

BR Malls Participações S.A.

Relatório da Administração referente às Demonstrações Financeiras

Em 31 de dezembro de 2022

(Em milhares de reais, exceto quando indicado de outra forma)

Relatório da Administração

Senhores Acionistas,

Em cumprimento às disposições legais e de acordo com a legislação societária brasileira, a administração da brMalls tem o prazer de encaminhar o Relatório da Administração referente ao exercício findo em 31 de dezembro de 2022, acompanhado das demonstrações financeiras auditadas. Este relatório é parte das demonstrações financeiras da Companhia que são elaboradas de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil e com as normas internacionais de relatório financeiro (IFRS) emitidas pelo *International Accounting Standards Board* (IASB).

Índice

Informações sobre a Companhia	1
Mensagem da Administração e principais fatos administrativos ocorridos no exercício	2
“EBIT” e “EBITDA”	3
Auditores independentes.....	3
Remuneração de acionistas.....	4
Gestão de pessoas e cultura organizacional	4
Resultados operacionais	5
Iniciativas digitais.....	5
Novos negócios.....	6
Estrutura de capital	7
Outros assuntos	8

Informações sobre a Companhia

A brMalls detém participação em 30 shopping centers e possui atualmente 1.239,7 mil m² de Área Bruta Locável (ABL) Total e 781,8 mil m² de ABL próprio, com percentual médio de participação em nossos shoppings centers de 63,1%.

Além de deter participações, somos especializados na administração e comercialização de espaços em nossos shopping centers. Possuímos experiência na gestão de empreendimentos comerciais, e uma rede de relacionamentos com as principais redes varejistas do país, facilitando a comercialização de seus espaços. Atualmente, oferecemos serviços de administração ou comercialização para 26 dos 30 shopping centers que detemos participação.

A Companhia atua com transparência, confiança e tem como valores a colaboração, trabalho em equipe, foco no cliente e por resultados de longo prazo. Os nossos shoppings estão espalhados por todas as regiões do país e em 2021 apresentaram um total de R\$ 21,9 bilhões em vendas. Além disso, nosso portfólio é estrategicamente diversificado por segmento de renda, atendendo consumidores de todas as classes sociais.

Mensagem da Administração e principais fatos administrativos ocorridos no exercício

“Encerramos 2022 com a certeza de que este ano foi excepcionalmente importante para a brMalls, não somente pelos excelentes resultados operacionais e financeiros obtidos, mas também pela conclusão com sucesso da combinação de negócios com a Aliansce Sonae, que cria a maior empresa de shoppings do país e possibilita uma perspectiva futura com muitas oportunidades para a Nova Companhia.

Listamos abaixo os principais destaques do anos de 2022:

- Volume de vendas totais que consolidaram R\$ 6,8 bilhões no 4T22, e acumularam R\$ 22,0 bilhões no ano, crescimento de 32,3% versus 2021.

- Controle da inadimplência líquida, que alcançou o recorde da série história no 3T22 (-2,5%) e manteve patamar semelhante no 4T22 (-2,2%).

- Receita Líquida atingiu R\$ 462,1 milhões no 4T22, crescimento de 42,8% quando comparada ao mesmo período de 2019, excluindo os shoppings desinvestidos, com destaque para a Receita de Locação que expandiu 27,5% em 2022 em relação a 2021 e a Receita de Mídia que apresentou crescimento de 71,6% versus 4T21, além de alcançar representatividade de 10,5% da Receita Bruta Global do 4T22 como resultado do plano de expansão da Helloo tanto para as verticais de shopping como residenciais e corporativas.

- Nossa agenda de transformação digital também segue evoluindo de forma consistente, com o Programa de Relacionamento atingindo no 4T22 um GMV de R\$ 700 milhões com uma penetração média de 31,5% no trimestre e chegando ao marco histórico de 37,0% de penetração no mês de dezembro. Esse aumento da penetração foi acompanhado de um maior uso dos benefícios disponíveis no programa além de um aumento na frequência de envio de notas, o que mostra o engajamento dos consumidores com o programa.

- O EBITDA somou ao longo de 2022 R\$ 1,1 bilhão (expurgando efeitos não recorrentes com a alienação de ativos e despesas com a Combinação de Negócios com Aliansce Sonae), representando uma margem de 71,9%.

- Realizamos um importante trabalho de liability management, melhorando a estrutura de capital da Companhia e reduzindo de forma relevante seu endividamento. Encerramos o ano, com alavancagem Dívida Líquida/EBITDA de 1,7x versus 3,7x no 4T21.

Além dos excelentes resultados alcançados ao longo do ano, concluímos em 06 de janeiro de 2023 a combinação de negócios com a Aliansce Sonae. O movimento conduzido é transformacional, não apenas para a nossa Companhia, mas para a indústria de shopping centers no país. Estamos animados para alcançarmos, juntos, novos e mais altos patamares de performance no ano de 2023, criando valor para nossos acionistas e encantando os consumidores, todos os dias.”

Rafael Sales, CEO

“EBIT” e “EBITDA”

O “EBITDA” e “EBIT” correspondem a dois dos principais indicadores da Companhia, pelo fato de serem métricas importantes de performance para os usuários das demonstrações financeiras.

Para fins de atendimento aos termos do § 2º do art. 2º da Instrução CVM Nº 156/2022, demonstramos abaixo a conciliação dos valores do cálculo do LAJIDA (EBITDA) e do LAJIR (EBIT) para os exercícios findos em 31 de dezembro de 2022 e 2021.

	Consolidado	
	2022	2021
Lucro líquido do exercício	628.484	212.050
Imposto de renda e contribuição social	(47.472)	74.513
Resultado financeiro líquido	414.415	277.233
EBIT	995.427	563.796
Depreciações e amortizações	89.183	46.291
EBITDA	1.084.610	610.087
Resultado de propriedade para investimento	56.303	73.057
Remuneração com as debêntures do shopping Araguaia (i)	6.433	5.849
Ajuste Equivalência Patrimonial - PPI líquido do imposto	(66.307)	(3.819)
EBITDA ajustado	1.081.039	685.174

- (i) A companhia detém debêntures de emissão da Maia e Borba, as quais lhe asseguram remuneração sobre o resultado do empreendimento.

Audidores independentes

Nos termos da Instrução CVM nº 162/2022, a Companhia informa que nossos auditores independentes não prestaram serviços não relacionados à auditoria independente no exercício findo em 31 de dezembro de 2022. Os honorários por serviços de auditoria independente no exercício foram de R\$950mil.

Para o exercício findo em 31 de dezembro de 2022, as Demonstrações Financeiras individuais e consolidadas da BR Malls Participações S.A., foram elaboradas de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil e com as normas internacionais de relatório financeiro (IFRS) emitidas pelo *International Accounting Standards Board* (IASB).

Os auditores independentes Ernst & Young Auditores Independentes (EY) emitiram opinião que as demonstrações financeiras apresentam adequadamente, em todos os aspectos relevantes, a posição patrimonial e financeira da brMalls Participações S.A (controladora e consolidado) em 31 de dezembro de 2022, bem como o desempenho de suas operações e seus respectivos fluxos de caixa (controladora e consolidado) para o exercício findo nessa data.

Remuneração de acionistas

Aos acionistas está assegurado, pelo estatuto social, um dividendo mínimo obrigatório correspondente a 25% do lucro líquido apurado em cada exercício social, ajustado consoante a legislação em vigor. A distribuição de dividendos e juros sobre capital próprio para os acionistas da Companhia é reconhecida como um passivo exigível nas demonstrações financeiras da Companhia ao final do exercício, com base no estatuto social da Companhia. Qualquer valor acima do mínimo obrigatório somente é provisionado na data em que são aprovados pelos acionistas, em Assembleia Geral.

No exercício findo em 31 de dezembro de 2022, a Companhia provisionou o montante de R\$136.069 mil referente ao dividendo mínimo obrigatório.

Gestão de pessoas e cultura organizacional

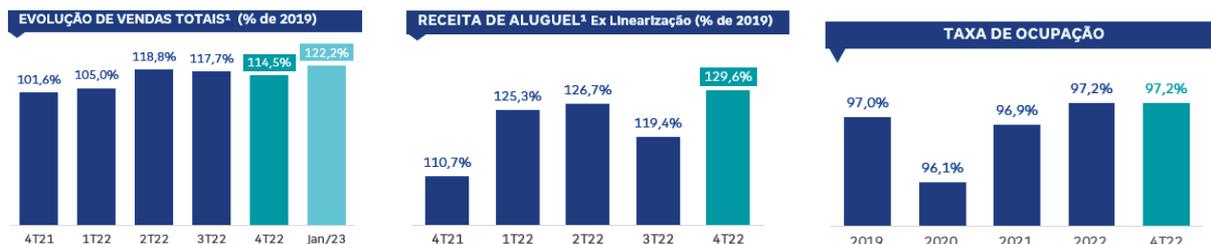
Em 31 de dezembro de 2022, a brMalls contava com um total de 656 colaboradores, dos quais aproximadamente 76% possuíam nível superior completo. Esse grupo possui a média de idade de 34 anos e é composto em 55% por mulheres, que por sua vez perfazem 48% dos cargos de gestão da Companhia. Nossa política salarial é baseada em pesquisas de mercado, enquanto nossa política de promoção baseia-se, exclusivamente, no mérito dos empregados, sendo concedidos reajustes salariais nesses casos.

Concedemos aos nossos empregados plano de assistência médica e odontológica, seguro de vida em grupo e vale-transporte, bem como somos inscritos no Programa de Alimentação do Trabalhador (PAT), pelo qual oferecemos vale-refeição e/ou alimentação. Disponibilizamos também um benefício de incentivo à prática de atividade física, um programa de assistência social disponível para o colaborador e seus dependentes diretos, possuímos uma política de home office e a concessão de um auxílio home office para os colaboradores que trabalham em regime híbrido ou teletrabalho. Além disso, oferecemos aos nossos colaboradores o plano de participação nos lucros e resultados, atrelado ao cumprimento de metas e à avaliação de desempenho individual.

Adicionalmente, alguns empregados não-estatutários podem ser elegíveis ao Plano de Incentivo de Longo Prazo – um plano de remuneração baseado em ações, que além de atrair, reconhecer e reter os talentos da companhia, também reforça elementos da nossa cultura como o reconhecimento da alta performance e o sentimento de dono. Não possuímos áreas e/ou atividades insalubres ou perigosas, de acordo com a legislação aplicável. De toda forma, conforme a legislação em vigor, mantemos o Programa de Prevenção de Riscos Ambientais e o Programa de Controle Médico e Saúde Ocupacional.”

Resultados operacionais

Em 2022, mantivemos o ritmo acelerado de evolução dos indicadores operacionais, reflexo do fortalecimento da estratégia comercial adotada nos últimos anos. Os principais fatores que vem contribuindo para a aceleração do crescimento orgânico da Companhia, estão relacionados a forte ocupação dos nossos ativos, ao crescimento expressivo de vendas e a redução dos descontos contratuais combinado ao repasse dos índices de inflação e reajustes de aluguéis de novas locações e renovações.



¹ Na análise comparativa a 2019 e 2021, excluímos os valores referentes ao resultado dos 7 shoppings vendidos em agosto/19, o resultado do Via Brasil Shopping vendido em março/20, venda da participação de 30% do Center Shopping Uberlândia em abril/22, e da venda do Campinas Shopping em dezembro/22

Adicionalmente, obtivemos o melhor resultado de inadimplência líquida nos últimos 5 anos para um 4º trimestre e alcançamos o mesmo patamar reportado no ano de 2019.



Iniciativas digitais

Programa de relacionamento

Finalizamos o ano de 2022 com evolução representativa nos principais indicadores relacionados ao programa de relacionamento. A quantidade de clientes engajados aumentou, impulsionando a curva de captura de notas fiscais / informações de consumo, representando cerca de 31% das vendas totais no 4T22 e de 26% ao longo de 2022 nos 7 shoppings. O grupo de consumidores que enviam uma média de 8,5 notas por mês, ou seja, membros de alta frequência de consumo em nossos shoppings, representaram cerca de 70% do GMV do programa.

O principal objetivo do último trimestre, em linha com a estratégia do ano, foi aumentar o engajamento e recorrência dos membros. Aproveitamos o Natal para alavancar a estratégia de marketing de relacionamento avançando em comunicações mais automatizadas e em parcerias com nossos lojistas gerando benefícios aderentes para os consumidores que concentram suas compras nos shoppings.

MEMBROS ATIVOS DO PROGRAMA (em milhares)



PENETRAÇÃO NAS VENDAS TOTAIS DOS 7 SHOPPINGS¹

No 4T22, o GMV capturado totalizou R\$ 700 milhões, com penetração média de 31,5%.



¹ O Shopping Catuaí Londrina incorporou ao programa de Relacionamento apenas em junho de 2022, sendo seus resultados expurgados da análise.

Deste modo, avançamos no conhecimento dos hábitos de consumo o que possibilitou um relacionamento mais próximo através de ações e campanhas escaláveis comunicando benefícios e missões com objetivo de aumento de recorrência e retenção dos membros do programa, o que trouxe impacto direto nas vendas dos nossos lojistas.

Novos negócios

Monetização de dados via Mídia (Helloo)

Grandes anunciantes e agências de publicidade têm uma demanda crescente por dados e inteligência na formatação de seus planos de mídia e mensuração de resultados de suas campanhas. Nesse contexto, a estrutura e investimentos em digital da Companhia, geram um diferencial competitivo único para a Helloo: a capacidade de trabalhar com soluções de dados robustas, mas também de usar dados próprios (1st party data, capturados através do programa de relacionamento) para gerar inteligência sobre um tema valioso no mercado: hábitos de consumo.

Utilizando-se de uma abordagem comercial baseada em dados, deslocamos o foco de venda de mídia: antes focados em venda de telas agora voltados para audiência. Com isso, é possível evidenciar nosso diferencial tecnológico para o mercado publicitário e atrair grandes anunciantes. Estamos mudando a maneira com a indústria de mídia Out of Home vendem mídia, o que só é possível graças ao ecossistema digital desenvolvido ao longo dos últimos anos.

RESULTADOS

173 marcas atendidas no novo formato, sendo 94 marcas convertidas em clientes

Conversão de 54% versus 41% (KPI Helloo Shopping)

Fonte: Relatórios Internos de Produtividade Comercial

Essas 94 marcas aumentaram seu investimento na Helloo em 56%

Nos demais veículos de OOH, essas marcas investiram +19%

Fonte: Monitor Evolution – Kantar Ibope Media

A recorrência de campanhas dessas marcas na Helloo cresceu +96%

Com os demais veículos de OOH o aumento foi de 7%

Fonte: Monitor Evolution – Kantar Ibope Media

R\$ 10,2 milhões de receita incremental advinda dessas 94 marcas

TOP 5
Netflix
McDonald's
Natura
Claro
Abbraccio

Fonte: Relatórios Internos de Produtividade Comercial

Estrutura de capital

A Companhia encerrou o ano de 2022 com uma posição de caixa e equivalentes de R\$ 923,1 milhões, redução de 22,4% em comparação ao último trimestre devido à estratégia de *liability management*. Ao longo do trimestre, executamos uma estratégia de *liability management* com o objetivo de otimizar a estrutura de capital da Companhia e satisfazer as condições precedentes da Combinação de Negócios com ALSO, incluindo o pré-pagamento de algumas dívidas. A Dívida Bruta totalizou R\$ 2.793,9 milhões, redução significativa de 17,3% em comparação ao último trimestre e 29,8% com o mesmo período de 2021. A alavancagem financeira da Companhia (Dívida Líquida/EBITDA) atingiu o valor de 1,7x.

Em 17 de outubro de 2022, a Companhia aprovou a 10ª (décima) emissão de debêntures simples, não conversíveis em ações, da espécie quirografária, em série única, no valor total de R\$ 900 milhões com vencimento do principal em até cinco anos contados à partir da data de emissão, dos quais 50% serão pagos no 4º ano e 50% a serem pagos no 5º ano. A taxa de remuneração da dívida é de CDI + 1,30% a.a. com pagamento de juros semestral.

	31/12/2022	31/12/2021
Caixa, Equivalentes de Caixa e Títulos e Valores Mobiliários	923.052	1.397.845
Remuneração Média no Trimestre (% CDI)	101,40%	106,80%
Dívida Bruta (R\$ mil)	2.793.876	3.979.908
Prazo Médio (anos)	2,2	3,1
Custo Médio	14,60%	10,70%
Dívida Líquida (R\$ mil)	1.870.824	2.582.063
Dívida Líquida / EBITDA Ajustado 12M	1,7 x	3,8x
EBITDA Ajustado 12M / Despesa Financeira Líquida	2,6 x	2,5x

Indexador	Custo médio ao ano ¹	Exposição por Indexador (% do Total)	Saldo Devedor (R\$ mil)	Prazo Médio (Anos)
TR +	11,1%	19,9%	556.177	1,4
CDI +	15,5%	61,4%	1.714.381	2,5
CDI (%)	15,5%	18,7%	523.318	1,8
Total	14,6%	100,0%	2.793.876	2,2

¹ Até o 4T19, para calcular o custo de dívida, era utilizado o CDI médio dos últimos 12 meses. A partir do 1T20, passamos a utilizar o CDI spot do final do trimestre, em linha com práticas de mercado.

Outros assuntos

Combinação de negócios BR Malls e Aliansce

Em 29 de abril de 2022, a BR Malls Participações S.A. e a Aliansce Sonae Shopping Centers S.A. (“Aliansce Sonae”) acordaram os termos e condições de uma operação de combinação de negócios entre as duas Companhias (“Operação”), com a unificação de suas bases acionárias por meio da incorporação da BR Malls pela Dolunay Empreendimentos (“Dolunay”) seguida da incorporação da Dolunay Empreendimentos pela Aliansce Sonae. No dia 08 de junho de 2022 os acionistas da brMalls, da Aliansce Sonae e da Dolunay Empreendimentos e Participações S/A (“Holding”) aprovaram a combinação de seus negócios, em suas respectivas assembleias gerais extraordinárias. Os termos econômicos da Operação refletem a proposta recebida e oferecidos aos acionistas da brMalls: (i) um pagamento em dinheiro no valor de R\$1,25 bilhão; e (ii) um pagamento com a entrega de 326.339.911 ações de emissão da ALSO, representativas de 55,13% do capital social da companhia combinada. Em 17 de novembro de 2022 a referida transação foi aprovada pelo CADE.

Em conexão com o fato relevante divulgado em 09 de maio de 2022, na qual a Companhia informa que incorrerá em despesas para a realização e efetivação da operação de combinação de negócios, no exercício findo em 31 de dezembro de 2022, a Companhia reconheceu gastos no montante de R\$52.169, os quais foram registrados na rubrica de outras despesas operacionais.

Em 6 de janeiro de 2023, a Companhia concluiu o processo de combinação de negócios com a Aliansce Sonae Shopping Centers S.A., nos termos do acordo descrito na nota explicativa 1.1. Nesta mesma data, encerrou-se a negociação das ações de emissão da brMalls na B3 sob o código BRML3, sendo considerados como acionistas brMalls, para os fins da Operação, os titulares de ações da brMalls no fechamento do pregão na data em questão. A Quantidade Final de Ações (conforme termo definido no Protocolo e Justificação é de 0,398551577675763 ação ordinária de emissão da Aliansce Sonae para cada ação ordinária de emissão da brMalls.

Com a consumação da Operação, também se tornou eficaz, nesta data: (i) a nova redação do Estatuto Social da Aliansce Sonae, aprovada nas Assembleias Gerais Extraordinárias da Aliansce Sonae realizadas em 8 de junho de 2022 e 26 de dezembro de 2022; (ii) a eleição dos novos membros conselho de administração da Aliansce Sonae, nos termos da Assembleia Geral Extraordinária da Aliansce Sonae realizada em 26 de dezembro de 2022, para um mandato unificado de 1 (um) ano, até a Assembleia Geral Ordinária de 2024; e (iii) a eleição dos novos diretores da Aliansce Sonae, nos termos da Reunião do Conselho de Administração realizada em 19 de dezembro de 2022, para um mandato unificado de 3 (três) anos, até a Assembleia Geral Ordinária de 2026. Em decorrência da eficácia da sua eleição, os conselheiros e diretores firmarão os respectivos termos de posse, nos quais ratificarão que preenchem os requisitos de elegibilidade aplicáveis nos termos da Lei nº 6.404/76 e/ou da Resolução CVM nº 80/22.

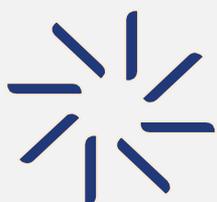
Em Assembleia Geral Extraordinária realizada em 09 de janeiro de 2023, a Companhia aprovou o pedido de conversão de registro da Companhia, de emissor Categoria “A” para emissor Categoria “B” junto à Comissão de Valores Mobiliários. O registro foi deferido no dia 02 de fevereiro de 2023, e em razão da conversão de categoria, a Companhia estará autorizada a negociar os valores mobiliários de sua emissão no mercado de valores mobiliários, exceto (i) ações e certificados de depósito de ações; ou (ii) valores mobiliários que confirmam ao titular o direito de adquirir ações e certificados de depósito de ações, nos termos da Resolução CVM nº 80/2022.

Alienação Center Uberlândia

Em 20 de abril de 2022 a Companhia concluiu, após aprovação do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE), a alienação de 30% de participação na empresa Center Shopping S.A. ("Center Shopping Uberlândia"), localizado na cidade de Uberlândia, Minas Gerais, para os sócios atuais pelo valor de R\$ 307.000, gerando um ganho na operação no valor de R\$ 91.729, o qual foi registrado na rubrica de outras receitas operacionais. A Companhia permanece com 21% de participação no empreendimento e se mantém como administradora e comercializadora do shopping. O investimento passou a ser avaliado pelo método de equivalência patrimonial e o efeito do desreconhecimento na linha de participação de não controladores foi de R\$352.785.

Alienação de participação no Campinas Shopping

Em 08 de dezembro de 2022, a Companhia concluiu a alienação da totalidade de sua participação no Campinas Shopping localizado na cidade de Campinas, estado de São Paulo, para os fundos imobiliários Vinci Shopping Centers Fundo de Investimento Imobiliário, XP Malls Fundo de Investimento Imobiliário e Malls Brasil Plural Fundo de Investimento Imobiliário. O valor total da alienação é de R\$ 411.400, tendo sido recebidos, pela brMalls, à vista e em dinheiro, R\$ 86.411, e o total remanescente quitado por meio de subscrição e integralização, pela Vendedora, de cotas emitidas pelos fundos Compradores. O efeito da alienação no resultado do exercício foi de R\$ 29.864 na rubrica de outras receitas operacionais.



Índice

1. MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO
2. DESTAQUES DO 4T22
3. PRINCIPAIS INDICADORES FINANCEIROS E OPERACIONAIS
4. VISÃO GERAL 4T22
5. INICIATIVAS DIGITAIS
6. DRE
7. FUSÃO ALSO + brMalls
8. ESTRUTURA DE CAPITAL
9. MERCADO DE CAPITAIS
10. ANEXOS
11. GLOSSÁRIO
12. TELECONFERÊNCIA DE RESULTADOS

4º TRI 2022

Rio de Janeiro, 23 de março de 2023 – A brMalls Participações S.A. (B3: BRML3), anuncia hoje seus resultados referentes ao quarto trimestre de 2022.

Mensagem da Administração

Encerramos 2022 com a certeza de que este ano foi excepcionalmente importante para a brMalls, não somente pelos excelentes resultados operacionais e financeiros obtidos, mas também pela conclusão com sucesso da combinação de negócios com a Aliansce Sonae, que cria a maior empresa de shoppings do país e possibilita uma perspectiva futura com muitas oportunidades para a Nova Companhia.

Listamos abaixo os principais destaques do ano de 2022:

- Volume de vendas totais que consolidaram R\$ 6,8 bilhões no 4T22, e acumularam R\$ 22,0 bilhões no ano, crescimento de 32,3% versus 2021.
- Controle da inadimplência líquida, que alcançou o recorde da série história no 3T22 (-2,5%) e manteve patamar semelhante no 4T22 (-2,2%).
- Receita Líquida atingiu R\$ 462,1 milhões no 4T22, crescimento de 42,8% quando comparada ao mesmo período de 2019, excluindo os shoppings desinvestidos, com destaque para a Receita de Locação que expandiu 27,5% em 2022 em relação a 2021 e a Receita de Mídia que apresentou crescimento de 71,6% versus 4T21, além de alcançar representatividade de 10,5% da Receita Bruta Global do 4T22 como resultado do plano de expansão da helloo tanto para as verticais de shopping como residenciais e corporativas.
- Nossa agenda de transformação digital também segue evoluindo de forma consistente, com o Programa de Relacionamento atingindo no 4T22 um GMV de R\$ 700 milhões com uma penetração média de 31,5% no trimestre e chegando ao marco histórico de 37,0% de penetração no mês de dezembro. Esse aumento da penetração foi acompanhado de um maior uso dos benefícios disponíveis no programa além de um aumento na frequência de envio de notas, o que mostra o engajamento dos consumidores com o programa.
- O EBITDA somou ao longo de 2022 R\$ 1,1 bilhão (expurgando efeitos não recorrentes com a alienação de ativos e despesas com a Combinação de Negócios com Aliansce Sonae), representando uma margem de 71,9%.
- Realizamos um importante trabalho de *liability management*, melhorando a estrutura de capital da Companhia e reduzindo de forma relevante seu endividamento. Encerramos o ano, com alavancagem Dívida Líquida/EBITDA de 1,7x versus 3,7x no 4T21.

Além dos excelentes resultados alcançados ao longo do ano, concluímos em 06 de janeiro de 2023 a combinação de negócios com a Aliansce Sonae. O movimento conduzido é transformacional, não apenas para a nossa Companhia, mas para a indústria de shopping centers no país. Estamos animados para alcançarmos, juntos, novos e mais altos patamares de performance no ano de 2023, criando valor para nossos acionistas e encantando os consumidores, todos os dias.

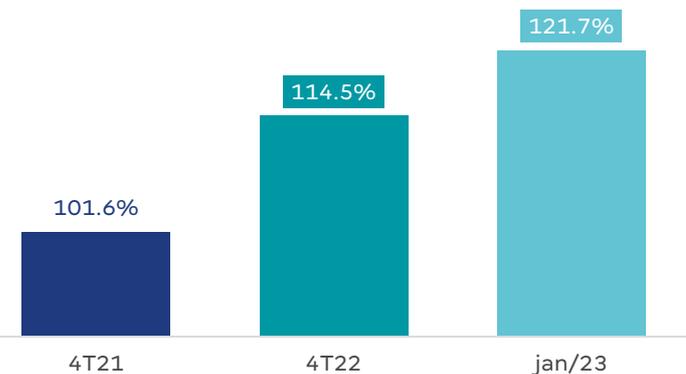
Rafael Sales, CEO

Destaques de 4T22

PRINCIPAIS INDICADORES

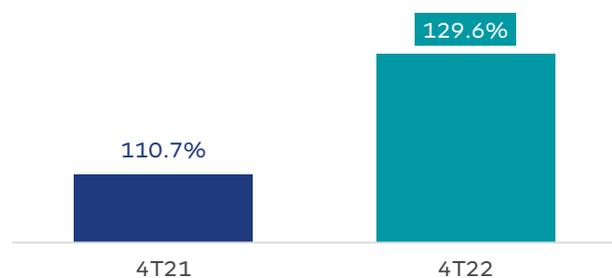
VENDAS TOTAIS¹ (% de 2019)

No quarto trimestre de 2022 o indicador de **vendas totais** atingiu o marco recorde de R\$ 6,8 bilhões, um crescimento de 14,5% em relação ao 4T19. Em janeiro/23, observamos vendas totais 21,7% acima do mesmo período de 2019.



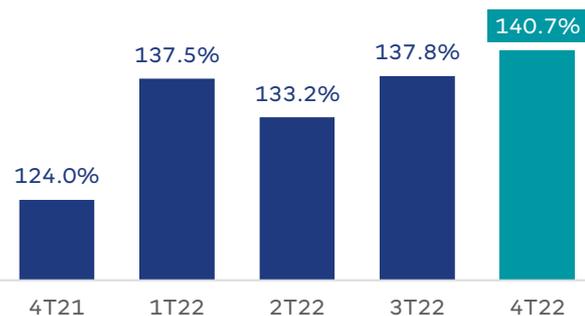
RECEITA DE ALUGUEL¹ Ex-linearização (% de 2019)

A **receita de aluguel**¹, excluindo os efeitos da linearização, totalizou **R\$ 370,8 milhões** e manteve sua consistência de crescimento, atingindo patamar de 29,6% em relação ao mesmo período de 2019.



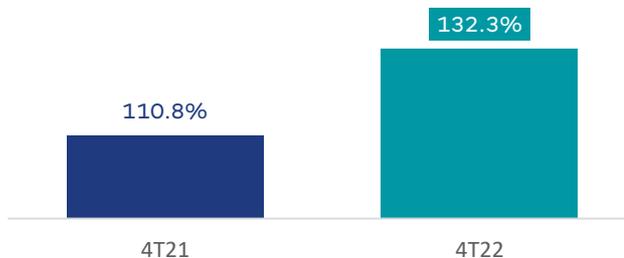
SSR (% de 2019)

O **aluguel mesmas lojas (SSR)** no 4T22 reportou um crescimento de 40,7% em relação ao mesmo período de 2019, consequência da retirada de descontos concedidos em função da pandemia. Outro destaque foi o resultado de novas locações que favoreceram a performance positiva desse indicador.



NOI¹ Ex-linearização (% de 2019)

A Companhia manteve uma evolução consistente do resultado operacional dos ativos, gerando um crescimento do **NOI (ex vendas e ex-linearização)**¹ de **32,3%** em relação ao mesmo período de 2019, atingindo um importante marco de R\$ 439,6 MM no trimestre.

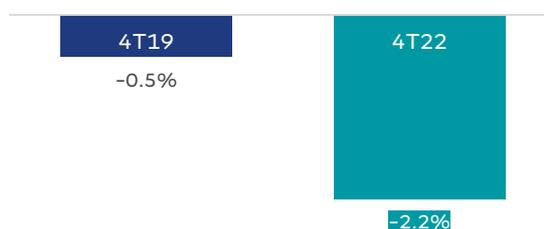


INDICADORES FINANCEIROS

- A **Receita Líquida**¹ no 4T22 totalizou **R\$ 462,1 milhões**, aumento de 31,1% quando comparada ao 4T21 e de 42,8% se comparada ao 4T19. Destacam-se as linhas de Mall & Mídia e Receita de Serviços dada à incorporação dos resultados da helloo e o crescimento da comercialização de mídias.
- O **EBITDA Ajustado**¹ sem efeitos não recorrentes foi R\$ 333,9 milhões, margem de 72,3%. Esse número representa um crescimento de 36,3% em relação ao 4T19 e aumento da margem em 24,4 p.p em relação ao mesmo período de 2021.
- O **FFO Ajustado ex efeitos não recorrentes** totalizou R\$ 179,3 milhões, margem de 38,8%, alcançando crescimento de 191,1% em relação ao 4T21 e ampliação da margem em 22,3 p.p.

INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA

Reportamos no 4T22 uma **inadimplência líquida** de **-2,2%**, indicando a saúde da nossa base de lojistas. Esse número reforça os excelentes níveis de inadimplência reportados ao longo de 2022, demonstrando uma notória melhora em relação ao mesmo trimestre de 2019 (-1.7 p.p).



¹Para análise comparativa a 2019 e 2021, excluimos os valores referentes ao resultado dos 7 shoppings vendidos em agosto/19, o resultado do Via Brasil Shopping vendido em março/20, a venda da participação de 30% do Center Shopping Uberlândia em abril/22 e a venda do Campinas Shopping em dezembro/22.

Destaques de 4T22

NOVOS NEGÓCIOS

- A **hello** apresentou nesse 4T22 uma receita de R\$ 52,5 milhões, o que representa um crescimento de 71,6% versus 4T21, atingindo 10,5% de *share* da receita bruta da Companhia, um aumento de 4,0 p.p versus o 4T21. Iniciamos o ano de 2022 com um inventário de 5.113 telas em elevadores e terminamos o ano com 10.419 telas, o que representa um crescimento de 103,8%.
- No final do 4T22 alcançamos mais de 580 mil membros ativos em nosso Programa de Relacionamento nos 7 shoppings em que o mesmo está implementado, apresentando crescimento de 20% versus 3T22. Em 2022, os membros de alta frequência de consumo em nossos shoppings representaram cerca de 70% do GMV do Programa, GMV esse que totalizou R\$ 700 milhões, com penetração média de 31,5%.

OUTROS DESTAQUES

• VENDA DO CAMPINAS SHOPPING

Neste trimestre, concluímos a alienação da participação total da Companhia no Campinas Shopping para os fundos Vinci Shopping Centers Fundo de Investimento Imobiliário, XP Malls Fundo de Investimento Imobiliário e Malls Brasil Plural Fundo de Investimento Imobiliário, pelo valor de R\$ 411,4 milhões, tendo sido recebidos à vista e em dinheiro, R\$ 92,2 milhões, e o total remanescente quitado por meio de subscrição e integralização de cotas emitidas pelos fundos compradores. A negociação representou um *cap rate* implícito para 2022 de 8,9%² e para 2023 de 9,5%². Esse desinvestimento reforçou a estratégia da brMalls em focar na melhor alocação de seu capital, buscando a rentabilização de seus ativos e a maximização da geração de valor para os seus acionistas.

• COMBINAÇÃO DE NEGÓCIOS

Em novembro de 2022, o Conselho Administrativo de Defesa Econômica (“CADE”) aprovou a combinação de negócios entre a ALSO e brMalls, e em dezembro, houve a verificação das condições suspensivas para consumação da transação confirmada pelo conselho administrativo de ambas as Cias. Com isso, a operação foi consumada em 6 de janeiro de 2023 nos termos do Protocolo e Justificação da Incorporação das Ações de Emissão da BR Malls Participações S.A. pela Dolunay Empreendimentos e Participações S/A, seguida da incorporação da Dolunay Empreendimentos e Participações S/A pela Aliansce Sonae Shopping Centers S.A..

Aliansce Sonae e brMalls continuarão a se dedicar às suas atividades, mantendo-se o registro de companhia aberta da Aliansce Sonae e a listagem de suas ações no segmento do Novo Mercado da B3 (ALSO3), e brMalls tornando-se uma subsidiária integral da Aliansce Sonae.

¹Para análise comparativa a 2019 e 2021, excluímos os valores referentes ao resultado dos 7 shoppings vendidos em agosto/19, o resultado do Via Brasil Shopping vendido em março/20, venda da participação de 30% do Center Shopping Uberlândia em abril/22 e a venda do Campinas Shopping em dezembro/22.

² *Cap rate* calculado a partir do NOI Caixa não linearizado de 2022 e 2023

Principais Indicadores

Indicadores Financeiros

	4T22	4T21	%	4T21 ¹	%	4T19 ¹	%
Receita Líquida	462.111	373.276	23,8%	352.432	31,1%	323.548	42,8%
NOI	409.014	328.363	24,6%	308.913	32,4%	303.607	34,7%
margem %	91,3%	88,0%	3,3 p.p	87,8%	3,5 p.p	89,2%	2,1 p.p
NOI Ex Linearização	439.546	390.736	12,5%	367.933	19,5%	332.209	32,3%
margem	91,8%	89,7%	2,1 p.p	85,1%	6,7 p.p	90,0%	1,8 p.p
EBITDA Ajustado	257.921	188.853	36,6%	168.988	52,6%	245.007	5,3%
margem %	55,8%	50,6%	5,2 p.p	47,9%	7,9 p.p	75,7%	-19,9 p.p
EBITDA Ajustado Ex Efeitos Não Recorrentes	333.917	188.853	76,8%	168.988	97,6%	245.007	36,3%
margem %	72,3%	50,6%	21,7 p.p	47,9%	24,4 p.p	75,7%	-3,5 p.p
Lucro Líquido Ajustado	(18.373)	48.241	-138,1%	*	*	*	*
margem %	-4,0%	12,9%	-16,9 p.p	*	*	*	*
FFO Ajustado	15.111	61.574	-75,5%	*	*	*	*
margem %	3,3%	16,5%	-13,2 p.p	*	*	*	*
FFO Ajustado por ação	0,02	0,07	-73,7%	*	*	*	*
FFO Ajustado Ex Efeitos não Recorrentes	179.263	61.574	191,1%	*	*	*	*
margem %	38,8%	16,5%	22,3 p.p	*	*	*	*
FFO Ajustado Ex Efeitos não Recorrentes por ação	0,22	0,07	212,4%	*	*	*	*

Indicadores Financeiros Acumulados

	2022	2021	%	2021 ¹	%	2019 ¹	%
Receita Líquida	1.531.683	1.182.917	29,5%	1.141.779	34,1%	1.209.540	26,6%
NOI	1.347.414	1.047.027	28,7%	1.010.050	33,4%	1.094.214	23,1%
margem %	90,0%	88,6%	1,4 p.p	88,7%	1,3 p.p	89,2%	0,8 p.p
NOI Ex Linearização	1.403.552	1.088.836	28,9%	1.056.302	32,9%	1.096.564	28,0%
margem	90,3%	88,6%	1,7 p.p	86,0%	4,3 p.p	89,2%	1,1 p.p
EBITDA Ajustado	1.095.093	689.539	58,8%	654.905	67,2%	903.461	21,2%
margem %	71,5%	58,3%	13,2 p.p	57,4%	14,1 p.p	74,7%	-3,2 p.p
EBITDA Ajustado Ex Efeitos Não Recorrentes	1.101.977	689.539	59,8%	654.905	68,3%	903.461	22,0%
margem %	71,9%	58,3%	13,7 p.p	57,4%	14,5 p.p	74,7%	-2,7 p.p
Lucro Líquido Ajustado	372.702	276.168	35,0%	*	*	*	*
margem %	24,3%	23,3%	1,0 p.p	*	*	*	*
FFO Ajustado	461.838	322.458	43,2%	*	*	*	*
margem %	30,2%	27,3%	2,9 p.p	*	*	*	*
FFO Ajustado por ação	0,56	0,38	47,4%	*	*	*	*
FFO Ajustado Ex Efeitos não Recorrentes	580.374	322.458	80,0%	*	*	*	*
margem %	37,9%	27,3%	10,6 p.p	*	*	*	*
FFO Ajustado Ex Efeitos não Recorrentes por ação	0,71	0,38	85,6%	*	*	*	*

¹Para análise comparativa a 2019 e 2021, excluímos os valores referentes ao resultado dos 7 shoppings vendidos em agosto/19, o resultado do Via Brasil Shopping vendido em março/20, a venda da participação de 30% do Center Shopping Uberlândia em abril/22 e a venda do Campinas Shopping em dezembro/22.

²Resultados não Recorrentes incorporam alienação de ativos, custos e despesas referentes à Combinação de Negócios com ALSO.

Principais Indicadores

Indicadores Operacionais

	4T22	4T21	%	4T19	%	2022	2021	%	2019	%
ABL Total Portfólio Core (m ²) ¹	1.163.002	1.163.002	-	1.163.002	-	1.163.002	1.163.002	-	1.163.002	-
ABL Próprio Portfólio Core (m ²) ¹	762.643	813.015	-6,2%	794.976	-4,1%	762.643	757.433	0,7%	727.168	4,9%
ABL Ajustada (m ²) ^{1 2}	1.086.605	1.068.947	1,7%	1.115.547	-2,6%	1.082.718	1.041.376	4,0%	1.213.294	-10,8%
Vendas Mesmas Lojas	9,7%	18,0%	-8,3 p.p	3,7%	6,0 p.p	27,8%	20,3%	7,5 p.p	3,1%	24,7 p.p
Vendas Mesmas Lojas (% de 2019)	9,8%	-0,5%	10,3 p.p	-	-	8,8%	-15,8%	24,6 p.p	-	-
Vendas Totais Portfólio Core (R\$ milhões) ^{1 2}	6.798	6.034	12,7%	5.939	14,5%	21.952	16.588	32,3%	19.228	14,2%
Vendas / m ²	2.085	1.882	10,8%	1.775	17,5%	1.690	1.327	27,3%	1.321	27,9%
Aluguel Mesmas Lojas	16,8%	45,6%	-28,8 p.p	6,9%	9,9 p.p	30,2%	61,6%	-31,4 p.p	7,5%	22,7 p.p
Aluguel Mesmas Lojas (% de 2019)	40,7%	24,0%	16,7 p.p	-	-	37,5%	6,9%	30,6 p.p	-	-
Aluguel / m ²	143	112	27,7%	112	27,7%	117	93	25,8%	101	15,8%
NOI / m ²	134	138	-2,9%	132	1,5%	130	107	21,5%	119	9,2%
Custo de Ocupação (% das vendas)	10,7%	10,1%	0,6 p.p	10,0%	0,7 p.p	11,2%	11,8%	-0,6 p.p	10,9%	0,3 p.p
(+) Aluguel (% vendas)	7,0%	6,8%	0,2 p.p	6,2%	0,8 p.p	7,0%	7,2%	-0,2 p.p	6,3%	0,7 p.p
(+) Condomínio e Fundo de Promoção (% vendas)	3,7%	3,3%	0,4 p.p	3,8%	-0,1 p.p	4,2%	4,6%	-0,4 p.p	4,6%	-0,4 p.p
Ocupação (média mensal)	97,2%	97,9%	-0,7 p.p	97,3%	-0,1 p.p	97,2%	96,9%	0,3 p.p	97,0%	0,2 p.p
Inadimplência Líquida	-2,2%	-1,8%	-0,4 p.p	-0,5%	-1,7 p.p	0,2%	7,9%	-7,7 p.p	1,1%	-0,9 p.p
Pagamentos em Atraso (média mensal)	6,2%	9,3%	-3,1 p.p	3,8%	2,4 p.p	8,4%	17,6%	-9,2 p.p	5,6%	2,8 p.p
Turnover das lojas	5,5%	5,3%	0,2 p.p	7,2%	-1,7 p.p	5,5%	5,3%	0,2 p.p	7,2%	-1,7 p.p

¹Para análise comparativa a 2019 e 2021, excluímos os valores referentes ao resultado dos 7 shoppings vendidos em agosto/19, o resultado do Via Brasil Shopping vendido em março/20, a venda da participação de 30% do Center Shopping Uberlândia em abril/22 e a venda do Campinas Shopping em dezembro/22.

²Considera apenas lojas que reportam vendas. Esse valor é utilizado para o cálculo do indicador Vendas/m².

*Conforme divulgado na Teleconferência e Apresentação do dia 05/08/2019, a partir do 3º trimestre de 2019, excluímos o Shopping Araguaia e São Luís Shopping de todos os indicadores operacionais apresentados acima, com exceção da ABL Total e ABL Próprio para os resultados de 3Q19 e 9M19.

** "Portfólio Core" se refere ao portfólio da Companhia ao final do 4T22, excluindo o Shopping Araguaia e São Luís Shopping.

Visão Geral do 4T22: Estratégia e Resultados Operacionais

O 4T22 manteve o ritmo acelerado de evolução dos indicadores operacionais da Companhia, reflexo de um forte resultado de vendas e da estratégia comercial adotada ao longo dos últimos anos. Mesmo diante de eventos não recorrentes – Copa do Mundo e eleições – que afetaram o resultado de novembro e dezembro, as vendas do trimestre se mantiveram sólidas, impulsionadas principalmente, pelo forte resultado do Dia das crianças e do Natal.

Seguindo o forte patamar de vendas dos trimestres anteriores, apresentamos um crescimento de vendas de 12,7% versus 2021 e 14,5% em relação ao mesmo período de 2019. Importante destacar o resultado de dezembro que mostrou performance 16,9% superior ao mesmo mês de 2019¹, confirmando a excepcionalidade do mês de novembro na tendência de crescimento de vendas da Cia.

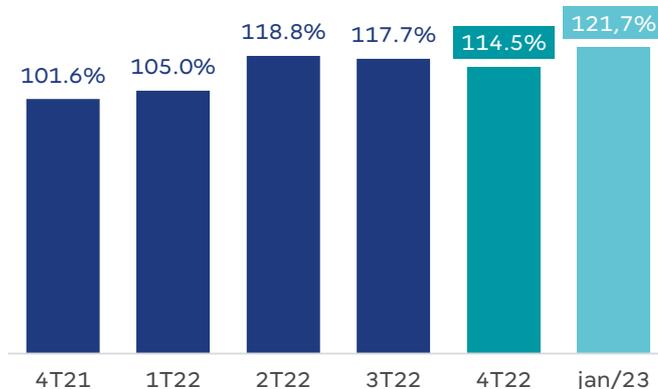
Em mais um trimestre verificamos a força do portfolio da Companhia com mais de 70% dos shoppings apresentando crescimento de vendas acima de dois dígitos versus mesmo período de 2019. Os shoppings da região Centro-Oeste e Norte continuam sendo destaque na performance de vendas, em especial: Estação Cuiabá (53%), Campo Grande (30%), Amazonas (30%) e Goiânia (26%).

CRESCIMENTO ORGÂNICO

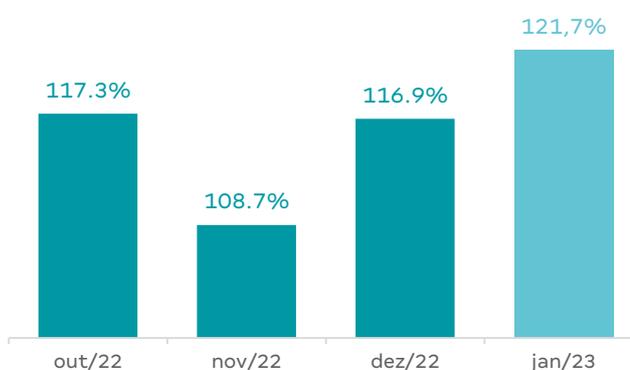
A forte ocupação dos nossos ativos, associada ao crescimento expressivo de vendas vem permitindo uma aceleração do crescimento orgânico da Companhia. No 4T22, atingimos um crescimento de receita de aluguel de 29,6% versus 4T19¹ e um crescimento de NOI de 32,3% versus 4T19¹, ambos os indicadores ex-linearização. O resultado é retrato da evolução frente aos crescimentos já apresentados nos trimestres anteriores.

Além da redução dos descontos contratuais, o repasse dos índices de inflação e reajustes de alugueis de novas locações e renovações impactaram positivamente a linha de aluguel mínimo (crescimento de 34,1% versus 4T19¹). Também é importante destacar a forte performance da linha de Mall&Mídia (crescimento de 37,0% versus 4T19¹), consequência do reaquecimento do mercado publicitário e maior eficiência na comercialização desse produto pela Companhia.

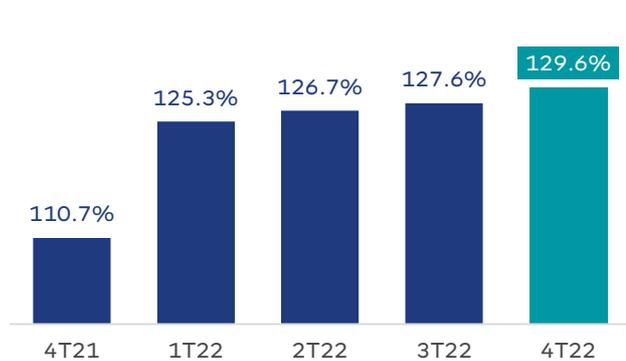
EVOLUÇÃO DE VENDAS TOTAIS¹ (% de 2019)



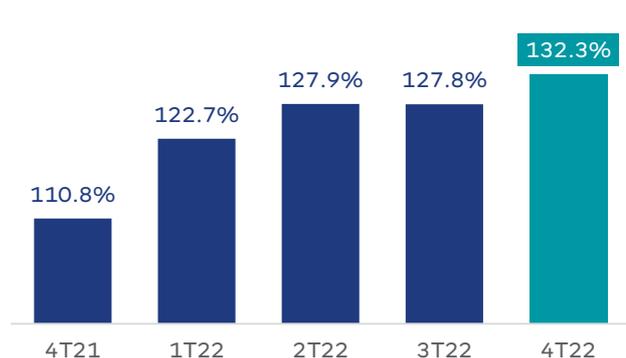
VENDAS TOTAIS¹ POR MÊS (% de 2019)



RECEITA DE ALUGUEL¹ Ex Linearização (% de 2019)



NOI Ex-Linearização¹ (% de 2019)



¹ Para análise comparativa a 2019 e 2021, excluímos os valores referentes ao resultado dos 7 shoppings vendidos em agosto/19, o resultado do Via Brasil Shopping vendido em março/20, venda da participação de 30% do Center Shopping Uberlândia em abril/22. e da venda do Campinas Shopping em dezembro/22.

Visão Geral do 4T22: Estratégia e Resultados Operacionais

COMERCIALIZAÇÃO

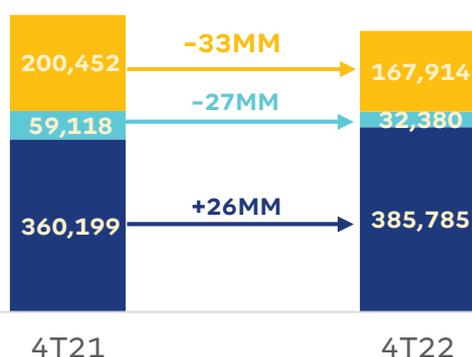
No 4T22, atingimos uma taxa de ocupação de 97,2% mostrando a consistência nesse indicador e reforçando o poder de atratividade comercial dos nossos ativos. Entre muitos ativos, deve-se destacar o crescimento da taxa de ocupação principalmente nos shoppings São Bernardo (+3,4 p.p.), Villagio Caxias (+3,3 p.p.) e Independência Shopping (+3,0 p.p.). Esse crescimento da Taxa de Ocupação também foi acompanhado pela qualificação do mix, com a inauguração de marcas inéditas e desejadas pelo público dos nossos shoppings entre elas: Vans, Camarada Camarão, Westwing, Pizzaria Camelo, etc.

O custo de ocupação se manteve próximo aos patamares do período pré-pandemia, refletindo além da performance positiva de vendas, a eficiência na gestão dos custos condominiais e de fundo de promoção. Esse patamar de custo de ocupação permite manter o ciclo de evolução da receita operacional da companhia.

A EVOLUÇÃO DA INADIMPLÊNCIA E REFLEXOS NO CONTAS A RECEBER

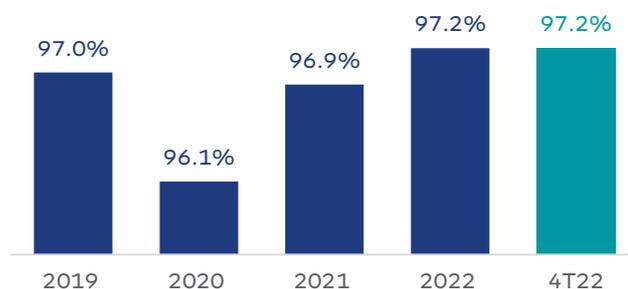
Nesse trimestre, mantivemos o cenário de recuperação de recebíveis, o que permitiu o atingimento de -2,2% do indicador de inadimplência líquida, o melhor resultado dos últimos 5 anos para um 4º trimestre. Com isso, a inadimplência líquida do ano atingiu o patamar de 0,2%, número melhor do que o patamar reportado no ano de 2019.

CONTAS A RECEBER



■ A Vencer ■ Vencidos até 2 trimestres ■ Vencidos há mais de 2 trimestres

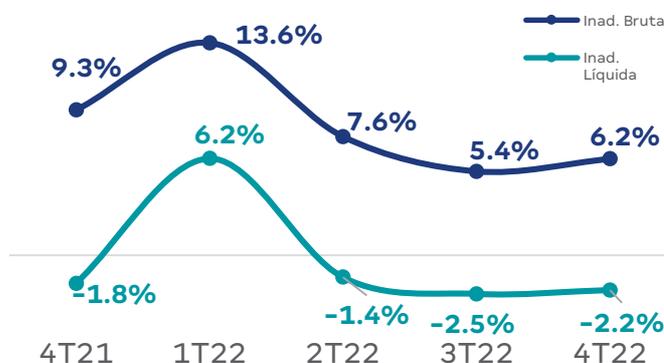
TAXA DE OCUPAÇÃO



CUSTO DE OCUPAÇÃO



INADIMPLÊNCIA – ÚLTIMOS TRIMESTRES



Pela ótica de Contas a Receber, verificamos uma redução de 34MM no 4T22 versus o mesmo período do ano anterior. O saldo a vencer mostrou um aumento para 26MM, evidenciando a evolução das renegociações e a maior presença de lojistas com característica de inadimplência no portfólio. Vale destacar que, considerando apenas os valores vencidos, tivemos uma recuperação de R\$ 59MM. Esse resultado evidencia a melhora do saldo em aberto da Companhia e um cenário de maior saúde financeira da nossa base de lojistas.

Iniciativas Digitais: Evolução do nosso modelo de negócios

PROGRAMA DE RELACIONAMENTO

Finalizamos o ano de 2022 com evolução nos principais Indicadores relacionados ao Programa de Relacionamento. O número de clientes engajados com o nosso Programa de Relacionamento aumentou, impulsionando a curva de captura de notas fiscais / informações de consumo, representando cerca de 31% das vendas totais no 4T22 e de 26% ao longo de 2022 nos 7 shoppings com programas lançados em Agosto de 2020.

Em 2022 o grupo de consumidores que enviam uma média de 8,5 notas por mês, ou seja, membros de alta frequência de consumo em nossos shoppings, representaram cerca de 70% do GMV do Programa.

Deste modo, avançamos no conhecimento dos hábitos de consumo o que possibilitou um relacionamento mais próximo através de ações e campanhas escaláveis comunicando benefícios e missões com objetivo de aumento de recorrência e retenção dos membros do programa, o que trouxe impacto direto nas vendas dos nossos lojistas.

ENGAJAMENTO E RECORRÊNCIA

No final do 4T22 alcançamos mais de 580 mil membros ativos¹ em nosso programa de relacionamento nos 7 shoppings em que o mesmo está implementado, crescimento de 20% versus 3T22.

Durante o 4T22, capturamos, informações de aproximadamente 3,4 milhões de transações, que somaram mais de R\$ 700 milhões em compras realizadas no período.

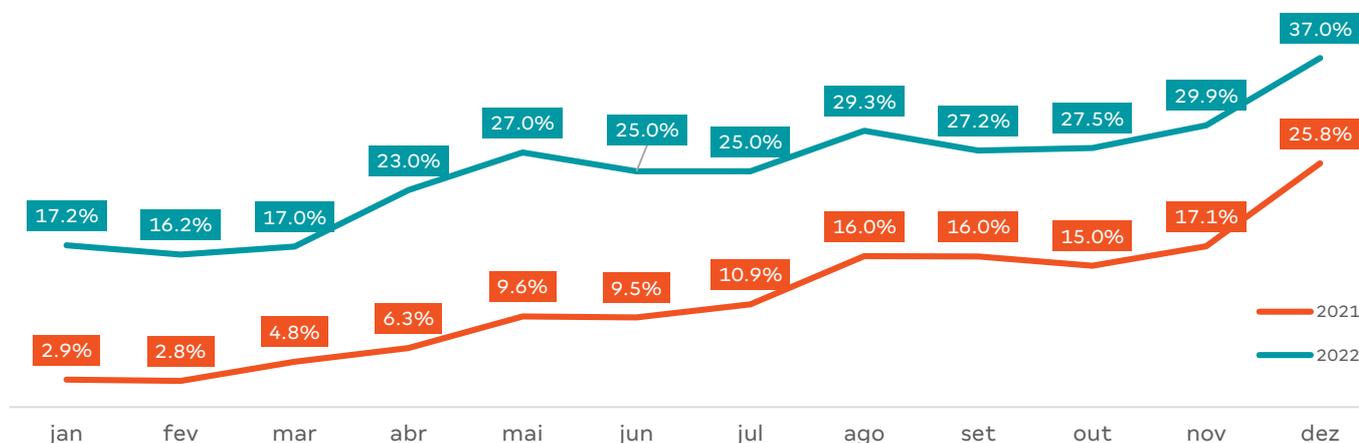
O principal objetivo do último trimestre em linha com a estratégia do ano, foi aumentar o engajamento e recorrência dos membros. Aproveitamos o Natal para alavancar a estratégia de marketing de relacionamento avançando em comunicações mais automatizadas e em parcerias com nossos lojistas gerando benefícios aderentes para os consumidores que concentram suas compras nos shoppings. Tivemos um aumento no número de membros que utilizam os benefícios do programa, partindo de 57,0% da base no 3T22 para 65,0% no 4T22. Aumentamos também a recorrência no envio de notas fiscais do programa chegando a 2,2 compras por membro por mês na média do 4T22, versus 1,9 de média no trimestre anterior.

MEMBROS ATIVOS DO PROGRAMA (em milhares)



PENETRAÇÃO NAS VENDAS TOTAIS DOS 7 SHOPPINGS²

No 4T22, o GMV capturado totalizou R\$ 700 milhões, com penetração média de 31,5%.



¹ Membros ativos são membros engajados que enviaram suas informações de consumo e que pertencem a alguma categoria do programa.

² O Shopping Catuaí Londrina incorporou ao programa de Relacionamento apenas em junho de 2022, sendo seus resultados expurgados da análise.

Iniciativas Digitais:

Case: Monetização de Dados via Mídia (helloo)

INTELIGÊNCIA COMERCIAL

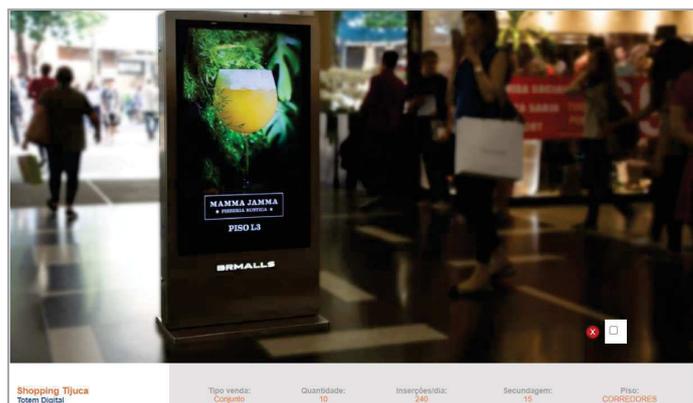
Grandes anunciantes e agências de publicidade têm uma demanda crescente por dados e inteligência na formatação de seus planos de mídia e mensuração de resultados de suas campanhas.

Nesse contexto, a estrutura e investimentos em digital da Companhia, geram um diferencial competitivo único para a helloo: a capacidade de trabalhar com soluções de dados robustas, mas também de usar dados próprios (1st party data, capturados através do programa de relacionamento) para gerar inteligência sobre um tema valioso no mercado: **hábitos de consumo**.

VENDEDOR AUDIÊNCIA

Utilizando-se de uma abordagem comercial baseada em dados, deslocamos o foco de venda de mídia: antes focados em **venda de telas** agora voltados para **audiência**. Com isso, é possível evidenciar nosso diferencial tecnológico para o mercado publicitário e atrair grandes anunciantes. Estamos mudando a maneira com a indústria de mídia *Out of Home* vendem mídia, o que só é possível graças ao ecossistema digital desenvolvido ao longo dos últimos anos.

Abordagem focada em TELAS:



Abordagem focada em AUDIÊNCIA:



RESULTADOS

173 marcas atendidas no novo formato, sendo 94 marcas convertidas em clientes

Conversão de 54% versus 41% (KPI Helloo Shopping)

Fonte: Relatórios Internos de Produtividade Comercial

Essas 94 marcas aumentaram seu investimento na Helloo em 56%

Nos demais veículos de OOH, essas marcas investiram +19%

Fonte: Monitor Evolution – Kantar Ibope Media

A recorrência de campanhas dessas marcas na Helloo cresceu +96%

Com os demais veículos de OOH o aumento foi de 7%

Fonte: Monitor Evolution – Kantar Ibope Media

R\$ 10,2 milhões de receita incremental advinda dessas 94 marcas

TOP 5

- Netflix
- McDonald's
- Natura
- Claro
- Abbraccio

Fonte: Relatórios Internos de Produtividade Comercial

Receita Líquida

No 4T22, a receita líquida totalizou R\$ 462,1 milhões, apresentando uma variação positiva de 31,1% quando comparada ao 4T21 e de 42,8% se comparada ao 4T19 - excluindo os shoppings vendidos. E ao analisar a receita líquida sem efeito de linearização, observamos crescimento de 20,2% e 39,1% versus o mesmo período de 2021 e 2019, respectivamente.

Em relação a linha de receita Mall & Mídia, mantivemos o crescimento relevante, alcançando 62,2% quando comparado ao 4T21¹, e 37,0% versus 4T19¹. Esse resultado corrobora com a evolução do *business* de mídia nas verticais residencial e shopping, através da captação de recursos de grandes anunciantes.

Abertura da Receita de Aluguel (R\$ mil)	4T22	4T21 ¹	%	4T19 ¹	%	2022	2021 ¹	%	2019 ¹	%
Aluguel Mínimo	244.390	190.435	28,3%	182.307	34,1%	870.374	704.907	23,5%	713.269	22,0%
Mall & Mídia	70.961	43.750	62,2%	51.808	37,0%	187.349	128.710	45,6%	142.990	31,0%
Aluguel Percentual	24.936	23.630	5,5%	23.398	6,6%	67.846	48.960	38,6%	65.318	3,9%
Aluguéis	340.287	257.816	32,0%	257.513	32,1%	1.125.569	882.578	27,5%	921.577	22,1%

Abertura da Receita Bruta (R\$ mil)	4T22	4T21 ¹	%	4T19 ¹	%	2022	2021 ¹	%	2019 ¹	%
Aluguéis	340.287	257.816	32,0%	257.513	32,1%	1.125.569	882.578	27,5%	921.577	22,1%
Estacionamento	99.347	82.992	19,7%	75.277	32,0%	336.723	222.383	51,4%	271.509	24,0%
Prestação de Serviços	53.354	38.343	39,1%	18.753	184,5%	169.592	107.625	57,6%	103.108	64,5%
Taxa de Cessão	4.086	4.974	-17,9%	4.244	-3,7%	17.366	18.331	-5,3%	19.915	-12,8%
Taxa de Transferência	2.537	2.567	-1,2%	2.453	3,4%	10.206	6.322	61,4%	8.534	19,6%
Outras	1.823	3.460	-47,3%	839	117,3%	7.697	9.226	-16,6%	5.370	43,3%
Receita Bruta	501.434	390.151	28,5%	359.079	39,6%	1.667.153	1.246.465	33,8%	1.330.013	25,3%
(-)Impostos e Contribuições	(39.323)	(37.719)	4,3%	(35.531)	10,7%	(135.470)	(104.686)	29,4%	(120.473)	12,4%
Receita Líquida	462.111	352.432	31,1%	323.548	42,8%	1.531.683	1.141.779	34,1%	1.209.540	26,6%

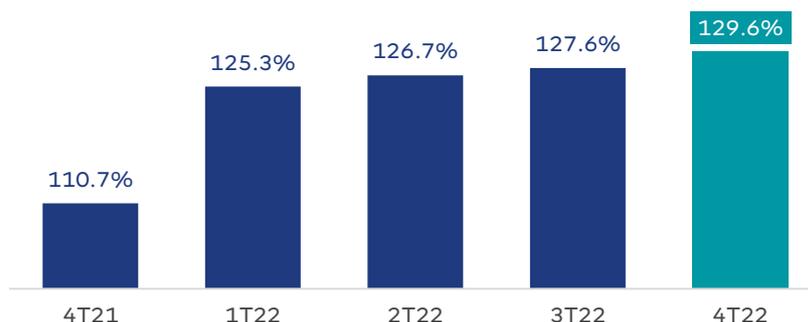
Receita Líquida ex-Linearização	491.955	409.259	20,2%	353.555	39,1%	1.584.092	1.184.821	33,7%	1.210.366	30,9%
---------------------------------	---------	---------	-------	---------	-------	-----------	-----------	-------	-----------	-------

ALUGUÉIS

No 4T22, a receita total de aluguéis atingiu R\$ 340,3 milhões, variação positiva de 32,0% quando comparado ao mesmo período de 2021 e 32,1% contra 2019 excluindo os shoppings vendidos. A Receita de Aluguéis, ao retirar os efeitos de linearização, apresentou um crescimento de 17,0% e 29,6% no comparativo com 2021¹ e 2019¹ respectivamente. A linearização negativa refere-se à recuperação das condições especiais disponibilizadas para os lojistas ao longo dos novos contratos realizados em 2020 e 2021.

Abertura da Receita de Aluguel (R\$ mil)	4T22	4T21 ¹	%	4T19 ¹	%	2022	2021 ¹	%	2019 ¹	%
Aluguéis	370.819	316.836	17,0%	286.115	29,6%	1.181.317	920.842	28,3%	926.723	27,5%
Linearização aluguel	(30.532)	(59.020)	-48,3%	(28.602)	6,7%	(55.748)	(38.264)	45,7%	(5.146)	983,3%
Receita Total de Aluguéis	340.287	257.816	32,0%	257.513	32,1%	1.125.569	882.578	27,5%	921.577	22,1%

RECEITA DE ALUGUEL Ex linearização (% de 2019)



¹Para análise comparativa a 2019 e 2021, excluímos os valores referentes ao resultado dos 7 shoppings vendidos em agosto/19, o resultado do Via Brasil Shopping vendido em março/20, a venda da participação de 30% do Center Shopping Uberlândia em abril/22 e a venda do Campinas Shopping em dezembro/22.

Custos

Neste trimestre, os custos da Companhia totalizaram R\$46,7 milhões e os principais destaques estão descritos abaixo:

	4T22	4T21	%	4T19	%	2022	2021	%	2019	%
Custos com Pessoal	(6.806)	(5.160)	31,9%	(6.997)	-2,7%	(22.629)	(16.311)	38,7%	(29.136)	-22,3%
Diversos Serviços	(9.213)	(7.458)	23,5%	(4.363)	111,2%	(32.269)	(19.745)	63,4%	(17.933)	79,9%
Custos Condominiais	(7.570)	(10.152)	-25,4%	(11.412)	-33,7%	(35.254)	(35.946)	-1,9%	(46.701)	-24,5%
Custos com Fundo de Promoções	(1.818)	(2.380)	-23,6%	(2.806)	-35,2%	(7.354)	(6.755)	8,9%	(11.401)	-35,5%
Demais Custos	(21.267)	(16.569)	28,4%	(12.436)	71,0%	(80.629)	(48.224)	67,2%	(44.368)	81,7%
Custos	(46.674)	(41.719)	11,9%	(38.014)	22,8%	(178.135)	(126.981)	40,3%	(149.539)	19,1%
Custos Ex Vendas¹	(46.674)	(38.922)	19,9%	(33.382)	39,8%	(178.135)	(121.417)	46,7%	(125.944)	41,4%

• DIVERSOS SERVIÇOS E CUSTOS COM PESSOAL

A variação desta linha no comparativo com 4T21 é dada principalmente pela incorporação da helloo e suas linhas de custo, como consultorias e assessorias em tecnologia.

• CUSTOS CONDOMINIAIS

Os custos condominiais apresentaram uma queda de 25,4% em relação ao 4T21 e 33,7% versus 4T19. A redução é reflexo de um cenário de inadimplência controlada no período, alta taxa de ocupação nos ativos e controle dos custos condominiais o que por consequência levou à redução dos aportes condominiais.

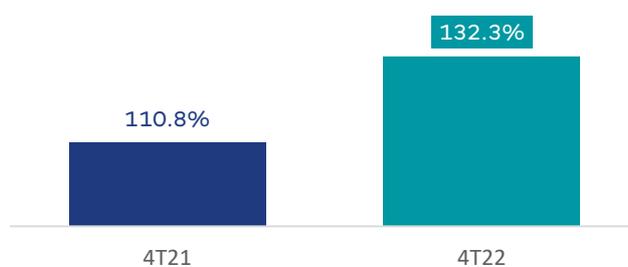
• DEMAIS CUSTOS

A variação de demais custos pode ser identificada principalmente pelos custos atrelados a helloo que correspondem a ampliação do inventário de mídia gerando maior repasse de veiculação. Outra variação importante se dá no aluguel de espaços, como terrenos utilizados para estacionamento.

NOI

No trimestre, reportamos um NOI de R\$ 409,0 milhões, o que representa crescimento de 24,6% em relação ao 4T21, e de 28,8% versus 4T19. Ao excluir os shoppings vendidos¹, o crescimento do NOI foi de 32,4% e 34,7%, respectivamente.

NOI Ex Vendas e Ex Linearização (% de 2019)



	4T22	4T21	%	4T19	%	2022	2021	%	2019	%
Receita Bruta	501.434	411.660	21,8%	386.147	29,9%	1.667.153	1.289.006	29,3%	1.444.986	15,4%
(-) Prestação de Serviços	(53.354)	(38.343)	39,1%	(27.177)	96,3%	(169.592)	(107.625)	57,6%	(107.943)	57,1%
(+) Custos	(36.396)	(40.657)	-10,5%	(38.014)	-4,3%	(140.800)	(122.659)	14,8%	(149.539)	-5,8%
(+) Debêntures do Araguaia	1.575	2.073	-24,0%	2.200	-28,4%	6.433	5.849	10,0%	8.058	-20,2%
(-) Crédito PIS/COFINS	(4.245)	(6.370)	-33,4%	(5.537)	-23,3%	(15.781)	(17.544)	-10,0%	(15.933)	-1,0%
NOI	409.014	328.363	24,6%	317.619	28,8%	1.347.414	1.047.027	28,7%	1.179.629	14,2%
Margem %	91,3%	88,0%	3,3 p.p	88,5%	2,9 p.p	90,0%	88,6%	1,3 p.p	88,2%	1,7 p.p
NOI Ex Vendas¹	409.014	308.913	32,4%	303.607	34,7%	1.347.414	1.010.050	33,4%	1.094.214	23,1%
Margem %	91,3%	87,8%	3,5 p.p	89,2%	2,1 p.p	90,0%	88,7%	1,3 p.p	89,2%	0,8 p.p
NOI Ex Vendas¹ e Ex Linearização	439.546	367.933	19,5%	332.209	32,3%	1.403.552	1.056.302	32,9%	1.096.564	28,0%
Margem %	91,8%	85,1%	6,7 p.p	85,7%	6,1 p.p	90,3%	86,0%	4,3 p.p	89,4%	0,9 p.p

¹Para análise comparativa a 2019 e 2021, excluimos os valores referentes ao resultado dos 7 shoppings vendidos em agosto/19, o resultado do Via Brasil Shopping vendido em março/20, a venda da participação de 30% do Center Shopping Uberlândia em abril/22 e a venda do Campinas Shopping em dezembro/22.

Despesas com Vendas, Gerais & Administrativas

Registramos despesas com vendas, gerais & administrativas de R\$ 136,3 milhões no 4T22. As principais variações estão abertas abaixo detalhando, inclusive, o efeito não recorrente de despesas relacionadas à Combinação de Negócios com ALSO.

	4T22	4T21	%	4T19	%	2022	2021	%	2019	%
Despesas com Vendas	(14.027)	(21.499)	-34,8%	(9.830)	42,7%	(41.935)	(118.775)	-64,7%	(47.010)	-10,8%
Despesas Gerais & Administrativas	(122.263)	(64.043)	90,9%	(50.046)	144,3%	(273.040)	(180.136)	51,6%	(145.781)	87,3%
Despesas com Vendas, Gerais & Administrativas	(136.290)	(85.542)	59,3%	(59.876)	127,6%	(314.975)	(298.911)	5,4%	(192.791)	63,4%

DESPESAS COM VENDAS

As despesas com vendas totalizaram R\$ 14,0 milhões, apresentando redução de 34,8% versus 4T21. Atribuímos essa melhora à diminuição do indicador de inadimplência líquida para -2,2% no 4T22, mantendo em patamares baixos a provisão da PDD no trimestre. Importante destacar que o resultado de PDD já inclui provisões de todo saldo em aberto referente a varejistas em recuperação judicial. Já a linha de Comissões sobre Comercialização apresentou crescimento de 25,0% versus mesmo período de 2019 em decorrência do acelerado ritmo comercial de novos contratos e renovações.

	4T22	4T21	%	4T19	%	2022	2021	%	2019	%
PCLD (PDD) e Perdão de Dívida	(2.807)	(10.728)	-73,8%	(3.341)	-16,0%	(1.378)	(89.178)	-98,5%	(21.402)	-93,6%
Comissões sobre Comercialização	(8.109)	(6.578)	23,3%	(6.489)	25,0%	(34.630)	(21.863)	58,4%	(25.608)	35,2%
Outras Despesas Comerciais	(3.111)	(4.193)	-25,8%	-	-	(5.927)	(7.734)	-23,4%	-	-
Despesas com Vendas	(14.027)	(21.499)	-34,8%	(9.830)	42,7%	(41.935)	(118.775)	-64,7%	(47.010)	-10,8%

DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS

As despesas gerais e administrativas totalizaram R\$ 122,3 milhões no 4T22, impactadas por efeitos não recorrentes da combinação de negócios com Aliance Sonae. Os principais impactos desta linha estão descritos abaixo:

	4T22	4T21	%	4T19	%	2022	2021	%	2019	%
Despesas Administrativas	(41.164)	(38.949)	5,7%	(30.914)	33,2%	(142.900)	(118.567)	20,5%	(103.477)	38,1%
Despesa com Salários, encargos e benefícios	(28.744)	(24.169)	18,9%	(15.990)	79,8%	(108.414)	(88.243)	22,9%	(68.605)	58,0%
Participação nos lucros (PLR)	(12.420)	(14.780)	-16,0%	(14.924)	-16,8%	(34.486)	(30.324)	13,7%	(34.872)	-1,1%
Despesa de Remuneração Baseada em Ações	(61.289)	(5.070)	1108,9%	(6.470)	847,3%	(76.878)	(13.106)	486,6%	(10.314)	645,4%
Serviços Contratados	(16.681)	(15.166)	10,0%	(4.043)	312,6%	(49.136)	(35.630)	37,9%	(13.184)	272,7%
Outras Despesas	(3.129)	(4.858)	-35,6%	(8.619)	-63,7%	(4.126)	(12.833)	-67,8%	(18.806)	-78,1%
Despesas com Contingências	1.966	(1.368)	-243,7%	(5.835)	-133,7%	12.701	(4.229)	-400,3%	(7.241)	-275,4%
Outras Despesas	(5.095)	(3.490)	46,0%	(2.784)	83,0%	(16.827)	(8.604)	95,6%	(11.565)	45,5%
Despesas Gerais & Administrativas	(122.263)	(64.043)	90,9%	(50.046)	144,3%	(273.040)	(180.136)	51,6%	(145.781)	87,3%

DESPESAS ADMINISTRATIVAS

As despesas com salários, encargos e benefícios apresentaram crescimento de 18,9% em relação ao 4T21 em decorrência de dois fatores, principalmente: a correção de inflação e a incorporação de despesas com pessoal da equipe helloo.

Já a Despesa de Remuneração Baseada em Ações sofreu impacto representativo, de aproximadamente R\$ 61,3 milhões, devido a aceleração dos programas de ILP definido no Protocolo de Justificação e Incorporação da Combinação de Negócios com ALSO.

OUTRAS DESPESAS

A linha de outras despesas encerrou o 4T22 com queda 35,6% em relação ao mesmo período do ano anterior e suas principais variações envolvem reversão das provisões de contingências.

EBITDA

O EBITDA Ajustado atingiu R\$ 257,9 milhões e margem de 55,8%. O crescimento no comparativo com o mesmo período de 2021 é de 36,6%, apresentando uma melhora de 5,2 p.p na margem. Ao expurgar os efeitos não recorrentes registrados no trimestre e listados abaixo, a margem EBITDA alcançou 72,3% e crescimento de 24,9% versus o mesmo período de 2019.

	4T22	4T21	%	4T19	%	2022	2021	%	2019	%
Receita Líquida	462.111	373.276	23,8%	349.942	32,1%	1.531.683	1.182.917	29,5%	1.322.710	15,8%
(+) Custos e Despesas	(216.448)	(140.594)	54,0%	(103.107)	109,9%	(582.246)	(472.182)	23,3%	(363.257)	60,3%
(+) Depreciação e Amortização	33.484	13.333	151,1%	5.217	541,8%	89.136	46.290	92,6%	20.927	325,9%
(+) Outros Resultados Operacionais	216.361	191.814	12,8%	462.389	-53,2%	86.739	(70.465)	-223,1%	1.023.165	-91,5%
(+) Equivalência Patrimonial	-	(42.157)	-100,0%	11.313	-100,0%	-	(69.366)	-100,0%	6.460	-100,0%
EBITDA	495.508	395.672	25,2%	725.754	-31,7%	1.125.312	617.194	82,3%	2.010.005	-44,0%
(-) Propriedade para Investimento	(239.162)	(208.892)	14,5%	(460.697)	-48,1%	(36.650)	66.496	-155,1%	(967.270)	-96,2%
(+) Debêntures do Araguaia	1.575	2.073	-24,0%	2.200	-28,4%	6.433	5.849	10,0%	8.058	-20,2%
EBITDA Ajustado	257.921	188.853	36,6%	267.257	-3,5%	1.095.093	689.539	58,8%	991.856	10,4%
Margem %	55,8%	50,6%	5,2 p.p	76,4%	-20,6 p.p	71,5%	58,3%	13,2 p.p	75,0%	-3,5 p.p
(+) Resultados Não Recorrentes ¹	75.996	-	-	-	-	(6.884)	-	-	-	-
EBITDA Ajustado Ex Efeitos Não Recorrentes	333.917	188.853	76,8%	267.257	24,9%	1.101.977	689.539	59,8%	991.856	11,1%
Margem %	72,3%	50,6%	21,7 p.p	76,4%	-4,1 p.p	71,9%	58,3%	13,7 p.p	75,0%	-3,0 p.p
EBITDA Ajustado Ex Efeitos Não Recorrentes e Ex Vendas²	333.917	168.988	97,6%	245.007	36,3%	1.101.977	654.905	68,3%	903.461	22,0%
Margem %	72,3%	47,9%	24,4 p.p	75,4%	-3,2 p.p	71,9%	57,4%	14,5 p.p	74,7%	-2,7 p.p

RECONCILIAÇÃO EBITDA EX EFEITOS NÃO RECORRENTES

EBITDA Aj. Bridge	2T22	3T22	4T22	2022
EBITDA Ajustado	328.479	254.118	257.921	1.095.093
(-) Combinação de Negócios	(14.700)	(7.917)	(85.728)	(108.345)
(-) Custos de Fechamento da Fusão (Assessoria Jurídica, Financeira e Negócios)	(14.700)	(7.917)	(29.552)	(52.169)
(-) Antecipação dos Programas de ILP (Incentivo de Longo Prazo)	-	-	(56.176)	(56.176)
(-) Alienação de Ativos	91.729	-	9.732	101.461
(-) Ganho de Capital Alienações e Outros ajustes não recorrentes	91.729	-	9.732	101.461
EBITDA Ajustado Ex Efeitos Não Recorrentes	251.450	262.035	333.917	1.101.977

Em 2022, em decorrência do processo de combinação de negócios com a Aliansce Sonae, a Companhia realizou despesas não-recorrentes no montante total de R\$ 108,3 milhões. Esse resultado engloba honorários de assessores financeiros, legais e consultoria de negócios para integração, alocados em "Outros Resultados Operacionais" além da antecipação do programa de incentivos de longo prazo alocados em "Despesas Gerais e Administrativas".

Este valor contempla a parcela majoritária das despesas derivadas da fusão no ano exercício da sua aprovação junto ao CADE. Para a companhia combinada, no ano de 2023, ficam previstas despesas relacionadas aos projetos de integração em andamento e despesas de retenção e severance, conforme políticas e valores discriminados no "Protocolo e Justificação" aprovado em AGE de junho 2022.

OUTROS RESULTADOS OPERACIONAIS

A variação da linha de outros resultados operacionais se deve principalmente a atualização do Valor Justo das Propriedades para Investimento além as despesas referentes à fusão com ALSO destacadas acima.

EQUIVALÊNCIA PATRIMONIAL

Após o encerramento das atividades Delivery Center ao final de 2021, não houve até o momento, novos resultados provenientes da empresa.

¹ Resultados não Recorrentes incorporam alienação de ativos, custos e despesas referentes à Combinação de Negócios com ALSO.

² Para análise comparativa a 2019 e 2021, excluímos os valores referentes ao resultado dos 7 shoppings vendidos em agosto/19, o resultado do Via Brasil Shopping vendido em março/20, a venda de 30% da participação do Center Shopping Uberlândia em abril/22 e a venda do Campinas Shopping em dezembro/22.

Resultado Financeiro

O resultado financeiro registrou despesa líquida de R\$ 138,7 milhões, aumento de 49,1%, quando comparado o consolidado de 2022 com o ano anterior. As principais variações estão destacadas abaixo:

Receitas	4T22	4T21	%	4T19	%	2022	2021	%	2019	%
Aplicações Financeiras	35.909	32.344	11,0%	11.127	222,7%	169.218	82.636	104,8%	63.904	164,8%
Outros	6.574	6.785	-3,1%	5.614	17,1%	22.152	18.922	17,1%	17.014	30,2%
Total	42.483	39.129	8,6%	16.741	153,8%	191.370	101.558	88,4%	80.918	136,5%

Despesas	4T22	4T21	%	4T19	%	2022	2021	%	2019	%
Empréstimos e Financiamentos	(111.317)	(109.063)	2,1%	(56.787)	96,0%	(492.919)	(348.390)	41,5%	(267.885)	84,0%
Marcação a mercado das cotas ¹	(30.851)	-	-	-	-	(30.851)	-	-	-	-
Outros	(39.050)	(12.888)	203,0%	(10.149)	284,8%	(80.659)	(30.195)	167,1%	(22.409)	259,9%
Total	(181.218)	(121.951)	48,6%	(66.936)	170,7%	(604.429)	(378.585)	59,7%	(290.294)	108,2%

Resultado Financeiro	(138.735)	(82.822)	67,5%	(50.195)	176,4%	(413.059)	(277.027)	49,1%	(209.376)	97,3%
----------------------	-----------	----------	-------	----------	--------	-----------	-----------	-------	-----------	-------

MARCAÇÃO A MERCADO DAS COTAS E OUTRAS DESPESAS

A linha de marcação a mercado das cotas representa as oscilações do valor justo das cotas de fundos imobiliários detidos pela Cia e sujeitos a revisão trimestral. Em outras despesas, o 4T22 sofreu impacto proveniente do pré pagamento de dívidas previstas no planejamento de *liability management* e condições precedentes para Combinação de Negócios com ALSO. O impacto das despesas de pré pagamento das dívidas é de aproximadamente R\$ 27,7 milhões, dos quais R\$ 19,4 milhões são efeito não caixa.

Impostos

Neste trimestre, os impostos totalizaram R\$ 84,3 milhões. As principais variações são decorrentes dos seguintes fatores:

	4T22	4T21	%	4T19	%
Receita Bruta	501.434	411.660	21,8%	386.147	29,9%
Abertura Impostos					
Provisão para IR/ CSLL	(71.306)	(20.451)	248,7%	(16.883)	322,4%
Imposto Diferido	(12.967)	(62.487)	-79,2%	(157.809)	-91,8%
Imposto Total	(84.273)	(82.938)	1,6%	(174.692)	-51,8%

PROVISÃO PARA IR/CSLL

O impacto nesta linha em relação ao ano anterior refere-se principalmente ao imposto pago na alienação do Campinas Shopping no valor de R\$ 65 milhões, parcialmente compensado pela reversão do imposto pago antecipadamente da alienação do Center Shopping Uberlândia, reconhecida no 2T22, por conta de prejuízos posteriores. Ressaltamos que, não obstante o impacto do valor pago na alienação do Campinas, a venda do shopping poderá gerar uma eficiência de tributação ao longos dos anos que que poderá compensar tal valor, por conta de alteração de regime tributário na empresa que detinha o Campinas Shopping e que detém atualmente outro ativo da Cia.

IMPOSTO DIFERIDO

Principal variação também se refere a venda do shopping Campinas Shopping, que gerou um ganho de aproximadamente R\$ 65 milhões de imposto por conta da reversão do valor justo desta propriedade. Os outros efeitos referem-se ao impacto do valor justo sobre o restante das propriedades para investimento e efeitos de provisões como PCLD, contingências e remuneração baseado em ações.

Lucro Líquido e FFO

O Lucro Líquido apresentou resultado de R\$ 217,0 milhões no 4T22, representando um crescimento de 16,5% em relação ao mesmo período de 2021. As linhas de Lucro Líquido Ajustado e AFFO foram impactadas por efeitos não recorrentes no 4T22 que serão detalhados abaixo:

	4T22	4T21	%	4T19	%
Lucro Líquido	217.017	186.276	16,5%	407.638	-46,8%
(+) Imposto Não Caixa ¹	(34.535)	60.318	-157,3%	150.634	-122,9%
(-) Propriedade para Investimento	(239.162)	(208.892)	14,5%	(460.697)	-48,1%
(-) Participação dos não controladores	7.456	10.539	-29,3%	73.838	-89,9%
(+) Marcação a mercado das cotas ²	30.851	-	-	-	-
Lucro Líquido Ajustado³	(18.373)	48.241	-138,1%	171.413	-110,7%
Margem %	-4,0%	12,9%	-16,9 p.p	49,0%	-53,0 p.p
(+) Depreciação e Amortização	33.484	13.333	151,1%	5.217	541,8%
FFO (Lucro Líquido + Depreciação e Amortização)	250.501	199.609	25,5%	412.855	-39,3%
FFO Ajustado	15.111	61.574	-75,5%	176.630	-91,4%
Margem %	3,3%	16,5%	-13,2 p.p	50,5%	-47,2 p.p
(-) Resultados Não Recorrentes ⁴	(164.152)	-	-	-	-
FFO Ajustado Ex Efeitos não Recorrentes	179.263	61.574	191,1%	176.630	1,5%
Margem %	38,8%	16,5%	22,3 p.p	50,5%	-11,7 p.p
AFFO por ação	0,02	0,07	-73,7%	0,21	-91,2%
AFFO Ex Efeitos não Recorrentes por ação	0,22	0,07	212,4%	0,21	4,1%

RECONCILIAÇÃO AFFO EX EFEITOS NÃO RECORRENTES

AFFO Bridge	1T22	2T22	3T22	4T22	2022
FFO Ajustado	103.611	183.564	159.552	15.111	461.838
(-) Combinação de Negócios	-	(14.700)	(7.917)	(85.728)	(108.345)
(-) Custos de Fechamento da Fusão (Assessoria Jurídica, Financeira e Negócios)	-	(14.700)	(7.917)	(29.552)	(52.169)
(-) Antecipação dos Programas de ILP (Incentivo de Longo Prazo)	-	-	-	(56.176)	(56.176)
(-) Alienação de Ativos	-	61.766	6.467	(50.534)	17.699
(-) Ganho de Capital Alienações e Outros ajustes não recorrentes	-	91.729	-	9.732	101.461
(-) Imposto sobre Alienação de Ativos	-	(29.963)	6.467	(60.266)	(83.762)
(-) Reestruturação de Dívidas (Despesa Financeira)	-	-	-	(27.890)	(27.890)
(-) Baixa de custo de estruturação (efeito não caixa)	-	-	-	(19.584)	(19.584)
(-) Penalty Fee – Liquidação Antecipada (efeito caixa)	-	-	-	(8.306)	(8.306)
FFO Ajustado Ex Efeitos não Recorrentes	103.611	136.498	161.002	179.263	580.374

Em 2022, em decorrência do processo de combinação de negócios com a Aliance Sonae, a Companhia realizou despesas não-recorrentes no montante total de R\$ 108,3 milhões. Esse resultado engloba honorários de assessores financeiros, legais e consultoria de negócios para integração, alocados em “Outros Resultados Operacionais” além da antecipação do programa de incentivos de longo prazo alocados em “Despesas Gerais e Administrativas”.

Este valor contempla a parcela majoritária das despesas derivadas da fusão no ano exercício da sua aprovação junto ao CADE. Para a companhia combinada, no ano de 2023, ficam previstas despesas relacionadas aos projetos de integração em andamento e despesas de retenção e severance, conforme políticas e valores discriminados no “Protocolo e Justificação” aprovado em AGE de junho 2022.

¹ O imposto não caixa refere-se a, principalmente ao diferido sobre o ajuste a valor justo das propriedades para investimento.

² Atualização do Valor Justo de Cotas de Fundo Imobiliário.

³ Excluindo o impacto do ganho de capital referente às alienações realizadas em 2019.

⁴ Resultados não Recorrentes incorporam alienação de ativos, custos e despesas referentes à Combinação de Negócios com ALSO e reestruturação de dívidas.

Capex

No 4T22, reforçando a estratégia de fortalecimento e aumento da atratividade dos shoppings para consumidores e lojistas, a brMalls continuou investindo na manutenção dos ativos, no *redevelopment* do Shopping Tamboré e *retrofit* do NorteShopping, projetos entregues em outubro de 2022, além de destinar recursos ao aprimoramento de nossas iniciativas digitais.

Capex Total (R\$ mil)	4T22	4T21
Desenvolvimento ¹	33.826	55.924
Revitalizações, TI, Transformação Digital & Outros	83.219	77.034
Total	117.045	132.958

¹Considera retrofits, expansões e greenfields.

Fusão Aliansce Sonae + brMalls

No dia 6 de janeiro de 2023, foi consumada a combinação de negócios entre a Aliansce Sonae Shopping Centers e a Br Malls Participações, criando a Aliansce Sonae + brMalls – a plataforma mais completa de experiências, entretenimento, serviços, lifestyle, e compras da América Latina. A união consolidou um portfólio diversificado, com 62 shoppings administrados, distribuídos em 2,5 milhões de m² de ABL, presentes nas cinco regiões do Brasil.

Os shoppings da Companhia combinada atuam como hubs de soluções, destinos de convivência, experiências digitais e espaços de oportunidades para empreendedores, recebendo cerca de 60 milhões de visitas por mês. Atualmente, a Aliansce Sonae + brMalls é uma das mais relevantes parceiras do varejo brasileiro, ofertando um mix qualificado de mais de 11 mil lojas para atender à diferentes públicos.

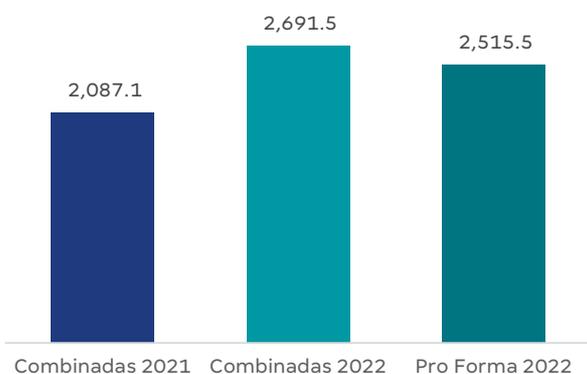
A companhia combinada já nasceu com fortes indicadores financeiros e operacionais. Para o ano de 2022, a Aliansce Sonae + brMalls apresentou receita líquida de R\$2,5 bilhões, NOI de R\$2,2 bilhões, EBITDA de R\$1,8 bilhão e AFFO de R\$1,1 bilhão. Ratificando a qualidade do portfólio, a companhia apresenta um patamar de vendas de R\$40 bilhões² ao ano, com dez shoppings próprios vendendo acima de R\$1 bilhão, em 2022. Adicionalmente, vinte e seis shoppings registraram vendas acima de R\$500² milhões no ano – um volume significativo e ainda com potencial de crescimento.

Considerando a trajetória positiva de resultados ao longo de 2022, com crescimentos de aluguéis e vendas, a Companhia combinada observou queda de inadimplência, registrando taxa líquida de 1,6% no ano. Adicionalmente, o custo de ocupação dos lojistas permaneceu em nível equilibrado de 10,8%. Assim, a taxa de ocupação da Aliansce Sonae + brMalls foi preservada, e encerrou 2022 em 96,8%.

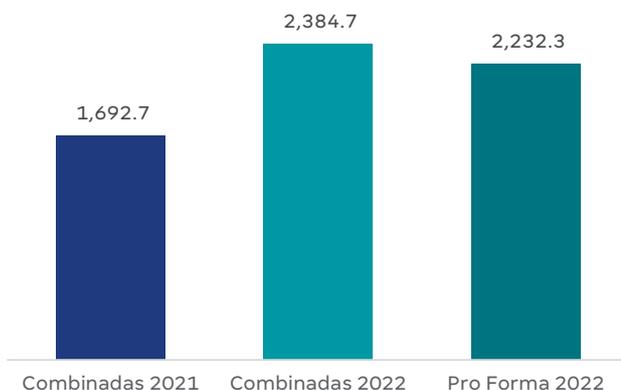
Em 2023, os indicadores operacionais seguem em curva ascendente. Para o acumulado dos meses de janeiro e fevereiro, as vendas totais da Companhia apresentaram crescimento de 18,8% e o indicador Vendas Mesmas Lojas (“SSS”) foi de 15,7%, ambos em comparação ao mesmo período em 2022.

Principais Indicadores Combinados^{1 2}

RECEITA LÍQUIDA 2022



NOI 2022



EBITDA AJUSTADO 2022



FFO AJUSTADO 2022



Observação: Os valores reportados nesta seção são gerenciais, no conceito proforma – participações atuais aplicadas à base histórica – e com critérios harmonizados.

¹ Indicadores ex-ajuste aluguel linear. Referência 2022.

²@100%

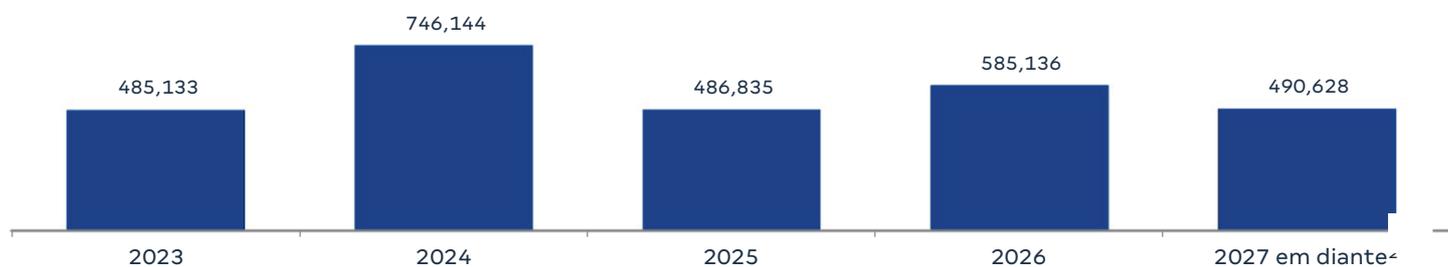
Estrutura de Capital

Ao longo do trimestre executamos uma estratégia de *liability management* com o objetivo de otimizar a estrutura de capital da Companhia e satisfazer as condições precedentes da Combinação de Negócios com ALSO, incluindo o pré-pagamento de quatro dívidas que somam aproximadamente R\$ 1,5 bilhão. A Dívida Bruta totalizou R\$ 2.793,9 milhões, redução significativa de 17,3% em comparação ao último trimestre e 29,8% com o mesmo período de 2021. A alavancagem financeira da Companhia (Dívida Líquida/EBITDA) atingiu o valor de 1,7x no 4T.

Em 17 de outubro de 2022, a Companhia aprovou a 10ª (décima) emissão de debêntures simples, não conversíveis em ações, da espécie quirografária, em série única, no valor total de R\$ 900 milhões com vencimento do principal em até cinco anos contados à partir da data de emissão, dos quais 50% serão pagos no 4º ano e 50% a serem pagos no 5º ano. A taxa de remuneração da dívida é de CDI + 1,30% a.a. com pagamento de juros semestral.

	4T22	3T22	4T21	Indexador	Custo médio ao ano ¹	Exposição por Indexador (% do Total)	Saldo Devedor (R\$ mil)	Prazo Médio (Anos)
Caixa, Equivalentes de Caixa e Títulos e Valores Mobiliários	929.941	1.193.276	1.405.623	TR +	11,1%	19,9%	556.177	1,4
Remuneração Média no Trimestre (% CDI)	101,4%	102,8%	106,8%	CDI +	15,5%	61,4%	1.714.381	2,5
				CDI (%)	15,5%	18,7%	523.318	1,8
Dívida Bruta (R\$ mil)	2.793.876	3.380.271	3.979.908	Total	14,6%	100,0%	2.793.876	2,2
Prazo Médio (anos)	2,2	2,1	3,1					
Custo Médio	14,6%	14,2%	10,7%					
Dívida Líquida (R\$ mil)	1.863.935	2.186.995	2.574.285					
Dívida Líquida / EBITDA Ajustado 12M	1,7 x	2,1x	3,7x					
EBITDA Ajustado 12M / Despesa Financeira Líquida	2,7 x	2,9x	2,6x					

CRONOGRAMA DE AMORTIZAÇÃO DA DÍVIDA (R\$ mil)



¹ Até o 4T19, para calcular o custo de dívida, era utilizado o CDI médio dos últimos 12 meses. A partir do 1T20, passamos a utilizar o CDI *spot* do final do trimestre, em linha com práticas de mercado.

Mercado de Capitais

A brMalls teve sua ação ordinária negociada no Novo Mercado da B3 sob o código BRML3, e a Companhia também possuía um programa de ADR sob o código BRML. Os papéis foram negociados até 06/01/2023 e, devido a Combinação de Negócios com Aliance Sonae, as ações BRML3 foram convertidos em ALSO3.

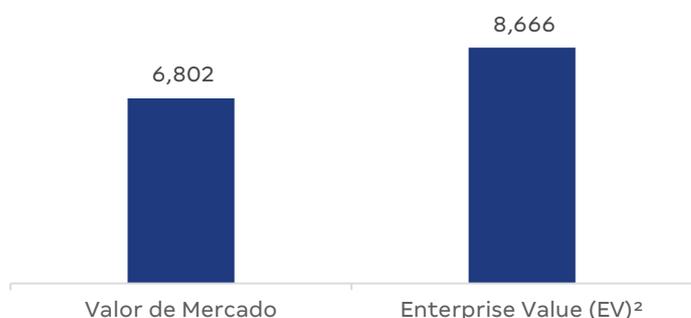
Em relação ao exercício de 2022, a nossa ação (BRML3) encerrou o 4T22 sendo transacionada a R\$ 8,30, o que representa um valor de mercado de R\$ 6,8 bilhões.

	4T22	4T21	%
Ações em Circulação (Ex-Tesouraria)	819.529.084	828.273.884	-1,1%
Preço Final da Ação (R\$)	8,30	8,31	-0,1%
Valor de Mercado (R\$ milhões)	6.802	6.883	-1,2%
Volume Médio Diário Negociado (R\$ mil)	117.580	163.810	-28,2%
Número de Negócios Médio	18.028	20.602	-12,5%

BRML3 - Peso nos Principais Índices (dez-22)

IBOVESPA	IBrX-50	IBrX	IGC-NM	ITAG	IBRA	IMOB	MSCI Brazil Small Cap	ICO2
0,3%	0,4%	2,0%	0,5%	0,3%	0,3%	19,6%	2,3%	0,4%

VALUATION¹



BASE ACIONÁRIA POR REGIÃO

Região	4T22	4T21	4T20	4T19
Brasil	58,2%	57,1%	57,2%	44,4%
Estados Unidos	22,9%	25,5%	23,3%	29,5%
Europa	13,8%	12,0%	9,8%	14,6%
Ásia	1,8%	2,1%	6,0%	8,2%
Canadá	0,6%	1,2%	1,1%	1,8%
Outros	2,7%	2,1%	2,6%	1,5%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

¹ Todos os valores são referentes à 30 de dezembro de 2022.

² EV = Valor de Mercado + Dívida Líquida.

³ O Valor Justo é calculado como a diferença entre a linha de Propriedade para Investimento e a linha de Participações dos não controladores.

Anexo I – NOI Linearizado

	VISÃO CONSOLIDADA					VISÃO 100%		
	NOI 4T22 ¹	NOI 4T21 ¹	%	NOI 4T19 ¹	%	NOI 4T22	NOI/m ² 4T22 ¹	Aluguel/m ² 4T22 ²
Plaza Niterói	47.176	30.533	54,5%	33.614	40,3%	47.176	357	315
Shopping Tijuca	32.607	30.954	5,3%	27.139	20,1%	32.607	306	273
NorteShopping	30.416	24.803	22,6%	24.038	26,5%	51.153	219	184
Shopping Tamboaré	29.215	19.745	48,0%	20.584	41,9%	29.241	196	148
Catuai Shopping Londrina	21.079	16.604	27,0%	16.070	31,2%	22.761	120	100
Center Shopping Uberlândia	5.699	18.596	-69,4%	18.950	-69,9%	27.228	172	143
Shopping Campo Grande	19.443	13.682	42,1%	12.273	58,4%	25.453	216	180
Shopping Recife	18.488	15.543	18,9%	13.696	35,0%	59.556	264	236
Shopping Estação Cuiabá	16.714	12.258	36,4%	7.009	138,5%	20.807	147	114
Shopping Villa-Lobos	15.683	13.021	20,4%	11.122	41,0%	21.386	266	211
Shopping Piracicaba	14.395	10.508	37,0%	4.865	195,9%	18.140	139	110
Shopping Estação	11.046	12.426	-11,1%	11.782	-6,2%	11.046	67	57
Shopping Del Rey	16.933	13.158	28,7%	10.983	54,2%	19.909	179	137
Mooça Plaza Shopping	16.273	11.268	44,4%	13.198	23,3%	23.380	186	158
Campinas Shopping	7.195	8.609	-16,4%	9.426	-23,7%	7.195	69	51
Shopping Metrô Santa Cruz	11.034	12.795	-13,8%	8.817	25,1%	11.034	192	246
Estação BH	13.667	9.547	43,2%	9.398	45,4%	14.431	142	120
Catuai Shopping Maringá	11.119	8.265	34,5%	6.764	64,4%	11.186	115	95
São Bernardo Plaza Shopping	8.376	6.181	35,5%	8.060	3,9%	11.402	89	63
Independência Shopping	9.725	8.813	10,3%	8.561	13,6%	10.059	140	106
Goiânia Shopping	7.759	5.180	49,8%	5.164	50,3%	15.636	234	204
Shopping Villagio Caxias	8.302	5.254	58,0%	6.379	30,2%	13.192	145	111
Jardim Sul	9.709	8.120	19,6%	8.089	20,0%	16.181	175	135
Top Shopping	4.556	4.467	2,0%	3.505	30,0%	9.170	119	133
Rio Anil	5.403	4.938	9,4%	3.997	35,2%	10.630	94	82
Amazonas Shopping	6.326	5.229	21,0%	4.289	47,5%	22.795	222	192
Shopping Curitiba	5.115	2.701	89,4%	3.986	28,3%	10.556	154	137
Shopping Vila Velha	5.040	2.224	126,6%	2.743	83,7%	10.080	47	71
Shopping ABC	236	41	475,9%	160	47,6%	18.561	134	122
TOTAL PORTFÓLIO CORE	408.729	335.463	21,8%	314.661	29,9%	601.950	134	143
Outros ³	286	(7.099)	-104,0%	2.958	-90,3%	6.912	-	-
Total	409.014	328.364	24,5%	317.619	28,7%	608.862	-	-
TOTAL EX VENDAS DE PART.	408.729	335.463	21,8%	314.661	29,9%	601.950	-	-

Anexo II – Desempenho Financeiro Histórico

R\$ Milhões	2017	2018	2019	2020	2021	2022	CAGR ('07- '22)	4T22
Receita Bruta	1.458	1.387	1.445	1.027	1.289	1.667	14,4%	501.434
Prestação de Serviços	100	102	108	76	108	170	13,5%	53.354
Receita Líquida	1.348	1.266	1.323	956	1.183	1.532	14,3%	462.111
NOI	1.200	1.126	1.180	818	1.047	1.347	14,7%	409.014
Margem NOI	88,4%	87,6%	88,2%	86,1%	88,6%	90,0%	*	91,3%
EBITDA Ajustado	876	914	992	526	690	1.095	14,7%	257.921
Margem EBITDA Ajustado	65,0%	72,2%	75,0%	55,0%	58,3%	71,5%	*	55,8%
FFO Ajustado	426	581	699	274	322	462	12,5%	15.111
Margem FFO Ajustado	31,6%	45,8%	52,9%	28,7%	27,3%	30,2%	*	3,3%
FFO Ajustado por ação	0,52	0,68	0,83	0,33	0,38	0,56	8,3%	0,02
Lucro Líquido Ajustado	409	563	678	240	276	373	-238,0%	(18.373)
Margem Lucro Líquido Ajustado	30,3%	44,5%	51,3%	25,1%	23,3%	24,3%	*	-4,0%
ABL Total (m ²)	1.445.536	1.492.642	1.304.896	1.274.216	832.128	762.643	-0,9%	762.643
ABL Adicionado (m ²)	(200.136)	47.106	(187.746)	(30.680)	(442.088)	(69.485)	*	(69.485)

¹ NOI Linearizado (NOI + Linearização de Aluguel Mínimo + Linearização de CDU) na consolidação brMalls.

² Aluguel mínimo linearizado + aluguel percentual + mall + média, líquido de descontos.

³ Referente ao resultado do Shopping Araguaia e São Luís Shopping.

Anexos

Anexo III – Desempenho Operacional

	Vendas 4T22	Vendas 4T21	%	Vendas 4T19	%	Vendas 2022	Vendas 2021	%	Vendas/m ² 4T22 ¹	Taxa de Ocupação 4T22 ²
Plaza Niterói	381.053	344.581	10,6%	348.018	9,5%	1.213.814	971.987	24,9%	3.359	98,8%
Tijuca	323.246	283.265	14,1%	307.581	5,1%	1.052.997	800.316	31,6%	3.328	95,5%
NorteShopping	436.410	392.768	11,1%	429.133	1,7%	1.396.893	1.199.336	16,5%	2.196	97,7%
Tamboré	295.737	243.649	21,4%	254.306	16,3%	892.262	640.601	39,3%	2.229	98,8%
Londrina	283.704	261.295	8,6%	242.005	17,2%	907.538	720.387	26,0%	1.768	97,4%
Uberlândia	294.148	256.293	14,8%	241.434	21,8%	942.289	638.871	47,5%	1.939	99,0%
Campo Grande	267.753	241.044	11,1%	205.910	30,0%	869.483	659.753	31,8%	2.266	99,7%
Shopping Recife	600.260	542.719	10,6%	526.821	13,9%	1.940.294	1.545.724	25,5%	2.630	96,2%
Shopping Estação Cuiabá	257.597	227.035	13,5%	168.495	52,9%	840.778	638.775	31,6%	1.874	97,9%
Villa-Lobos	236.055	201.940	16,9%	198.426	19,0%	742.338	515.183	44,1%	3.139	98,0%
Shopping Piracicaba	204.677	177.361	15,4%	182.295	12,3%	647.892	454.933	42,4%	1.668	96,3%
Estação	112.858	99.224	13,7%	125.120	-9,8%	373.248	258.828	44,2%	1.444	95,2%
Del Rey	201.808	179.438	12,5%	174.949	15,4%	640.255	429.211	49,2%	1.878	98,3%
Mooca	280.632	248.844	12,8%	229.042	22,5%	889.891	622.997	42,8%	2.350	99,3%
Campinas Shopping	68.842	51.978	32,4%	58.017	18,7%	323.784	208.561	55,2%	1.232	95,6%
Metrô Santa Cruz	111.802	97.883	14,2%	130.716	-14,5%	384.300	279.008	37,7%	2.188	95,2%
Estação BH	174.911	153.749	13,8%	162.194	7,8%	551.205	380.786	44,8%	1.640	97,1%
Maringá	172.766	151.585	14,0%	139.949	23,4%	548.897	419.121	31,0%	1.801	97,4%
São Bernardo	162.977	141.219	15,4%	144.209	13,0%	509.446	365.217	39,5%	1.326	98,3%
Independência Shopping	118.406	110.299	7,4%	117.005	1,2%	390.431	271.804	43,6%	1.730	97,8%
Goiânia	194.164	180.370	7,6%	153.878	26,2%	662.909	498.465	33,0%	2.461	95,4%
Villagio Caxias	162.165	142.035	14,2%	144.357	12,3%	506.309	395.464	28,0%	1.890	97,9%
Jardim Sul	194.518	174.942	11,2%	169.834	14,5%	613.653	470.932	30,3%	2.392	98,8%
Top Shopping	126.231	116.506	8,3%	128.442	-1,7%	407.143	344.163	18,3%	1.750	83,8%
Rio Anil	177.501	164.973	7,6%	151.910	16,8%	590.430	510.389	15,7%	1.635	96,1%
Amazonas Shopping	322.005	278.417	15,7%	248.094	29,8%	1.040.403	779.963	33,4%	2.994	97,8%
Shopping Curitiba	111.824	93.056	20,2%	96.638	15,7%	364.480	242.194	50,5%	1.755	95,2%
Vila Velha	291.823	264.426	10,4%	259.511	12,5%	965.039	772.562	24,9%	1.511	98,7%
Shopping ABC	232.052	213.482	8,7%	200.741	15,6%	743.758	552.471	34,6%	1.829	92,3%
TOTAL PORTFÓLIO CORE	6.797.928	6.034.375	12,7%	5.939.030	14,5%	21.952.159	16.588.001	32,3%	2.085	97,2%

Anexo IV – Histórico de Indicadores

	4T19	1T20	2T20	3T20	4T20	1T21	2T21	3T21	4T21	1T22	2T22	3T22	4T22	Média 4T 2019-2022	Δ
Vendas Mesmas Lojas – SSS (%)	3,7%	-13,0%	-71,1%	-32,6%	-16,3%	-25,3%	185,7%	37,9%	18,0%	50,7%	49,5%	20,1%	9,7%	3,8%	5,9 p.p.
Aluguel Mesmas Lojas – SSR (%)	6,9%	-8,9%	-73,8%	-40,1%	-16,6%	1,0%	285,6%	87,7%	45,6%	52,5%	37,9%	24,3%	16,8%	13,2%	3,6 p.p.
Vendas/m ²	1.838	1.171	455	1.087	1.637	910	1.144	1.347	1.880	1.372	1.665	1.634	2.085	1.860	12,1%
Aluguel/m ²	112	93	67	70	84	79	86	96	112	106	107	112	143	113	26,8%
NOI/m ²	132	106	56	75	98	84	95	113	138	123	129	134	134	126	6,8%
Custo de Ocupação (% das Vendas)	10,0%	12,2%	24,7%	10,5%	9,5%	15,2%	12,5%	11,5%	10,1%	12,8%	10,6%	11,2%	10,7%	10,1%	0,6 p.p.
(+) Aluguel (% vendas)	6,2%	6,5%	8,9%	5,6%	5,9%	8,2%	7,3%	7,0%	6,8%	7,8%	6,4%	6,8%	7,0%	6,5%	0,5 p.p.
(+) Condomínio e Fundo de Promoção (% vendas)	3,8%	5,7%	15,8%	4,8%	3,6%	7,0%	5,2%	4,5%	3,3%	5,0%	4,2%	4,4%	3,7%	3,6%	0,1 p.p.
Pagamentos em Atraso (média mensal)	3,8%	7,8%	16,0%	12,5%	11,5%	20,5%	29,9%	14,3%	9,3%	13,6%	7,6%	5,4%	6,2%	7,7%	-1,5 p.p.
Inadimplência Líquida	-0,5%	4,9%	3,6%	7,7%	5,5%	14,3%	18,0%	4,8%	-1,8%	6,2%	-1,4%	-2,5%	-2,2%	0,2%	-2,5 p.p.
Ocupação (%)	97,3%	96,9%	96,2%	95,5%	96,0%	96,3%	96,3%	97,2%	97,9%	97,6%	97,0%	96,8%	97,2%	97,1%	0,1 p.p.
Turnover de lojas	7,2%	8,3%	7,3%	6,2%	6,0%	5,2%	6,0%	5,0%	5,3%	5,5%	5,8%	6,6%	5,5%	6,0%	-0,5 p.p.

* Vendas estão na visão 100%.

¹ABL Ajustada utilizada disponível na seção de Principais Indicadores Operacionais.

²Média mensal da Taxa de Ocupação apresentada no trimestre.

Anexo V – Nossos Shoppings 4T22

	Estado	Ano de Inauguração	ABL Total	%	ABL Próprio	Serviços Prestados
Amazonas Shopping	AM	1991	34.214	34,1%	11.667	Admin./ Comerc./BO
Catuaí Shopping Londrina	PR	1990	63.089	93,0%	58.672	Admin./ Comerc./BO
Catuaí Shopping Maringá	PR	2010	32.329	100,0%	32.329	Admin./ Comerc./BO
Center Shopping Uberlândia	MG	1992	52.686	21,0%	11.064	Admin./ Comerc./BO
Estação BH	MG	2012	33.982	60,0%	20.389	Admin./ Comerc./BO
Goiânia Shopping	GO	1995	22.252	49,2%	10.941	Admin./ Comerc./BO
Independência Shopping	MG	2008	23.941	83,4%	19.967	Admin./ Comerc./BO
Jardim Sul	SP	1990	30.800	60,0%	18.480	Admin./ Comerc./BO
Mooça Plaza Shopping	SP	2011	41.964	60,0%	25.178	Admin./ Comerc./BO
Norteshopping	RJ	1986	77.908	74,5%	58.041	Admin./ Comerc./BO
Plaza Niterói	RJ	1986	44.049	100,0%	44.049	Admin./ Comerc./BO
Rio Anil	MA	2010	37.760	50,0%	18.880	Admin./ Comerc.
São Bernardo Plaza Shopping	SP	2012	42.880	60,0%	25.728	Admin./ Comerc./BO
Shopping ABC	SP	1996	46.285	1,3%	602	-
Shopping Campo Grande	MS	1989	39.213	70,9%	27.808	Admin./ Comerc./BO
Shopping Curitiba	PR	1996	22.920	49,0%	11.231	Admin./ Comerc./BO
Shopping Del Rey	MG	1991	37.032	80,0%	29.626	Admin./ Comerc./BO
Shopping Estação	PR	1997	54.716	100,0%	54.716	Admin./ Comerc./BO
Shopping Estação Cuiabá	MT	1905	47.106	75,0%	35.330	Admin./ Comerc./BO
Shopping Villagio Caxias	RS	1996	30.324	71,0%	21.530	Admin./ Comerc./BO
Shopping Metrô Santa Cruz	SP	2001	19.165	100,0%	19.165	Admin./ Comerc./BO
Shopping Piracicaba	SP	1987	43.431	75,3%	32.725	Admin./ Comerc./BO
Shopping Recife	PE	1980	75.213	31,1%	23.357	Adm. Compartilhada/ Comerc.
Shopping Tamboré	SP	1992	49.835	100,0%	49.835	Admin./ Comerc./BO
Shopping Tijuca	RJ	1996	35.565	100,0%	35.565	Admin./ Comerc./BO
Shopping Vila Velha	ES	2014	71.768	50,0%	35.884	Admin./ Comerc./BO
Shopping Villa-Lobos	SP	2000	26.806	63,4%	17.000	Admin./ Comerc./BO
Top Shopping	RJ	1996	25.768	50,0%	12.884	-
brMalls Portfólio Core			1.163.002	65,6%	762.643	
São Luís Shopping	MA	1999	54.890	15,0%	8.234	-
Araguaia Shoppings	GO	2001	21.758	50,0%	10.879	-
brMalls Portfólio Total			1.239.650	63,1%	781.756	

Anexo VI – Tabela de Dívidas

Perfil da Dívida (R\$ mil) – Informações Financeiras Ajustadas					4T22 (R\$ mil)			4T21 (R\$ mil)		
	Índice	Taxa (%)	Vencimento		Curto Prazo	Longo Prazo	Total	Curto Prazo	Longo Prazo	Total
CCB Itaú	CDI	2,23%	a.a. out-25		114.549	206.196	320.745	7.523	306.552	314.075
CCB Bradesco	CDI	1,99%	a.a. abr-25		139.805	262.006	401.811	6.175	398.516	404.691
Debênture V – 1ª Série	CDI	1,75%	a.a. mai-31		9.538	68.984	78.522	9.590	78.811	88.401
Debênture VI – Serie Única	% do CDI	97,50%	a.a. set-23		-	-	-	137.058	132.489	269.547
Debênture VII	% do CDI	107,50%	a.a. mar-25		-	-	-	13.440	599.293	612.733
Debênture VIII	CDI	2,85%	a.a. -		-	-	-	3.392	393.168	396.560
Debênture IX	CDI	2,80%	a.a. -		-	-	-	10.354	392.503	402.857
Debênture X	CDI	1,30%	a.a. -		15.238	898.064	913.302	-	-	-
CRI Itaú BBA	TR	9,00%	a.a. mar-25		81.391	474.786	556.177	2.081	542.939	545.020
CRI Tijuca	% do CDI	113,55%	a.a. out-26		124.612	398.707	523.319	85.475	502.431	587.906
CRI Campinas e Estação 1	IPCA	6,34%	a.a. mar-24		-	-	-	56.419	73.831	130.250
CRI Campinas e Estação 2	IPCA	6,71%	a.a. mar-26		-	-	-	14.773	50.737	65.510
CRI Campinas e Estação 3	IPCA	7,04%	a.a. mar-29		-	-	-	19.433	142.287	161.720
Financiamento São Luís	TR	9,90%	a.a. mai-22		-	-	-	638	-	638
Total					485.133	2.308.743	2.793.876	366.351	3.613.557	3.979.908

Anexo VII – Demonstrações Financeiras DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS

	Informações Financeiras Contábeis			Efeitos IFRS 10/11		Informações Financeiras Ajustadas		
	4T22	4T21	%	4T22	4T21	4T22	4T21	%
Receita Bruta	474.533	394.934	20,2%	26.901	16.726	501.434	411.660	21,8%
Aluguéis	341.181	316.406	7,8%	29.638	19.959	370.819	336.365	10,2%
Linearização de Aluguel	(28.476)	(58.900)	-51,7%	(2.056)	(3.473)	(30.532)	(62.373)	-51,0%
Taxa de Cessão	3.189	2.843	12,2%	209	75	3.398	2.918	16,4%
Linearização de CDU	824	2.270	-63,7%	(136)	(104)	688	2.166	-68,2%
Estacionamento	89.931	82.513	9,0%	9.416	5.270	99.347	87.783	13,2%
Taxa de Transferência	2.378	2.697	-11,8%	159	155	2.537	2.852	-11,0%
Prestação de Serviços	63.913	43.750	46,1%	(10.559)	(5.407)	53.354	38.343	39,1%
Outras	1.593	3.355	-52,5%	230	251	1.823	3.606	-49,4%
(-)Impostos e Contribuições	(37.308)	(36.930)	1,0%	(2.015)	(1.454)	(39.323)	(38.384)	2,4%
Receita Líquida	437.225	358.004	22,1%	24.886	15.272	462.111	373.276	23,8%
Custos	(43.788)	(36.201)	21,0%	(2.886)	(5.518)	(46.674)	(41.719)	11,9%
Custos com Pessoal	(6.287)	(4.800)	31,0%	(519)	(360)	(6.806)	(5.160)	31,9%
Diversos Serviços	(9.286)	(7.054)	31,6%	73	(404)	(9.213)	(7.458)	23,5%
Custos Condominiais	(7.251)	(9.810)	-26,1%	(319)	(342)	(7.570)	(10.152)	-25,4%
Custos com Fundo de Promoções	(1.674)	(2.240)	-25,3%	(144)	(140)	(1.818)	(2.380)	-23,6%
Demais Custos	(19.290)	(12.297)	56,9%	(1.977)	(4.272)	(21.267)	(16.569)	28,4%
Resultado Bruto	393.437	321.803	22,3%	22.000	9.754	415.437	331.557	25,3%
Despesas com Vendas, Gerais & Administrativas	(138.138)	(86.133)	60,4%	1.848	591	(136.290)	(85.542)	59,3%
Despesas com Vendas	(15.710)	(22.081)	-28,9%	1.683	582	(14.027)	(21.499)	-34,8%
Despesas de Pessoal	(102.500)	(44.019)	132,9%	467	-	(102.453)	(44.019)	132,7%
Serviços Contratados	(16.680)	(15.166)	10,0%	(1)	-	(16.681)	(15.166)	10,0%
Outras Despesas	(3.248)	(4.867)	-33,3%	119	9	(3.129)	(4.858)	-35,6%
Depreciação	(8.103)	(1.075)	653,8%	(70)	1	(8.173)	(1.074)	661,0%
Amortização	(25.311)	(12.259)	106,5%	-	-	(25.311)	(12.259)	106,5%
Resultado Financeiro	(138.950)	(82.712)	68,0%	215	(110)	(138.735)	(82.822)	67,5%
Receitas Financeiras	42.132	39.227	7,4%	351	(98)	42.483	39.129	8,6%
Despesas Financeiras	(181.082)	(121.939)	48,5%	(136)	(12)	(181.218)	(121.951)	48,6%
Resultado da Equivalência Patrimonial	95.371	(22.673)	-520,6%	(95.371)	(19.484)	-	(42.157)	-
Outras Receitas Operacionais	102.944	174.874	-41,1%	113.417	16.940	216.361	191.814	12,8%
Resultado Operacional	281.250	291.825	-3,6%	42.039	7.692	323.289	299.517	7,9%
Resultado Antes Tributação/Participações	281.250	291.825	-3,6%	42.039	7.692	323.289	299.517	7,9%
Provisão para IR/CSLL	(68.196)	(18.935)	260,2%	(3.110)	(1.516)	(71.306)	(20.451)	248,7%
Impostos Diferidos	26.270	(55.871)	-147,0%	(39.237)	(6.616)	(12.967)	(62.487)	-79,2%
Participação de não-controladores	(22.307)	(30.743)	-27,4%	308	440	(21.999)	(30.303)	-27,4%
Lucro/Prejuízo do Período	217.017	186.276	16,5%	-	-	217.017	186.276	16,5%

Anexo VIII – Demonstrações Financeiras DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS ACUMULADOS

	Informações Financeiras Contábeis			Efeitos IFRS 10/11		Informações Financeiras Ajustadas		
	2022	2021	%	2022	2021	2022	2021	%
Receita Bruta	1.574.723	1.233.311	27,7%	92.430	55.695	1.667.153	1.289.006	29,3%
Aluguéis	1.095.407	904.005	21,2%	85.910	53.538	1.181.317	957.543	23,4%
Linearização de Aluguel	(52.542)	(40.819)	28,7%	(3.206)	(991)	(55.748)	(41.810)	33,3%
Taxa de Cessão	13.373	23.322	-42,7%	654	727	14.027	24.049	-41,7%
Linearização de CDU	3.413	(5.297)	-164,4%	(74)	13	3.339	(5.284)	-163,2%
Estacionamento	307.829	216.627	42,1%	28.894	14.160	336.723	230.787	45,9%
Taxa de Transferência	9.065	6.448	40,6%	1.141	267	10.206	6.715	52,0%
Prestação de Serviços	191.008	120.122	59,0%	(21.416)	(12.497)	169.592	107.625	57,6%
Outras	7.170	8.903	-19,5%	527	478	7.697	9.381	-18,0%
(-)Impostos e Contribuições	(128.876)	(102.048)	26,3%	(6.594)	(4.041)	(135.470)	(106.089)	27,7%
Receita Líquida	1.445.847	1.131.263	27,8%	85.836	51.654	1.531.683	1.182.917	29,5%
Custos	(158.293)	(108.365)	46,1%	(19.842)	(18.616)	(178.135)	(126.981)	40,3%
Custos com Pessoal	(24.483)	(15.185)	61,2%	1.854	(1.126)	(22.629)	(16.311)	38,7%
Diversos Serviços	(32.274)	(18.768)	72,0%	5	(977)	(32.269)	(19.745)	63,4%
Custos Condominiais	(34.062)	(34.726)	-1,9%	(1.192)	(1.220)	(35.254)	(35.946)	-1,9%
Custos com Fundo de Promoções	(6.852)	(6.294)	8,9%	(502)	(461)	(7.354)	(6.755)	8,9%
Demais Custos	(60.622)	(33.392)	81,5%	(20.007)	(14.832)	(80.629)	(48.224)	67,2%
Resultado Bruto	1.287.554	1.022.898	25,9%	65.994	33.038	1.353.548	1.055.936	28,2%
Despesas com Vendas, Gerais & Administrativas	(316.410)	(296.108)	6,9%	1.435	(2.803)	(314.975)	(298.911)	5,4%
Despesas com Vendas	(43.251)	(116.029)	-62,7%	1.316	(2.746)	(41.935)	(118.775)	-64,7%
Despesas de Pessoal	(219.826)	(131.671)	67,0%	48	(3)	(219.778)	(131.674)	66,9%
Serviços Contratados	(49.113)	(35.748)	37,4%	(23)	118	(49.136)	(35.630)	37,9%
Outras Despesas	(4.220)	(12.660)	-66,7%	94	(172)	(4.126)	(12.832)	-67,8%
Depreciação	(12.837)	(2.184)	487,8%	47	2	(12.790)	(2.182)	486,2%
Amortização	(76.346)	(44.107)	73,1%	-	(1)	(76.346)	(44.108)	73,1%
Resultado Financeiro	(414.415)	(277.233)	49,5%	1.356	206	(413.059)	(277.027)	49,1%
Receitas Financeiras	189.642	101.188	87,4%	1.728	370	191.370	101.558	88,4%
Despesas Financeiras	(604.057)	(378.421)	59,6%	(372)	(164)	(604.429)	(378.585)	59,7%
Resultado da Equivalência Patrimonial	119.686	(39.695)	-401,5%	(119.686)	(29.671)	-	(69.366)	-100,0%
Outras Receitas Operacionais	(6.220)	(77.008)	-91,9%	92.959	6.542	86.739	(70.466)	-223,1%
Resultado Operacional	581.012	286.563	102,8%	42.105	7.313	623.117	293.876	112,0%
Resultado Antes Tributação/Participações	581.012	286.563	102,8%	42.105	7.313	623.117	293.876	112,0%
Provisão para IR/CSLL	(156.480)	(59.174)	164,4%	(9.492)	(4.146)	(165.972)	(63.320)	162,1%
Impostos Diferidos	203.952	(15.339)	-1429,6%	(33.828)	(4.213)	170.124	(19.552)	-970,1%
Participação de não-controladores	(55.564)	(25.085)	121,5%	1.215	1.046	(54.349)	(24.039)	126,1%
Lucro/Prejuízo do Período	572.920	186.965	206,4%	-	-	572.920	186.965	206,4%

Anexos

Balanço Patrimonial - Ativo

Ativos	Informações Contábeis			Efeitos IFRS 10/11		Informações Financeiras Ajustadas		
	4T22	4T21	%	4T22	4T21	4T22	4T21	%
Ativos								
Circulante								
Disponibilidades	28.958	27.635	4,8%	2.447	1.216	31.405	28.851	8,9%
Títulos e Valores Mobiliários	894.094	1.370.210	-34,7%	4.442	6.562	898.536	1.376.772	-34,7%
Contas a Receber	330.395	351.481	-6,0%	(15.215)	15.420	315.180	366.901	-14,1%
Tributos a Recuperar	100.578	45.159	122,7%	1.323	408	101.901	45.567	123,6%
Adiantamentos	16.504	35.052	-52,9%	(46)	706	16.458	35.758	-54,0%
Despesas Antecipadas	8.274	9.380	-11,8%	1	1	8.275	9.381	-11,8%
Outros Valores a Receber	31.323	39.650	-21,0%	(30.319)	10.843	1.004	50.493	-98,0%
Total	1.410.126	1.878.567	-24,9%	(37.367)	35.156	1.372.759	1.913.723	-28,3%
Não Circulante								
Títulos e Valores Mobiliários	83.762	0	-	0	0	83.762	0	-
Clientes	87.158	103.505	-15,8%	5.987	6.499	93.145	110.004	-15,3%
Depósitos e cauções	70.267	69.080	1,7%	672	542	70.939	69.622	1,9%
Tributos a Recuperar	18.384	25.900	-29,0%	63.453	154	81.837	26.054	214,1%
Débito de Controladas e Coligadas	29.578	43.873	-32,6%	(29.578)	(43.873)	0	0	-
Outros Valores a Receber	47.751	57.586	-17,1%	0	0	47.751	57.586	-17,1%
Total	336.900	299.944	12,3%	40.534	(36.678)	377.434	263.266	43,4%
Permanente								
Investimentos	597.945	359.503	66,3%	(542.506)	(359.503)	55.439	0	-
Propriedade para Investimento	15.396.084	16.554.823	-7,0%	802.786	497.740	16.198.870	17.052.563	-5,0%
Imobilizado	73.580	42.672	72,4%	(63)	6	73.517	42.678	72,3%
Intangível	327.502	350.278	-6,5%	24.479	34.265	351.981	384.543	-8,5%
Total	16.395.111	17.307.276	-5,3%	284.696	172.508	16.679.807	17.479.784	-4,6%
Total Ativo	18.142.137	19.485.787	-6,9%	287.863	170.986	18.430.000	19.656.773	-6,2%

Balanço Patrimonial - Passivo

Passivos	Informações Contábeis			Efeitos IFRS 10/11		Informações Financeiras Ajustadas		
	4T22	4T21	%	4T22	4T21	4T22	4T21	%
Passivos								
Circulante								
Empréstimos e Financiamentos	485.133	366.351	32,4%	-	-	485.133	366.351	32,4%
Fornecedores	66.375	49.889	33,0%	(26.110)	2.617	40.265	52.506	-23,3%
Impostos e Contribuições a Recolher e Parcelamentos	105.343	40.484	160,2%	4.194	2.113	109.537	42.597	157,1%
Salários e Encargos Sociais	159.243	57.971	174,7%	189	111	159.432	58.082	174,5%
Dividendos Mínimos Obrigatórios a Pagar	136.069	44.404	206,4%	9	-	136.078	44.404	206,5%
Provisão para processos judiciais, administrativos e obrigações legais	20.458	22.121	-7,5%	114	189	20.572	22.310	-7,8%
Obrigações a pagar por aquisições	16.579	6.374	160,1%	-	-	16.579	6.374	160,1%
Receita Diferida	11.858	15.194	-22,0%	544	447	12.402	15.641	-20,7%
Outros valores a pagar	31.989	24.432	30,9%	1.496	963	33.485	25.395	31,9%
Total	1.033.047	627.220	64,7%	(19.564)	6.440	1.013.483	633.660	59,9%
Não Circulante								
Empréstimos e Financiamentos	2.308.743	3.613.557	-36,1%	-	-	2.308.743	3.613.557	-36,1%
Provisão para Contingências	21.064	34.756	-39,4%	164	21	21.228	34.777	-39,0%
Impostos e Contribuições - a recolher	37.483	34.708	8,0%	(5)	-	37.478	34.708	8,0%
Impostos e Contribuições - parcelamentos	538	619	-13,1%	126	549	664	1.168	-43,2%
Obrigações a pagar por aquisição de shopping	478.626	459.769	4,1%	-	9.794	478.626	469.563	1,9%
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	2.954.920	3.437.401	-14,0%	285.848	117.365	3.240.768	3.554.766	-8,8%
Receita Diferida	28.577	36.438	-21,6%	1.145	825	29.722	37.263	-20,2%
Empréstimos de Empresas Ligadas	206	425	-51,5%	(206)	(425)	-	-	-
Outros Valores a Pagar	13.384	1.647	712,6%	1	-	13.385	1.647	712,7%
Total	5.843.541	7.619.320	-23,3%	287.073	128.129	6.130.614	7.747.449	-20,9%
Patrimônio Líquido								
Participação dos não controladores								
	139.616	467.837	-70,2%	(5.589)	10.476	134.027	478.313	-72,0%
Capital Social	10.406.862	10.406.862	0,0%	-	-	10.406.862	10.406.862	0,0%
Reservas de Capital	(130.600)	(115.647)	12,9%	-	495.968	(130.600)	380.321	-134,3%
Reservas de Lucros	1.003.145	995.303	0,8%	25.943	(470.027)	1.029.088	525.276	95,9%
Ações em tesouraria	(67.375)	(429.009)	-84,3%	-	-	(67.375)	(429.009)	-84,3%
Lucros Acumulados	-	-	-	-	-	-	-	-
Gastos com Emissão de Ações	(86.099)	(86.099)	0,0%	-	-	(86.099)	(86.099)	0,0%
Total	11.125.933	10.771.410	3,3%	25.943	25.941	11.151.876	10.797.351	3,3%
Total Passivo e Patrimônio Líquido	18.142.137	19.485.787	-6,9%	287.863	170.986	18.430.000	19.656.773	-6,2%

Indicadores Financeiros Trimestrais

Informações Contábeis			
	4T22	4T21	%
Receita Bruta	474.533	394.934	20,2%
(-) Prestação de Serviços	(63.913)	(43.750)	46,1%
(-) Custos	(31.262)	(34.722)	-10,0%
(+) Debêntures do Araguaia	1.575	2.073	-24,0%
(-) Crédito PIS/COFINS	(3.747)	(5.818)	-35,6%
NOI	377.186	312.716	20,6%
Margem %	91,9%	89,0%	2,8 p.p

Informações Financeiras Ajustadas			
	4T22	4T21	%
Receita Bruta	501.434	411.660	21,8%
(-) Prestação de Serviços	(53.354)	(38.343)	39,1%
(-) Custos	(36.396)	(40.657)	-10,5%
(+) Debêntures do Araguaia	1.575	2.073	-24,0%
(-) Crédito PIS/COFINS	(4.245)	(6.370)	-33,4%
NOI	409.014	328.363	24,6%
Margem %	91,3%	88,0%	3,3 p.p

Informações Contábeis			
	4T22	4T21	%
Receita Líquida	437.225	358.001	22,1%
(+) Custos e Despesas	(215.342)	(135.607)	58,8%
(+) Depreciação e Amortização	33.414	13.333	150,6%
(+) Outros Resultados Operacionais	102.947	174.883	-41,1%
(+) Resultado de equivalência patrimonial	95.371	(22.674)	-520,6%
EBITDA	453.615	387.936	16,9%
(+) Propriedades para Investimento	(125.748)	(191.874)	-34,5%
(+) Ajuste Equivalência Patrimonial - PPI líquido de imposto	(70.671)	(11.231)	529,2%
(+) Debêntures do Araguaia	1.575	2.073	-24,0%
EBITDA AJUSTADO	258.771	186.903	38,5%
Margem %	59,2%	52,2%	7,0 p.p

Informações Financeiras Ajustadas			
	4T22	4T21	%
Receita Líquida	462.111	373.276	23,8%
(+) Custos e Despesas	(216.448)	(140.594)	54,0%
(+) Depreciação e Amortização	33.484	13.333	151,1%
(+) Outros Resultados Operacionais	216.361	191.814	12,8%
(+) Resultado de equivalência patrimonial	-	(42.157)	-
EBITDA	495.508	395.672	25,2%
(+) Propriedades para Investimento	(239.162)	(208.892)	14,5%
(+) Ajuste Equivalência Patrimonial - PPI líquido de imposto	-	-	-
(+) Debêntures do Araguaia	1.575	2.073	-24,0%
EBITDA AJUSTADO	257.921	188.853	36,6%
Margem %	55,8%	50,6%	5,2 p.p

Informações Contábeis			
	4T22	4T21	%
Lucro Líquido	217.017	186.275	16,5%
(+) Depreciação e Amortização	33.414	13.333	150,6%
FFO	250.431	199.608	25,5%
(+) Variação Cambial Bônus Perpétuo	-	-	-
(+) Swap a Mercado (MTM)	-	-	-
(+) Marcação a mercado das cotas	30.851	-	-
(+) Ajuste Impostos Não Caixa	(73.772)	53.702	-237,4%
(+) Propriedades para Investimento	(125.748)	(191.874)	-34,5%
(+) Ajuste Equivalência Patrimonial - PPI líquido de imposto	(70.671)	(11.231)	529,2%
(+) Participação dos não controladores	7.456	10.540	-29,3%
FFO AJUSTADO	18.547	60.745	-69,5%
Margem %	4,2%	17,0%	-12,7 p.p

Informações Financeiras Ajustadas			
	4T22	4T21	%
Lucro Líquido	217.017	186.276	16,5%
(+) Depreciação e Amortização	33.484	13.333	151,1%
FFO	250.501	199.609	25,5%
(+) Variação Cambial Bônus Perpétuo	-	-	-
(+) Swap a Mercado (MTM)	-	-	-
(+) Marcação a mercado das cotas	30.851	-	-
(+) Ajuste Impostos Não Caixa	(34.535)	60.318	-157,3%
(+) Propriedades para Investimento	(239.162)	(208.892)	14,5%
(+) Ajuste Equivalência Patrimonial - PPI líquido de imposto	-	-	-
(+) Participação Minoritária (Prop. para Inv.)	7.456	10.539	-29,3%
FFO AJUSTADO	15.111	61.574	-75,5%
Margem %	3,3%	16,5%	-13,2 p.p

Indicadores Financeiros Acumulados

Informações Contábeis			
	2022	2021	%
Receita Bruta	1.574.723	1.233.311	27,7%
(-) Prestação de Serviços	(191.008)	(120.122)	59,0%
(-) Custos	(118.221)	(103.349)	14,4%
(+) Debêntures do Araguaia	6.433	5.849	10,0%
(-) Crédito PIS/COFINS	(13.747)	(15.735)	-12,6%
NOI	1.258.179	999.955	25,8%
Margem %	90,9%	89,8%	1,1 p.p

Informações Financeiras Ajustadas			
	2022	2021	%
Receita Bruta	1.667.153	1.289.006	29,3%
(-) Prestação de Serviços	(169.592)	(107.625)	57,6%
(-) Custos	(140.800)	(122.659)	14,8%
(+) Debêntures do Araguaia	6.433	5.849	10,0%
(-) Crédito PIS/COFINS	(15.781)	(17.544)	-10,0%
NOI	1.347.414	1.047.026	28,7%
Margem %	90,0%	88,6%	1,3 p.p

Informações Contábeis			
	2022	2021	%
Receita Líquida	1.445.847	1.131.263	27,8%
(+) Custos e Despesas	(563.885)	(450.764)	25,1%
(+) Depreciação e Amortização	89.183	46.292	92,7%
(+) Outros Resultados Operacionais	(6.221)	(77.008)	-91,9%
(+) Resultado de equivalência patrimonial	119.686	(39.695)	-401,5%
EBITDA	1.084.610	610.087	77,8%
(+) Propriedades para Investimento	56.303	73.057	-22,9%
(+) Ajuste Equivalência Patrimonial - PPI líquido de imposto	(66.307)	(3.818)	1636,3%
(+) Debêntures do Araguaia	6.433	5.849	10,0%
EBITDA AJUSTADO	1.081.039	685.175	57,8%
Margem %	74,8%	60,6%	14,2 p.p

Informações Financeiras Ajustadas			
	2022	2021	%
Receita Líquida	1.531.683	1.182.917	29,5%
(+) Custos e Despesas	(582.246)	(472.182)	23,3%
(+) Depreciação e Amortização	89.136	46.290	92,6%
(+) Outros Resultados Operacionais	86.739	(70.465)	-223,1%
(+) Resultado de equivalência patrimonial	-	(69.366)	-
EBITDA	1.125.312	617.194	82,3%
(+) Propriedades para Investimento	(36.650)	66.496	-155,1%
(+) Ajuste Equivalência Patrimonial - PPI líquido de imposto	-	-	-
(+) Debêntures do Araguaia	6.433	5.849	10,0%
EBITDA AJUSTADO	1.095.093	689.539	58,8%
Margem %	71,5%	58,3%	13,2 p.p

Informações Contábeis			
	2022	2021	%
Lucro Líquido	572.920	186.965	206,4%
(+) Depreciação e Amortização	89.183	46.291	92,7%
FFO	662.103	233.256	183,9%
(+) Variação Cambial Bônus Perpétuo	-	-	-
(+) Swap a Mercado (MTM)	-	-	-
(+) Marcação a mercado das cotas	30.851	-	-
(+) Ajuste Impostos Não Caixa	(233.258)	40.901	-670,3%
(+) Propriedades para Investimento	56.303	73.057	-22,9%
(+) Ajuste Equivalência Patrimonial - PPI líquido de imposto	(66.307)	(3.818)	1636,8%
(+) Participação dos não controladores	5.021	(22.410)	-122,4%
FFO AJUSTADO	454.713	320.986	41,7%
Margem %	31,4%	28,4%	3,1 p.p

Informações Financeiras Ajustadas			
	2022	2021	%
Lucro Líquido	572.919	186.966	206,4%
(+) Depreciação e Amortização	89.136	46.290	92,6%
FFO	662.055	233.256	183,8%
(+) Variação Cambial Bônus Perpétuo	-	-	-
(+) Swap a Mercado (MTM)	-	-	-
(+) Marcação a mercado das cotas	30.851	-	-
(+) Ajuste Impostos Não Caixa	(199.439)	45.116	-542,1%
(+) Propriedades para Investimento	(36.650)	66.496	-155,1%
(+) Ajuste Equivalência Patrimonial - PPI líquido de imposto	-	-	-
(+) Participação Minoritária (Prop. para Inv.)	5.021	(22.410)	-122,4%
FFO AJUSTADO	461.838	322.458	43,2%
Margem %	30,2%	28,4%	1,8 p.p

Fluxo de Caixa

	Informações Financeiras Ajustadas	Informações Contábeis
	2022	2022 IFRS 10/11
Lucro do Período dos Acionistas da Companhia	627.268	628.484
Ajustes para reconciliar o lucro líquido ao fluxo de caixa gerado pelas atividades operacionais	427.292	391.053
Depreciações e amortizações	89.135	89.183
Atualização de empréstimos e financiamentos	495.228	495.228
Atualização de obrigações a pagar por aquisições de shopping	-	-
Ajuste a valor presente sobre aquisições de empresa	25.359	25.359
Ajuste ao valor justo dos instrumentos financeiros	10.076	10.076
Rendimento de títulos e valores mobiliários	30.851	30.851
Efeito do valor justo em renegociações de dívidas	(191.371)	(161.429)
Ajuste de linearização da receita e ajuste a valor presente	53.469	50.138
Ajuste do plano de opções e ações restritas	60.480	60.480
Provisões e encargos sociais sobre ações restritas	16.397	16.397
Provisão para processos judiciais, administrativos e obrigações legais	(6.991)	(9.331)
Ajuste a valor justo e resultado com derivativos	-	-
Ajuste a valor justo das propriedades para investimento	(36.650)	56.303
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(170.127)	(203.952)
Ganho na venda de ativos	-	-
Ganho/Perda na alienação de investimentos	(121.594)	(121.594)
Baixa de propriedade para investimento	-	-
Resultado de Equivalência patrimonial	-	(119.686)
Provisão para créditos de liquidação duvidosa	130.655	130.655
Outros resultados operacionais	42.375	42.375
Variação dos ativos e passivos operacionais	(43.682)	(126.115)
Contas a receber	(155.560)	(188.020)
Impostos a recuperar	(112.142)	(47.935)
Adiantamentos	17.835	16.733
Despesas antecipadas	1.106	1.106
Depósitos e cauções	(1.537)	(1.425)
Instrumentos financeiros derivativos	-	-
Contas a Pagar	(37.412)	(8.479)
Impostos e contribuições a recolher	279.842	177.960
Salários e encargos sociais	9.563	9.490
Provisão para processos judiciais, administrativos e obrigações legais	(6.727)	(4.227)
Imposto de renda e contribuição social pagos	(106.991)	(106.991)
Outros	68.341	25.673
Disponibilidades líquidas aplicadas nas atividades operacionais	1.010.878	893.422
Fluxo de caixa das atividades de investimentos	664.267	939.299
Compra (resgate) de títulos e valores mobiliários	875.464	842.201
Aquisição de ativos imobilizado e intangível	(102.488)	(78.118)
Aquisição e construção de propriedades para investimento	(264.341)	(256.001)
Adiantamento para futuro aumento de capital em subsidiária / Cotas	(4.170)	-
Aumento de capital nas controladas	(239.489)	(14.480)
Alienação de investimentos	387.657	387.657
Alienação de propriedade para investimento	-	-
Operação com partes relacionadas	11.634	23.241
Dividendos recebidos	-	34.799
Caixa oriundo de operações de alienação e incorporação societária	-	-
Fluxo de caixa das atividades de financiamentos	(1.672.591)	(1.831.398)
Obtenção de empréstimos	900.000	900.000
Pagamento de juros sobre empréstimos	(440.203)	(440.203)
Pagamento de empréstimos	(2.141.057)	(2.141.057)
Obtenção de obrigações a pagar por aquisição	-	-
Pagamento de juros sobre obrigações a pagar por aquisições de shopping	(6.373)	(123)
Pagamento de obrigações a pagar por aquisições de shopping	(123)	(6.250)
Resgate sobre Garantia	-	-
Ações em tesouraria	(67.375)	(67.375)
Aumento de capital	-	-
Dividendos	(44.404)	(44.404)
Juros Sobre Capital Próprio	-	-
Dividendos pagos a acionistas não controladores	127.721	(31.003)
Efeitos de Alienação	(777)	(983)
Gastos com emissão de ações	-	-
Aumento/Redução de caixa e equivalentes de caixa, líquidos	2.554	1.323
Disponibilidades e valores equivalentes no início do período	28.851	27.635
Disponibilidades e valores equivalentes no final do período	31.405	28.958
Variação de caixa e equivalentes de caixa, líquidos	2.554	1.323

Glossário

A

ABL Próprio: refere-se ao ABL total multiplicado pela nossa participação no shopping.

Área Bruta Locável ou (“ABL Total”): refere-se à soma de todas as áreas de um shopping disponíveis para aluguel com a exceção dos quiosques.

C

CPC: Comitê de Pronunciamentos Contábeis

Custo de Ocupação como % das vendas: Aluguel (mínimo + percentual) + encargos comuns + fundo de promoção dividido pelas vendas totais. (Este item deve ser analisado do ponto de vista do lojista)

E

EBITDA Ajustado: EBITDA - outras receitas operacionais referentes a propriedade para investimento + receita da debênture de participação nos lucros do shopping Araguaia

F

FFO Ajustado (Funds From Operations): Lucro Líquido + Depreciação + Amortização + Variação Cambial Bônus Perpétuo - Swap a Mercado - Propriedades para Investimento + Participação Minoritária (Propriedade para Inv.) + Ajuste Impostos Não Caixa - Outras Receitas Operacionais Não Caixa.

I

Inadimplência Líquida: Leva em consideração não apenas os valores recebidos referentes aos vencimentos do mês como também de boletos em aberto de vencimentos anteriores

Inadimplência: medida no último dia útil de cada mês considerando o total faturado no mês sobre o total recebido referente ao mesmo mês. Não considera lojas inativas.

L

Lei 11.638: A Lei n 11.638 tem como finalidade a inserção das companhias abertas no processo de convergência contábil internacional. Dessa forma, alguns resultados financeiros e operacionais sofreram alguns efeitos contábeis decorrentes das mudanças definidas pela nova Lei.

N

Net Operating Income ou (“NOI”): Receita bruta dos shoppings (sem incluir receita de serviços) menos os custos e crédito presumido PIS/COFINS dos shoppings + Debênture Araguaia

P

Propriedade Para Investimento: são representadas por terrenos e edifícios em Shopping Centers mantidos para auferir rendimento de aluguel e/ou para valorização do capital e são reconhecidas pelo seu valor justo. As avaliações foram feitas por especialistas considerando o histórico de rentabilidade e fluxo de caixa descontado a taxas praticadas pelo mercado.

No mínimo semestralmente na data do balanço são feitas revisões para avaliar mudanças nos saldos reconhecidos. As variações de valor justo são reconhecidas diretamente no resultado, mas eliminados do EBITDA ajustado e FFO ajustado. Trimestralmente, a Companhia possui um processo de monitoramento de eventos que indiquem a necessidade das estimativas de valor justo serem revisadas, tais como, inauguração de projetos, aquisição de participação adicional ou alienação parcial em shoppings, variações significativas nas performances dos shoppings em comparação aos orçamentos, modificações no cenário macroeconômico, entre outras. Se identificados tais indicativos, a Companhia ajusta suas estimativas refletindo as eventuais variações no resultado de cada período. As premissas do cálculo do valor justo das propriedades para investimento foram revistas pela auditoria independente e pelo Comitê de Auditoria.

S

Same store rent (SSR): Aluguéis das mesmas lojas que se encontravam no mesmo local no período atual e mesmo período do ano anterior.

Same store sales (SSS): Comparativo das vendas declaradas das mesmas lojas que se encontravam no mesmo local no período atual e no mesmo período do ano anterior.

Status de Comercialização: ABL de propostas aprovadas e assinadas / ABL Total do projeto.

T

Taxa de Ocupação: ABL total alugado dividido por ABL total.

Turnover das lojas: Soma de todo ABL das Novas Negociações dos últimos 12 meses - variação do ABL das lojas vagas dos últimos 12 meses / média do ABL dos últimos 12 meses.

brMalls

As informações financeiras e operacionais a seguir, exceto onde indicado ao contrário, são apresentadas de forma consolidada e em milhares de reais (R\$), e as comparações referem-se ao 2º trimestre de 2019 (2T19). Estas informações financeiras são apresentadas conforme as práticas adotadas no Brasil, através dos Comitês de Pronunciamento Contábeis (CPC's) emitidos e aprovados pela Comissão de Valores Mobiliários - CVM, e normas internacionais de contabilidade - IFRS, exceto quanto aos efeitos da adoção dos pronunciamentos CPC 19 (R2) e CPC 36 (R3) - IFRS 10 e 11.

Portanto, as informações financeiras ajustadas, aqui apresentadas, estão refletindo a consolidação proporcional das empresas controladas em conjunto, conforme apresentadas anteriormente a adoção de tais normas, por ser considerada pela administração da Companhia uma melhor forma de análise de suas operações. Estas informações financeiras ajustadas não foram auditadas e/ou revisadas pelos auditores independentes e as reconciliações para as informações financeiras auditadas de acordo com as práticas contábeis aplicáveis estão disponíveis no final deste documento.

Teleconferência de Resultados

DATA

24 de março de 2023

PORTUGUÊS E INGLÊS

HORÁRIO

14:00 (Brasília)

13:00 (US EDT)

TELEFONES

+55 11 3181-8565 (BRA)

+55 11 4090-1621 (BRA)

+1 412 717-9627 (EUA)

+44 20 3795 9972 (UK)



**Webcast
Português**



**Webcast
Inglês**

Nota Importante

Este material foi preparado com o único objetivo de informar e não deve ser interpretado como uma solicitação ou oferta para compra ou venda de valores mobiliários, nem mesmo como sugestão para potenciais investidores. Este material não é direcionado à intenção de investimento, situação financeira ou necessidades particulares de qualquer um que receba este material. Nenhuma declaração ou garantia, expressa ou não, é feita com relação à precisão, confiabilidade ou completude das informações futuras e projeções apresentadas neste material. Aqueles que receberem este material não devem deixar de interpretá-lo de forma crítica ou tê-lo como inquestionável. Qualquer informação contida neste material poderá ser alterada sem aviso, e a BR Malls Participações S.A. ("brMalls") não está obrigada a atualizar as informações apresentadas neste material. A Companhia não será responsabilizada por perdas ou danos de qualquer espécie decorrentes do uso no todo ou em parte deste material.

Os investidores devem consultar seus próprios consultores legais, regulatórios, fiscais, de negócios, investimentos, financeiros e de contabilidade, na medida em que entenderem necessário. Além disso, devem tomar sua decisão de investimento no seu próprio julgamento e conselhos de tais consultores, conforme entenderem necessário, e não com base em quaisquer opiniões contida neste material.

Esta apresentação inclui declarações que representam expectativas sobre eventos ou resultados futuros sujeitos a riscos, baseados em expectativas e projeções atuais sobre eventos e tendências futuros que podem afetar as atividades da Companhia. Estimativas e declarações futuras incluem, sem limitação, qualquer declaração que possa prever, indicar ou deduzir resultados, desempenho ou realizações futuros e podem conter as palavras "acredita", "estima", "espera", "visa", "pode", "poderá", "antecipa" ou quaisquer outras palavras ou frases similares. Essas declarações incluem projeções de crescimento econômico, demanda e fornecimento, bem como informações sobre posição perante os concorrentes, aspectos regulatórios, potencial de crescimento e outros assuntos. Essas declarações estão baseadas em certas suposições e análises feitas pela administração da Companhia e que a administração da Companhia acredita serem razoáveis, considerando-se certas suposições sobre as atividades e as condições econômicas, muitas das quais estão fora do controle da Companhia. Estes fatores e outros fatores nos quais as projeções foram baseadas estão sujeitos a incertezas. Conseqüentemente, as projeções não são necessariamente uma indicação de performance futura, e nem a brMalls e nem qualquer outra pessoa assumem a responsabilidade pela precisão de tais projeções. Dessa forma, a administração da Companhia não está fazendo e não deve ser interpretada como se estivesse fazendo qualquer declaração a respeito da concretização de eventos ou circunstâncias futuros. Em razão desses fatores incertos, os investidores não devem tomar sua decisão de investimento baseada exclusivamente nessas estimativas e declarações que representam expectativas sobre eventos ou resultados futuros. A Companhia não fornecerá aos titulares de ações ordinárias ou GDSs projeções revisadas ou análises das diferenças entre projeções e resultados operacionais efetivos.

CONTATO E EQUIPE DE RI

Eduardo Langoni
CFO

Juliana Blanco
Diretora de Finanças & RI

Laís Domingues
Especialista

Tiago Neves
Analista

Clara Costa
Estagiária

ri@brmalls.com.br

Tel.: +55 21 3138-9900

www.brmalls.com.br/ri