

4T25

Relatório de resultados



Contato da equipe de
Relações com investidores:

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

Aviso Legal

Aviso Legal

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

Programas não patrocinados de *depository receipts*

Chegou ao conhecimento da Companhia que bancos estrangeiros implementaram ou pretendem implementar programas não patrocinados de certificados de depósito de valores mobiliários (*depository receipts*), nos EUA ou em outros países, com lastro em ações de emissão da Companhia (os "Programas Não Patrocinados"), tirando proveito do fato de que os relatórios da Companhia são usualmente divulgados no idioma inglês. A Companhia, no entanto, (i) não está envolvida nos Programas Não Patrocinados, (ii) desconhece os termos e condições dos Programas Não Patrocinados, (iii) não tem qualquer relacionamento com potenciais investidores no tocante aos Programas Não Patrocinados, (iv) não consentiu de forma alguma com os Programas Não Patrocinados e não assume qualquer responsabilidade em relação aos mesmos. Ademais, a Companhia ressalta que suas demonstrações financeiras são traduzidas e também divulgadas em inglês exclusivamente para o cumprimento das normas brasileiras, notadamente a exigência contida no item 6.2 do Regulamento de Listagem do Nível 2 de Governança Corporativa da B3 SA - Brasil, Bolsa, Balcão, que é o segmento de listagem do mercado em que as ações da Companhia são listadas e negociadas. Embora divulgadas em inglês, as demonstrações financeiras da Companhia são preparadas de acordo com a legislação brasileira, seguindo os Princípios Contábeis Geralmente Aceitos no Brasil (BR GAAP), que podem diferir dos princípios contábeis geralmente aceitos em outros países. Por fim, a Companhia chama a atenção de potenciais investidores para o artigo 51 do seu Estatuto Social, o qual, em síntese, prevê expressamente que qualquer litígio ou controvérsia que possa surgir entre a Companhia, seus acionistas, membros do Conselho de Administração, diretores e membros do Conselho Fiscal com relação às matérias previstas em tal dispositivo devem ser submetidas à arbitragem perante a Câmara de Arbitragem do Mercado, no Brasil. Portanto, ao optar por investir em qualquer Programa Não Patrocinado, o investidor o faz por seu próprio critério e risco e também estará sujeito ao disposto no artigo 51 do Estatuto Social da Companhia.

Sumário



- 4** Visão Geral
- 6** Destaques
- 11** Demonstração Result. Consolidados
- 12** Indicadores Operacionais
- 18** Receitas
- 24** Despesas de propriedades
- 25** Resultado Operacional Líquido (NOI)
- 26** Despesas G&A & Remuneração baseada em ações
- 27** Resultados de Empreendimentos Imobiliários
- 28** Resultados Financeiros
- 36** Capex
- 38** Análise das Propriedades para Investimento
- 39** MULT3 e o Mercado de ações
- 40** Inovação Digital
- 44** Sustentabilidade & Prêmios e reconhecimentos
- 48** Portfólio de ativos e Estrutura Societária
- 53** Anexos e Glossário



Visão Geral

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

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

Ao final do 2025, a Multiplan detinha e administrava 20 shopping centers, totalizando 896.820 m² de ABL, com participação média de 80,3%, abrangendo cerca de 6.000 lojas.

Além disso, a Multiplan detém – com participação média de 92,1% – dois complexos corporativos com ABL total de 50.582 m², levando a uma ABL total do portfólio de 947.402 m².

R\$ Milhões	2007 ¹ (IPO)	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	Var. %	CAGR %
Vendas²	4.244	5.070	6.109	7.476	8.461	9.723	11.384	12.760	13.338	13.726	14.657	15.470	16.304	10.253	14.598	20.016	21.928	23.962	25.880	+509,9%	+10,6%
Receita Bruta	368,8	452,9	534,4	662,6	742,2	1.048,0	1.074,6	1.245,0	1.205,2	1.257,5	1.306,2	1.378,9	1.460,2	1.995,1	1.404,5	1.975,1	2.217,0	2.737,5	2.957,8	+702,0%	+12,3%
NOI	212,1	283,1	359,4	424,8	510,8	606,9	691,3	846,1	934,8	964,6	1.045,5	1.138,1	1.201,2	953,4	1.118,9	1.561,2	1.752,2	1.856,6	2.079,1	+880,3%	+13,5%
EBITDA	175,1	247,2	304,0	350,2	455,3	615,8	610,7	793,7	789,2	818,3	825,5	946,9	932,1	1.377,1	810,8	1.280,1	1.510,9	1.848,0	2.003,4	+1.044,0%	+14,5%
FFO	56,1	112,5	266,6	363,0	414,6	501,0	421,0	543,7	522,8	487,7	561,3	707,4	703,4	1.047,0	702,0	1.032,5	1.243,0	1.582,3	1.378,6	+2.357,5%	+19,5%
Lucro Líquido	21,2	74,0	163,3	218,4	298,2	388,1	284,6	368,1	362,2	311,9	369,4	472,9	471,0	964,2	453,1	769,3	1.020,4	1.340,8	1.141,1	+5.293,8%	+24,8%

¹ Os resultados de 2007 foram calculados de acordo com a metodologia atual. Para mais detalhes, por favor acesse a Planilha de Fundamentos da Companhia. ² Vendas totais dos lojistas (base 100%).

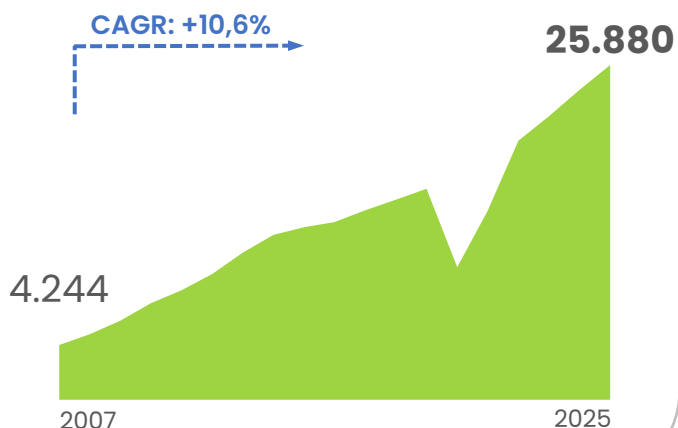




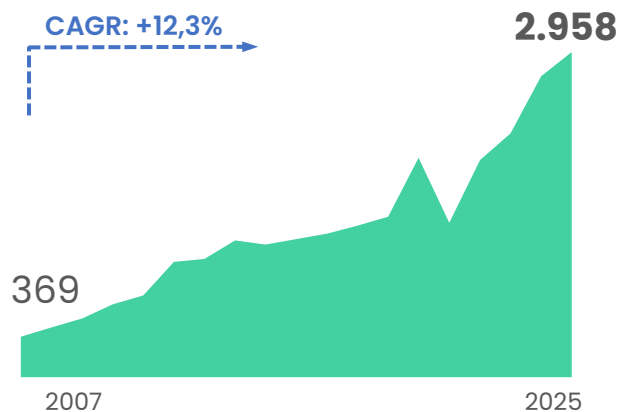
Visão Geral

Histórico de desempenho desde a abertura de capital (R\$M)

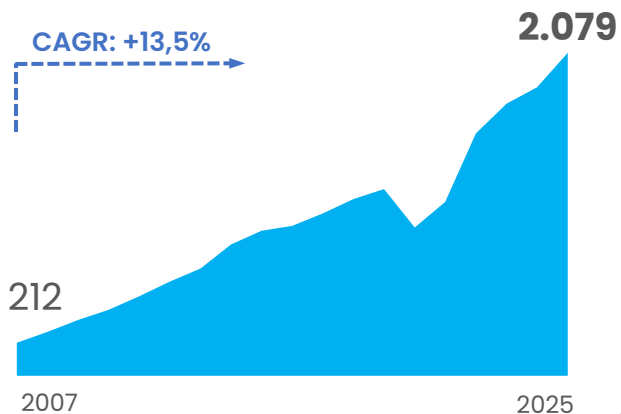
Vendas



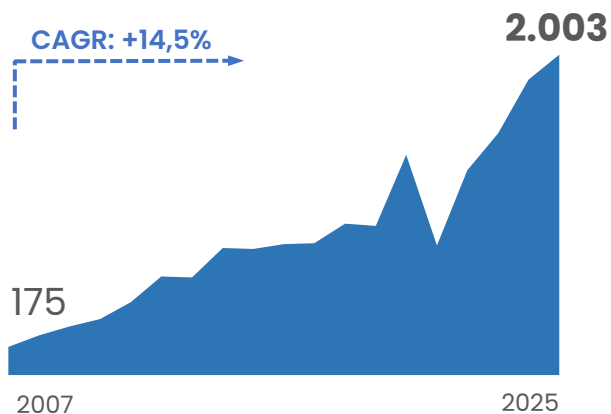
Receita Bruta



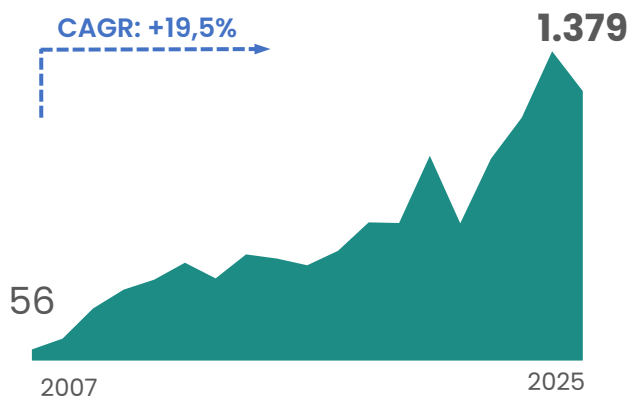
NOI



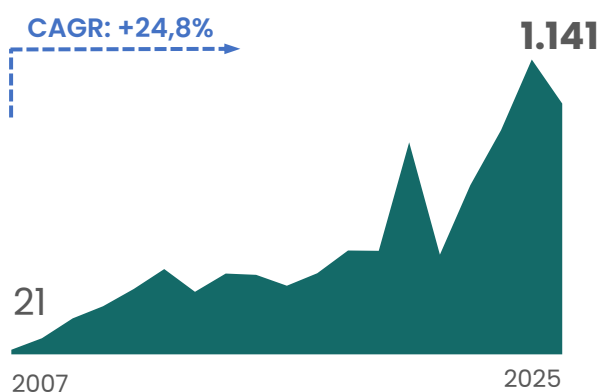
EBITDA



FFO



Lucro Líquido





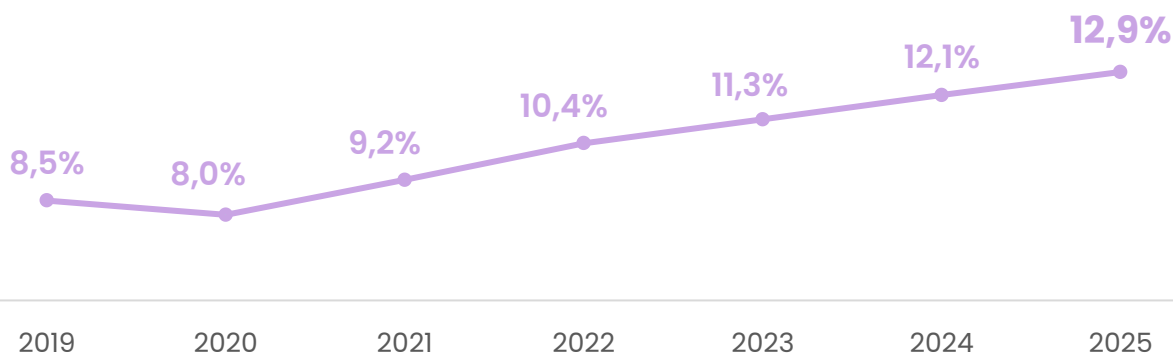
Destaques

Novos dados, novo ganho de *market share*

PARTICIPAÇÃO¹ DA MULTIPLAN NO BRASIL (Multiplan vs. média Brasil)

2019**2025****Vendas/ABL****169,9%****263,0%****Vendas dos shoppings²****8,5%****12,9%****ABL****5,0%****4,9%****Número de shoppings****3,3%****3,0%****Número de cidades****0,2%****0,2%**

Participação das vendas da Multiplan² no setor de shoppings brasileiro



¹ Números da Multiplan divididos pela média dos números do Brasil disponibilizados pelo censo da Abrasce (Associação Brasileira de Shopping Centers) e IBGE.

² Vendas totais da Multiplan divididas pelas vendas totais dos shoppings brasileiros reportadas pelo Censo da Abrasce. Fonte: IBGE e Abrasce - Censo Brasileiro de Shopping Centers - 2019 a 2025



Destaques

2025: mais de R\$ 1 bilhão em lucro líquido e R\$ 2 bilhões em EBITDA

A Multiplan apresentou mais um ano de desempenho financeiro robusto em 2025.

O EBITDA superou R\$2,0 bilhões pela primeira vez, com crescimento de 8,4% na comparação anual, enquanto o lucro líquido atingiu R\$1,1 bilhão, superando a marca de R\$1 bilhão pelo terceiro ano consecutivo, apesar do aumento das despesas financeiras relacionadas à recompra de ações no valor de R\$2,0 bilhões.

Esses resultados reforçam a trajetória de rentabilidade da Companhia e foram impulsionados por avanços relevantes em diversas frentes do negócio, incluindo execução operacional, alocação disciplinada de capital e inovação digital, conforme demonstrado na tabela a seguir.

Refletindo esse desempenho sólido e o foco contínuo na criação de valor para os acionistas, a Companhia anunciou R\$500,0 milhões em juros sobre capital próprio, equivalentes a um *payout* de 46,1%.

Financeiro	Operacional	Alocação de Capital	Superapp Multi
R\$1,1 B Lucro Líquido	94,9% Margem NOI	R\$500,0 M JCP ¹ deliberados	8º lugar na App Store ³
85,0% Margem EBITDA Propriedades	96,3% Taxa de Ocupação	R\$1,02 JCP ¹ por ação	R\$5,0 B em vendas registradas
R\$2,0 bi EBITDA	-0,4% Inadimplência Líquida	+204,3% LPA ² desde 2021	>62 M engajamentos no app

¹ JCP significa Juros sobre Capital Próprio. ² LPA (Lucro por ação): lucro líquido (12M) dividido pelo número de ações em circulação (exclui ações em tesouraria) ao final de cada período. ³ Posição registrada em 21/12/2025, às 9:00, na App Store™.

Destaques

Eficiência: receitas em crescimento e despesas em queda

Em 2025, a Multiplan combinou forte crescimento de receitas com gestão disciplinada de despesas, convertendo execução em criação de valor.

A receita bruta avançou 8,0% em relação a 2024, enquanto a margem NOI atingiu 94,9%, o maior nível já registrado.

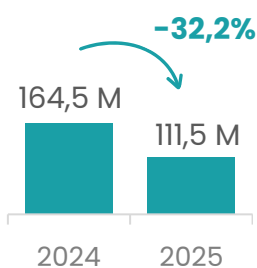
Pelo lado das receitas, a receita de locação cresceu 7,5%, serviços 22,4%, estacionamento 9,1% e venda de imóveis 9,9%, reforçando a expansão das receitas da Companhia.

Ao mesmo tempo, as despesas apresentaram retração generalizada:

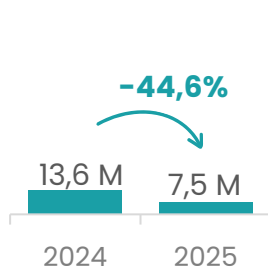
- Despesas Gerais e Administrativas (G&A) cresceram apenas 3,3%, abaixo da inflação (IPCA +4,3%);
- Despesas de propriedades recuaram 32,2%, atingindo o menor nível desde 2015;
- Remuneração baseada em ações caiu 19,1%, apesar da valorização de 29,3% no preço da ação;
- Despesas de projetos para locação reduziram 44,6%, refletindo a entrega de projetos.

Esses ganhos de eficiência decorreram do foco consistente da administração em excelência operacional, apoiado por uma ocupação média de 96,3% — o maior patamar desde 2019 —, pelo menor *turnover* desde 2020, de 4,6% da ABL, e pela menor inadimplência líquida anual já registrada (-0,4%).

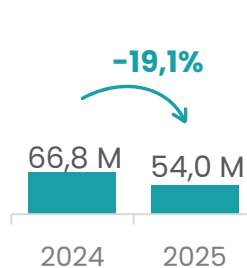
Despesas de propriedades (R\$)



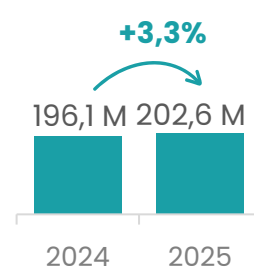
Despesas de projetos para locação (R\$)



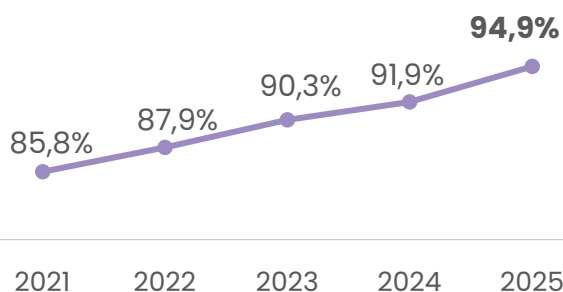
Remuneração baseada em ações (R\$)



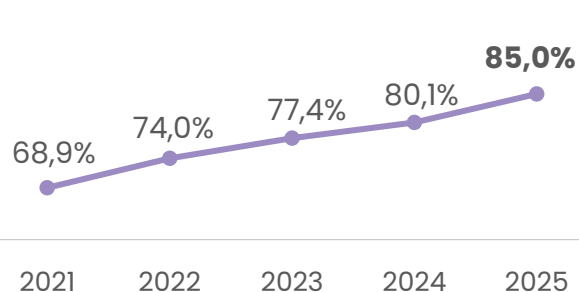
Despesas de sede (R\$)



Margem NOI



Margem EBITDA Propriedades





Destaques

Alocação de capital em 2025: foco nas melhores oportunidades

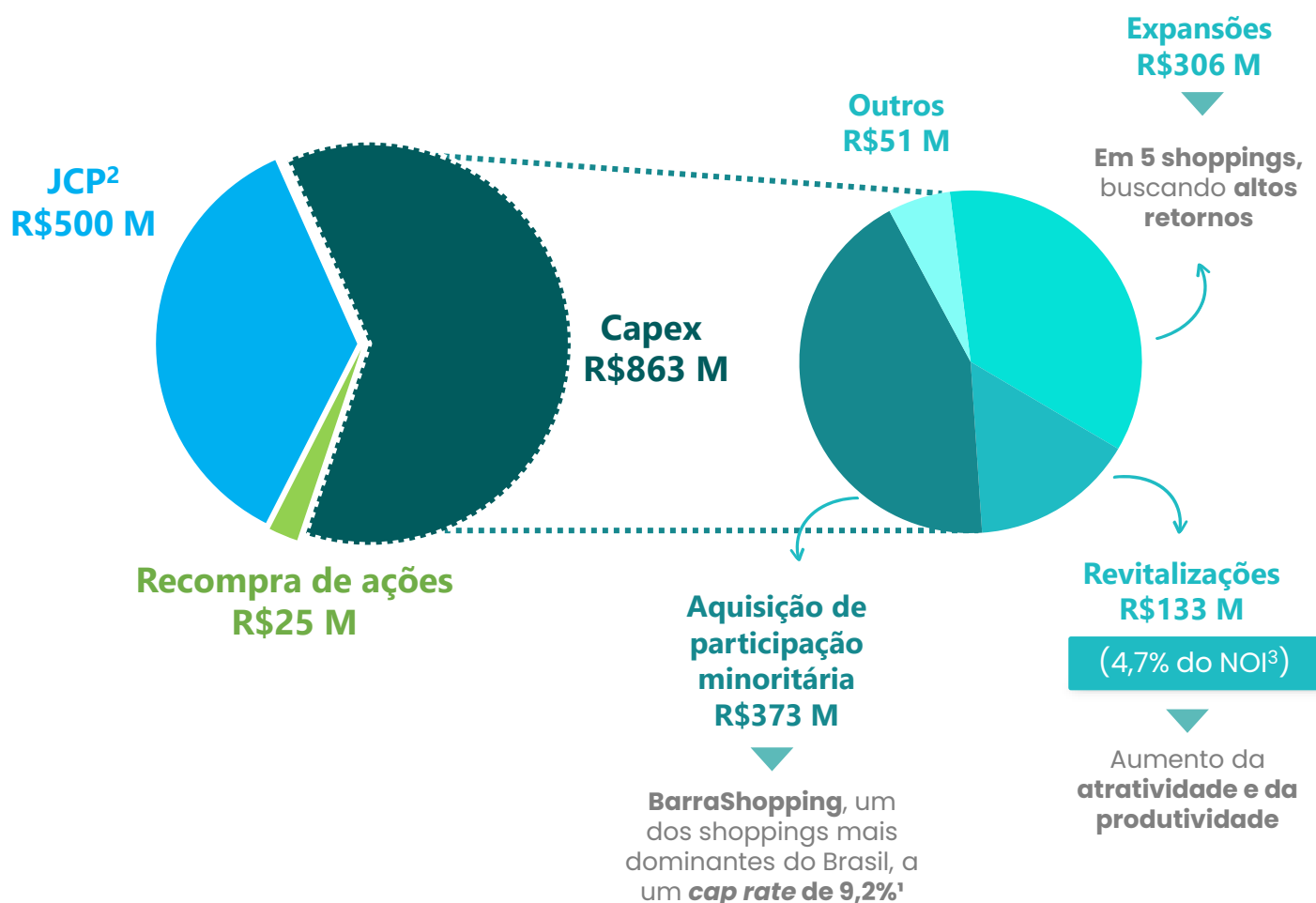
Em 2025, a Multiplan alocou aproximadamente R\$1,4 bilhão — e R\$7,8 bilhões nos últimos cinco anos — focando nas oportunidades mais atrativas do portfólio, equilibrando crescimento e retorno aos acionistas.

Os investimentos abrangeram expansões e revitalizações, com adição de nova ABL e aumento da atratividade e produtividade dos shoppings existentes, além da aquisição de participação minoritária no BarraShopping a um *cap rate* de 9,2%, ampliando a exposição a um dos shoppings mais dominantes do Brasil.

O ano também contou com recompras seletivas de ações, refletindo a confiança da administração no valor intrínseco da Companhia.

Esse ciclo de investimentos foi conduzido com disciplina financeira, mantendo o indicador Dívida Líquida/EBITDA em 2,33x, em linha com o final de 2024.

R\$1,4 bilhão alocados:



¹ Considera o NOI do shopping em 2025. ² Juros sobre Capital Próprio (JCP). ³ Exclui juros capitalizados. Para mais detalhes, consulte a seção de Capex (página 36).



Destaques

Engajamento no app Multi: 62 milhões de interações em 2025

Em 2025, a Multiplan fortaleceu ainda mais o ecossistema digital Multi, consolidando uma estratégia centrada no cliente, apoiada por inteligência de dados e pela conexão entre consumidores e lojistas. Ao colocar o consumidor no centro da experiência, o Multi reforçou seu papel como uma plataforma integradora, ampliando engajamento, conveniência e geração de valor ao longo de toda a jornada de compras.

Ao longo de dezembro, a plataforma engajou 1,5 milhão de usuários únicos, alcançando quase 200 mil usuários em um único dia e ocupando a 8ª posição na categoria Compras da App Store¹. Em 2025, superou a marca de 1,5 milhão de downloads ao longo do ano e gerou mais de 62 milhões de interações digitais.

Paralelamente, a comunicação orientada por dados aumentou a efetividade e a eficiência das ações, reforçando a capacidade da Multiplan de utilizar a inovação digital como alavanca estratégica de crescimento. Essa abordagem integrada elevou a experiência do consumidor e ampliou as sinergias em todo o ecossistema, conectando clientes, lojistas e shoppings em um ambiente digital unificado que sustenta o desempenho do negócio e a criação de valor no longo prazo.



Multi no Top 8¹
na loja de aplicativos
da Apple™

10 milhões
de downloads
acumulados

15 milhões
de notas registradas
que representam
20% das vendas
totais em 2025

Nova
categoria
Platinum

¹ Posição registrada em 21 de dezembro de 2025, às 9h00 na App Store™, na categoria "Compras".



Demonstração de Resultados Consolidados

Demonstração de resultados

(R\$'000)	4T25	4T24	Var.%	2025	2024	Var.%
Receita de locação	587.375	542.066	+8,4%	1.855.511	1.726.472	+7,5%
Receita de serviços	52.155	37.633	+38,6%	183.335	149.785	+22,4%
Receita de cessão de direitos	(5.279)	(808)	+553,0%	(5.568)	719	n.d.
Receita de estacionamento	102.169	97.388	+4,9%	346.442	317.481	+9,1%
Venda de imóveis	282.014	364.139	-22,6%	565.914	514.802	+9,9%
Apropriação de receita de aluguel linear	(45.298)	(44.907)	+0,9%	(11.351)	(22.856)	-50,3%
Outras receitas	8.607	8.154	+5,6%	23.511	51.124	-54,0%
Receita Bruta	981.744	1.003.663	-2,2%	2.957.794	2.737.527	+8,0%
Tributos sobre receitas	(79.932)	(67.361)	+18,7%	(218.712)	(192.738)	+13,5%
Receita Líquida	901.812	936.302	-3,7%	2.739.082	2.544.789	+7,6%
Despesas de sede	(54.500)	(57.742)	-5,6%	(202.614)	(196.143)	+3,3%
Remuneração baseada em ações	(15.583)	(16.785)	-7,2%	(54.004)	(66.782)	-19,1%
Despesas de propriedades	(25.377)	(50.346)	-49,6%	(111.542)	(164.460)	-32,2%
Despesas de projetos para locação	(1.711)	(8.147)	-79,0%	(7.520)	(13.578)	-44,6%
Despesas de projetos para venda	(8.872)	(11.002)	-19,4%	(29.703)	(28.203)	+5,3%
Custo de imóveis vendidos	(91.135)	(119.479)	-23,7%	(319.252)	(201.421)	+58,5%
Resultado de equivalência patrimonial	(0)	(47)	-100,0%	1	(84)	n.d.
Outras receitas (despesas) operacionais	2.426	(6.295)	n.d.	(11.095)	(26.080)	-57,5%
EBITDA	707.060	666.459	+6,1%	2.003.354	1.848.038	+8,4%
Receitas financeiras	48.828	49.374	-1,1%	168.256	179.272	-6,1%
Despesas financeiras	(197.885)	(124.400)	+59,1%	(705.909)	(371.771)	+89,9%
Depreciações e amortizações	(33.458)	(35.613)	-6,1%	(137.757)	(138.510)	-0,5%
Lucro Antes do Imposto de Renda	524.545	555.820	-5,6%	1.327.945	1.517.029	-12,5%
Imposto de renda e contribuição social	(33.113)	(3.726)	+788,8%	(98.334)	(95.954)	+2,5%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(69.837)	(39.565)	+76,5%	(88.377)	(80.089)	+10,3%
Participação dos acionistas minoritários	(27)	(52)	-47,8%	(113)	(172)	-34,0%
Lucro Líquido	421.567	512.477	-17,7%	1.141.120	1.340.814	-14,9%

(R\$'000)	4T25	4T24	Var.%	2025	2024	Var.%
NOI	618.870	544.200	+13,7%	2.079.060	1.856.637	+12,0%
Margem NOI	96,1%	91,5%	+453 p.b.	94,9%	91,9%	+305 p.b.
EBITDA de Propriedades¹	569.857	492.474	+15,7%	1.881.867	1.655.108	+13,7%
Margem EBITDA de Propriedades ¹	88,7%	82,5%	+611 p.b.	85,0%	80,1%	+486 p.b.
EBITDA	707.060	666.459	+6,1%	2.003.354	1.848.038	+8,4%
Margem EBITDA	78,4%	71,2%	+722 p.b.	73,1%	72,6%	+52 p.b.
Lucro Líquido	421.567	512.477	-17,7%	1.141.120	1.340.814	-14,9%
Margem Líquida	46,7%	54,7%	-799 p.b.	41,7%	52,7%	-1.103 p.b.
Fluxo de Caixa Operacional (FFO)	570.160	632.563	-9,9%	1.378.605	1.582.269	-12,9%
Margem FFO	63,2%	67,6%	-434 p.b.	50,3%	62,2%	-1.185 p.b.

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



Indicadores Operacionais

Vendas

Vendas dos lojistas

Mais um ano em que expansões e revitalizações impulsionaram as vendas

Em 2025, as vendas dos lojistas da Multiplan cresceram 8,0% em relação a 2024, atingindo R\$25,9 bilhões. Ao longo do ano, onze shoppings superaram a marca de R\$1,0 bilhão em vendas.

Os shoppings com melhor desempenho em 2025 foram o DiamondMall (+22,6%), o ParkShoppingBarigüi (+19,2%) e o New York City Center (+14,8%), todos recentemente beneficiados por projetos de expansão e/ou revitalização.

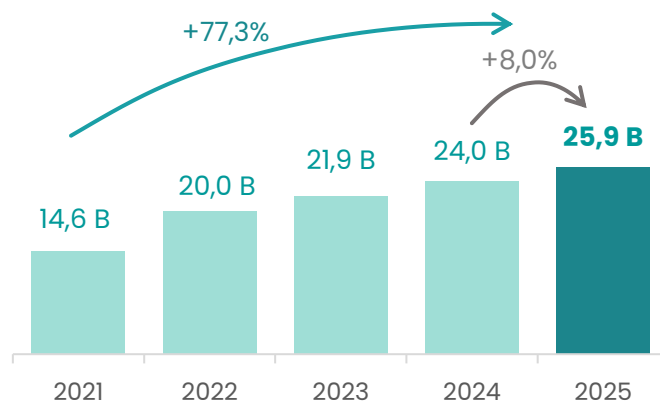
No 4T25, as vendas dos lojistas da Multiplan atingiram R\$8,0 bilhões, com crescimento de 5,3% em relação ao 4T24.

O ParkShoppingBarigüi apresentou o maior crescimento trimestral de vendas (+14,8%), acompanhado pelo maior aumento no fluxo de veículos (+12,3%) vs. o 4T24.

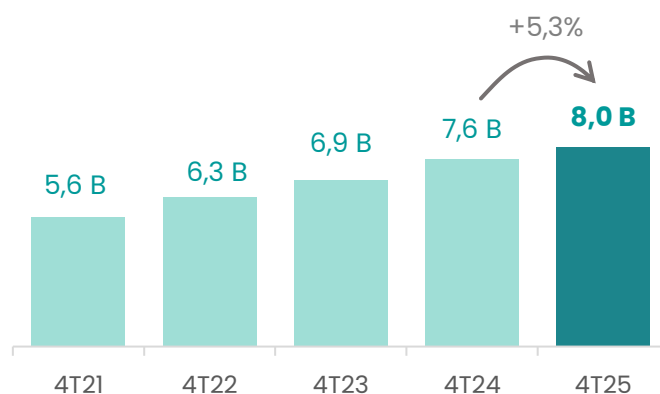
O Parque Shopping Maceió, que inaugurou sua expansão em 18 de novembro de 2025, já começou a capturar os benefícios dela, registrando o maior crescimento de vendas em dezembro (+15,4% vs. dez/24) e uma das maiores taxas de crescimento trimestral (+10,8% vs. 4T24).

Adicionalmente, o VillageMall apresentou crescimento robusto de vendas tanto no ano (+10,5%) quanto no trimestre (+9,3%), apoiado por mudanças no mix de lojistas.

Vendas anuais dos lojistas (R\$)



Vendas trimestrais dos lojistas (R\$)



Vendas jan/26¹:
+8,5%

¹ Comparação com jan/25





Indicadores Operacionais

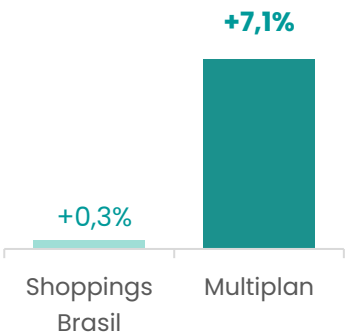
Vendas

Ganhos consistentes ao longo da temporada de fim de ano

Entre 19 e 25 de dezembro de 2025, as vendas dos lojistas da Multiplan cresceram 7,1% em comparação com o mesmo período de 2024.

Em um ano marcado por crescimento de apenas 0,3% nas vendas na semana do Natal no setor de shopping centers no Brasil, segundo a Abrasce¹, o desempenho da Companhia voltou a se destacar, com avanço de 7,1% no mesmo intervalo.

Vendas na semana do Natal² (% vs. 2024)



¹ Abrasce: Associação Brasileira de Shopping Centers.
² Fonte: Relatório de Resultados Natal 2025 – Abrasce ([link](#)).
Semana do Natal: 19/12 – 25/12.

Vendas dos lojistas (100%) (R\$)	4T25	4T24	Var. %	2025	2024	Var. %
BH Shopping	607,5 M	586,5 M	+3,6%	1.937,2 M	1.846,2 M	+4,9%
RibeirãoShopping	488,4 M	453,6 M	+7,7%	1.520,3 M	1.405,8 M	+8,1%
BarraShopping	1.129,5 M	1.079,7 M	+4,6%	3.718,2 M	3.380,9 M	+10,0%
MorumbiShopping	969,8 M	907,7 M	+6,8%	3.056,8 M	2.890,4 M	+5,8%
ParkShopping	571,1 M	565,4 M	+1,0%	1.841,8 M	1.741,0 M	+5,8%
DiamondMall	314,3 M	285,7 M	+10,0%	1.042,9 M	850,6 M	+22,6%
New York City Center	64,1 M	62,1 M	+3,3%	248,0 M	216,1 M	+14,8%
ShoppingAnáliaFranco	609,2 M	574,7 M	+6,0%	1.848,4 M	1.734,8 M	+6,5%
ParkShoppingBarigüi	633,7 M	551,9 M	+14,8%	1.959,0 M	1.643,2 M	+19,2%
Pátio Savassi	213,3 M	199,8 M	+6,8%	682,0 M	640,5 M	+6,5%
ShoppingSantaÚrsula	51,1 M	53,2 M	-3,9%	179,8 M	178,6 M	+0,7%
BarraShoppingSul	336,9 M	336,6 M	+0,1%	1.115,0 M	1.083,2 M	+2,9%
ShoppingVilaOlímpia	127,1 M	122,8 M	+3,5%	437,6 M	443,6 M	-1,3%
ParkShoppingSãoCaetano	353,4 M	330,3 M	+7,0%	1.101,4 M	1.021,0 M	+7,9%
JundiaíShopping	235,8 M	246,6 M	-4,4%	786,1 M	773,3 M	+1,7%
ParkShoppingCampoGrande	242,3 M	243,2 M	-0,4%	790,8 M	773,9 M	+2,2%
VillageMall	357,3 M	326,9 M	+9,3%	1.191,5 M	1.078,7 M	+10,5%
Parque Shopping Maceió	278,3 M	251,1 M	+10,8%	888,5 M	811,0 M	+9,6%
ParkShopping Canoas	263,8 M	254,8 M	+3,5%	864,2 M	830,5 M	+4,1%
ParkJacarepaguá	202,8 M	209,5 M	-3,2%	670,7 M	618,4 M	+8,5%
Total	8.049,9 M	7.642,1 M	+5,3%	25.880,4 M	23.961,6 M	+8,0%



Indicadores Operacionais

Vendas nas Mesmas Lojas (SSS)

Vendas nas Mesmas Lojas (SSS)

Crescimento anual de vendas consistente, equilibrado e robusto entre os segmentos

Em 2025, as Vendas nas Mesmas Lojas (SSS) cresceram 6,3% em relação a 2024.

Sob a ótica dos segmentos, Vestuário foi o segmento com melhor desempenho em 2025, com crescimento de SSS de 6,9% na comparação anual, impulsionado principalmente pela atividade de Vestuário Geral. Em seguida, destacou-se o segmento de Artigos Diversos, com alta de 6,6%, sustentado pela atividade de Joalheria.

No 4T25, o SSS avançou 4,0% em relação ao 4T24. No trimestre, o segmento de Serviços se destacou, registrando crescimento de 6,4% na comparação anual, impactado positivamente pelas atividades de Telefonia e Farmácia.

Vendas nas Mesmas Lojas	2025 x 2024		
	Âncora	Satélite	Total
Alimentação & Áreas Gourmet	+12,5%	+5,3%	+5,4%
Vestuário	+7,8%	+6,8%	+6,9%
Artigos do Lar & Escritório	+5,2%	+4,7%	+4,9%
Artigos Diversos	+5,1%	+7,3%	+6,6%
Serviços	+3,1%	+6,6%	+5,8%
Total	+6,4%	+6,4%	+6,3%

Vendas nas Mesmas Lojas	4T25 x 4T24		
	Âncora	Satélite	Total
Alimentação & Áreas Gourmet	+22,3%	+3,5%	+3,8%
Vestuário	+2,4%	+4,2%	+3,3%
Artigos do Lar & Escritório	-12,8%	-2,8%	-4,6%
Artigos Diversos	+2,6%	+7,4%	+6,1%
Serviços	-5,9%	+9,2%	+6,4%
Total	+1,5%	+5,0%	+4,0%



Indicadores Operacionais

Taxa de ocupação & *Turnover*

Taxa de ocupação

Crescimento contínuo da ocupação leva ao maior patamar anual desde 2019

Em 2025, o portfólio de shoppings da Multiplan alcançou uma taxa média de ocupação de 96,3%, representando um aumento de 16 p.b. em relação a 2024. Esse resultado corresponde ao maior nível anual de ocupação desde 2019 e ao quarto ano consecutivo de crescimento da ocupação, mesmo considerando a expansão de 5.500 m² inaugurada em nov/25.

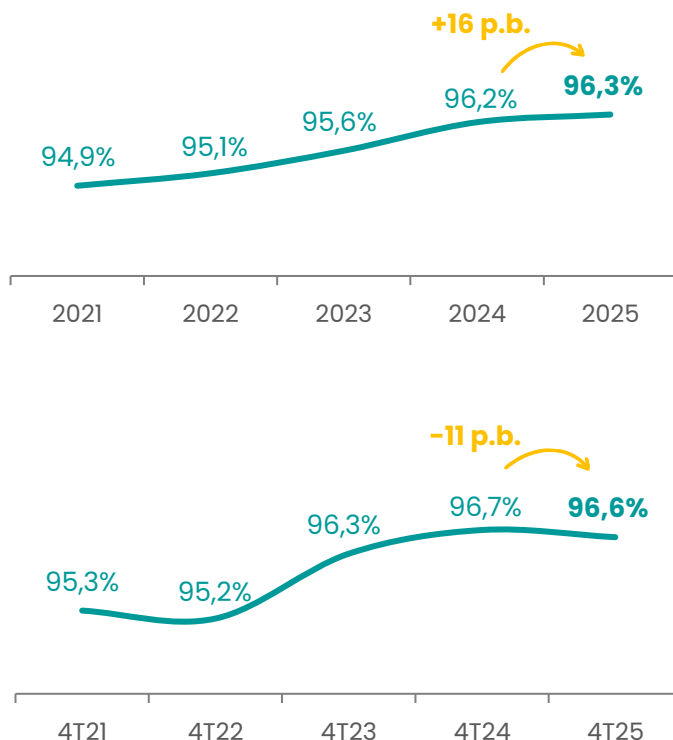
Os shoppings que registraram os maiores avanços de ocupação na comparação anual foram:

- ShoppingVilaOlímpia: +339 p.b., atingindo 81,8%, o maior nível de ocupação desde 2020;
- ShoppingAnáliaFranco: +112 p.b., totalizando 98,3%, o maior patamar desde 2014;
- ParkShopping Canoas: +112 p.b., alcançando 95,3%, sua melhor taxa de ocupação desde a inauguração, em 2017.

O desempenho do Parque Shopping Maceió também merece destaque. Após a inauguração de sua expansão em nov/25, o shopping registrou taxa de ocupação de 99,4% em 2025, o maior nível anual desde sua abertura, evidenciando a atratividade da área recém-adicionada.

No 4T25, o portfólio de shoppings da Multiplan apresentou taxa média de ocupação de 96,6%.

Taxa média de ocupação dos shopping centers



Turnover (troca de lojas)

Menor turnover anual desde 2020

Em 2025, a Multiplan registrou *turnover* de 4,6% da ABL total (40.901 m²), 89 p.b. abaixo da média histórica anual de 5,5% desde o IPO (2007) e o menor nível observado desde 2020 (4,1%), com a adição de 392 novas lojas ao portfólio ao longo do ano.

O baixo *turnover*, aliado à estratégia de gestão ativa da Companhia — que incluiu 1.300 eventos, revitalizações e iniciativas de inovação digital —, contribuiu para o crescimento de 8,0% das vendas na comparação anual em 2025.

No 4T25, a Multiplan registrou *turnover* de 1,4% da ABL total (12.232 m²), com a adição de 105 novas lojas ao portfólio. Em termos de segmentos, Artigos Diversos se destacou, com *turnover* líquido positivo de +1.913 m², impulsionado por novas operações em diferentes shoppings.

Principais contribuições no 4T25

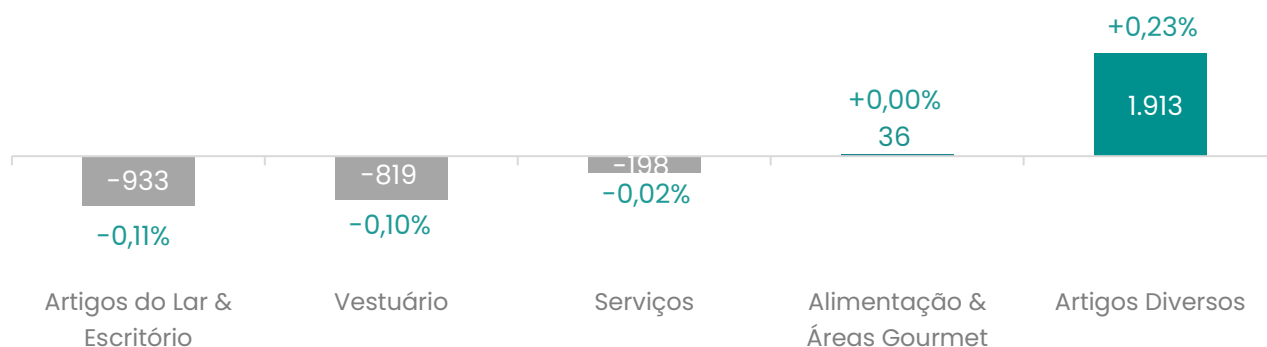
- O ParkJacarepaguá ficou em primeiro lugar, respondendo por 17,3% do *turnover* total de ABL (2.112 m²). O resultado foi impulsionado principalmente pela adição da única loja âncora do portfólio no trimestre (1.022 m²), além de cinco lojas satélites.
- O BarraShopping registrou o segundo maior *turnover* do trimestre, de 15,6%, com 20 novas lojas (1.913 m²). Ao longo do período, foram adicionadas lojas em todos os segmentos, com exceção de Artigos do Lar & Escritório.
- O BarraShoppingSul apresentou a terceira maior atividade de locação do trimestre, respondendo por 9,1% do *turnover* total (1.108 m²), com cinco novas lojas, sendo a maior parcela da ABL trocada alocada aos segmentos de Artigos do Lar & Escritório e Artigos Diversos.



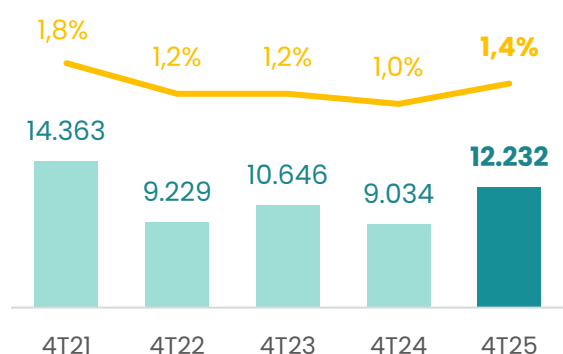
Indicadores Operacionais

Turnover

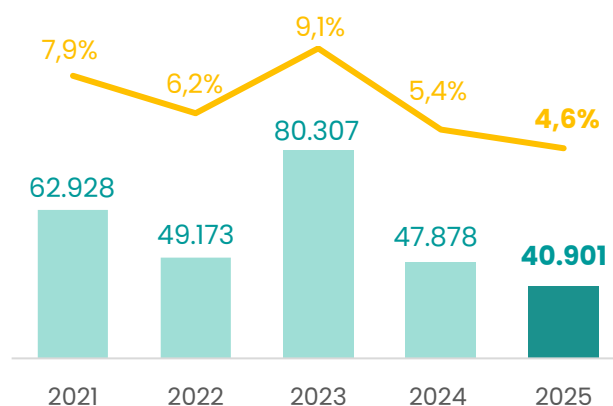
Efeito do turnover líquido dos segmentos em m² e % da ABL total – 4T25



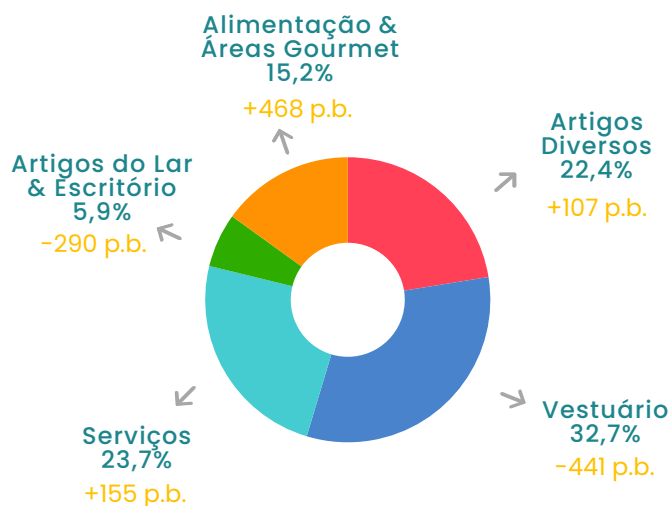
Turnover trimestral dos shoppings em ABL (m²) e em % da ABL total (%)



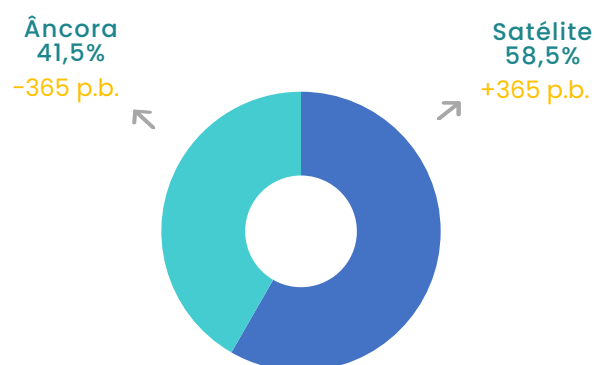
Turnover anual trimestral dos shoppings em ABL (m²) e em % da ABL total (%)



Distribuição de ABL ocupada por segmento – 4T25



Distribuição da ABL ocupada por tipo de loja¹ – 4T25



■ Variação de ABL 4T25 vs. 4T15 em p.b.

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



Indicadores Operacionais

Custo de ocupação

Custo de ocupação

Vendas robustas reduzem o custo de ocupação para abaixo dos níveis históricos

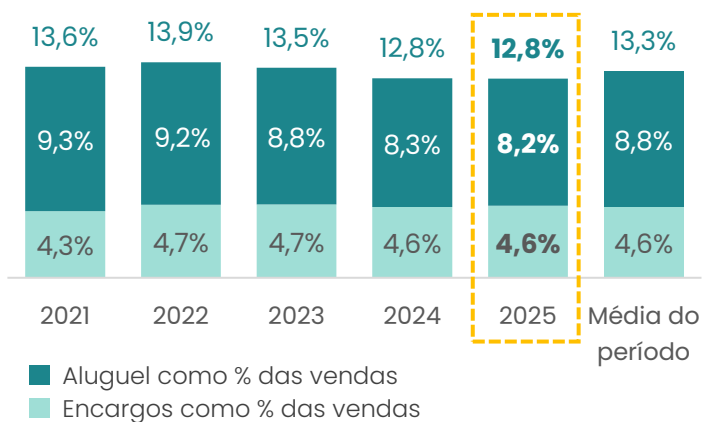
Em 2025, o custo de ocupação dos lojistas foi de 12,8%, em linha com 2024, representando o menor nível anual desde 2019. Esse desempenho foi impulsionado, principalmente, pelo crescimento de 8,0% nas vendas.

No 4T25, o custo de ocupação ficou em 12,0%, permanecendo estável em relação ao 4T24.

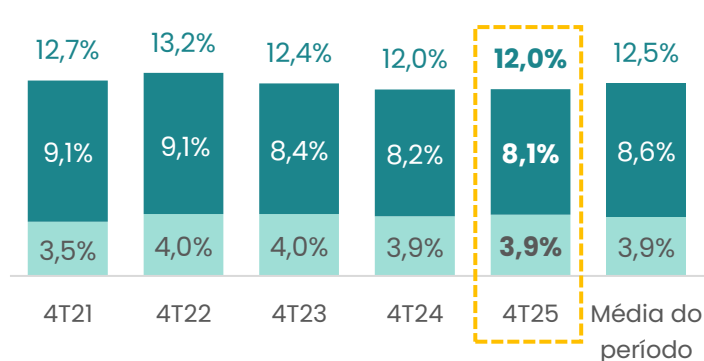


JundiaíShopping

Abertura anual do custo de ocupação



Abertura trimestral do custo de ocupação



MAIORES
VENDAS

+8,0%



BAIXA INAD.
LÍQUIDA

-0,4%



ALTA
OCUPAÇÃO

96,3%



NOI
RECORDE

R\$2,0 B

MAIOR REC.
LOCAÇÃO
SHOPPINGS

+7,8%



BAIXO
TURNOVER

4,6%



CUSTO DE
OCUPAÇÃO
ESTÁVEL

12,8%

MARGEM
NOI
RECORDE

94,9%



Receita Bruta

Receita Bruta

O crescimento em diversas linhas de receita em 2025 levou a recorde de receita bruta

A receita bruta totalizou R\$2.957,8 milhões em 2025, com crescimento de 8,0% vs. 2024.

Os principais contribuidores para a receita foram serviços, venda de imóveis, estacionamento e locação.

A receita de serviços avançou 22,4% na comparação anual, impactada positivamente pelo maior NOI e pelo aumento das taxas de serviços.

A receita de venda de imóveis cresceu 9,9% em 2025, impulsionada por (i) venda de participação de 20,0% no ParkShoppingSãoCaetano (concluída em dez/25), (ii) vendas de unidades ao longo do ano e conclusão das obras no Lake Victoria em dez/25 (Fase 1 do Golden Lake),

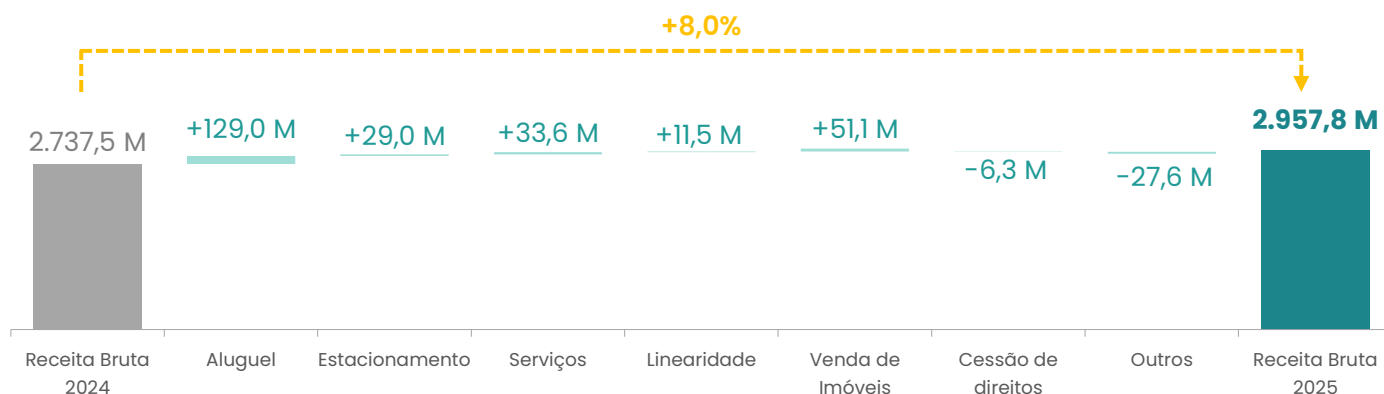
(iii) início do reconhecimento de receitas do Lake Eyre (Fase 2), cuja construção teve início em mai/25, e (iv) reconhecimento da venda de dois terrenos.

A receita de estacionamento avançou 9,1%, principalmente em função dos reajustes de tarifas implementados no 2T25.

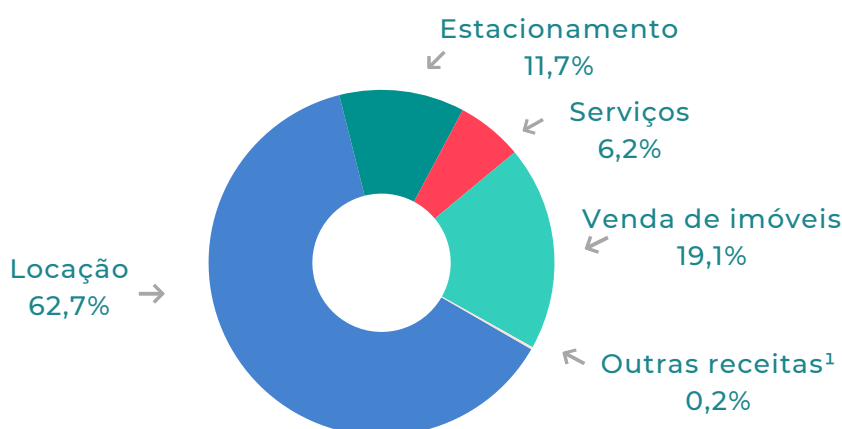
A receita de locação cresceu 7,5% em relação a 2024, representando 62,7% da receita bruta total em 2025, apoiada por um maior efeito do reajuste do IGP-DI no período (5,1%) e por maiores receitas de Mall & Mídia.

No 4T25, a receita bruta da Multiplan atingiu R\$981,7 milhões (-2,2% vs. o 4T24).

Evolução da receita bruta (R\$) – 2025 vs. 2024



Abertura da receita bruta % – 2025



¹ "Outras receitas" inclui receita de cessão de direitos, linearidade e outras receitas.

Receita de locação

Receita de locação

Múltiplos vetores de crescimento impulsionam a receita de locação

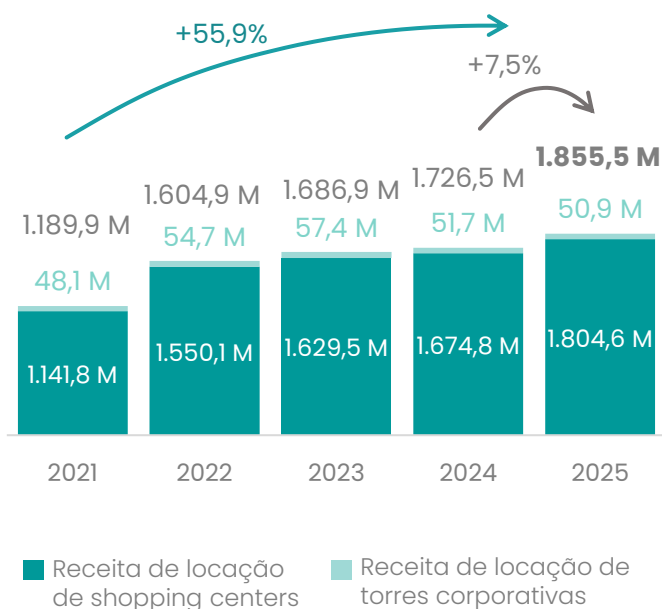
A receita de locação total da Multiplan (incluindo shoppings e torres corporativas) cresceu 7,5% em 2025 em relação a 2024, alcançando R\$1.855,5 milhões.

A receita de locação dos shoppings avançou 7,8% na comparação anual, impulsionada por:

- efeito do reajuste pelo IGP-DI de +5,1%;
- contribuições de expansões entregues recentemente, incluindo DiamondMall e ParkShoppingBarigüi (nov/24), e Parque Shopping Maceió (nov/25);
- aquisição de participação adicional de 7,5% no BarraShopping em nov/25;
- crescimento de 15,3% no aluguel complementar, apoiado pelo aumento de 8,0% das vendas em relação a 2024; e
- aumento de 21,6% na receita de Mall & Mídia, beneficiada por uma forte campanha de Natal.

Vale destacar que, em dez/25, a Multiplan concluiu a venda de uma participação de 20% no ParkShoppingSãoCaetano, o que impactou parcialmente a receita de locação naquele mês.

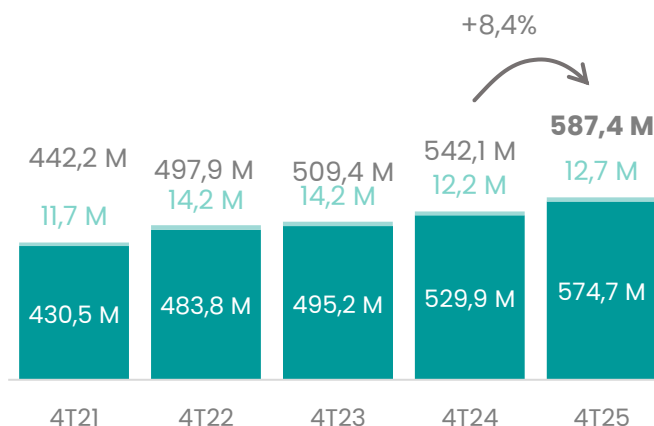
Evolução anual da receita de locação (R\$)



No 4T25, a receita de locação total da Multiplan (soma de shoppings e torres corporativas) cresceu 8,4% em relação ao 4T24.

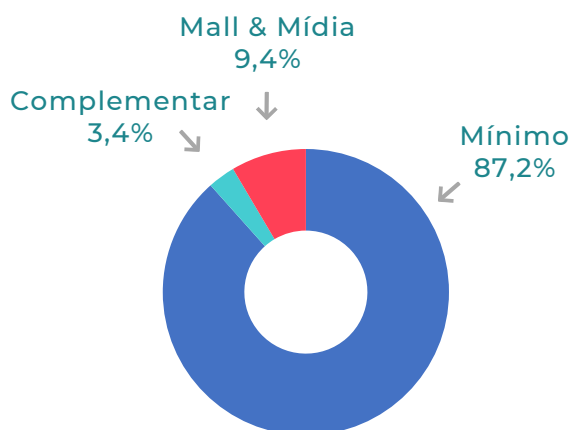
O crescimento da receita de locação dos shoppings foi de 8,5% no trimestre, impulsionado principalmente pelas expansões inauguradas mencionadas anteriormente, pela aquisição de participação adicional no BarraShopping, pelo aumento da receita de Mall & Mídia, pelo maior efeito do reajuste pelo IGP-DI (+5,3%) e pelos acordos de renovação de contratos de locação, parcialmente compensados pela venda de participação de 20% no ParkShoppingSãoCaetano.

Evolução trimestral da receita de locação (R\$)



■ Receita de locação de shopping centers ■ Receita de locação de torres corporativas

Abertura da receita de locação % – 2025





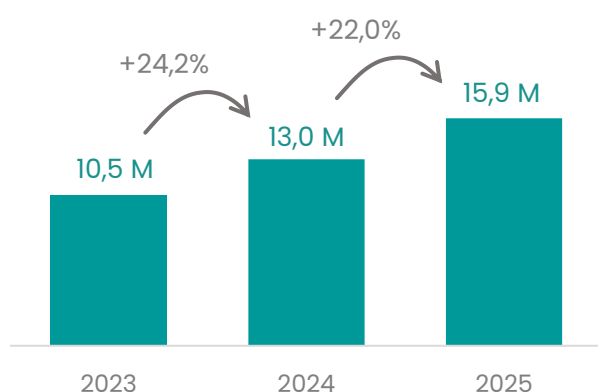
Receita de locação

Mais um ano muito forte no New York City Center

Após um amplo processo de revitalização entre 2023 e o início de 2024, o New York City Center passou a contar com um novo conceito arquitetônico e um mix de lojistas totalmente renovado.

Em 2025, o shopping gerou R\$15,9 milhões em receita de locação, representando um crescimento de 22,0% na comparação anual e registrando, pelo segundo ano consecutivo, a maior expansão de receita do portfólio.

Evolução da receita de locação do New York City Center (R\$)



Em 2025, o crescimento real da receita de locação (excluindo o efeito do reajuste pelo IGP-DI de 4,8%) foi de R\$2,2 milhões em relação a 2024.

Considerando o investimento de R\$19,0 milhões na revitalização do New York City Center e apenas o crescimento real adicional, isso se traduziu em um *yield* real de locação de 11,7%, marcando o segundo ano consecutivo com *yield* real de dois dígitos.

Vale destacar, ainda, que a taxa de ocupação do shopping atingiu 96,7% ao final de 2025, o maior patamar desde 2019, representando um aumento de 93 p.b. em relação a 2024.

ShoppingSantaÚrsula registra a maior receita anual de locação de sua história

O ShoppingSantaÚrsula apresentou o terceiro maior crescimento de receita de locação do portfólio em 2025, com alta de 20,6% em relação a 2024, totalizando R\$10,4 milhões. Esse resultado representa a maior receita anual de locação desde o início da participação da Multiplan no shopping, no 2T08.

Entre 2021 e 2025, a receita de locação do shopping cresceu 49,4%, o que corresponde a um CAGR¹ de 10,6%, superando de forma significativa a inflação medida pelo IGP-DI, que avançou 7,2% em termos nominais acumulados no mesmo período.

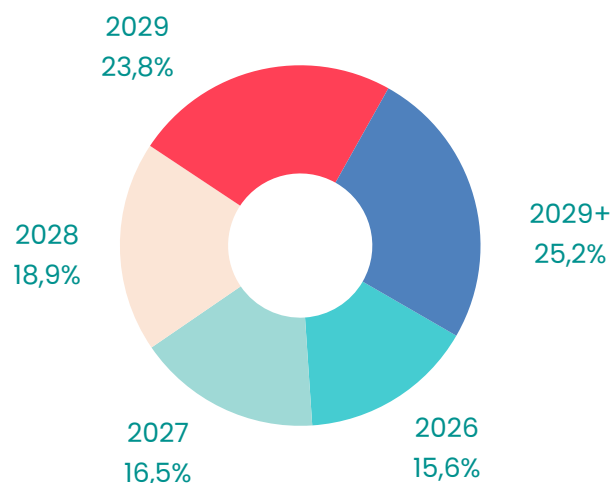
Esse desempenho reflete um processo consistente de troca de mix, incluindo uma estratégia de gestão focada em segmentos orientados à experiência², que sustentou uma melhora relevante na ocupação, passando de 86,2% em 2021 para 93,9% ao final de 2025 (+777 p.b.).

¹ CAGR (Compound Annual Growth Rate) significa Taxa de Crescimento Anual Composta. ² Inclui os segmentos de "Serviços", "Alimentação e Áreas Gourmet" e "Artigos Diversos".

Aproximadamente um sexto dos contratos vence em 2026

O cronograma de vencimento dos contratos de locação indica que 792 contratos estão previstos para vencer em 2026, o equivalente a 15,6% da receita de locação do portfólio.

Cronograma de renovação de contratos¹ (% receita de locação) – 4T25



³ Exclui contratos sem prazo definido (contratos não renovados)



RibeirãoShopping

Receita de locação

Receita de locação (R\$)	4T25	4T24	Var. %	2025	2024	Var. %
BH Shopping	58,8 M	69,4 M	-15,3%	194,6 M	194,5 M	+0,1%
RibeirãoShopping	33,0 M	30,1 M	+9,8%	107,9 M	100,3 M	+7,6%
BarraShopping	94,7 M	76,5 M	+23,7%	278,9 M	251,6 M	+10,9%
MorumbiShopping	81,0 M	77,6 M	+4,3%	255,4 M	241,9 M	+5,6%
ParkShopping	37,9 M	36,3 M	+4,6%	124,6 M	117,4 M	+6,2%
DiamondMall	25,0 M	22,5 M	+11,2%	81,8 M	70,5 M	+16,0%
New York City Center	5,1 M	3,8 M	+32,5%	15,9 M	13,0 M	+22,0%
ShoppingAnáliaFranco	16,7 M	15,3 M	+9,3%	52,7 M	49,0 M	+7,4%
ParkShoppingBarigüi	46,7 M	39,3 M	+19,0%	143,2 M	118,2 M	+21,1%
Pátio Savassi	20,3 M	18,7 M	+8,5%	63,6 M	60,7 M	+4,8%
ShoppingSantaÚrsula	3,6 M	2,6 M	+35,8%	10,4 M	8,6 M	+20,6%
BarraShoppingSul	27,5 M	24,4 M	+12,6%	87,3 M	79,9 M	+9,3%
ShoppingVilaOlímpia	8,0 M	6,3 M	+27,0%	23,4 M	21,8 M	+7,3%
ParkShoppingSãoCaetano	26,8 M	22,5 M	+18,9%	81,4 M	72,9 M	+11,6%
JundiaíShopping	14,8 M	17,2 M	-14,0%	47,0 M	57,3 M	-18,1%
ParkShoppingCampoGrande	15,7 M	14,5 M	+8,7%	49,8 M	47,5 M	+4,8%
VillageMall	21,6 M	19,0 M	+13,7%	69,7 M	62,8 M	+10,9%
Parque Shopping Maceió	10,1 M	9,0 M	+12,2%	31,7 M	28,6 M	+10,9%
ParkShopping Canoas	12,6 M	11,3 M	+11,3%	38,6 M	35,3 M	+9,3%
ParkJacarepaguá	14,8 M	13,5 M	+10,0%	47,1 M	43,0 M	+9,4%
Subtotal de shoppings	574,7 M	529,9 M	+8,5%	1.804,6 M	1.674,8 M	+7,8%
Morumbi Corporate	10,4 M	10,1 M	+2,4%	42,0 M	43,6 M	-3,8%
ParkShopping Corporate	2,3 M	2,0 M	+12,9%	8,9 M	8,1 M	+10,9%
Subtotal de torres corporativas	12,7 M	12,2 M	+4,1%	50,9 M	51,7 M	-1,5%
Total portfólio	587,4 M	542,1 M	+8,4%	1.855,5 M	1.726,5 M	+7,5%

Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR)

Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR)

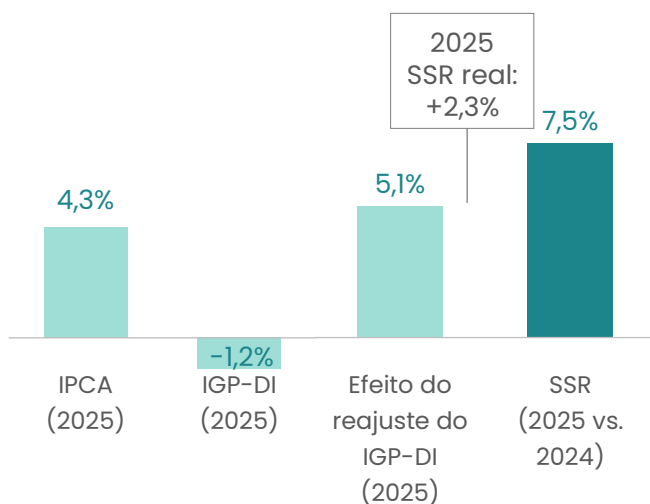
Crescimento real do SSR de 2,3% em 2025

Em 2025, o portfólio da Multiplan registrou Aluguel nas Mesmas Lojas (SSR) de 7,5% em relação a 2024, representando um crescimento real de 2,3%, acima do efeito do reajuste do IGP-DI de 5,1%.

Adicionalmente, no 4T25, o portfólio apresentou crescimento de SSR de 5,0% em comparação ao 4T24 e crescimento real de SSR de -0,2%, impactado principalmente por uma base de comparação desafiadora frente ao 4T24, período o qual se beneficiou de uma renegociação contratual que resultou em crescimento real de SSR de 7,8%.

O efeito do reajuste do IGP-DI apresentado no gráfico estima os reajustes da inflação nos contratos de locação durante o período. Uma simulação histórica simplificada está disponível no site de RI da Companhia ([link](#)).

Índices e SSR – 2025



BarraShoppingSul – Evento de Natal





Receitas de Estacionamento & Serviços

Receita de estacionamento

Expansões potencializam atração de clientes

Em 2025, a receita de estacionamento atingiu R\$346,4 milhões, com crescimento de 9,1% em relação a 2024, impulsionada principalmente pelos reajustes de tarifas implementados em 19 shoppings ao longo do ano. O ParkShopping Barigüi apresentou o maior crescimento anual de receita de estacionamento, apoiado por sua expansão inaugurada em nov/24, que resultou no maior aumento de fluxo de veículos do portfólio em comparação ao ano anterior (+15,7%).

No 4T25, a receita de estacionamento totalizou R\$102,2 milhões, com alta de 4,9% vs. o 4T24.

Entre os destaques do trimestre, o Parque Shopping Maceió, cuja expansão foi inaugurada em nov/25, se sobressaiu ao registrar o maior crescimento trimestral de receita de estacionamento (+20,6%).

Receita de estacionamento anual (R\$)



Receita de serviços

Crescimento de dois dígitos no ano e no trimestre

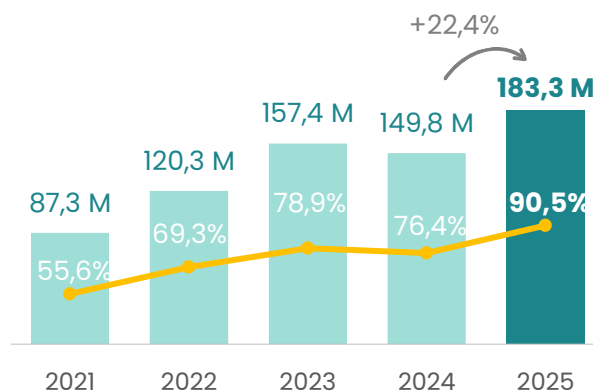
A receita de serviços cresceu 22,4% em 2025, totalizando R\$183,3 milhões.

O aumento foi impulsionado principalmente pelo crescimento do NOI, que atingiu o maior nível desde o IPO da Companhia¹, e pelas taxas de administração. A receita de serviços passou a representar 90,5% das despesas gerais e administrativas (G&A) em 2025, refletindo o valor da sua gestão.

No 4T25, a receita de serviços avançou 38,6%, o maior crescimento para um quarto trimestre desde o 4T21, sustentado pelo aumento das taxas de serviços e pela expansão do NOI.

¹ O IPO da Companhia ocorreu em jul/07.

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



Despesas de propriedades

Despesas de propriedades

Reduções recordes no ano e no tri levam ao melhor resultado desde 2015

Em 2025, as despesas de propriedades (soma de shopping center e torres corporativas) totalizaram R\$111,5 milhões, representando uma redução de 32,2% vs. 2024, atingindo o menor nível anual desde 2015 e marcando a maior queda anual já registrada desde o IPO da Companhia.

Esse resultado também representa o terceiro ano consecutivo de redução das despesas de propriedades.

O desempenho foi impactado principalmente por:

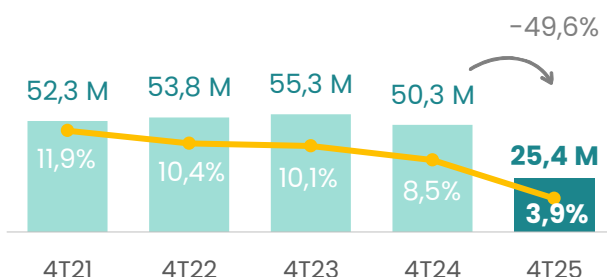
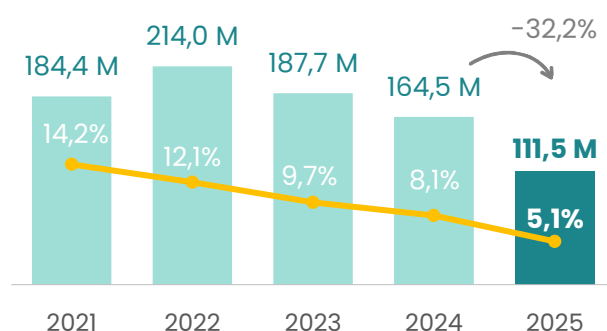
- recuperação de despesas de períodos anteriores ao longo de todos os trimestres do ano;
- menor inadimplência líquida anual já registrada (-0,4%), com níveis reduzidos em todos os trimestres, incluindo dois períodos de inadimplência negativa, o 3T25 (-1,9%) e o 4T25 (-0,9%), reduzindo a necessidade de provisões; e
- aumento anual de 16 p.b. na taxa de ocupação, alcançando 96,3%, o maior nível desde 2019, contribuindo para a redução de despesas relacionadas à vacância.

As despesas com propriedades como % das receitas de propriedades¹ atingiram 5,1% em 2025, também o menor patamar anual desde o IPO.

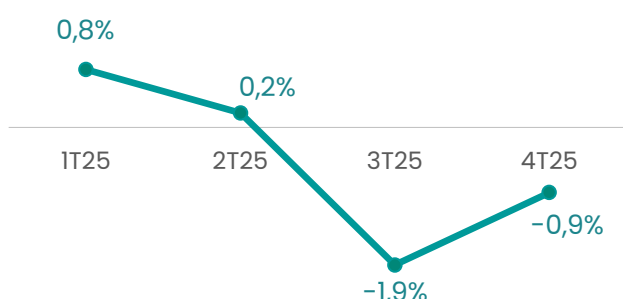
No 4T25, as despesas de propriedades totalizaram R\$25,4 milhões, com queda de quase metade (-49,6%) em relação ao 4T24, representando a maior redução trimestral já registrada.

Esses ganhos de eficiência nas despesas com propriedades também impulsionaram margens NOI recordes, que alcançaram 94,9% no ano e 96,1% no 4T25 — os níveis mais elevados desde o IPO da Companhia.

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



Taxa de inadimplência líquida trimestral



Menor despesa de propriedade anual desde 2015

Menor inadimplência líquida anual: -0,4% em 2025

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



Resultado Operacional Líquido (NOI)

Resultado Operacional Líquido (NOI)

Eficiência de custos com desempenhos recordes de NOI e margem

Em 2025, a Multiplan alcançou o maior Resultado Operacional Líquido (NOI) desde o IPO (jul/07), totalizando R\$2.079,1 milhões, com crescimento de 12,0% em relação a 2024.

A margem NOI atingiu nível recorde de 94,9%, com expansão de 305 p.b. na comparação anual, representando a terceira maior expansão de margem da história da Companhia como empresa aberta.

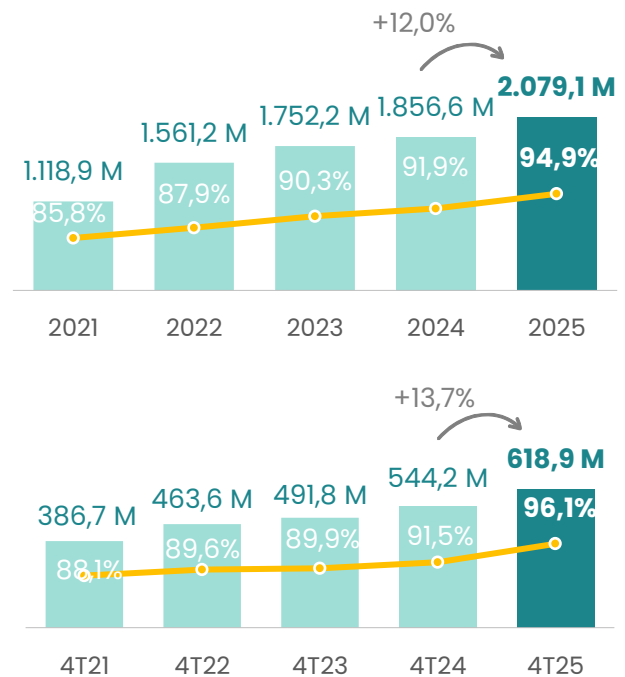
Esse desempenho reflete ganhos relevantes de eficiência operacional, combinados ao crescimento contínuo das receitas. As despesas de propriedades totalizaram R\$111,5 milhões, o menor patamar desde 2015, com queda de 32,2% em relação ao ano anterior e a maior redução desde o IPO.

O crescimento anual do NOI também foi beneficiado pela expansão das receitas, com aumento de 7,5% na receita de locação e de 9,1% na receita de estacionamento.

No 4T25, os ganhos de eficiência foram ainda mais expressivos: o NOI avançou 13,7% em relação ao 4T24, alcançando R\$618,9 milhões, o maior resultado trimestral já registrado. A margem NOI subiu para 96,1%, o maior nível histórico para qualquer trimestre, representando uma expansão de 453 p.b. em comparação ao 4T24.

Maiores margens NOI anual (94,9%) e trimestral (96,1%)

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



NOI (R\$)	4T25	4T24	Var.%	2025	2024	Var.%
Receita de locação	587,4 M	542,1 M	+8,4%	1.855,5 M	1.726,5 M	+7,5%
Apropriação de receita de aluguel linear	-45,3 M	-44,9 M	+0,9%	-11,4 M	-22,9 M	-50,3%
Receita de estacionamento	102,2 M	97,4 M	+4,9%	346,4 M	317,5 M	+9,1%
Receita operacional	644,2 M	594,5 M	+8,4%	2.190,6 M	2.021,1 M	+8,4%
Despesas de propriedades	-25,4 M	-50,3 M	-49,6%	-111,5 M	-164,5 M	-32,2%
NOI	618,9 M	544,2 M	+13,7%	2.079,1 M	1.856,6 M	+12,0%
Margem NOI	96,1%	91,5%	+453 b.p.	94,9%	91,9%	+305 b.p.

Despesas G&A & Remuneração baseada em ações

Despesas Gerais & Administrativas (G&A)

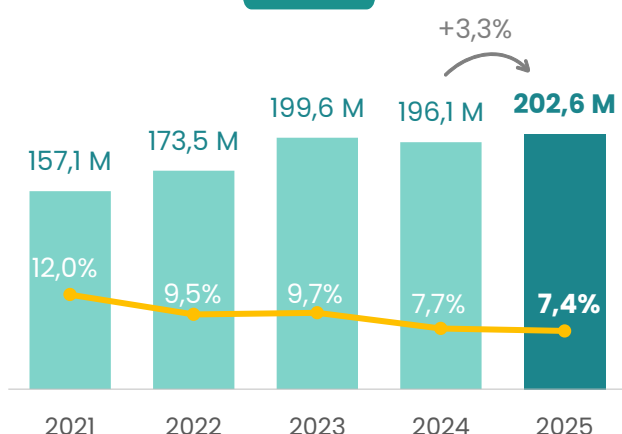
Disciplina de custos impulsiona indicadores a mínimas históricos

Em 2025, as despesas gerais e administrativas (G&A) da Multiplan totalizaram R\$202,6 milhões, representando 7,4% da receita líquida, o menor índice anual desde o IPO da Companhia¹, refletindo sua eficiência operacional e disciplina de custos.

As despesas de G&A cresceram 3,3% na comparação anual, abaixo da inflação do período (IPCA de 4,3%), evidenciando diluição real de custos.

No 4T25, as despesas de G&A recuaram 5,6%, totalizando R\$54,5 milhões e representando 6,0% da receita líquida, também o menor índice trimestral desde o IPO da Companhia¹.

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



Remuneração baseada em ações

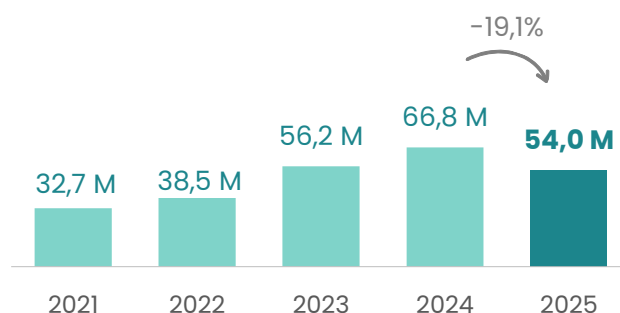
Despesas com remuneração baseada em ações em queda de 19,1%

As despesas com remuneração baseada em ações totalizaram R\$54,0 milhões em 2025, com queda de 19,1% em relação a 2024, apesar do aumento do valor da ação em 29,3% no ano.

No 4T25, essas despesas recuaram 7,2% em comparação ao 4T24, atingindo R\$15,6 milhões.

Essa variação decorreu principalmente da conclusão da provisão de parcelas de planos anteriores.

Remuneração baseada em ações (R\$)



¹ O IPO da Companhia foi realizado em jul/07. Não considera 2020, ano da pandemia.



Resultados de Empreendimentos Imobiliários

Empreendimentos Imobiliários

Mais de meio bilhão em receitas (de novo)

Em 2025, a receita de venda de imóveis totalizou R\$566,0 milhões, o segundo maior nível da série histórica da Companhia e um crescimento de 9,9% em relação a 2024. Esse desempenho foi impulsionado principalmente pela conclusão da venda de uma participação de 20% no ParkShoppingSãoCaetano, que gerou R\$237,0 milhões em receita.

Adicionalmente, a conclusão da venda de um terreno em Ribeirão Preto e de outro no Parque Shopping Maceió contribuíram com R\$89,9 milhões em receitas.

A primeira fase do Golden Lake (Lake Victoria) foi entregue no 4T25 e gerou receita de R\$161,9 milhões ao longo do ano, representando um aumento de 22,1% em comparação a 2024.

Até 31 de dezembro, 77,7% das unidades da primeira fase do Golden Lake haviam sido vendidas, correspondendo a um Valor Geral de Vendas (VGV) de R\$434,1 milhões. Até o momento, a receita total reconhecida dessa primeira fase soma R\$434,1 milhões.

A construção do Lake Eyre, segunda fase do Golden Lake, teve início em mai/25, com receita acumulada de R\$74,7 milhões até o final de 2025.

Até 31 de dezembro de 2025, 69,3% de suas unidades haviam sido vendidas, correspondendo a um VGV de R\$256,3 milhões, de um VGV total esperado de R\$350,0 milhões.

No 4T25, a receita de venda de imóveis totalizou R\$282,0 milhões, com queda de 22,6% em relação ao 4T24, impactada por uma base de comparação mais desafiadora, em função da venda de dois terrenos em Ribeirão Preto e de uma participação minoritária no JundiáShopping no 4T24.





Resultados Financeiros

EBITDA

EBITDA

EBITDA recorde no ano e no trimestre

Em 2025, o EBITDA da Multiplan atingiu R\$2.003,4 milhões, com crescimento de 8,4% na comparação anual, alcançando o maior nível desde o IPO da Companhia (jul/07).

O resultado foi impulsionado principalmente por ganhos de eficiência operacional em diversas linhas de custos. As despesas de propriedades recuaram 32,2% em relação a 2024, atingindo o menor nível desde 2015 e representando a maior redução desde o IPO. As despesas de projetos para locação caíram 44,6%, enquanto as despesas de remuneração baseada em ações diminuíram 19,1%, reforçando o crescimento do EBITDA.

O aumento das receitas também contribuiu para o desempenho, com avanços na receita de locação (+7,5%), venda de imóveis (+9,9%), estacionamento (+9,1%) e serviços (+22,4%).

A margem EBITDA alcançou 73,1%, com expansão de 52 p.b. em relação a 2024, refletindo o crescimento das receitas acima das despesas e evidenciando, mais uma vez, os ganhos de eficiência da Companhia.

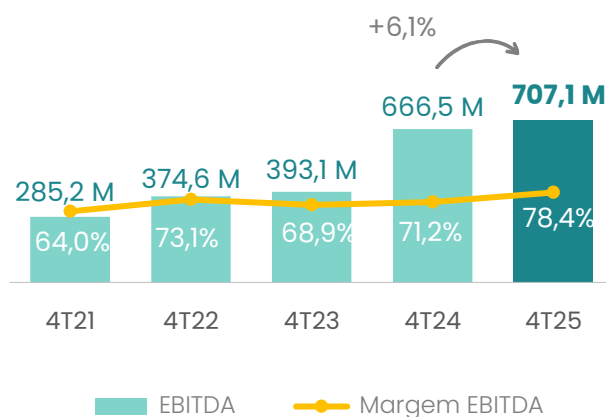
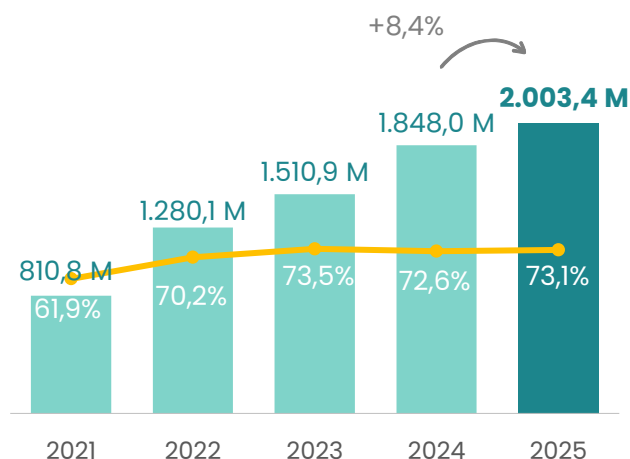
A margem EBITDA de Propriedades (excluindo venda de imóveis) aumentou 486 p.b., atingindo 85,0%, o maior nível anual desde o IPO.

No 4T25, o EBITDA cresceu 6,1% na comparação anual, alcançando R\$707,1 milhões, o maior resultado trimestral já registrado, refletindo a forte otimização de custos observada ao longo do ano, com redução em todas as linhas de despesas que compõem o EBITDA, incluindo projetos para locação (-79,0%), propriedades (-49,6%), projetos para venda (-19,4%), remuneração baseada em ações (-7,2%) e despesas gerais e administrativas (-5,6%).

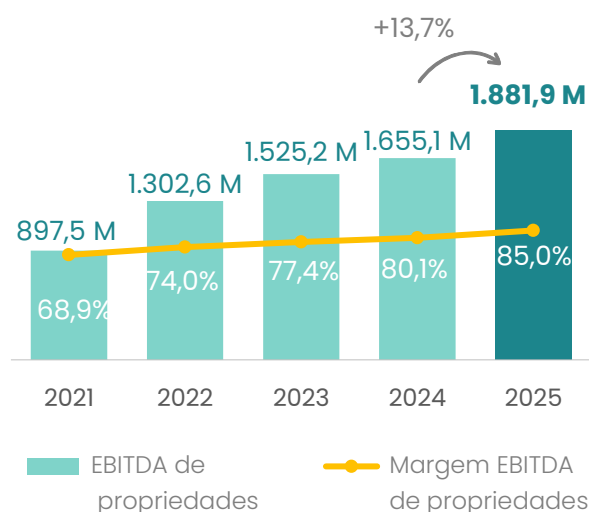
Maior margem EBITDA de Propriedades anual: 85,0%

Maior EBITDA anual e trimestral

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



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





Resultados Financeiros

Endividamento e Disponibilidades

Endividamento e Disponibilidades

Perfil de endividamento equilibrado, com gestão proativa de passivos

Ao final de 2025, a dívida bruta da Multiplan totalizava R\$5.440,0 milhões, representando uma redução de 0,9% em relação a set/25 (R\$5.489,7 milhões). Do total, 95,9% estava indexado ao CDI e 4,1% à TR.

O custo médio da dívida ao final do ano foi de 15,45%, 45 p.b. acima da taxa Selic e estável em relação a set/25 (15,43%), enquanto o prazo médio alcançou 59 meses.

Ao longo do ano, a Multiplan captou R\$500,0 milhões por meio da emissão de um Certificado de Recebíveis Imobiliários (CRI) com prazo de 10 anos, *bullet*, a um custo equivalente a 98% do CDI a.a.

Durante o período, como parte de sua estratégia de gestão de passivos, a Companhia realizou a amortização antecipada de R\$120,0 milhões de um empréstimo com vencimento em 2027, remunerado a CDI + 1,75% a.a.

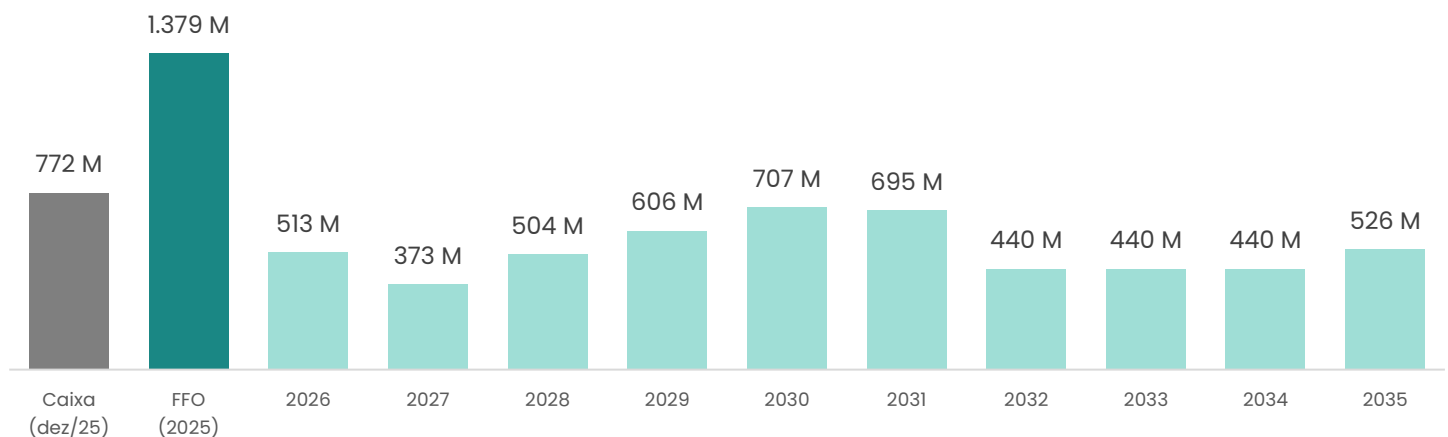
Indexadores do endividamento (a.a.) em dez/25

	Desempenho do Indexador	Taxa de juros média ¹	Custo da dívida	Dívida bruta ² (R\$)
TR	1,96%	8,23%	10,19%	225,1 M
CDI	15,00%	0,67%	15,67%	5.214,9 M
Total	14,46%	0,99%	15,45%	5.440,0 M

¹ Média ponderada da taxa anual.

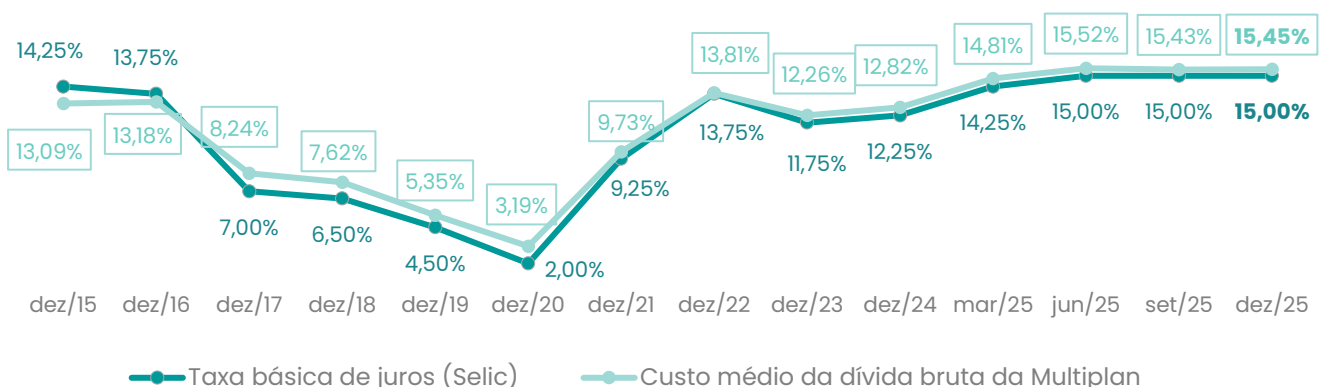
² A dívida da Companhia é denominada em moeda local.

Cronograma de amortização da dívida bruta³ – dez/25 (R\$)



³ Considera apenas os valores do principal, excluindo juros e custos de financiamento.

Custo médio da dívida bruta (% a.a.)





Resultados Financeiros

Endividamento e Disponibilidades

Endividamento estável em meio à continuidade dos investimentos e da remuneração aos acionistas

A Multiplan encerrou 2025 com posição de caixa de R\$771,9 milhões e dívida líquida de R\$4.668,1 milhões, um aumento de 5,4% em relação a set/25.

O indicador Dívida Líquida/EBITDA encerrou o ano em 2,33x, levemente acima de set/25 (2,26x), refletindo a menor posição de caixa.

Os principais desembolsos de caixa durante o trimestre incluíram:

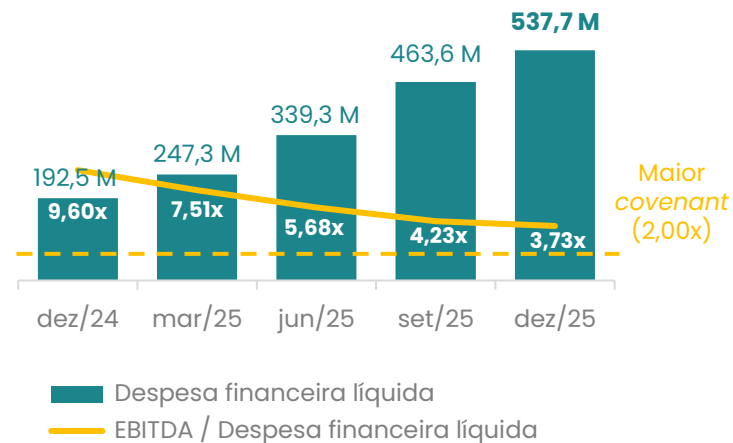
- R\$502,5 milhões em investimentos (CAPEX), incluindo R\$372,8 milhões relacionados à aquisição de participação no BarraShopping;
- amortizações programadas de dívida totalizando R\$17,2 milhões e R\$185,0 milhões em juros¹; e
- desembolso de R\$175,6 milhões como Juros sobre o Capital²;

A saída de caixa foi parcialmente compensada pela geração de caixa de R\$570,2 milhões no trimestre, incluindo os recursos recebidos com a venda de participações minoritárias no JundiáShopping e no ParkShoppingSãoCaetano, que totalizaram R\$187,8 milhões.

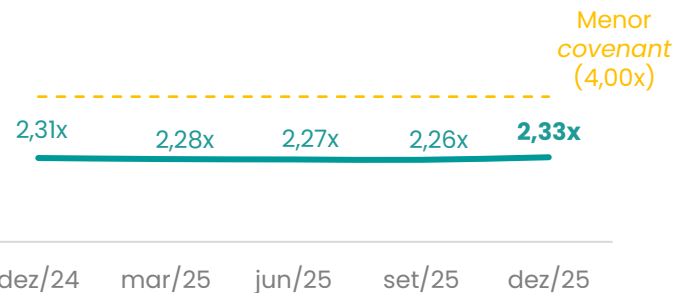
¹ Líquido de receitas financeiras.

² Líquido de impostos retidos na fonte.

Despesa Financeira Líquida (R\$) e índice de cobertura (12M)



Evolução da Dívida Líquida/EBITDA 12M



Análise da Posição Financeira (R\$)	31/12/2025	30/09/2025	Var. %
Dívida Bruta	5.440,0 M	5.489,7 M	-0,9%
Posição de Caixa	771,9 M	1.061,9 M	-27,3%
Dívida Líquida	4.668,1 M	4.427,8 M	+5,4%
EBITDA 12M	2.003,4 M	1.962,8 M	+2,1%
Valor justo das propriedades para investimentos	33.484,2 M	32.816,2 M	+2,0%
Dívida Líquida/EBITDA	2,33x	2,26x	+3,3%
Dívida Bruta/EBITDA	2,72x	2,80x	-2,9%
EBITDA/Despesa Financeira Líquida	3,73x	4,23x	-12,0%
Dívida Líquida/Valor Justo	13,9%	13,5%	+45 p.b.
Dívida Total/Patrimônio Líquido	0,86x	0,91x	-5,3%
Dívida Líquida/Valor de Mercado	33,4%	29,7%	+371 p.b.
Prazo Médio de Amortização (meses)	59	61	-3,9%



Resultados Financeiros

Lucro líquido

Lucro líquido

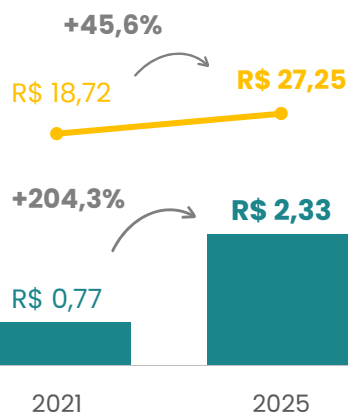
Crescimento do LPA¹ superando o desempenho da ação

O lucro líquido superou R\$1,0 bilhão pelo terceiro ano consecutivo, totalizando R\$1.141,1 milhões em 2025, com queda de 14,9% em relação a 2024, impactado principalmente pelo aumento das despesas financeiras (+89,9%).

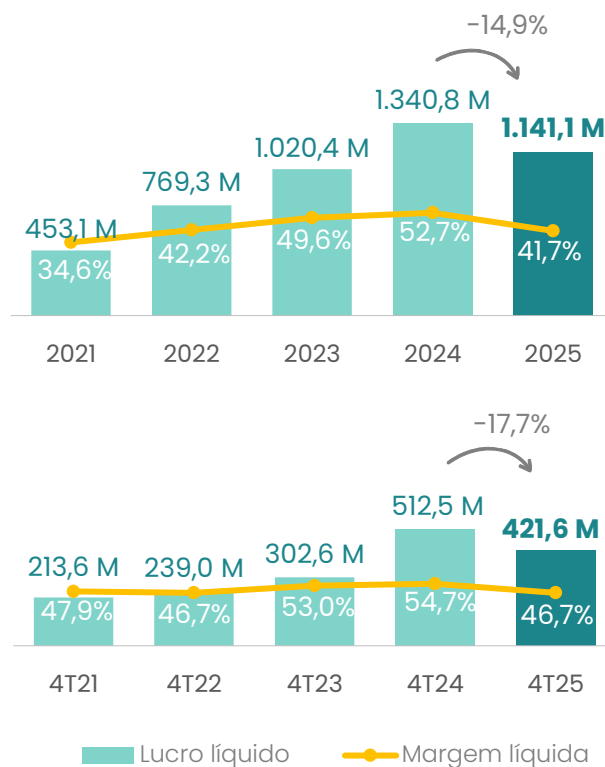
O lucro por ação¹ (LPA) atingiu R\$2,33, representando crescimento acumulado de 204,3% desde 2021 e um CAGR² de 32,1%, superando de forma significativa o desempenho das ações da Companhia.

No 4T25, o lucro líquido totalizou R\$421,6 milhões, com retração de 17,7% em comparação ao 4T24.

Crescimento do LPA¹ da Multiplan vs. desempenho das ações



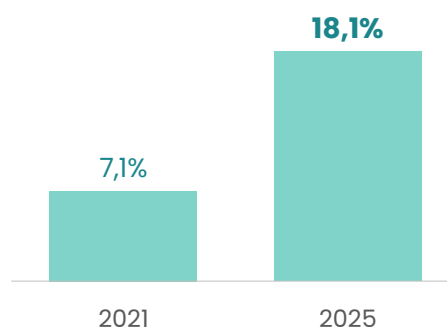
Lucro líquido (R\$) e margem (%)



¹ Lucro por ação: lucro líquido dividido pela quantidade de ações em circulação (excluindo ações em Tesouraria) no final do período.

² CAGR (Compound Annual Growth Rate) significa Taxa de Crescimento Anual Composta..

ROE³ anual



Forte expansão do lucro acompanhada por aumento do ROE³

Nos últimos anos, a Companhia não apenas apresentou crescimento consistente do lucro líquido, como também o fez com eficiência crescente na utilização do capital dos acionistas, impulsionada, entre outros fatores, pelas recompras de ações.

Esse movimento é evidenciado pela expansão do retorno sobre o patrimônio líquido (ROE³) em 1.099 p.b. desde 2021, alcançando 18,1% em 2025, o que reforça uma trajetória clara e consistente de criação de valor.

³ Retorno sobre o Patrimônio Líquido (ROE): Lucro Líquido (12M)/Patrimônio Líquido total no final do período.



Resultados Financeiros

Lucro líquido

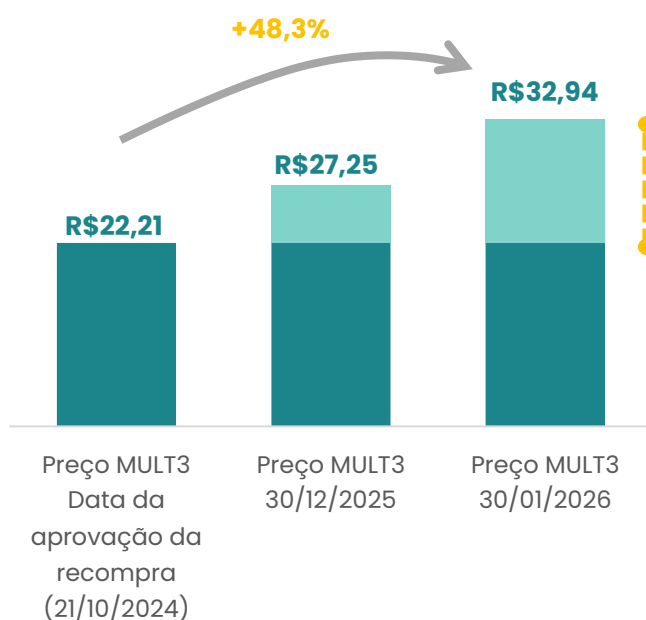
Recompra de ações gerando quase R\$1,0 bilhão em valor bruto

Em 2024, a Multiplan recomprou 90,0 milhões de ações, com investimento total de R\$2,0 bilhões, a um preço médio de R\$22,21 por ação.

Em 30 de janeiro de 2026, o preço da ação havia alcançado R\$32,94, resultando em aproximadamente R\$966,2 milhões em criação de valor bruto — ou R\$764,3 milhões líquidos de despesas financeiras¹ e de JCP².

Essa criação de valor de quase R\$1,0 bilhão, que não é registrada no balanço da Companhia, é comparável ao lucro líquido de R\$1,1 bilhão registrado em 2025.

Retorno da recompra¹ (R\$/ação)



■ Valor empregado na recompra ■ Retorno nominal

XGanho nominal por ação: **R\$10,73**Quantidade recomprada: **90 M****+****Retorno nominal: R\$966,2 M**Juros sobre o Capital Próprio²: **R\$150,2 M**Despesas financeiras³: **R\$352,1 M****Retorno acima do
carrego financeiro: R\$764,3 M**

¹ Para calcular o retorno da recompra, considerou-se que as ações adquiridas ao preço médio de R\$22,21 passaram a valer R\$32,94 em 30/jan/26 (preço de fechamento). O retorno foi calculado subtraindo o preço de fechamento da ação em 30/jan/26 das despesas financeiras no período nov/24 – jan/26 e dos juros sobre o capital próprio deliberados desde o fechamento da operação. ² Juros sobre o capital próprio deliberados desde a aprovação da recompra (30/set/24, 23/dez/24, 26/mar/25, 24/jun/25, 23/set/25, 22/dez/25), que totalizaram R\$ 1,67, multiplicados pelos 90 milhões de ações. ³ As despesas financeiras da recompra foram estimadas considerando o custo de captação mensal da dívida da Companhia entre nov/24, primeiro mês após a aprovação da recompra, e jan/26. Para jan/26 foi utilizado uma estimativa do custo da dívida.



Resultados Financeiros

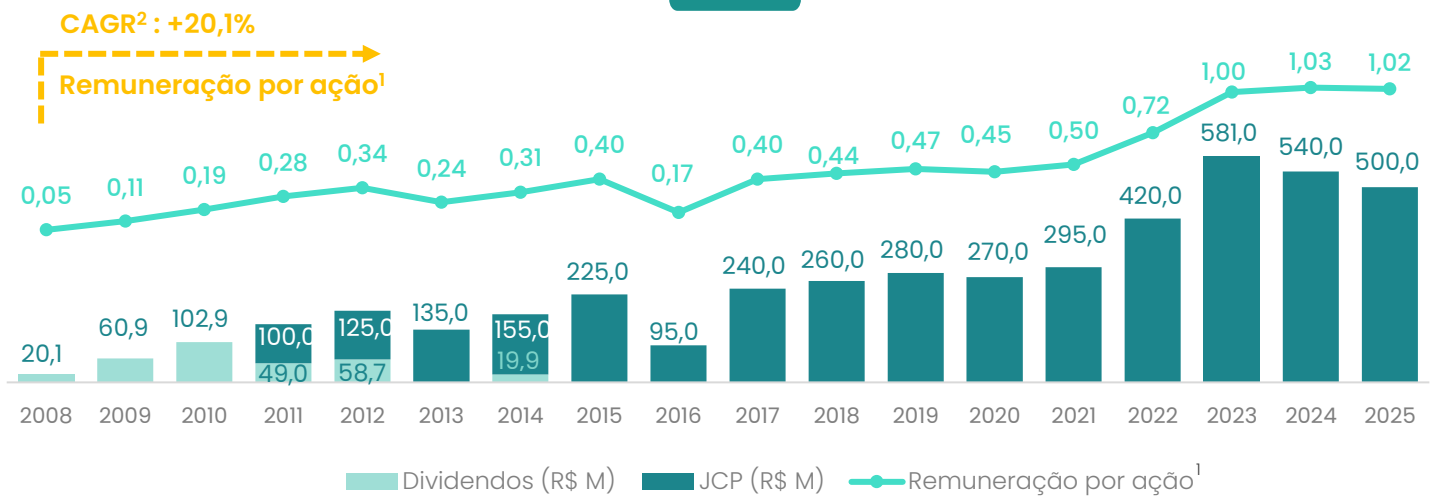
Lucro líquido

Histórico robusto de remuneração por ação¹

No 4T25, a Companhia aprovou Juros sobre Capital Próprio (JCP) no montante de R\$150,0 milhões, totalizando R\$500,0 milhões em 2025, o que resultou em um *payout* de 46,1%.

Apesar da queda do lucro líquido, principalmente em função do aumento das despesas financeiras, a remuneração por ação permaneceu estável na comparação anual (-1,0%), alcançando R\$ 1,02 em 2025.

Distribuição de remuneração aos acionistas



¹ Dividendos + Juros sobre o Capital Próprio declarados divididos pelo número de ações em circulação (excluindo ações em tesouraria) na data da aprovação.

Juros sobre Capital Próprio (JCP) retroativo

O Superior Tribunal de Justiça (STJ), ao julgar o Tema 1.319, sob o rito dos recursos repetitivos, firmou o entendimento, com efeitos vinculantes, de que as empresas podem deduzir da base de cálculo do IRPJ e da CSLL os saldos referentes a distribuições de Juros sobre Capital Próprio (JCP) apurados em exercícios anteriores.

A Multiplan estima um saldo que lhe permite deliberar JCP no valor de até aproximadamente R\$1,0 bilhão.





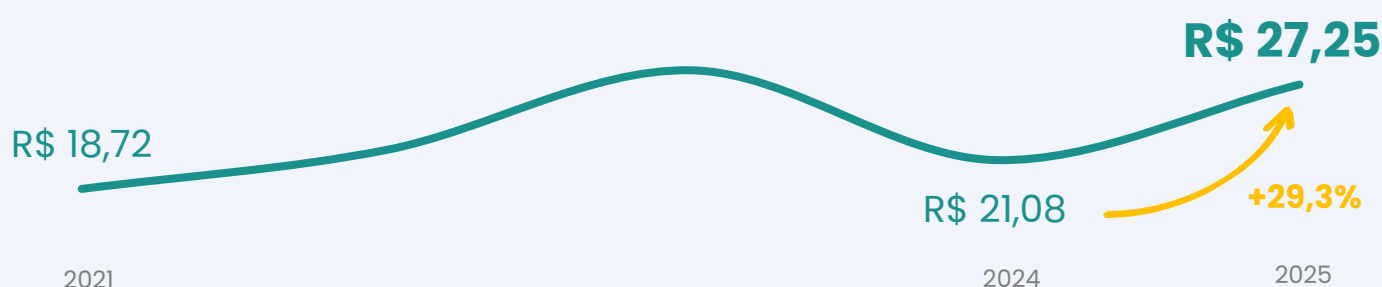
Resultados Financeiros

Lucro Líquido

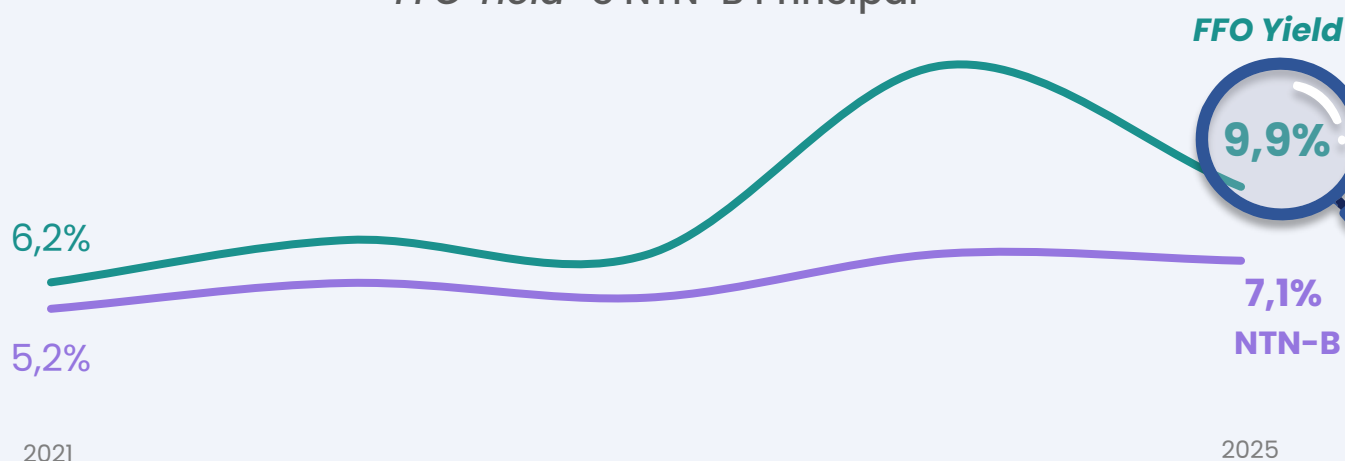
Indicadores anuais de *valuation* MULT3¹ (2021 – 2025)

Apesar da valorização de 29,3% das ações em 2025, os múltiplos de *valuation* da Multiplan permanecem distantes dos níveis históricos, suportados pela melhora consistente dos resultados operacionais da Companhia.

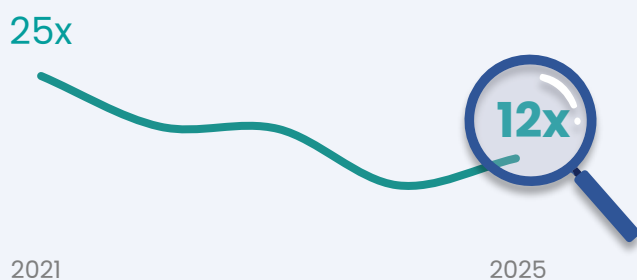
Evolução do preço da ação MULT3



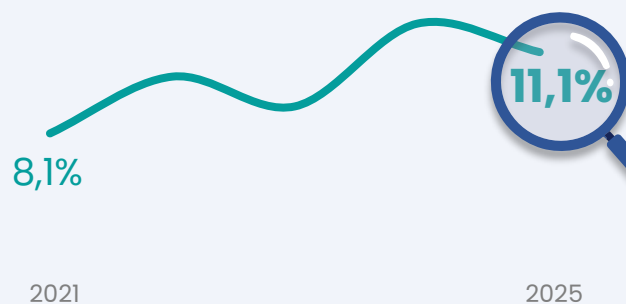
FFO Yield² e NTN-B Principal³



P/L⁴



Cap rate⁵



¹ Refere-se aos preços de fechamento de mercado anuais desde 2019. ² FFO (Fluxo de caixa operacional) Yield: FFO (12M)/Valor de mercado no final do ano. ³ NTN-B é o título do governo brasileiro indexado à inflação. O título de maior duração na data especificada foi considerado para o yield da NTN-B principal. Vencimentos em 2035, 2045 e 2050 calculados pela média diária das taxas de compra e venda. Fonte NTN-B: Tesouro Nacional do Brasil. ⁴ Índice P/L: Valor de mercado no final do ano / Lucro Líquido (12M). ⁵ Cap Rate: NOI (12M)/(Valor de mercado + Dívida Líquida).



Resultados Financeiros

Fluxo de caixa operacional (FFO)

Fluxo de caixa operacional (FFO)

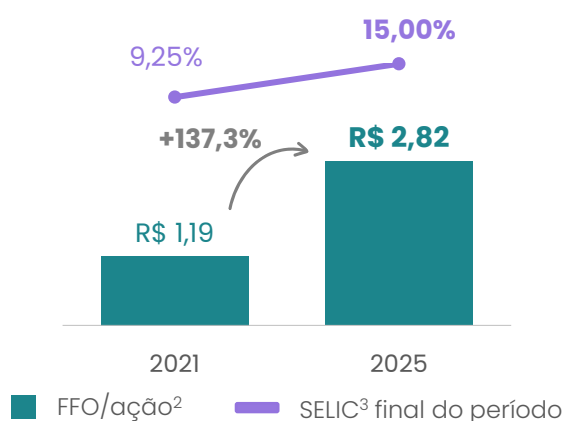
CAGR¹ do FFO por ação² de 24,1% nos últimos cinco anos

Em 2025, o FFO (Fluxo de caixa operacional) totalizou R\$1.378,6 milhões, com queda de 12,9% em relação a 2024, e margem FFO de 50,3%. O resultado foi impactado principalmente pelo aumento de 89,9% das despesas financeiras, decorrente da recompra de aproximadamente 90 milhões de ações por R\$2,0 bilhões em nov/24.

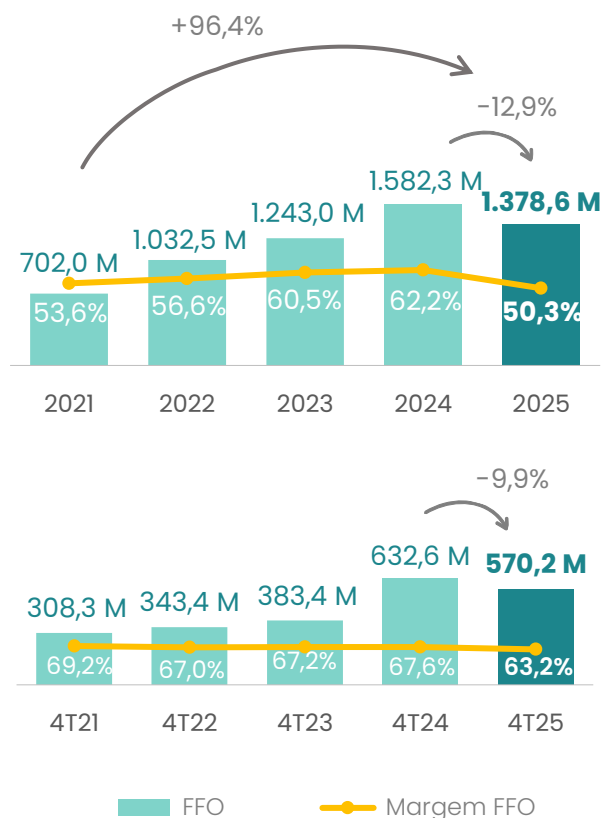
Nos últimos cinco anos, o FFO da Companhia cresceu 96,4%, enquanto o FFO por ação² apresentou avanço ainda mais expressivo, de 137,3%. Entre 2021 e 2025, o FFO por ação registrou um CAGR¹ de 24,1%, bem acima da maior taxa Selic³ observada no período (15,0%). Esse desempenho de longo prazo reflete a sólida execução operacional e a disciplina na gestão de custos, tendência que permaneceu evidente em 2025, conforme detalhado na seção de EBITDA (página 28).

No 4T25, o FFO atingiu R\$570,2 milhões, com recuo de 9,9% vs. o 4T24, e margem FFO de 63,2%.

FFO por ação² (R\$)



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



FFO (R\$)	4T25	4T24	Var.%	2025	2024	Var.%
Lucro Líquido	421,6 M	512,5 M	-17,7%	1.141,1 M	1.340,8 M	-14,9%
(-) Depreciações e amortizações	(33,5 M)	(35,6 M)	-6,1%	(137,8 M)	(138,5 M)	-0,5%
(-) Imposto de renda e contrib. social diferidos	(69,8 M)	(39,6 M)	76,5%	(88,4 M)	(80,1 M)	10,3%
(-) Aprop. receita de aluguel linear	(45,3 M)	(44,9 M)	0,9%	11,4 M	22,9 M	-50,3%
FFO	570,2 M	632,6 M	-9,9%	1.378,6 M	1.582,3 M	-12,9%
Margem FFO	63,2%	67,6%	-434 p.b.	50,3%	62,2%	-1.185 p.b.

¹ CAGR significa Taxa Anual de Crescimento Composta. ² Considera as ações em circulação ao final de cada período menos as ações em tesouraria. ³ A SELIC é a taxa básica de juros do Brasil. Fonte: Banco Central do Brasil.

Capex

Capex

Capex de revitalizações recua de forma significativa, retornando a 4,7% do NOI

Em 2025, a Multiplan investiu R\$863,0 milhões, alocados principalmente em três frentes:

- expansões totalizaram R\$305,6 milhões no ano, com queda de 31,2% em relação a 2024, relacionadas principalmente ao MorumbiShopping, ParkShopping, Parque Shopping Maceió, BH Shopping e BarraShopping;
- revitalizações somaram R\$133,3 milhões, representando redução de 61,5% na comparação anual; e
- aquisição de participação minoritária no BarraShopping, concluída no 4T25, no montante de R\$372,8 milhões, incluindo o Imposto sobre Transmissão de Bens Imóveis (ITBI).

Em linha com o CPC 27, R\$89,6 milhões do CAPEX em 2025 referem-se à apropriação de juros, sendo R\$54,6 milhões relacionados a expansões e R\$35,0 milhões a revitalizações.

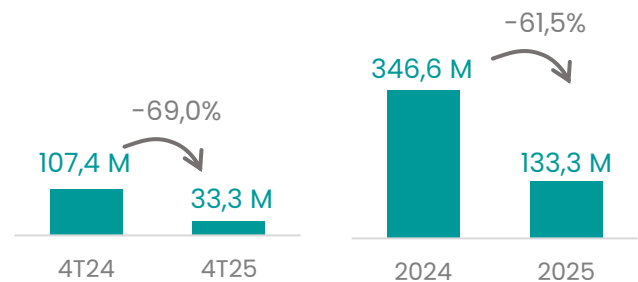
Após o extenso ciclo de revitalizações realizado nos últimos três anos, o CAPEX de revitalizações em 2025, excluindo a apropriação de juros, representou 4,7% do NOI, em linha com os níveis históricos.

No 4T25, a Multiplan investiu R\$502,5 milhões, um aumento de 88,8% em relação ao 4T24. Embora todas as linhas tenham registrado redução relevante na comparação anual, o CAPEX total cresceu em função da aquisição de participação societária no BarraShopping em nov/25.

Detalhamento do CAPEX

CAPEX (R\$)	4T25	2025
Desenvolvimento de <i>Greenfields</i>	-	-
Expansões	81,2 M	305,6 M
Revitalizações, TI, Inovação Digital e Outros	48,5 M	184,6 M
Aquisição de Participação Minoritária	372,8 M	372,8 M
Total	502,5 M	863,0 M

CAPEX de revitalização



CAPEX de revitalização representa **4,7% do NOI de 2025**

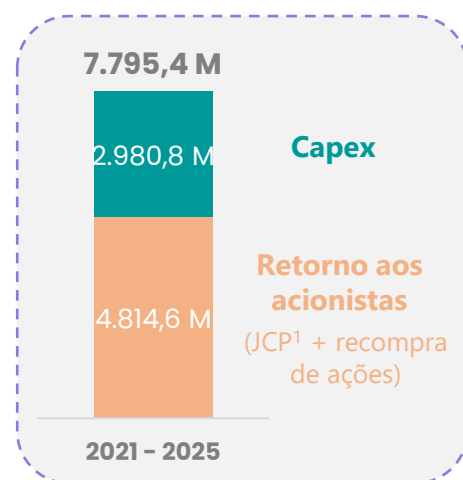
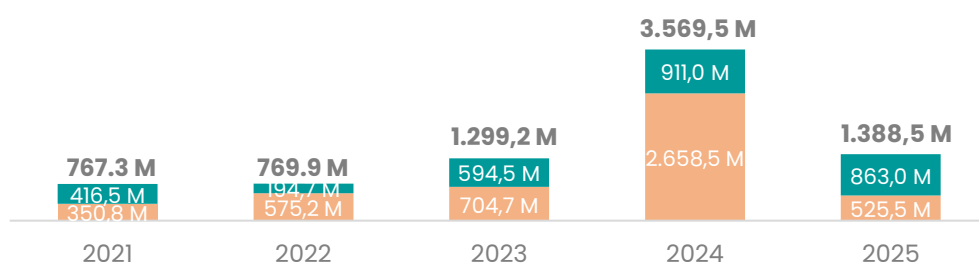




Alocação de capital

Ao longo dos últimos cinco anos, a Multiplan alocou R\$7,8 bilhões em capital, dos quais R\$4,8 bilhões foram retornados aos acionistas por meio de JCP¹ e recompra de ações, enquanto R\$3,0 bilhões foram CAPEX.

Capital total alocado (R\$) (2021 – 2025)



¹ Juros sobre Capital Próprio (JCP).



MorumbiShopping - Obras de expansão em jan/26





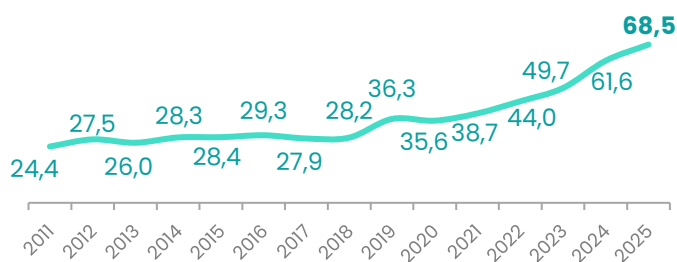
Análise das Propriedades para Investimento

Valor Justo

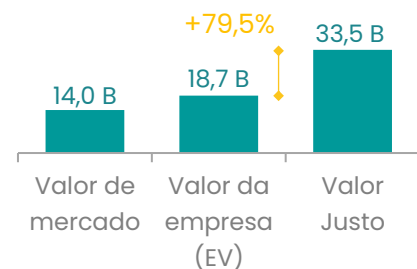
Valor Justo das propriedades para investimento - De acordo com CPC 28

A Multiplan avaliou internamente suas Propriedades para Investimento e determinou seu Valor Justo seguindo a metodologia de Fluxo de Caixa Descontado (DCF), a qual não impacta o balanço da Companhia. O valor presente é calculado usando uma taxa de desconto baseada no modelo CAPM.

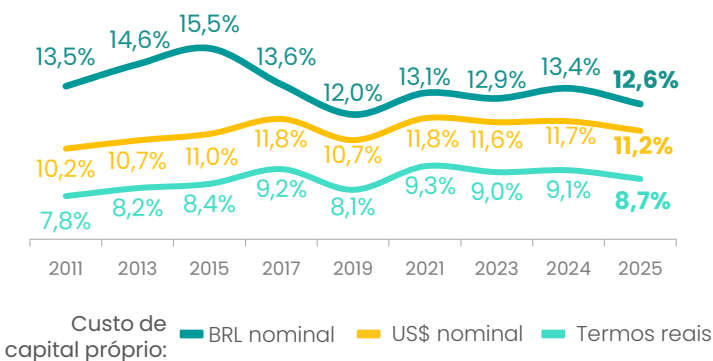
Valor justo por ação (R\$)



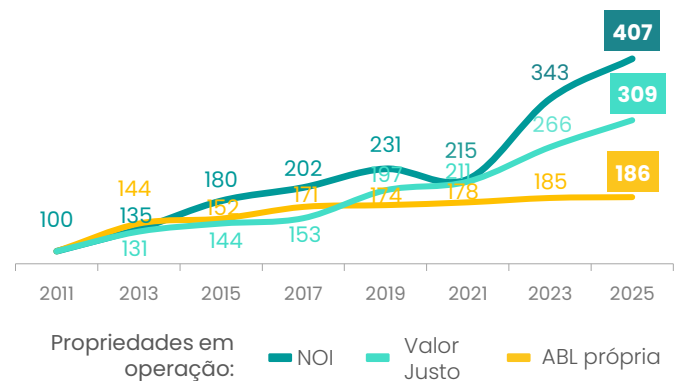
Comparação entre métricas de valor (R\$) (dez/25)



Evolução das taxas de desconto



Valor Justo, NOI e ABL própria (Base 100)



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

Propriedades em operação: NOI Valor Justo ABL própria

Custo de Capital Próprio	2025	2024	2023	2022	2021
Taxa livre de risco (Risk-free rate)	3,37%	3,31%	3,30%	3,29%	3,28%
Prêmio de risco de mercado	6,65%	6,63%	6,50%	6,34%	6,69%
Beta	0,90	0,96	0,97	0,98	0,96
Risco país	190 p.b.	201 p.b.	200 p.b.	202 p.b.	194 p.b.
Prêmio de risco adicional	13 p.b.	6 p.b.	7 p.b.	19 p.b.	27 p.b.
Custo de capital próprio - US\$ nominal	11,16%	11,66%	11,61%	11,71%	11,82%
Premissas de inflação					
Inflação (Brasil) ¹	3,60%	3,92%	3,54%	3,72%	3,50%
Inflação (EUA)	2,31%	2,35%	2,40%	2,40%	2,30%
Custo de capital próprio - R\$ nominal	12,56%	13,38%	12,85%	13,15%	13,14%

¹ A inflação é baseada em estimativas futuras do Banco Central do Brasil. Até 2022, era utilizada uma média de quatro anos mas, a partir de 2023, o período de estimativa foi estendido para 10 anos.

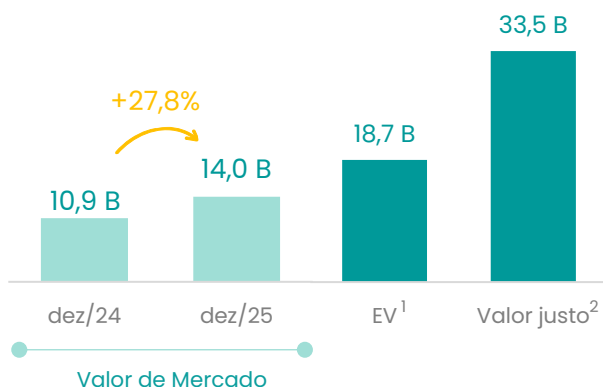
Valor Justo de Propriedades para Investimento (R\$)	2025	2024	2023	2022	2021
Shopping centers e torres corporativas em operação	33.097 M	29.854 M	28.487 M	25.455 M	22.653 M
Projetos em desenvolvimento	234 M	87 M	320 M	97 M	54 M
Projetos futuros	153 M	153 M	152 M	193 M	189 M
Total	33.484 M	30.093 M	28.958 M	25.745 M	22.896 M



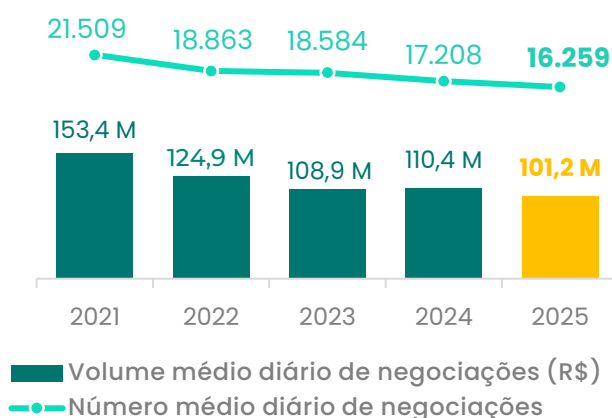
MULT3 e o Mercado de ações

MULT3 e o Mercado de ações

Valor da Multiplan (R\$)



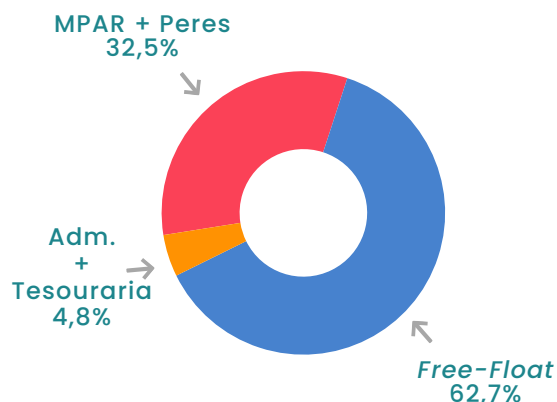
Evolução do volume médio de ações negociadas



Em 2025, a Companhia cancelou 6,0 milhões de ações mantidas em tesouraria:

MULT3 na B3	4T25	4T24	Var.%	2025	2024	Var.%
Preço de fechamento (R\$) – fim do período	27,25	21,08	+29,3%	27,25	21,08	+29,3%
Valor médio diário negociado (R\$)	98,4 M	95,7 M	+2,8%	100,5 M	110,4 M	-9,0%
Valor médio diário negociado³(US\$)	18,2 M	16,4 M	+11,2%	18,0 M	20,5 M	-12,2%
Volume médio diário negociado (nº ações)	3.477.529	3.970.723	-12,4%	3.980.102	4.449.574	-10,6%
Média diária do número de negociações	13.898	16.850	-17,5%	15.674	17.208	-8,9%
Total de ações emitidas – fim do período	513.163.701	519.163.701	-1,2%	513.163.701	519.163.701	-1,2%
Ações em tesouraria – fim do período	23.835.034	30.485.455	-21,8%	23.835.034	30.485.455	-21,8%
Ações em circulação – fim do período	489.328.667	488.678.246	+0,1%	489.328.667	488.678.246	+0,1%
Valor de mercado (R\$) – fim do período	13.983,7 M	10.944,0 M	+27,8%	13.983,7 M	10.944,0 M	+27,8%

Estrutura societária em 31 de dezembro de 2025



Índices

Ao final de 2025, a MULT3 estava listada em 119 índices, incluindo o Índice Ibovespa (IBOV), o Índice Brasil 50 (IBX50), o Índice Imobiliário da B3 (IMOB) e índices da MSCI (Invesco EM, EM IMI, IR SD ACWI ex-US e MSCI ESG Universe).

Índice	Ticker	Peso (%)
Ibovespa	IBOV	0,38%
Índice Imobiliário B3	IMOB	14,64%
Índice Brasil 50	IBX50	0,39%
Índice de Ações com Governança Corporativa Diferenciada	IGCX	0,32%
Índice de Governança Corporativa Trade	IGCT	0,36%
Índice de Ações com Tag Along Diferenciado	ITAG	0,36%

¹ Valor da Empresa (EV): Valor de mercado + Dívida líquida em 30 de dezembro de 2025. ² Valor Justo (FV) dos imóveis calculado de acordo com a metodologia detalhada nas Demonstrações Financeiras de 31 de dezembro de 2025. ³ Baseado na taxa de câmbio média do Banco Central do Brasil de R\$5,395/USD no 4T25, R\$5,837/USD no 4T24, R\$5,585/USD em 2025 e R\$5,392/USD em 2024.



Inovação Digital

Reconhecimento do cliente e inteligência de dados consolidam a maturidade do ecossistema Multi em 2025

Em 2025, a Multiplan consolidou sua estratégia de reconhecimento de clientes frequentes e fortaleceu a parceria com lojistas por meio da inteligência de dados. O amadurecimento do ecossistema digital permitiu que o app Multi encerrasse o ano com **1,5 milhão de downloads** ao longo do ano e o **mesmo volume** de usuários ativos em dezembro.

Simultaneamente, o Canal Lojista atingiu recordes de acesso, oferecendo dados estratégicos sobre o comportamento dos consumidores. O sucesso dessas iniciativas — incluindo o piloto da área "Sou Lojista" — reafirma o compromisso da Companhia em desenvolver soluções digitais orientadas pelo comportamento e pelas necessidades do consumidor.

Programa de Relacionamento Multi

O Programa de Relacionamento Multi, o mais importante pilar de reconhecimento da base de clientes da Companhia, encerrou 2025 com resultados recordes.

A força da plataforma é comprovada pelo envio de **15 milhões de notas fiscais** pelos clientes, em 2025 registrando **20% das vendas totais** dos shoppings via app e um volume financeiro recorde de quase **R\$5 bilhões**, um crescimento robusto de **27% sobre 2024**.

O alto engajamento refletiu-se também no consumo de benefícios, que registrou, em 2025, uma **alta de 54%** em relação ao ano passado.

A oferta de benefícios pelos lojistas, potencializada pela inteligência de dados e pelo sistema de CRM, transforma informação em relevância, garantindo que cada cliente receba ofertas personalizadas e lojistas alcancem o público certo no momento ideal de consumo.

Platinum: o lançamento de uma nova modalidade

Consolidando a estratégia de valorização dos clientes mais engajados, a Companhia lançou a categoria **Platinum** no segundo semestre de 2025, nível máximo de reconhecimento do seu cliente no ecossistema Multi.

O sucesso foi imediato: a base de clientes triplicou até o fim do ano. A alta rentabilidade confirma a eficácia do foco no *Lifetime Value* (LTV); no Natal, o tíquete médio do cliente Platinum foi **37 vezes superior** ao da categoria Green. Esse resultado valida o investimento em atendimento personalizado, transformando fidelidade em desempenho financeiro excepcional.

multi
PLATINUM

1,5 milhão

de clientes e **1,6 milhão** de veículos cadastrados no serviço de pagamento automático de estacionamento¹

¹ Dados referentes ao último dia do ano.

62 milhões

de engajamentos digitais em 2025

180 milhões

de comunicações digitais enviadas aos clientes em 2025

Multi no Top 8²

na loja de aplicativos da Apple™

² Posição registrada em 21/12/25, na categoria "Compras".

1,5 milhão

 de downloads em 2025

10 milhões

 de downloads acumulados

Nova Categoria Platinum

Inovação Digital

Caso Árvore de Natal do BarraShopping



**Multi no
Top 8¹**

Natal de 2025

Em dezembro, o aplicativo Multi alcançou **1,5 milhão de usuários** únicos. No mesmo período, os sites dos shoppings da Companhia somaram **1,2 milhão de visitantes**. No dia 23 de dezembro, dia de maior volume de vendas do ano, o engajamento com o aplicativo atraiu aproximadamente 200 mil clientes conectados em um único dia. Essa força digital posicionou o Multi na **8ª posição¹** entre os aplicativos de compras na App Store™.

¹ Posição registrada em 21 de dezembro de 2025, às 9h00 no aplicativo da App Store™, na categoria "Compras".

Experiência do Cliente, Eficiência Operacional e Dados

Os eventos promovidos pelos shoppings centers da Companhia têm se mostrado um grande vetor de visitas ao Multi, se tornando cada vez mais um canal consolidado de divulgação das atividades de entretenimento.

No ano de 2025, 42% mais clientes acessaram a funcionalidade de eventos e atrações no aplicativo em relação ao ano anterior. A utilização do Multi, no entanto, vai além do aspecto informacional. O aplicativo permite a conveniência de inscrições antecipadas, resgate de benefícios para eventos e outras funcionalidades que agregam valor à experiência do cliente.

No Natal de 2025, o BarraShopping utilizou o aplicativo Multi como canal para dinâmicas envolvendo a visita à sua tradicional árvore: cerca de 120 mil clientes entraram no aplicativo para buscar reservas para si e para suas famílias durante os cerca de 50 dias em que a atração esteve disponível.



Inovação Digital

Caso Árvore de Natal do BarraShopping

• Reserva de ingressos

Os clientes puderam reservar via *app* Multi seus ingressos para visitar a árvore, antes de chegar ao local.

Usando essa comodidade, nos meses de novembro e dezembro destacou-se o caso de diversos clientes que reservaram, pelo aplicativo, suas visitas à árvore de Natal do BarraShopping (RJ) enquanto estavam em outras cidades. Ao final do mesmo dia, utilizaram suas reservas para acessar o evento.

Entre os casos identificados, havia clientes em Arujá, Campinas e Ribeirão Preto (SP), Brasília (DF), Curitiba (PR) e Campos dos Goytacazes (RJ) – municípios localizados entre 300 km e 1.200 km do BarraShopping.



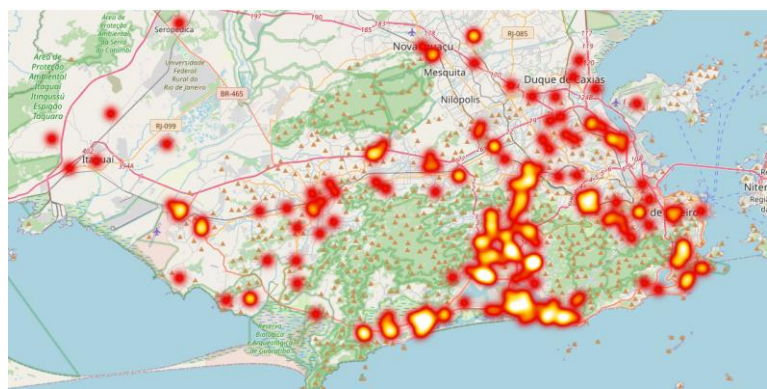
Reserva realizada para visita a árvore do BarraShopping (RJ) feita por clientes em outras cidades para utilização do ingresso no mesmo dia no final da tarde.

• Fila de espera

O evento disponibilizou uma cota de ingressos para clientes sem reserva prévia que chegassem ao shopping no momento da visita, assegurando o atendimento ao fluxo espontâneo do shopping.

• Fast Pass

O projeto também ofereceu o benefício de *Fast Pass* para clientes Platinum e Gold, reconhecendo clientes mais engajados do programa de relacionamento, sem custo adicional para a Companhia.



Exemplo de mapa de calor da localização dos usuários do Multi que acessaram o aplicativo para o agendamento da visita a árvore de Natal do BarraShopping.

Esta iniciativa exemplifica a estratégia de integrar o Multi na jornada do cliente para elevar a experiência nos shoppings e ampliar a eficiência operacional. O mapeamento da visitação trouxe um conhecimento valioso sobre o raio de influência do empreendimento ao revelar a capacidade de atrair público de áreas distantes.

Além disso, os dados gerados oferecem uma visão detalhada sobre o perfil dos consumidores, o que permite que a Multiplan realize comunicações futuras muito mais assertivas e personalizadas conforme o interesse de cada cliente.

Inovação Digital

Desempenho maximizado em comunicações com o cliente

Em 2025, o conhecimento profundo dos hábitos dos consumidores permitiu refinar o envio das comunicações digitais, ampliando a taxa de abertura de mensagens enquanto reduzia o volume total de envios. Isso ocasionou diminuição de custos e melhor experiência para o cliente.

A assertividade da comunicação é exemplificada pelo forte aumento de taxa de abertura das *push messages*, que no 2S25 dobrou em relação ao mesmo período de 2024. Ao mesmo tempo, através da aplicação de Inteligência Artificial e a personalização de conteúdos, a Companhia reduziu em 20% o volume de mensagens enviadas, em comparação a 2024.

Ecosistema Multi: Valor compartilhado com o lojista

Em 2025, a Multiplan continuou a expandir a entrega de valor para seus lojistas, compartilhando a inteligência capturada através do Multi para fortalecer a operação na ponta.

Conheça seu Cliente: com acesso a *insights* ainda mais estratégicos, como mapas de calor e gráficos cruzando o consumo agregado entre

marcas, os lojistas tiveram acesso a dados estratégicos gerados por meio das notas fiscais enviadas pelos clientes ao aplicativo Multi.

A seção de dados agregados no Canal Lojista permite que os parceiros visualizem o perfil e comportamento de seu público. A relevância da ferramenta foi comprovada com o acesso de quase 1.300 lojistas ao sistema em apenas uma semana, após a última atualização de dados.

Sou Lojista: outra iniciativa para o segmento de lojistas, neste caso destinada aos colaboradores das lojas dos shoppings, foi o lançamento da ferramenta Sou Lojista. Focado no engajamento dos colaboradores, o projeto, que teve seu piloto no ParkJacarepaguá, já conta com 58% das lojas com ao menos 1 colaborador registrado na plataforma.

No Natal, mesmo com a funcionalidade ainda em estágio inicial, a importância do vendedor como embaixador digital foi nítida: mais de **15%** das compras capturadas pelo aplicativo tiveram intervenção direta de um vendedor.

Os vendedores de uma única loja, por exemplo, foram responsáveis por estimular 2.700 clientes a participarem da promoção de Natal com suas compras, demonstrando a relevância da iniciativa.

Em 2026, o projeto será expandido para mais shoppings do portfólio, além de oferecer cada vez mais funcionalidades para este importante público.



Sustentabilidade e iniciativas sociais: destaques de 2025

Em 2025, a Multiplan seguiu avançando em sua agenda ambiental, social e de governança por meio de diversas iniciativas em todo o seu portfólio. Orientada por compromissos de longo prazo e apoiada por uma governança sólida, a Companhia entregou resultados mensuráveis, beneficiando comunidades, fortalecendo parcerias e promovendo engajamento ao longo do ano.

No pilar social, 2025 marca o 10º aniversário da plataforma “Multiplique o Bem”, refletindo uma década de iniciativas sociais consistentes realizadas nos shoppings da Companhia. Em conjunto, essas ações reforçam o compromisso de longo prazo da Multiplan com o crescimento responsável.

Aumento da representação de membros independentes no Conselho de Administração de **29% para 43%**



~500 pets adotados nos shoppings da Companhia



1.300 eventos nos shoppings ao longo do ano

141 ton de comida doada no ano



>235 ações realizadas na plataforma social “Multiplique o Bem”

5.000 bolsas de sangue
>22.000 vidas salvas



100.000 doses de vacina administradas nos shoppings



80.000 atletas participaram em eventos esportivos



Sustentabilidade, iniciativas sociais e de governança corporativa

BarraShopping celebra o Natal com árvore de 75 metros e experiências imersivas

O BarraShopping apresentou seu Natal sob o tema “Viagem à Vila Mágica do Natal”, tendo como destaque uma árvore de 75 metros de altura — equivalente a um edifício de 27 andares.

Além de se consolidar como um dos maiores ícones natalinos do Brasil, a árvore contou com uma ativação interativa em sua base, reunindo ambientes temáticos que atraíram mais de 132 mil visitas por meio de uma jornada sensorial marcada por cenografia, personagens, experiências imersivas e momentos de encantamento.

A programação natalina se estendeu por todo o shopping, com decorações internas especiais, atrações para toda a família e iniciativas solidárias integradas ao “Multiplique o Bem”, reforçando o compromisso do BarraShopping com entretenimento, engajamento comunitário e impacto social positivo.

¹ A árvore de Natal de 2025 do Rockefeller Center tem 23 metros de altura.



3,3x

o tamanho da árvore do Rockefeller Center¹



Rockefeller Center



Barra Shopping

Sustentabilidade, iniciativas sociais e de governança corporativa

Multiplan celebra 10 anos do “Multiplique o Bem” com mobilização social em sete estados

A Multiplan celebrou o 10º aniversário do “Multiplique o Bem”, sua plataforma de impacto social, com uma mobilização de grande escala realizada nos shoppings da Companhia em sete estados, beneficiando mais de 2.400 crianças ao longo do mês de outubro.

A iniciativa reforça o compromisso da Multiplan com a geração de impacto social positivo por meio de ações voltadas à educação, cultura, saúde, inclusão e bem-estar, engajando colaboradores, parceiros e comunidades locais.

Cada nota fiscal cadastrada na promoção se transforma em uma doação. E tem mais: a Multiplan se compromete a igualar o valor arrecadado, dobrando o impacto das contribuições.

Valor arrecadado até o momento

R\$1.000.000,00

Multiplique o Bem 10 ANOS Multiplan

Campanha de arrecadação de Natal

Multiplique o Bem 10 ANOS

Ao longo da última década, o “Multiplique o Bem” mobilizou mais de 200 parceiros e impactou 5,5 milhões de pessoas em todo o país, consolidando-se como um pilar estratégico do engajamento social da Companhia, sustentado por governança, continuidade e forte conexão com as comunidades.

Campanha de arrecadação de Natal 2025

Neste ano, a campanha de arrecadação de Natal, parte do programa social “Multiplique o Bem”, mobilizou milhares de pessoas e arrecadou R\$1,0 milhão em doações para instituições em todo o Brasil.

As notas fiscais cadastradas no aplicativo Multi geraram contribuições por parte dos shoppings, que foram igualadas pela Multiplan, que doou o mesmo valor arrecadado. Alguns empreendimentos também promoveram outras ações solidárias, como campanhas de doação de sangue.

Os recursos arrecadados apoiaram projetos nas áreas de saúde, educação e inclusão social, demonstrando, pelo terceiro ano consecutivo, que gestos simples podem transformar comunidades e gerar impacto positivo relevante.

MorumbiShopping realiza evento de adoção que une arte, solidariedade e cinema

Em outubro, o MorumbiShopping promoveu mais uma edição de seu evento de adoção de cães e gatos, resultando na adoção de mais de 40 animais.

A iniciativa, realizada em parceria com o Instituto Caramelo e a produtora Artery, contou com a participação especial do ator canino Amendoim, protagonista do filme brasileiro Caramelo, que celebra o vínculo entre pessoas e animais e incentiva a adoção responsável.

O evento integrou a iniciativa “Multiplique o Bem”, reforçando o compromisso do shopping com o bem-estar animal e a geração de impacto social positivo.





Prêmios e reconhecimento

★ GRI Awards 2025 ★

Projeto de shopping center do ano

DiamondMall – Expansão II



Projeto social do ano

SOS Rio Grande do Sul



★ Prêmio Ademi-RJ 2025 ★

O Prêmio de Inovação Tecnológica reconhece o sistema de estacionamento *free-flow* da Multiplan

★ Ranking Global Child Forum ★

Reconhecimento posiciona a Multiplan entre apenas três empresas do setor na América Latina pelas melhores práticas em direitos da criança

★ Experience Awards 2025 ★

BarraShopping é eleito o melhor shopping center do Brasil em experiência do cliente

BarraShopping



★ Marcas dos Cariocas 2025 O Globo ★

O BarraShopping é eleito o shopping favorito do Rio de Janeiro pelo 16º ano consecutivo.

★ Revista Manchete ★

A Multiplan figura entre as 20 empresas com maior contribuição para o desenvolvimento econômico e social do Rio de Janeiro.

As 20 Melhores Empresas do Rio em 2025





Portfólio de ativos

Portfólio (2025)	Abertura	Estado	Multiplan %	ABL Total	Vendas (mês) ¹	Aluguel (mês) ²	Taxa de ocupação média
<i>Shopping centers</i>							
BH Shopping	1979	MG	100,0%	47.474 m²	3.428 R\$/m²	323 R\$/m²	99,0%
RibeirãoShopping	1981	SP	87,3%	68.566 m²	2.008 R\$/m²	159 R\$/m²	97,3%
BarraShopping	1981	RJ	73,4%	77.720 m²	4.114 R\$/m²	446 R\$/m²	95,8%
MorumbiShopping	1982	SP	73,7%	54.847 m²	4.931 R\$/m²	499 R\$/m²	99,4%
ParkShopping	1983	DF	73,5%	53.226 m²	2.945 R\$/m²	259 R\$/m²	97,0%
DiamondMall	1996	MG	90,0% ³	24.191 m²	3.838 R\$/m²	312 R\$/m²	94,3%
New York City Center	1999	RJ	50,0%	21.669 m²	999 R\$/m²	115 R\$/m²	96,7%
ShoppingAnáliaFranco	1999	SP	30,0%	51.677 m²	3.113 R\$/m²	267 R\$/m²	98,3%
ParkShoppingBarigüi	2003	PR	93,3%	66.315 m²	2.533 R\$/m²	188 R\$/m²	96,3%
Pátio Savassi	2004	MG	96,5%	21.154 m²	2.877 R\$/m²	259 R\$/m²	97,9%
ShoppingSantaÚrsula	1999	SP	100,0%	23.358 m²	678 R\$/m²	32 R\$/m²	93,9%
BarraShoppingSul	2008	RS	100,0%	75.472 m²	1.315 R\$/m²	121 R\$/m²	98,5%
ShoppingVilaOlímpia	2009	SP	60,0%	28.373 m²	1.581 R\$/m²	124 R\$/m²	81,8%
ParkShoppingSão Caetano	2011	SP	80,0%	39.252 m²	2.468 R\$/m²	168 R\$/m²	97,2%
JundiaíShopping	2012	SP	75,0%	36.489 m²	1.941 R\$/m²	142 R\$/m²	92,6%
ParkShoppingCampo Grande	2012	RJ	90,0%	43.758 m²	1.595 R\$/m²	97 R\$/m²	94,6%
VillageMall	2012	RJ	100,0%	28.623 m²	4.030 R\$/m²	194 R\$/m²	97,8%
Parque Shopping Maceió	2013	AL	50,0%	45.761 m²	1.822 R\$/m²	118 R\$/m²	99,4%
ParkShopping Canoas	2017	RS	82,3%	49.063 m²	1.600 R\$/m²	76 R\$/m²	95,3%
ParkJacarepaguá	2021	RJ	100,0%	39.835 m²	1.559 R\$/m²	102 R\$/m²	94,5%
Subtotal shoppings			80,3%	896.820 m²	2.565 R\$/m²	216 R\$/m²	96,3%
<i>Torres corporativas</i>							
ParkShopping Corporate	2012	DF	70,0%	13.302 m²			90,2%
Morumbi Corporate – Golden Tower	2013	SP	100,0%	37.280 m² ⁴			89,3%
Subtotal torres corporativas			92,1%	50.582 m²			
Total portfólio			80,9%	947.402 m²			

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

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

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

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

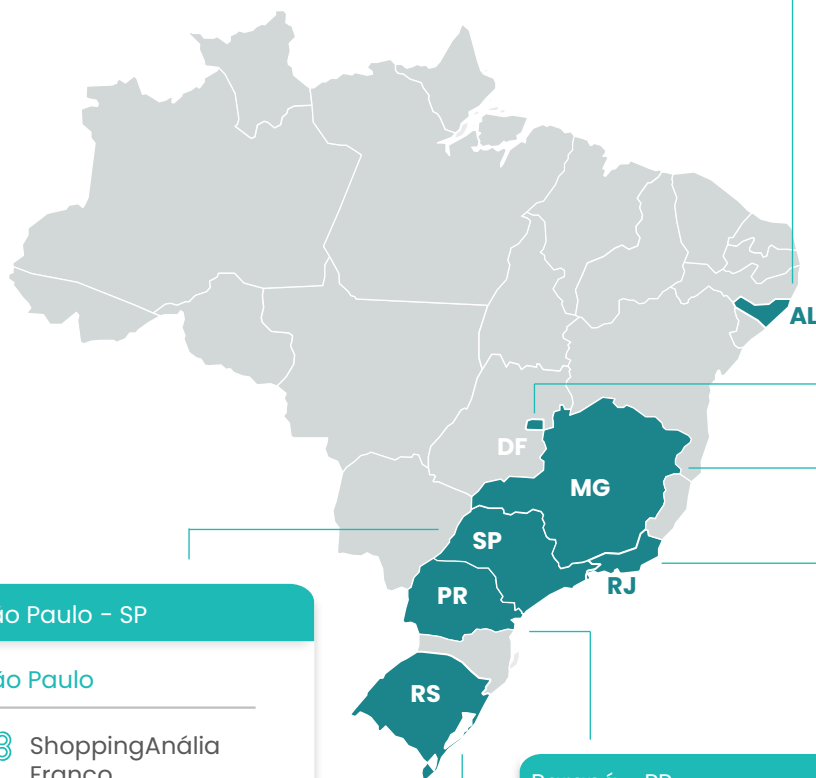


Portfólio de ativos

 Shopping center





 Torre para locação

 Em construção (empreendimentos imobiliários)



São Paulo – SP



São Paulo

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

Jundiaí

-  JundiaíShopping

Ribeirão Preto

-  ShoppingSantaÚrsula
-  RibeirãoShopping

São Caetano

-  ParkShopping SãoCaetano



Paraná – PR

Curitiba

-  ParkShopping Barigüi

Rio Grande do Sul – RS

Porto Alegre

-  BarraShoppingSul
-  Golden Lake

Canoas, RS

-  ParkShopping Canoas



Alagoas – AL

Maceió

-  Parque Shopping Maceió

Distrito Federal – DF

Brasília






-  ParkShopping
-  ParkShopping Corporate

Minas Gerais – MG

Belo Horizonte

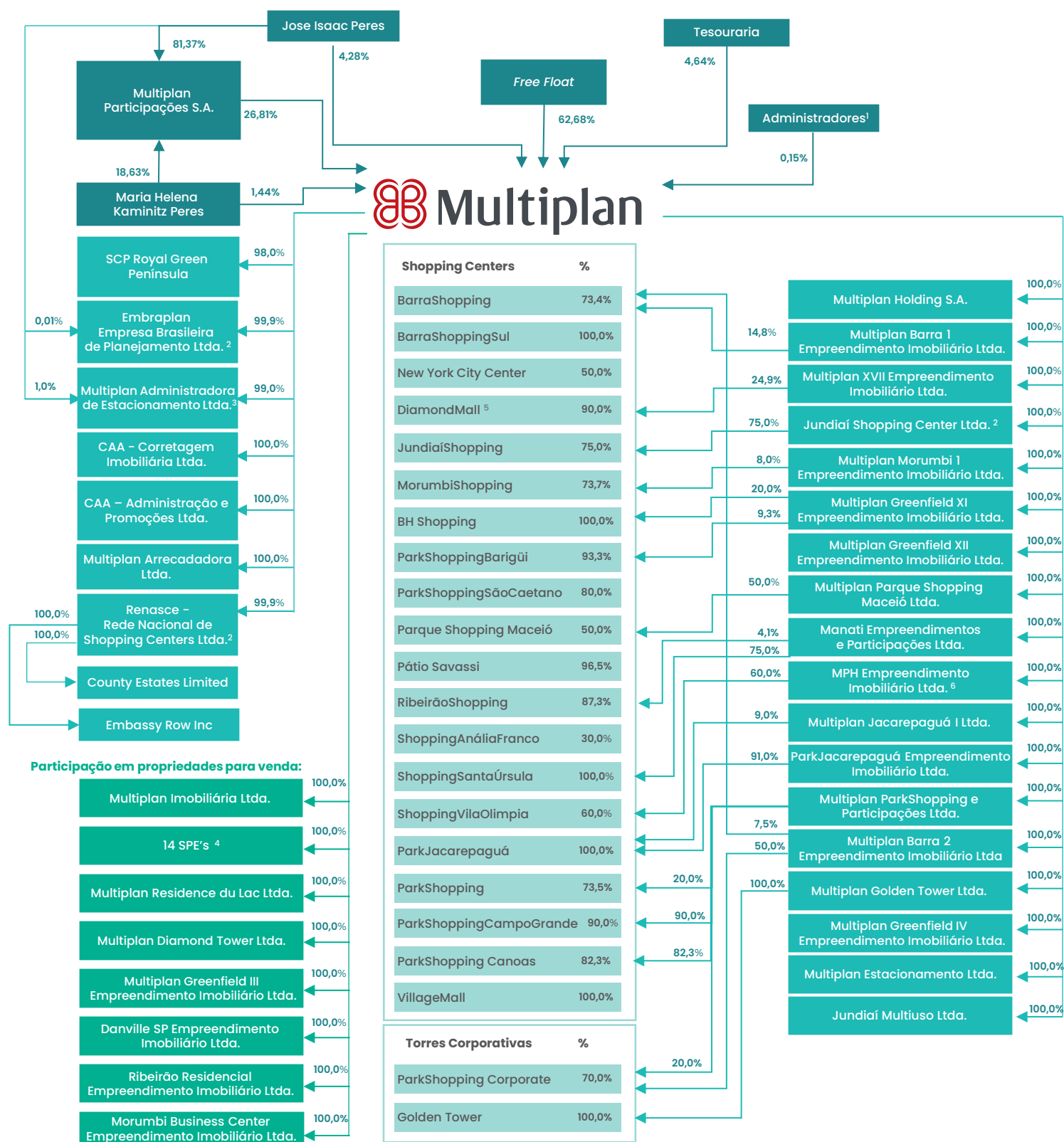
-  Pátio Savassi
-  DiamondMall
-  BH Shopping

Rio de Janeiro – RJ

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



Estrutura Societária



¹ O grupo "Administradores" engloba a Diretoria Executiva, Conselho de Administração e Conselho Fiscal.

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

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

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

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

⁶ Morumbi Business Center Ltda. possui 50% da MPH Empreendimento Imobiliário Ltda.



Estrutura Societária

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Jundiaí Shopping Center Ltda.: possui 75,0% de participação no Jundiaí Shopping, localizado na cidade de Jundiaí, SP. A Multiplan possui 100,0% de participação na Jundiaí Shopping Center Ltda.

Multiplan Barra 2 Empreendimento Imobiliário Ltda.: possui 50,0% de participação no Park Shopping Corporate, um empreendimento imobiliário comercial localizado na cidade de Brasília, DF, e possui 7,5% de participação no Barra Shopping, localizado na cidade do Rio de Janeiro, RJ.

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

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

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

Multiplan Barra 1 Empreendimento Imobiliário Ltda.: possui 14,8% de participação no Barra Shopping, localizado na cidade do Rio de Janeiro, RJ, que somada às demais participações detidas pela Multiplan no empreendimento totalizam 73,4%. 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 Morumbi Shopping, 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 Park Shopping Barigüi, localizado na cidade de Curitiba, PR, que somada às demais participações detidas pela Multiplan no empreendimento totalizam 93,33%, e uma participação de 20,0% no BH Shopping, localizado em Belo Horizonte, MG. A Multiplan possui 100,0% de participação na Multiplan Greenfield XI Empreendimento Imobiliário Ltda.

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

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

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



Estrutura Societária

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

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

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

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



Dados Operacionais e Financeiros

Destaques operacionais e financeiros

Desempenho Financeiro (% Multiplan)	4T25	4T24	Var.%	2025	2024	Var.%
Receita bruta R\$'000	981.744	1.003.663	-2,2%	2.957.794	2.737.527	+8,0%
Receita líquida R\$'000	901.812	936.302	-3,7%	2.739.082	2.544.789	+7,6%
Receita líquida R\$/m²	1.212,2	1.268,2	-4,4%	3.690,8	3.471,2	+6,3%
Receita líquida US\$/pé²	20,5	21,9	-6,3%	62,3	59,8	+4,2%
Receita de locação R\$'000	587.375	542.066	+8,4%	1.855.511	1.726.472	+7,5%
Receita de locação R\$/m²	789,6	734,2	+7,5%	2.500,2	2.355,0	+6,2%
Receita de locação US\$/pé²	13,3	12,7	+5,4%	42,2	40,6	+4,0%
Receita de locação mensal R\$/m²	266,4	256,3	+4,0%	216,4	206,1	+5,0%
Receita de locação mensal US\$/pé²	4,5	4,4	+1,9%	3,7	3,6	+2,9%
Resultado Operacional Líquido (NOI) R\$'000	618.870	544.200	+13,7%	2.079.060	1.856.637	+12,0%
Resultado Operacional Líquido R\$/m²	831,9	737,1	+12,9%	2.801,4	2.532,5	+10,6%
Resultado Operacional Líquido US\$/pé²	14,0	12,7	+10,6%	47,3	43,6	+8,4%
Margem NOI	96,1%	91,5%	+453 p.b.	94,9%	91,9%	+305 p.b.
NOI por ação R\$	1,26	1,11	+13,6%	4,25	3,80	+11,8%
Despesas de sede R\$'000	(54.500)	(57.742)	-5,6%	(202.614)	(196.143)	+3,3%
Despesas de sede/Receita líquida	-6,0%	-6,2%	+12 p.b.	-7,4%	-7,7%	+31 p.b.
EBITDA R\$'000	707.060	666.459	+6,1%	2.003.354	1.848.038	+8,4%
EBITDA R\$/m²	950,4	902,7	+5,3%	2.699,4	2.520,8	+7,1%
EBITDA US\$/pé²	16,0	15,6	+3,2%	45,6	43,4	+4,9%
Margem EBITDA	78,4%	71,2%	+722 p.b.	73,1%	72,6%	+52 p.b.
EBITDA por ação R\$	1,44	1,36	+6,0%	4,09	3,78	+8,3%
FFO R\$'000	570.160	632.563	-9,9%	1.378.605	1.582.269	-12,9%
FFO R\$/m²	766,4	856,8	-10,5%	1.857,6	2.158,3	-13,9%
FFO US\$'000	103.626	117.321	-11,7%	250.560	293.463	-14,6%
FFO US\$/pé²	12,9	14,8	-12,3%	31,4	37,2	-15,7%
Margem FFO	63,2%	67,6%	-434 p.b.	50,3%	62,2%	-1.185 p.b.
FFO por ação (R\$)	1,17	1,29	-10,0%	2,82	3,24	-13,0%
Dólar (US\$) câmbio final do período	5,50	5,39	+2,0%	5,50	5,39	+2,0%

Desempenho de Mercado	4T25	4T24	Var.%	2025	2024	Var.%
Número de ações	513.163.701	519.163.701	-1,2%	513.163.701	519.163.701	-1,2%
Ações ordinárias	513.163.701	519.163.701	-1,2%	513.163.701	519.163.701	-1,2%
Ações preferenciais	0	0	n.d.	0	0	n.d.
Preço médio da ação (R\$)	27,62	24,47	+12,8%	25,69	25,11	+2,3%
Preço de fechamento da ação (R\$)	27,25	21,08	+29,3%	27,25	21,08	+29,3%
Volume médio diário negociado R\$ '000	98.357	95.687	+2,8%	101.153	110.435	-8,4%
Valor de mercado R\$ '000	13.983.711	10.943.971	+27,8%	13.983.711	10.943.971	+27,8%
Dívida bruta R\$ '000	5.439.999	5.466.173	-0,5%	5.439.999	5.466.173	-0,5%
Caixa R\$ '000	771.863	1.191.614	-35,2%	771.863	1.191.614	-35,2%
Dívida líquida R\$ '000	4.668.136	4.274.559	+9,2%	4.668.136	4.274.559	+9,2%
P/FFO (Últimos 12 meses)	10,14 x	6,92 x	+46,7%	10,14 x	6,92 x	+46,7%
EV/EBITDA (Últimos 12 meses)	9,31 x	8,23 x	+13,1%	9,31 x	8,23 x	+13,1%
Dívida Líquida/EBITDA (Últimos 12 meses)	2,33 x	2,31 x	+0,7%	2,33 x	2,31 x	+0,7%



Dados Operacionais e Financeiros

Destaques operacionais e financeiros

Operacional (% Multiplan) ¹	4T25	4T24	Var.%	2025	2024	Var.%
ABL Shopping Center total final (m²)	896.820	890.301	+0,7%	896.820	890.301	+0,7%
ABL Shopping Center própria final (m²)	719.978	718.510	+0,2%	719.978	718.510	+0,2%
ABL Shopping Center própria %	80,3%	80,7%	-42 p.b.	80,3%	80,7%	-42 p.b.
ABL Torre Comercial total final (m²)	50.582	50.582	+0,0%	50.582	50.582	+0,0%
ABL Torre Comercial própria final (m²)	46.591	46.591	+0,0%	46.591	46.591	+0,0%
ABL Total final (m²)	947.402	940.883	+0,7%	947.402	940.883	+0,7%
ABL Própria final (m²)	766.569	765.102	+0,2%	766.569	765.102	+0,2%
ABL Shopping Center total ajustada (med.) (m²) ²	873.169	863.104	+1,2%	869.888	857.743	+1,4%
ABL Shopping Center própria ajustada (med.) (m²) ²	697.337	691.718	+0,8%	695.554	686.525	+1,3%
ABL Torre Comercial total (med.) (m²) ²	50.582	50.582	+0,0%	50.582	50.582	+0,0%
ABL Torre Comercial própria (med.) (m²) ²	46.591	46.591	+0,0%	46.591	46.591	+0,0%
ABL Total ajustada (med.) (m²) ²	923.751	913.686	+1,1%	920.470	908.325	+1,3%
ABL Própria ajustada (med.) (m²) ²	743.928	738.309	+0,8%	742.145	733.116	+1,2%
Vendas totais R\$'000	8.049.893	7.642.076	+5,3%	25.880.403	23.961.589	+8,0%
Vendas totais R\$/m² ³	9.519	9.179	+3,7%	30.784	29.162	+5,6%
Vendas totais USD/pé² ³	161	158	+1,6%	520	502	+3,4%
Vendas das lojas satélites R\$/m² ³	12.808	12.331	+3,9%	40.942	39.148	+4,6%
Vendas das lojas satélites USD/pé² ³	216	212	+1,8%	691	675	+2,5%
Aluguel total R\$/m²	799	769	+4,0%	2.597	2.473	+5,0%
Aluguel total USD/pé²	13,5	13,2	+1,9%	43,8	42,6	+2,9%
Vendas nas Mesmas Lojas ³	4,0%	9,5%	-547 p.b.	6,3%	8,2%	-191 p.b.
Aluguel nas Mesmas Lojas ³	5,0%	10,0%	-492 p.b.	7,5%	5,3%	+213 p.b.
Efeito do reajuste do IGP-DI	+5,3%	+2,0%	+331 p.b.	+5,1%	+0,8%	+422 p.b.
Custos de ocupação ⁴	12,0%	12,0%	+3 p.b.	12,8%	12,8%	-2 p.b.
Aluguel como % das vendas	8,1%	8,2%	-6 p.b.	8,2%	8,3%	-9 p.b.
Outros como % das vendas	3,9%	3,9%	+9 p.b.	4,6%	4,6%	+8 p.b.
Turnover ⁴	1,4%	1,0%	+35 p.b.	4,6%	5,4%	-86 p.b.
Taxa de ocupação ⁴	96,6%	96,7%	-11 p.b.	96,3%	96,2%	+16 p.b.
Inadimplência bruta	2,8%	2,9%	-12 p.b.	2,6%	3,4%	-76 p.b.
Inadimplência líquida	-0,9%	-0,5%	-42 p.b.	-0,4%	-0,1%	-34 p.b.
Perda de aluguel	0,1%	1,9%	-177 p.b.	0,8%	1,8%	-98 p.b.

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

² ABL ajustada corresponde à ABL média do período excluindo a área do supermercado BIG no BarraShoppingSul, que, no 2T23, foi substituído pelos supermercados Carrefour e Sam's Club.

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

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



Anexos

Balanço Patrimonial

Ativo (R\$'000)	31/12/2025	30/09/2025	Var.%
Disponibilidades e valores equivalentes	771.863	1.061.916	-27,3%
Contas a receber	828.340	734.272	+12,8%
Terrenos e imóveis a comercializar	151.440	146.332	+3,5%
Partes relacionadas	58.672	50.918	+15,2%
Impostos e contribuições sociais a compensar	87.951	120.585	-27,1%
Custos diferidos	83.701	76.544	+9,3%
Outros	13.309	18.352	-27,5%
Total do Ativo Circulante	1.995.275	2.208.919	-9,7%
Contas a receber	188.893	105.185	+79,6%
Terrenos e imóveis a comercializar	498.326	477.790	+4,3%
Partes relacionadas	56.436	58.743	-3,9%
Depósitos judiciais	82.739	76.887	+7,6%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	34.414	35.794	-3,9%
Custos diferidos	219.064	178.080	+23,0%
Outros	1.191	1.191	-0,0%
Investimentos	2.108	2.108	+0,0%
Propriedades para investimento	9.570.825	9.155.826	+4,5%
Imobilizado	96.582	97.775	-1,2%
Intangível	409.078	404.096	+1,2%
Total do Ativo não Circulante	11.159.656	10.593.475	+5,3%
Total Ativo	13.154.931	12.802.394	+2,8%

Passivo (R\$'000)	31/12/2025	30/09/2025	Var.%
Empréstimos e financiamentos	200.734	208.642	-3,8%
Debêntures	526.402	407.314	+29,2%
Contas a pagar	301.950	242.722	+24,4%
Obrigações por aquisição de bens	-	-	n.d.
Impostos e contribuições a recolher	72.421	27.686	+161,6%
Juros sobre capital próprio a pagar	441.785	485.256	-9,0%
Receitas diferidas	15.505	15.447	+0,4%
Outros	32.925	42.204	-22,0%
Total Passivo Circulante	1.591.719	1.429.270	+11,4%
Empréstimos e financiamentos	445.298	457.800	-2,7%
Contas a pagar	38.053	37.593	+1,2%
Debêntures	4.267.565	4.415.924	-3,4%
Imposto de renda e contribuições social diferidos	472.890	404.433	+16,9%
Obrigações por aquisição de bens	-	-	n.d.
Débito com partes relacionadas	-	-	n.d.
Outros	120	120	+0,0%
Provisão para contingências	9.460	10.040	-5,8%
Receitas diferidas	30.447	27.301	+11,5%
Total do Passivo não Circulante	5.263.833	5.353.211	-1,7%
Patrimônio Líquido			
Capital	3.158.062	3.158.062	+0,0%
Reserva de capital	125.645	133.825	-6,11%
Reserva de lucros	3.826.853	3.185.775	+20,12%
Gasto com emissão de ações	(60.003)	(60.003)	+0,0%
Ações em tesouraria	(661.423)	(677.503)	-2,4%
Efeitos em transação de capital	(89.995)	(89.995)	-0,0%
Dividendos adicionais propostos	-	(350.000)	n.d.
Lucros acumulados	(0)	719.419	n.d.
Participação dos acionistas minoritários	237	332	-28,6%
Total do Patrimônio Líquido	6.299.379	6.019.913	+4,6%
Total do Passivo	13.154.931	12.802.394	+2,8%

Nota: os números podem diferir ligeiramente das Demonstrações Financeiras devido a arredondamentos.

Anexos

Relacionamento com os auditores independentes Instrução CVM 162/2022

Em atendimento ao disposto na Instrução da Comissão de Valores Mobiliários ("CVM") nº 162, de 13 de julho de 2022, a Companhia informa que não foram contratados serviços não relacionados à auditoria externa prestados pelos nossos auditores independentes ou partes a eles relacionadas durante o quarto trimestre de 2025.

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

Glossário

12M: dado acumulado dos últimos 12 meses.

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

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

Abrasce: Associação Brasileira de Shopping Centers.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Glossário

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

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

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

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

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

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

IBGE: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

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

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

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

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

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

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

Margem EBITDA: EBITDA dividido pela Receita Líquida.

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

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

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

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

Perda de aluguel: baixas geradas pela inadimplência de lojistas.

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

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

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

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

Taxa de ocupação: ABL locada dividida pela ABL total.

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

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

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

Vacância: ABL disponível para locação.

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

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

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

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

Aviso Legal

Relatório Gerencial

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

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

Os relatórios anteriores adotavam o formato de informações gerenciais e, por esse motivo, não consideravam aplicáveis os requisitos do CPC 19 (R2). Assim, as informações e/ou análises de desempenho aqui apresentadas incluem a consolidação proporcional do Parque Shopping Maceió S.A. para o período entre janeiro de 2013 a setembro de 2023. Para informações adicionais, consultar a nota 8.4 das Demonstrações Financeiras de 31 de dezembro de 2024.

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