ParkShopping Corporate	2012	DF	50,0%	13.360			66,4%
Morumbi Corporate	2013	SP	100,0%	74.198			95,2%
Subtotal de torres comerciais			92,4%	87.558			
Total de propriedades para locação			79,6%	921.650			
<i>Shopping centers em desenvolvimento</i>							
ParkJacarepaguá	2020	RJ	91,0%	39.000			
Subtotal shopping center em desenvolvimento			91,0%	39.000			
Total portfólio			80,1%	959.660			

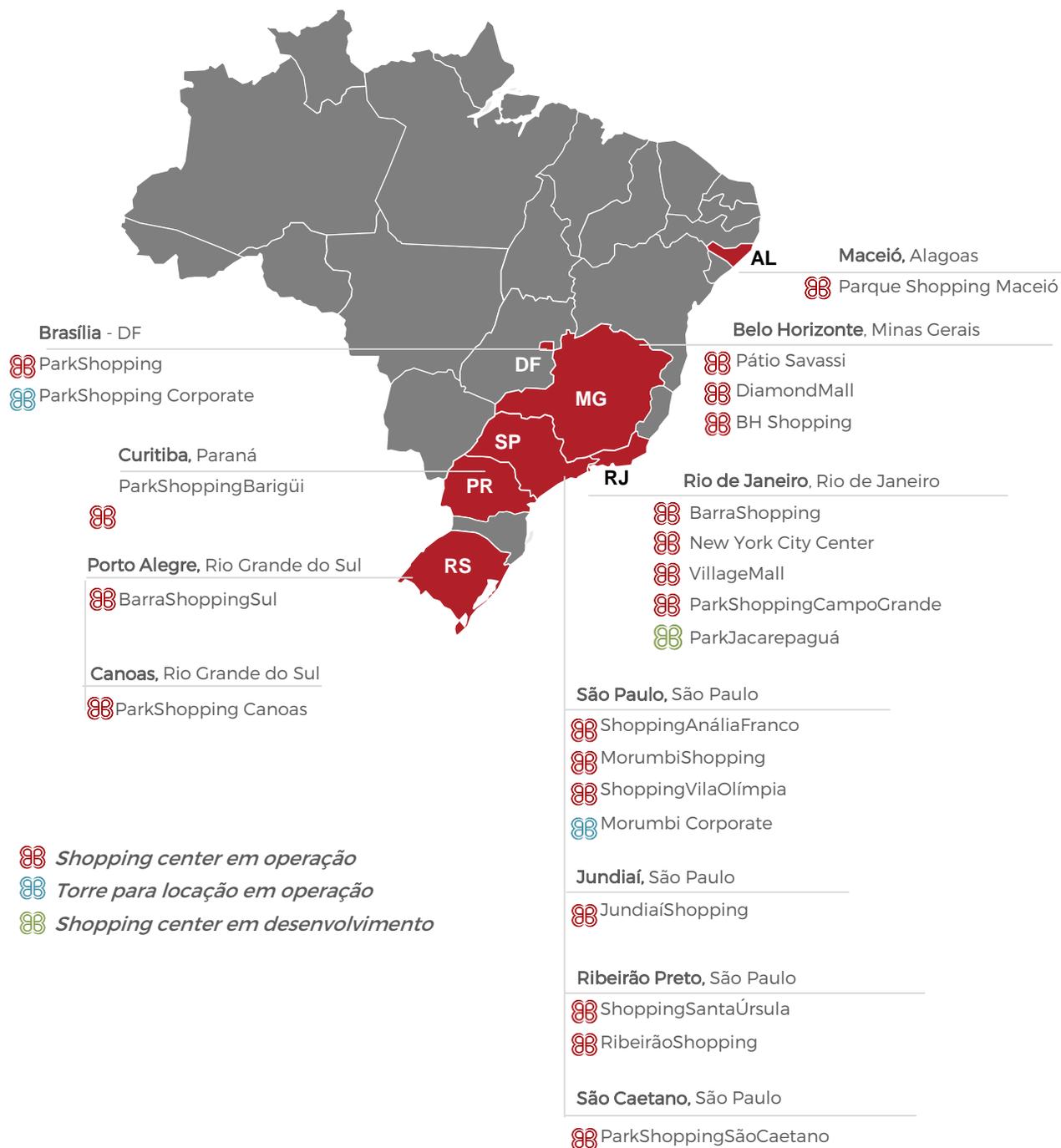
¹ Vendas por m²: O cálculo de vendas/m² considera apenas a ABL de lojas âncoras e satélites que reportam vendas, e exclui as vendas de quiosques, pois estas operações não estão incluídas na ABL total.

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

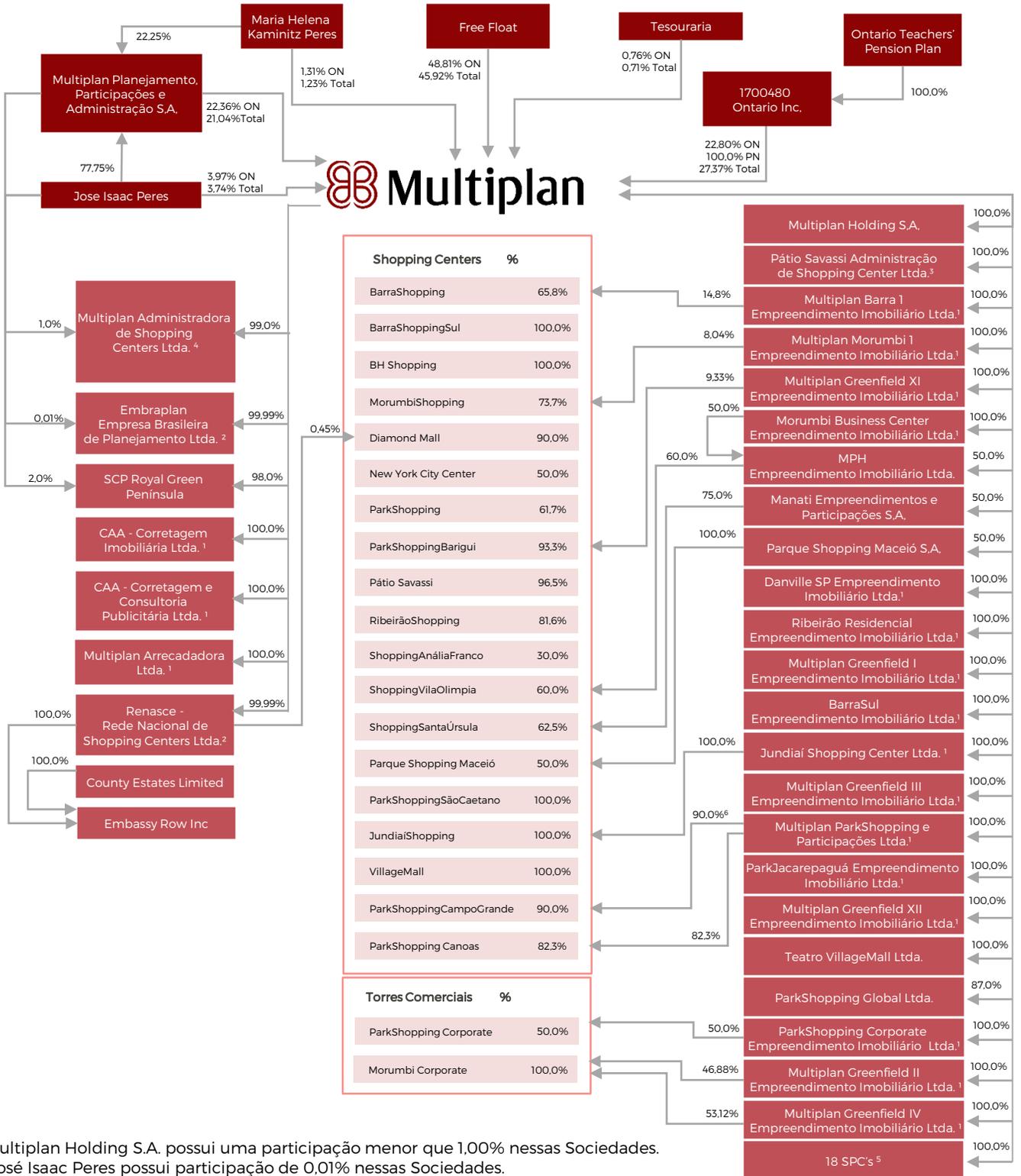
³ Arrendamento até 2030. Consulte a página 28 para obter detalhes adicionais sobre o DiamondMall.

⁴ Não considera a aquisição de participação minoritária anunciada no 4T19.

PORTFÓLIO DE ATIVOS



ESTRUTURA SOCIETÁRIA



¹ Multiplan Holding S.A. possui uma participação menor que 1,00% nessas Sociedades.

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

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

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

⁵ 18 SPE's relacionadas aos novos projetos. A Multiplan Holding S.A possui participação igual ou inferior a 1,00% nessas Sociedades.

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

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 S.A.: possui 75,0% de participação no ShoppingSantaÚrsula, localizado na cidade de Ribeirão Preto, SP. A Multiplan possui 50,0% de participação na Manati.

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 46,88% de participação no Morumbi Corporate, um empreendimento imobiliário comercial na cidade de São Paulo, SP. A Multiplan possui indiretamente 100,0% de participação no Morumbi Corporate.

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 53,12% de participação no Morumbi Corporate, um empreendimento imobiliário comercial na cidade de São Paulo, SP. A Multiplan possui indiretamente 100,0% de participação no Morumbi Corporate.

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 e 90,0% de participação no ParkShoppingCampoGrande, localizado na cidade do Rio de Janeiro, RJ. A Multiplan possui 100,0% de participação na ParkShopping e Participações Ltda.

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

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

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

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

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

Multiplan Greenfield XI Empreendimento Imobiliário Ltda.: possui 9,33% de participação no ParkShoppingBarigüi, localizado na cidade de Curitiba, PR, que somada às demais participações detidas pela Multiplan no empreendimento totalizam 93,33%. A Multiplan possui 100,0% de participação na Multiplan Greenfield XI Empreendimento Imobiliário Ltda.

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

DESTAQUES OPERACIONAIS E FINANCEIROS

Desempenho Financeiro (% Multiplan)	4T19	4T18	Var. %	2019	2018	Var. %
Receita bruta R\$'000	400.929	384.121	+4,4%	1.460.194	1.378.909	+5,9%
Receita líquida R\$'000	367.484	348.169	+5,5%	1.328.807	1.250.852	+6,2%
Receita líquida R\$/m ²	513,7	503,8	+2,0%	1.867,4	1.877,5	-0,5%
Receita líquida US\$/pé ²	11,8	12,1	-2,0%	43,0	45,0	-4,4%
Receita de locação (com efeito da linearidade) R\$'000	307.385	291.613	+5,4%	1.121.541	1.055.903	+6,2%
Receita de locação R\$/m ²	429,7	422,0	+1,8%	1.576,1	1.584,9	-0,6%
Receita de locação US\$/pé ²	9,9	10,1	-2,1%	36,3	38,0	-4,4%
Receita de locação mensal R\$/m ²	159,2	156,2	+1,9%	175,6	176,7	-0,6%
Receita de locação mensal US\$/pé ²	3,7	3,7	-2,0%	4,0	4,2	-4,5%
Resultado Operacional Líquido (NOI) R\$'000	333.104	318.150	+4,7%	1.201.226	1.138.064	+5,5%
Resultado Operacional Líquido R\$/m ²	465,7	460,4	+1,1%	1.688,1	1.708,2	-1,2%
Resultado Operacional Líquido US\$/pé ²	10,7	11,0	-2,8%	38,9	41,0	-5,0%
Margem NOI	89,8%	90,3%	-58 b.p.	89,2%	89,9%	-65 b.p.
NOI por ação R\$	0,56	0,54	+4,3%	2,01	1,91	+5,2%
Despesas de sede R\$'000	39.695	39.415	+0,7%	160.104	145.488	+10,0%
Despesas de sede/Receita líquida	10,8%	11,3%	-52 b.p.	12,0%	11,6%	+42 b.p.
EBITDA R\$'000	252.463	229.822	+9,9%	932.134	946.940	-1,6%
EBITDA R\$/m ²	352,9	332,6	+6,1%	1.309,9	1.421,3	-7,8%
EBITDA US\$/pé ²	8,1	8,0	+2,0%	30,2	34,1	-11,4%
Margem EBITDA	68,7%	66,0%	+269 b.p.	70,1%	75,7%	-556 b.p.
EBITDA por ação (R\$)	0,42	0,39	+9,5%	1,56	1,59	-1,9%
FFO R\$'000	196.680	165.617	+18,8%	700.225	703.659	-0,5%
FFO R\$/m ²	274,9	239,7	+14,7%	984,0	1.056,2	-6,8%
FFO US\$'000	48.796	42.742	+14,2%	173.723	181.599	-4,3%
FFO US\$/pé ²	6,3	5,7	+10,3%	22,7	25,3	-10,4%
Margem FFO	53,5%	47,6%	+595 b.p.	52,7%	56,3%	-356 b.p.
FFO por ação (R\$)	0,33	0,28	+18,3%	1,17	1,18	-0,8%
Dólar (US\$) final do período	4,0307	3,8748	+4,0%	4,0307	3,8748	+4,0%

Desempenho de Mercado	4T19	4T18	Var. %	2019	2018	Var. %
Número de ações	600.760.875	600.760.875	-	600.760.875	600.760.875	-
Ações ordinárias	565.185.834	565.185.834	-	565.185.834	565.185.834	-
Ações preferenciais	35.575.041	35.575.041	-	35.575.041	35.575.041	-
Preço médio da ação (R\$)	29,42	22,32	+31,8%	26,50	21,18	+25,1%
Preço de fechamento da ação (R\$)	33,10	24,31	+36,2%	33,10	24,31	+36,2%
Volume médio diário negociado (R\$ '000)	82.899	63.347	+30,9%	79.870	55.557	+43,8%
Valor de mercado (R\$ '000)	19.885.185	14.604.497	+36,2%	19.885.185	14.604.497	+36,2%
Dívida bruta (R\$ '000)	3.143.931	2.868.204	+9,6%	3.143.931	2.868.204	+9,6%
Caixa (R\$ '000)	913.882	866.237	+5,5%	913.882	866.237	+5,5%
Dívida líquida (R\$ '000)	2.230.049	2.001.968	+11,4%	2.230.049	2.001.968	+11,4%
P/FFO (Últimos 12 meses)	28,4 x	20,8 x	+36,8%	28,4 x	20,8 x	+36,8%
EV/EBITDA (Últimos 12 meses)	23,7 x	17,5 x	+35,3%	23,7 x	17,5 x	+35,3%
Dívida Líquida/EBITDA (Últimos 12 meses)	2,4 x	2,1 x	+13,2%	2,4 x	2,1 x	+13,2%

DESTAQUES OPERACIONAIS E FINANCEIROS

Operacional (% Multiplan) ¹	4T19	4T18	Var. %	2019	2018	Var. %
ABL Shopping Center total final (m ²)	834.092	833.901	+0,0%	834.092	833.901	+0,0%
ABL Shopping Center própria final (m ²)	652.649	642.011	+1,7%	652.649	642.011	+1,7%
ABL Shopping Center própria %	78,2%	77,0%	+126 p.b.	78,2%	77,0%	+126 p.b.
ABL Torre Comercial total final (m ²)	87.558	87.558	-	87.558	87.558	-
ABL Torre Comercial própria final (m ²)	80.878	80.878	-	80.878	80.878	-
ABL Total final (m ²)	921.650	921.459	-	921.650	921.459	-
ABL Própria final (m ²)	733.527	722.889	+1,5%	733.527	722.889	+1,5%
ABL Shopping Center total ajustada (med.) (m ²) ²	815.904	815.933	-0,0%	814.944	815.816	-0,1%
ABL Shopping Center própria ajustada (med.) (m ²) ²	634.454	624.049	+1,7%	630.705	624.203	+1,0%
ABL Torre Comercial total (med.) (m ²) ²	87.558	87.558	-	87.558	87.558	-
ABL Torre Comercial própria (med.) (m ²) ²	80.878	80.878	-	80.878	80.878	-
ABL Total ajustada (med.) (m ²) ²	903.462	903.491	-0,0%	902.502	903.374	-0,1%
ABL Própria ajustada (med.) (m ²) ²	715.332	704.927	+1,5%	711.583	705.081	+0,9%
Vendas totais R\$'000	5.160.640	4.834.107	+6,8%	16.303.811	15.469.807	+5,4%
Vendas totais R\$/m ² ³	6.705	6.380	+5,1%	21.409	20.339	+5,3%
Vendas totais US\$/pé ² ³	155	153	+1,0%	493	488	+1,2%
Vendas das lojas satélites R\$/m ² ³	8.925	8.356	+6,8%	28.096	26.871	+4,6%
Vendas das lojas satélites USD/pé ² ³	206	200	+2,7%	648	644	+0,5%
Aluguel total R\$/m ²	499	465	+7,4%	1.626	1.512	+7,5%
Aluguel total USD/pé ²	11,5	11,1	+3,2%	37,5	36,3	+3,4%
Vendas nas Mesmas Lojas ³	+5,8%	+4,5%	+138 p.b.	+5,1%	+2,6%	+250 p.b.
Aluguel nas Mesmas Lojas ³	+8,3%	+5,7%	+258 p.b.	+8,7%	+4,4%	+430 p.b.
Efeito IGP-DI	+6,4%	+4,0%	+237 p.b.	+6,7%	+1,9%	+480 p.b.
Custos de ocupação ⁴	11,6%	11,8%	-15 p.b.	12,6%	12,7%	-5 p.b.
Aluguel como % das vendas	7,4%	7,5%	-3 p.b.	7,6%	7,6%	+1 p.b.
Outros como % das vendas	4,2%	4,3%	-12 p.b.	5,0%	5,1%	-7 p.b.
Turnover ⁴	1,2%	1,4%	-28 p.b.	5,2%	5,2%	+3 p.b.
Taxa de ocupação ⁴	98,0%	97,5%	+48 p.b.	97,6%	97,5%	+11 p.b.
Inadimplência	2,9%	3,3%	-43 p.b.	3,3%	3,3%	+3 p.b.
Inadimplência líquida	0,9%	0,9%	-1 p.b.	1,6%	1,6%	-2 p.b.
Perda de aluguel	1,1%	0,5%	+62 p.b.	1,2%	1,1%	+5 p.b.

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

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

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

⁴ Considera apenas informação de shopping centers.

CONCILIAÇÃO ENTRE IFRS COM CPC 19 (R2) E GERENCIAL



ÍNDICE

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

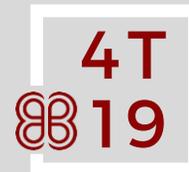
Demonstração de Resultados (R\$'000)	CPC 19 R2 4T19	Gerencial 4T19	Efeito Diferença	CPC 19 R2 2019	Gerencial 2019	Efeito Diferença
Receita de locação	335.392	341.637	6.244	1.104.111	1.124.731	20.620
Receita de Serviços	28.277	28.254	(24)	115.126	114.932	(195)
Receita de cessão de direitos	(3.451)	(3.664)	(213)	(11.736)	(12.558)	(822)
Receita de estacionamento	62.252	63.735	1.482	219.282	224.581	5.300
Venda de imóveis	3.161	3.161	-	1.808	1.808	-
Apropriação de receita de aluguel linear	(33.913)	(34.252)	(338)	(3.224)	(3.190)	35
Outras receitas	2.010	2.059	48	9.671	9.890	220
Receita Bruta	393.730	400.929	7.200	1.435.037	1.460.194	25.157
Tributos sobre receita	(32.881)	(33.445)	(564)	(129.450)	(131.387)	(1.937)
Receita Líquida	360.849	367.484	6.635	1.305.587	1.328.807	23.220
Despesas de sede	(39.695)	(39.695)	-	(160.085)	(160.104)	(19)
Remuneração baseada em ações	(22.239)	(22.239)	-	(65.544)	(65.544)	-
Despesas de propriedades	(36.319)	(38.015)	(1.696)	(138.419)	(144.897)	(6.478)
Despesas com novos projetos para locação	(4.845)	(4.845)	-	(14.983)	(14.983)	-
Despesas com novos projetos para venda	(2.042)	(2.042)	-	(6.785)	(6.785)	-
Custo de imóveis vendidos	(2.168)	(2.168)	-	(1.515)	(1.515)	-
Resultado de equivalência patrimonial	(1.056)	(3.365)	(2.309)	5.648	(4.055)	(9.703)
Outras receitas (despesas) operacionais	(2.548)	(2.651)	(103)	1.101	1.209	108
EBITDA	249.936	252.463	2.527	925.006	932.134	7.128
Receitas financeiras	16.104	16.202	98	75.785	76.404	619
Despesas financeiras	(46.374)	(47.836)	(1.462)	(221.298)	(224.735)	(3.437)
Depreciações e amortizações	(57.178)	(57.766)	(587)	(220.483)	(222.796)	(2.313)
Lucro Antes do Imposto de Renda	162.487	163.064	577	559.009	561.006	1.997
Imposto de renda e contribuição social	(23.952)	(24.191)	(239)	(84.652)	(85.380)	(728)
Imposto de renda e contribuição social diferidos	3.711	3.374	(337)	(5.162)	(6.431)	(1.269)
Participação dos acionistas minoritários	42	42	-	1.803	1.803	-
Lucro Líquido	142.288	142.288	-	470.998	470.998	-

As diferenças entre o Pronunciamento CPC 19 (R2) e os números gerenciais referem-se à participação de 37,5% no ShoppingSantaÚrsula, através da participação de 50,0% na Manati Empreendimentos e Participações S.A., e à participação de 50,0% no Parque Shopping Maceió, através da participação de 50,0% no Parque Shopping Maceió S.A.

As principais variações no 4T19 e em 2019, respectivamente, são: (i) aumento de R\$6,2 M e R\$20,6 M na receita de locação; (ii) aumento de R\$1,7 M e de R\$6,5 M nas despesas de propriedades,

(iii) aumento de R\$1,4 M e de R\$2,8 M no resultado financeiro, e (iv) aumento de R\$0,6 M e de R\$2,3 M com depreciação e amortização. Em decorrência das variações acima, houve queda de R\$2,3 M e de R\$9,7 M no resultado de equivalência patrimonial, visto que o resultado dessas empresas passou a ser apresentado nesta conta.

CONCILIAÇÃO ENTRE IFRS COM CPC 19 (R2) E GERENCIAL



ÍNDICE

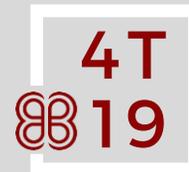
VARIAÇÕES NO BALANÇO PATRIMONIAL

ATIVO	IFRS com CPC 19 R2	Gerencial	Efeito CPC 19 R2
(R\$'000)	31/12/2019	31/12/2019	Diferença
Ativo Circulante			
Caixa e equivalentes a caixa	36.463	42.222	5.759
Aplicações financeiras	871.506	871.659	153
Contas a receber	284.116	291.747	7.631
Terrenos e imóveis a comercializar	25.737	25.737	-
Partes relacionadas	15.167	15.276	109
Impostos e contribuições sociais a compensar	17.917	17.917	-
Custos diferidos	41.741	42.769	1.028
Outros	26.648	27.248	600
Total do Ativo Circulante	1.319.295	1.334.576	15.281
Ativo não Circulante			
Contas a receber	56.406	56.459	53
Terrenos e imóveis a comercializar	424.052	422.529	(1.523)
Partes relacionadas	9.143	9.143	-
Depósitos judiciais	34.848	34.899	51
Imposto de renda e contribuição social diferidos	17.171	19.937	2.766
Custos diferidos	118.606	120.188	1.582
Outros	6.102	6.102	(0)
Investimentos	176.663	22.747	(153.915)
Propriedades para investimento	6.948.372	7.095.177	146.805
Imobilizado	105.651	105.651	-
Intangível	360.440	361.296	855
Total do Ativo não Circulante	8.257.454	8.254.128	(3.325)
Total do Ativo	9.576.749	9.588.705	11.956

As principais diferenças referentes à participação de 37,5% no ShoppingSantaÚrsula e à participação de 50,0% no Parque Shopping Maceió são: (i) aumento de R\$153,9 M em propriedades para investimentos; e (ii) aumento de R\$5,9 M em caixa e equivalentes a caixa; e (iii) aumento de R\$7,6 M nas contas a receber.

Em decorrência das variações acima houve uma queda de R\$128,8 M na conta de investimento, dado que ativos e passivos dessas empresas passaram a ser apresentados nesta conta de acordo com o CPC 19 (R2).

CONCILIAÇÃO ENTRE IFRS COM CPC 19 (R2) E GERENCIAL



ÍNDICE

VARIAÇÕES NO BALANÇO PATRIMONIAL

PASSIVO (R\$'000)	IFRS com CPC 19 R2	Gerencial	Efeito CPC 19 R2
	31/12/2019	31/12/2019	Diferença
Passivo Circulante			
Empréstimos e financiamentos	295.688	295.688	-
Debêntures	204.475	204.475	-
Contas a pagar	193.202	197.141	3.939
Obrigações por aquisição de bens	35.755	35.755	-
Impostos e contribuições a recolher	26.021	25.726	(295)
Juros sobre capital próprio a pagar	148.375	148.375	-
Receitas diferidas	18.436	18.443	7
Outros	6.725	6.898	173
Total Passivo Circulante	928.678	932.501	3.823
Passivo não Circulante			
Empréstimos e financiamentos	1.361.947	1.361.947	-
Contas a pagar	38.684	38.684	-
Debêntures	1.241.327	1.241.327	-
Imposto de renda e contribuições sociais diferidos	209.359	218.306	8.948
Obrigações por aquisição de bens	4.738	4.738	-
Phantom Stock Options	43.725	43.725	-
Provisão para contingências	11.811	11.811	-
Adiantamentos de clientes	89.861	88.338	(1.523)
Receitas diferidas	55.618	56.326	708
Total do Passivo não Circulante	3.057.070	3.065.203	8.133
Patrimônio Líquido			
Capital social	2.988.062	2.988.062	-
Reserva de capital	1.017.475	1.017.475	-
Reserva de lucros	1.804.831	1.804.831	-
Gasto com emissão de ações	(43.548)	(43.548)	-
Ações em tesouraria	(89.155)	(89.155)	-
Efeitos em Transação de Capital	(89.996)	(89.996)	-
Participação dos acionistas minoritários	3.332	3.332	-
Total do Patrimônio Líquido	5.591.001	5.591.001	-
Total do Passivo	9.576.749	9.588.705	11.956

As diferenças referentes ao CPC 19 R2: (i) aumento de R\$8,9 M imposto de renda e contribuições sociais diferidos; e (ii) aumento de R\$3,9 M no contas a pagar.

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

De acordo com o Pronunciamento Contábil CPC 19 (R2)						
(R\$'000)	4T19	4T18	Var. %	2019	2018	Var. %
Receita de Locação	335.392	317.715	+5,6%	1.104.111	1.040.711	+6,1%
Receita de Serviços	28.277	34.407	-17,8%	115.126	111.421	+3,3%
Receita de cessão de direitos	(3.451)	(3.127)	+10,3%	(11.736)	(10.029)	+17,0%
Receita de estacionamento	62.252	59.177	+5,2%	219.282	205.548	+6,7%
Venda de imóveis	3.161	(624)	n.d.	1.808	2.345	-22,9%
Apropriação de receita de aluguel linear	(33.913)	(31.593)	+7,3%	(3.224)	(3.008)	+7,2%
Outras receitas	2.010	1.340	+50,0%	9.671	8.394	+15,2%
Receita Bruta	393.730	377.296	+4,4%	1.435.037	1.355.381	+5,9%
Tributos sobre receita	(32.881)	(35.383)	-7,1%	(129.450)	(126.239)	+2,5%
Receita Líquida	360.849	341.913	+5,5%	1.305.587	1.229.142	+6,2%
Despesas de sede	(39.695)	(39.412)	+0,7%	(160.085)	(145.459)	+10,1%
Remuneração baseada em ações	(22.239)	(36.123)	-38,4%	(65.544)	(7.591)	+763,5%
Despesas de propriedades	(36.319)	(32.734)	+11,0%	(138.419)	(122.849)	+12,7%
Despesas com novos projetos para locação	(4.845)	(3.379)	+43,4%	(14.983)	(10.958)	+36,7%
Despesas com novos projetos para venda	(2.042)	(3.510)	-41,8%	(6.785)	(8.198)	-17,2%
Custo de imóveis vendidos	(2.168)	570	n.d.	(1.515)	145	n.d.
Resultado de equivalência patrimonial	(1.056)	2.808	n.d.	5.648	7.984	-29,3%
Outras receitas (despesas) operacionais	(2.548)	(2.169)	+17,5%	1.101	(3.002)	n.d.
EBITDA	249.936	227.965	+9,6%	925.006	939.214	-1,5%
Receitas financeiras	16.104	22.323	-27,9%	75.785	84.197	-10,0%
Despesas financeiras	(46.374)	(56.895)	-18,5%	(221.298)	(225.810)	-2,0%
Depreciações e amortizações	(57.178)	(50.100)	+14,1%	(220.483)	(202.721)	+8,8%
Lucro Antes do Imposto de Renda	162.487	143.293	+13,4%	559.009	594.881	-6,0%
Imposto de renda e contribuição social	(23.952)	(29.781)	-19,6%	(84.652)	(101.044)	-16,2%
Imposto de renda e contribuição social diferidos ²	3.711	(1.459)	n.d.	(5.162)	(23.264)	-77,8%
Participação dos acionistas minoritários	42	640	-93,4%	1.803	2.375	-24,1%
Lucro Líquido	142.288	112.693	+26,3%	470.998	472.948	-0,4%

(R\$'000)	4T19	4T18	Var. %	2019	2018	Var. %
NOI	327.412	312.565	+4,7%	1.181.749	1.120.401	+5,5%
<i>Margem NOI</i>	90,0%	90,5%	-51 p.b.	89,5%	90,1%	-60 p.b.
EBITDA	249.936	227.965	+9,6%	925.006	939.214	-1,5%
<i>Margem EBITDA</i>	69,3%	66,7%	+259 p.b.	70,8%	76,4%	-556 p.b.
Lucro Líquido	142.288	112.693	+26,3%	470.998	472.948	-0,4%
<i>Margem Lucro Líquido</i>	39,4%	33,0%	+647 p.b.	36,1%	38,5%	-240 p.b.
FFO	195.756	164.252	+19,2%	696.643	698.932	-0,3%
<i>Margem FFO</i>	54,2%	48,0%	+621 p.b.	53,4%	56,9%	-350 p.b.

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS CONSOLIDADOS - RELATÓRIO GERENCIAL

(R\$'000)	4T19	4T18	Var. %	2019	2018	Var. %
Receita de locação	341.637	323.756	5,5%	1.124.731	1.059.683	6,1%
Receita de serviços	28.254	34.386	-17,8%	114.932	111.366	3,2%
Receita de cessão de direitos	(3.664)	(3.288)	11,4%	(12.558)	(9.972)	25,9%
Receita de estacionamento	63.735	60.568	5,2%	224.581	210.272	6,8%
Venda de imóveis	3.161	(624)	n.d.	1.808	2.345	-22,9%
Apropriação de receita de aluguel linear	(34.252)	(32.143)	6,6%	(3.190)	(3.779)	-15,6%
Outras receitas	2.059	1.465	40,5%	9.890	8.995	10,0%
Receita Bruta	400.929	384.121	4,4%	1.460.194	1.378.909	5,9%
Tributos sobre receitas	(33.445)	(35.952)	-7,0%	-131.387	-128.057	2,6%
Receita Líquida	367.484	348.169	5,5%	1.328.807	1.250.852	6,2%
Despesas de sede	(39.695)	(39.415)	0,7%	(160.104)	(145.488)	10,0%
Remuneração baseada em ações	(22.239)	(36.123)	-38,4%	(65.544)	(7.591)	763,5%
Despesas de propriedades	(38.015)	(34.031)	11,7%	(144.897)	(128.112)	13,1%
Despesas de projetos para locação	(4.845)	(3.379)	43,4%	(14.983)	(10.958)	36,7%
Despesas de projetos para venda	(2.042)	(3.510)	-41,8%	(6.785)	(8.198)	-17,2%
Custo de imóveis vendidos	(2.168)	570	n.d.	(1.515)	145	n.d.
Resultado de equivalência patrimonial	(3.365)	(360)	836,0%	(4.055)	(778)	420,9%
Outras receitas (despesas) operacionais	(2.651)	(2.101)	26,2%	1.209	(2.932)	n.d.
EBITDA	252.463	229.822	9,9%	932.134	946.940	-1,6%
Receitas financeiras	16.202	22.496	-28,0%	76.404	84.849	-10,0%
Despesas financeiras	(47.836)	(58.045)	-17,6%	(224.735)	(229.439)	-2,1%
Depreciações e amortizações	(57.766)	(50.675)	14,0%	(222.796)	(205.642)	8,3%
Lucro Antes do Imposto de Renda	163.064	143.599	13,6%	561.006	596.708	-6,0%
Imposto de renda e contribuição social	(24.191)	(29.297)	-17,4%	(85.380)	(101.065)	-15,5%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	3.374	(2.249)	n.d.	(6.431)	(25.070)	-74,3%
Participação dos acionistas minoritários	42	640	-93,4%	1.803	2375	-24,1%
Lucro Líquido	142.288	112.693	26,3%	470.998	472.948	-0,4%

(R\$'000)	4T19	4T18	Var. %	2019	2018	Var. %
NOI	333.104	318.150	4,7%	1.201.226	1.138.064	5,5%
Margem NOI	89,8%	90,3%	-58 p.b.	89,2%	89,9%	-65 p.b.
EBITDA	252.463	229.822	9,9%	932.134	946.940	-1,6%
Margem EBITDA	68,7%	66,0%	269 p.b.	70,1%	75,7%	-556 p.b.
EBITDA Ajustado¹	274.702	265.945	3,3%	997.677	954.531	4,5%
Margem EBITDA Ajustado ¹	74,8%	76,4%	-163 p.b.	75,1%	76,3%	-123 p.b.
Lucro Líquido	142.288	112.693	26,3%	470.988	472.948	-0,4%
Margem líquida	38,7%	32,4%	635 p.b.	35,4%	37,8%	-236 p.b.
Lucro Líquido Ajustado¹	164.527	148.816	10,6%	536.542	480.539	11,7%
Margem líquida Ajustada ¹	44,8%	42,7%	203 p.b.	40,4%	38,4%	196 p.b.
Fluxo de Caixa Operacional (FFO)	196.680	165.617	18,8%	700.225	703.659	-0,5%
Margem FFO	53,5%	47,6%	595 p.b.	52,7%	56,3%	-356 p.b.
Fluxo de Caixa Operacional (FFO) Ajustado¹	218.919	201.740	8,5%	765.769	711.250	7,7%
Margem FFO Ajustado ¹	59,6%	57,9%	163 p.b.	57,6%	56,9%	77 p.b.

¹ Não considera a remuneração baseada em ações. Mais detalhes sobre a linha de remuneração baseada em ações estão disponíveis na página 18.

BALANÇO PATRIMONIAL - GERENCIAL

(R\$'000)	31/12/2019	30/09/2019	Var. %
Ativo Circulante			
Disponibilidades e valores equivalentes	42.222	46.630	-9,5%
Aplicações financeiras	871.659	939.748	-7,2%
Contas a receber	291.747	254.216	+14,8%
Terrenos e imóveis a comercializar	25.737	37.325	-31,0%
Partes relacionadas	15.276	16.189	-5,6%
Impostos e contribuições sociais a compensar	17.917	28.341	-36,8%
Custos diferidos	42.769	42.041	+1,7%
Outros	27.248	29.619	-8,0%
Total do Ativo Circulante	1.334.576	1.394.111	-4,3%
Ativo não Circulante			
Contas a receber	56.459	66.917	-15,6%
Terrenos e imóveis a comercializar	422.529	420.602	+0,5%
Partes relacionadas	9.143	9.955	-8,2%
Depósitos judiciais	34.899	32.955	+5,9%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	19.937	24.912	-20,0%
Custos diferidos	120.188	112.745	+6,6%
Outros	6.102	6.756	-9,7%
Investimentos	22.747	20.998	+8,3%
Propriedades para investimento	7.095.177	6.954.185	+2,0%
Imobilizado	105.651	90.448	+16,8%
Intangível	361.296	359.879	+0,4%
Total do Ativo não Circulante	8.254.128	8.100.350	+1,9%
Total Ativo	9.588.705	9.494.461	+1,0%
(R\$'000)	31/12/2019	30/09/2019	Var. %
Passivo Circulante			
Empréstimos e financiamentos	295.688	177.602	+66,5%
Debêntures	204.475	235.514	-13,2%
Contas a pagar	197.141	113.191	+74,2%
Obrigações por aquisição de bens	35.755	35.570	+0,5%
Impostos e contribuições a recolher	25.726	26.302	-2,2%
Juros sobre capital próprio a pagar	148.375	165.535	-10,4%
Receitas diferidas	18.443	18.751	-1,6%
Outros	6.898	6.529	+5,7%
Total Passivo Circulante	932.501	778.994	+19,7%
Passivo não Circulante			
Empréstimos e financiamentos	1.361.947	1.277.465	+6,6%
Contas a pagar	38.684	40.679	-4,9%
Debêntures	1.241.327	1.440.370	-13,8%
Imposto de renda e contribuições social diferidos	218.306	226.655	-3,7%
Obrigações por aquisição de bens	4.738	5.987	-20,9%
Outros	43.725	27.404	+59,6%
Provisão para contingências	11.811	12.498	-5,5%
Adiantamentos de clientes	88.338	88.338	-
Receitas diferidas	56.326	55.432	+1,6%
Total do Passivo não Circulante	3.065.203	3.174.829	-3,5%
Patrimônio Líquido			
Capital social	2.988.062	2.988.062	-
Reserva de capital	1.017.475	1.011.545	+0,6%
Reserva de lucros	1.804.831	1.613.708	+11,8%
Gasto com emissão de ações	(43.548)	(43.548)	-
Ações em tesouraria	(89.155)	(93.643)	-4,8%
Efeitos em Transação de Capital	(89.996)	(89.996)	-
Lucros Acumulados	-	138.941	n.d.
Participação dos acionistas minoritários	3.332	15.569	-78,6%
Total do Patrimônio Líquido	5.591.001	5.540.638	+0,9%
Total Passivo	9.588.705	9.494.461	+1,0%

RELACIONAMENTO COM OS AUDITORES INDEPENDENTES - INSTRUÇÃO CVM 381/2003

Em atendimento ao disposto na Instrução da Comissão de Valores Mobiliários ("CVM") nº 381, de 14 de janeiro de 2003, a Companhia apresenta abaixo a descrição das informações acerca dos serviços não relacionados à auditoria externa prestados pelos nossos auditores independentes ou partes a eles relacionadas durante o quarto trimestre de 2019.

O valor global dos honorários contratados para os serviços descritos acima (R\$ 104,9 mil) representa cerca de 8% (oito por cento) dos honorários relativos aos serviços de auditoria externa.

Exceto pelos serviços acima citados, não foram contratados quaisquer outros serviços não relacionados com auditoria externa junto aos nossos auditores independentes e/ou suas partes relacionadas durante o quarto trimestre de 2019.

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.

As empresas contratadas declararam à Companhia que realizaram todos os procedimentos internos para assegurar que os serviços mencionados acima não configuram conflito de interesses, tendo confirmado que a prestação de tais serviços não compromete a independência e objetividade necessárias ao desempenho dos serviços de auditoria externa.

Data de contratação	Prazo de duração	Natureza do serviço
22/10/2019	N/A	Assessoria tributária em operação de redução de capital
22/10/2019	N/A	Assessoria tributária referente à análise de prática operacional
22/10/2019	N/A	Assessoria tributária referente a aproveitamento de benefício fiscal
03/12/2019	N/A	Revisão de procedimentos referentes à incorporação societária

ÍNDICE

12M: dado acumulado dos últimos 12 meses.

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

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

Abrasce: Associação Brasileira de Shopping Centers.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

IBGE: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

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

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

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

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

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

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

Margem EBITDA: EBITDA dividido pela Receita Líquida.

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

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

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

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

Perda de aluguel: baixas geradas pela inadimplência de lojistas.

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

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

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

Taxa de ocupação: ABL locada dividida pela ABL total.

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

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

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

Vacância: ABL disponível para locação.

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

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

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

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