



## **Prospecta Gestão de Investimentos**

Tese de Investimento – Multiplan S.A.

Ana Carolina Renaux, Antônio Coutinho, Isaac Machado | Diretor: Marcelo Cataldo



1

Consumidores Brasileiros

“ Os empresários de shopping centers perceberam que não é só botar lojas para venda de produto, é oferecer serviço, oferecer conforto, oferecer ambiente muito agradável, climatizado e uma gama de coisas que as pessoas podem resolver suas vidas.

- Jussara Nova Reis, superintendente de shopping

2

Pesquisa ABRASCE 2012



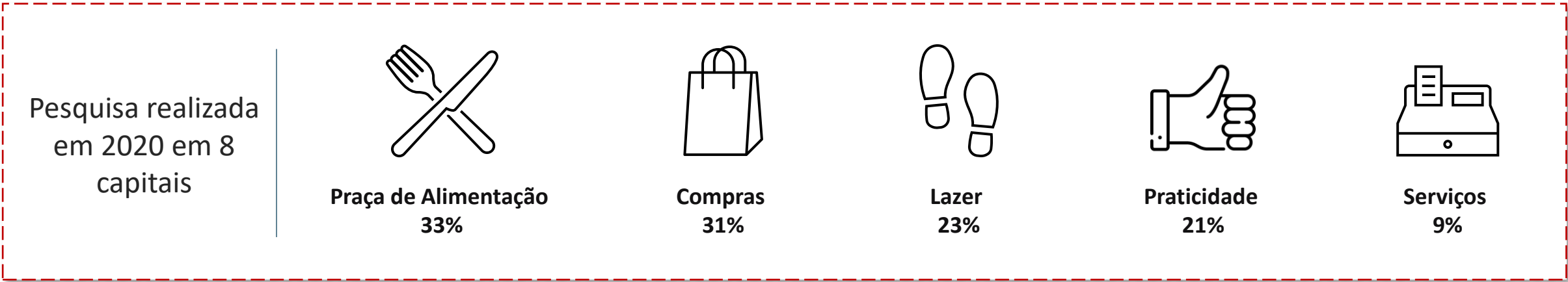
**65%** dos brasileiros frequentam shoppings pelo menos uma vez na semana



Tempo médio em que os clients ficam no shopping é de **73** minutos

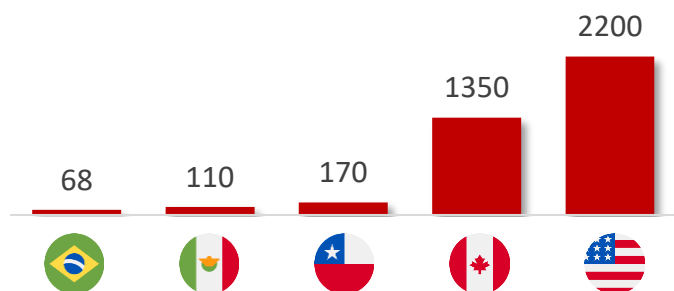
3

Motivo de ida aos shoppings

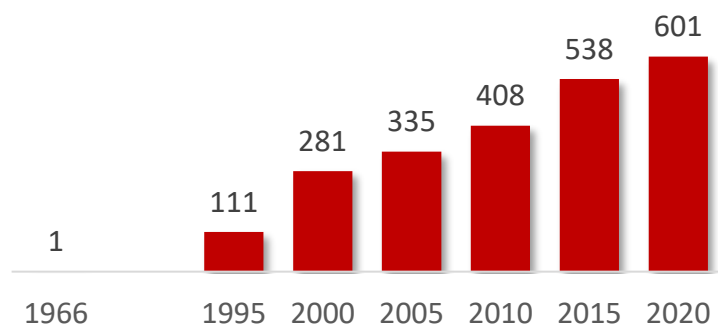


## Dados

### | ABL (m²) por 1000 habitantes, 2018



### | Quantidade de Shoppings Centers no Brasil



## Barreiras de Entrada



Falta de espaço livre em cidades grandes faz com que as barreiras de entrada sejam altas



Necessidade de acesso à capital



*Know-how* do setor é de extrema importância para fazer os investimentos certos

## Rivalidade Interna



Rivalidade interna é baixa, devido a pouca sobreposição entre os competidores - pois possuem suas próprias áreas de domínio.

## Ameaça de Substitutos



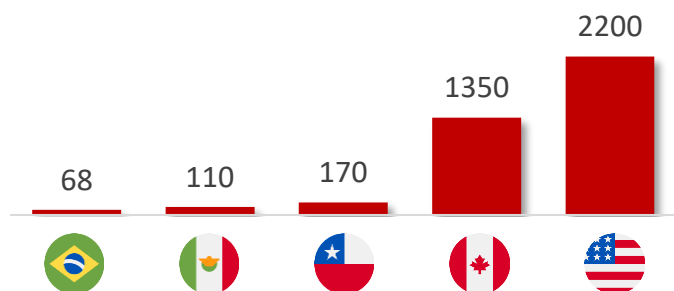
*E-commerce* atualmente representa 10% das vendas de varejo, crescendo bastante durante a quarentena



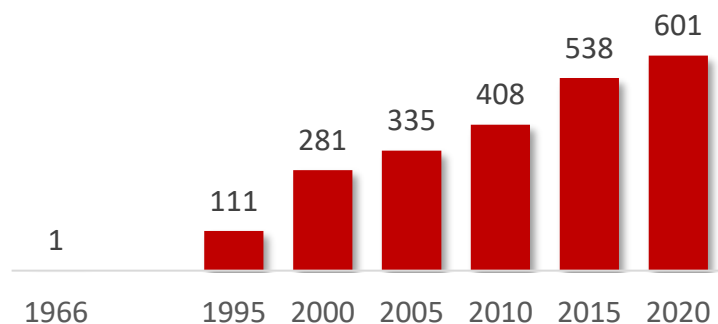
Varejo comum (pouco provável)

## Dados

| ABL (m<sup>2</sup>) por 1000 habitantes, 2018



| Quantidade de Shoppings Centers no Brasil



## Barreiras de Entrada



Falta de espaço livre em cidades grandes faz com que as barreiras de entrada sejam altas



Necessidade de acesso à capital



*Know-how* do setor é de extrema importância para fazer os investimentos certos

## Rivalidade Interna



Rivalidade interna é baixa, devido a pouca sobreposição entre os competidores - pois possuem suas próprias áreas de domínio.

## Ameaça de Substitutos



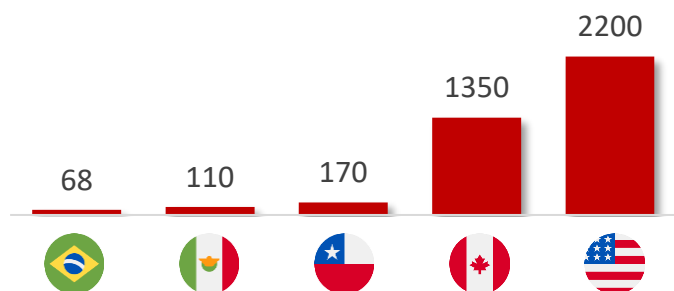
*E-commerce* atualmente representa 10% das vendas de varejo, crescendo bastante durante a quarentena



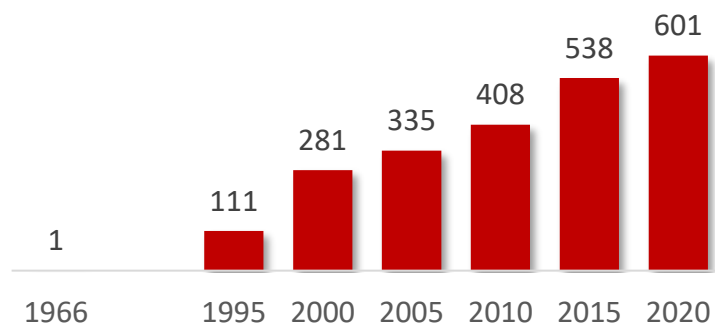
Varejo comum (pouco provável)

## Dados

| ABL (m<sup>2</sup>) por 1000 habitantes, 2018



| Quantidade de Shoppings Centers no Brasil



## Barreiras de Entrada



Falta de espaço livre em cidades grandes faz com que as barreiras de entrada sejam altas



Necessidade de acesso à capital



Know-how do setor é de extrema importância para fazer os investimentos certos

## Rivalidade Interna



Rivalidade interna é baixa, devido a pouca sobreposição entre os competidores - pois possuem suas próprias áreas de domínio.

## Ameaça de Substitutos



*E-commerce* atualmente representa 10% das vendas de varejo, crescendo bastante durante a quarentena

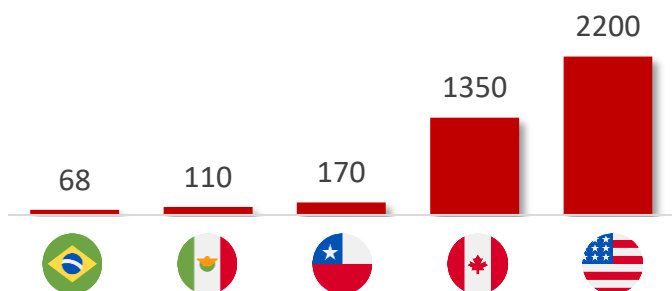


Varejo comum (pouco provável)

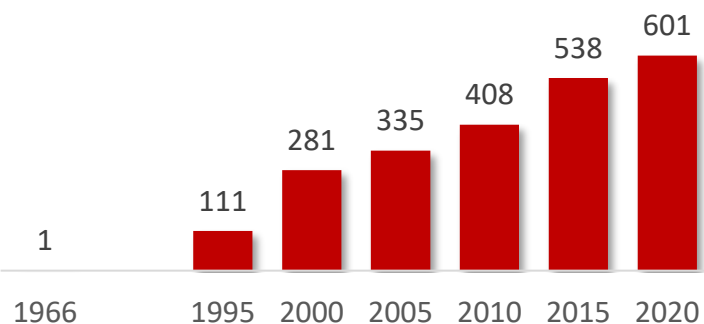


## Dados

| ABL (m²) por 1000 habitantes, 2018



| Quantidade de Shoppings Centers no Brasil



## Barreiras de Entrada



Falta de espaço livre em cidades grandes faz com que as barreiras de entrada sejam altas



Necessidade de acesso à capital



*Know-how* do setor é de extrema importância para fazer os investimentos certos

## Rivalidade Interna



Rivalidade interna é baixa, devido a pouca sobreposição entre os competidores - pois possuem suas próprias áreas de domínio.

## Ameaça de Substitutos



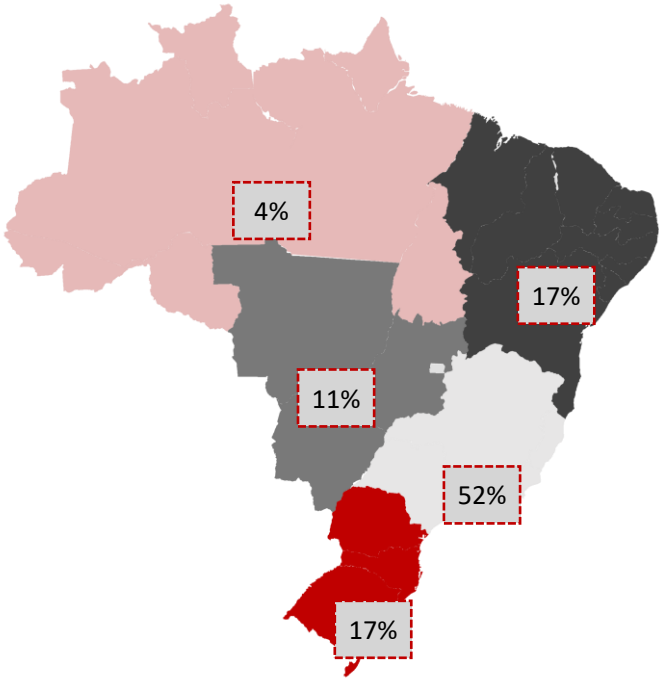
*E-commerce* atualmente representa 10% das vendas de varejo, crescendo bastante durante a quarentena



Varejo comum (pouco provável)

# Overview dos shoppings centers

## 1 Concentração de Shoppings Centers por Região

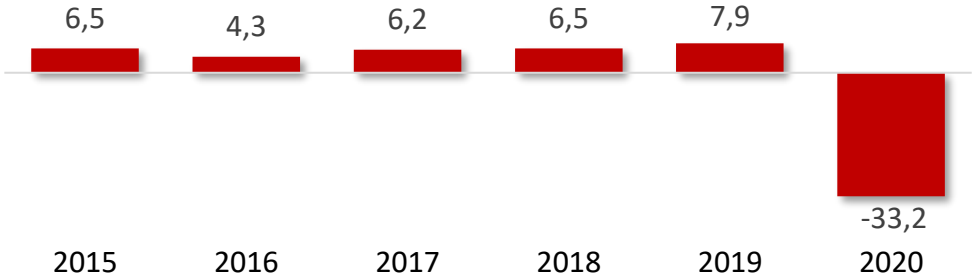


A grande contração de shoppings na região sudeste se deve em muitos aspectos a prospecção de regiões com maior PIB per capita.

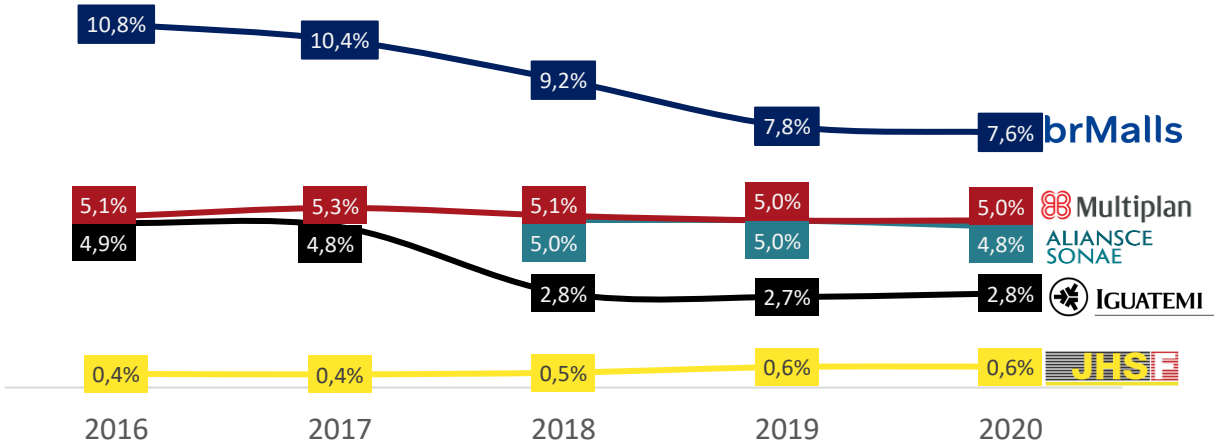


Entretanto, regiões como Sul e Centro-Oeste podem ser bons alvos de expansão por terem um alto índice de PIB per capita.

## 2 Taxa de Crescimento Anual de Vendas de Shoppings (%)



## 3 Marketshare de Área Bruta Locável



1 Localização Geográfica



1 Portfólio



**Multiplan**

19 Shoppings Centers

Foco nas classes: A e B



BR Malls



Aliansce Sonae



Iguatemi



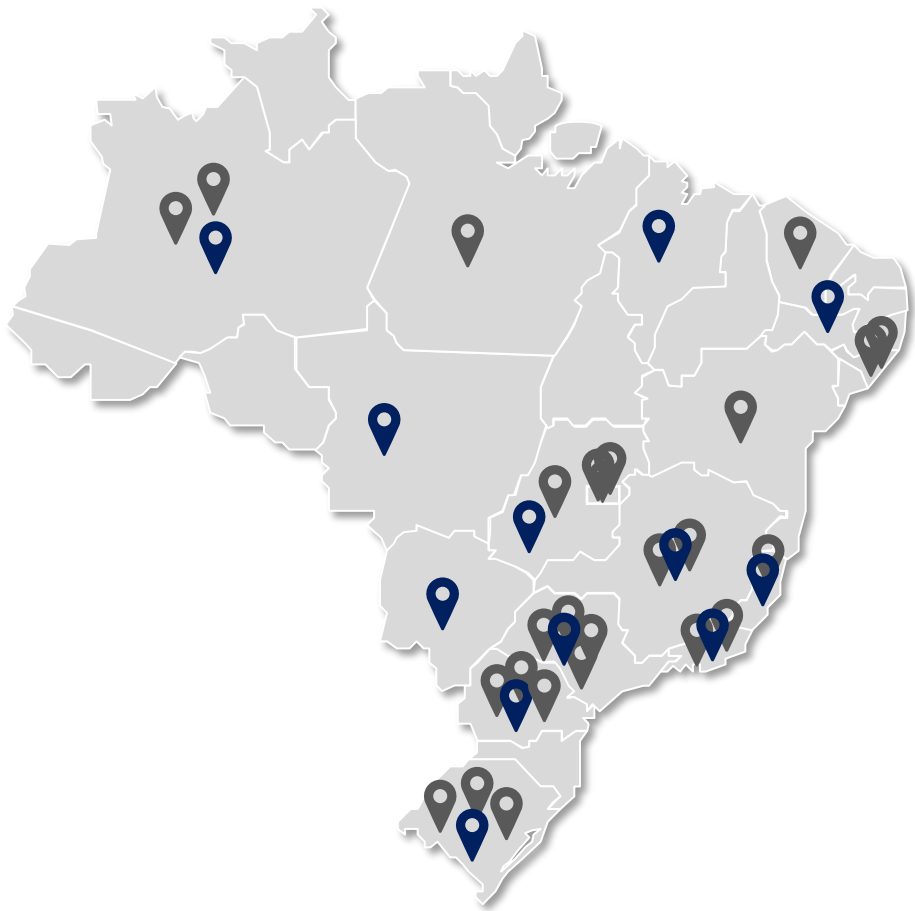
JHSF



# Principais concorrentes

1

Localização Geográfica



1

Portfólio



Multiplan

19 Shoppings Centers

Foco nas classes: A e B



BR Malls

31 Shoppings Centers

Foco nas classes: A, B e C



Aliansce Sonae



Iguatemi



JHSF

# Principais concorrentes

1

Localização Geográfica



1

Portfólio

	<b>Multiplan</b>	
	19 Shoppings Centers	Foco nas classes: A e B
	<b>BR Malls</b>	
	31 Shoppings Centers	Foco nas classes: A, B e C
	<b>Aliansce Sonae</b>	
	39 Shoppings Centers	Foco nas classes: B e C
	<b>Iguatemi</b>	
	<b>JHSF</b>	

# Principais concorrentes






1

Localização Geográfica



1

Portfólio

 <b>Multiplan</b>	19 Shoppings Centers	Foco nas classes: A e B
 <b>BR Malls</b>	31 Shoppings Centers	Foco nas classes: A, B e C
 <b>Aliansce Sonae</b>	39 Shoppings Centers	Foco nas classes: B e C
 <b>Iguatemi</b>	14 Shoppings Centers	Foco nas classes: A
 <b>JHSF</b>		

1

Localização Geográfica



1

Portfólio

	<b>Multiplan</b>	19 Shoppings Centers	Foco nas classes: A e B
	<b>BR Malls</b>	31 Shoppings Centers	Foco nas classes: A, B e C
	<b>Aliansce Sonae</b>	39 Shoppings Centers	Foco nas classes: B e C
	<b>Iguatemi</b>	14 Shoppings Centers	Foco nas classes: A
	<b>JHSF</b>	4 Shoppings Centers	Foco nas classes: AA e A

# Principais concorrentes


1

Localização Geográfica



1

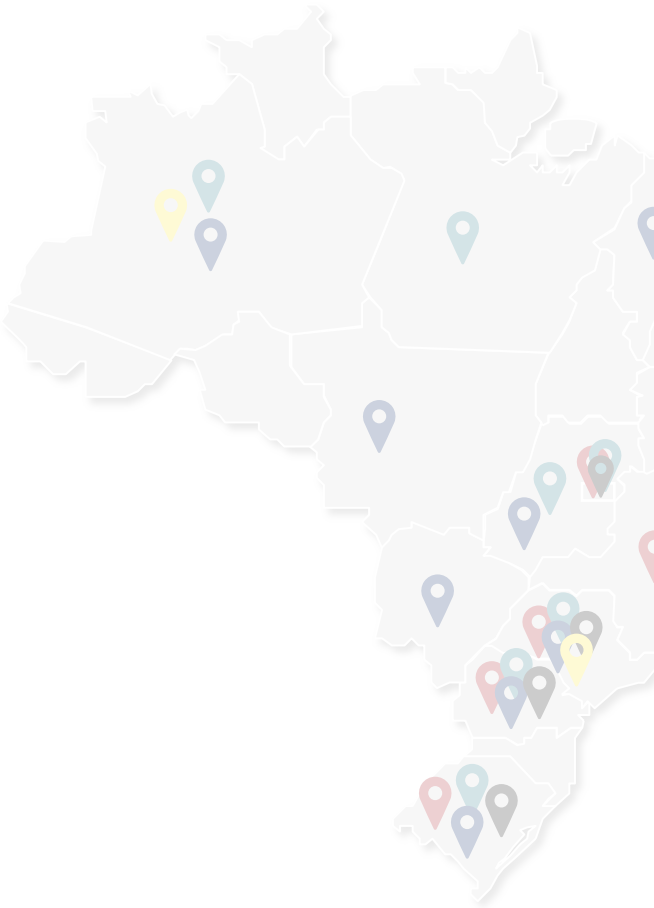
Portfólio

 <b>Multiplan</b>	19 Shoppings Centers	Foco nas classes: A e B
 <b>BR Malls</b>	31 Shoppings Centers	Foco nas classes: A, B e C
 <b>Aliansce Sonae</b>	39 Shoppings Centers	Foco nas classes: B e C
 <b>Iguatemi</b>	14 Shoppings Centers	Foco nas classes: A
 <b>JHSF</b>	4 Shoppings Centers	Foco nas classes: AA e A

# Principais concorrentes

1

Localização Geográfica



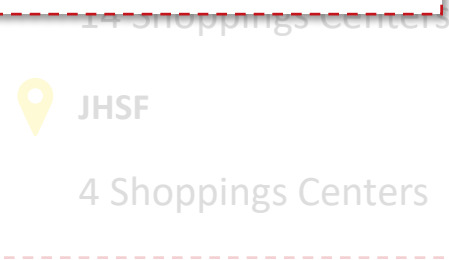
1

Portfólio

| Venda por ABL (R\$/m²)



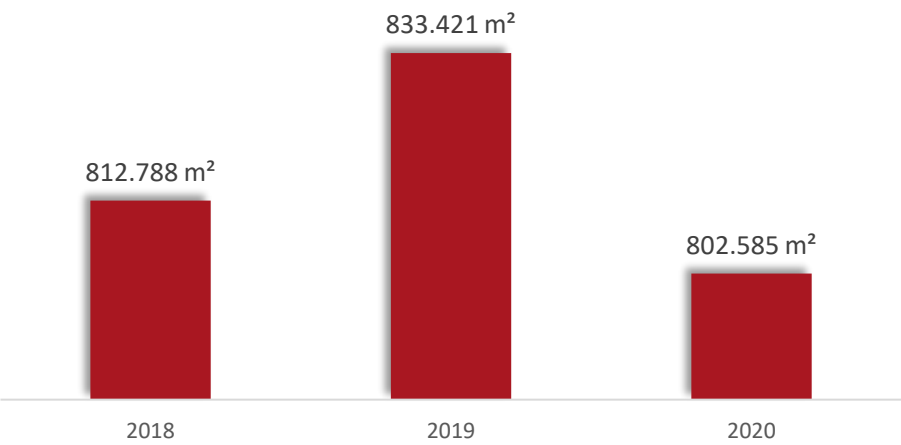
- Multiplan e Iguatemi possuem um mix de lojas com maior frequência de vendas ou ticket médio mais caro;
- BrMalls e Aliansce Sonae apostam em um mix de lojas de produtos mais baratos ou uma menor frequência de vendas.



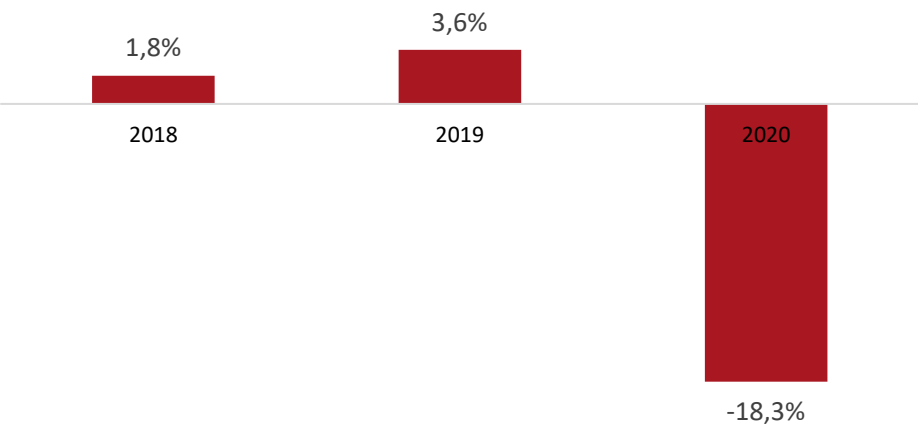
- Foco nas classes: A e B
- Foco nas classes: A, B e C
- Foco nas classes: B e C
- Foco nas classes: A
- Foco nas classes: AA e A



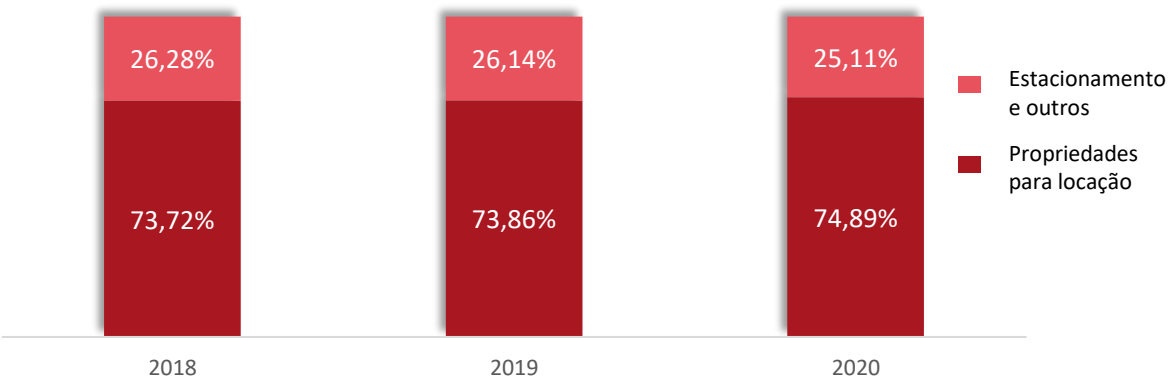
**1** ABL Aliansce Sonae



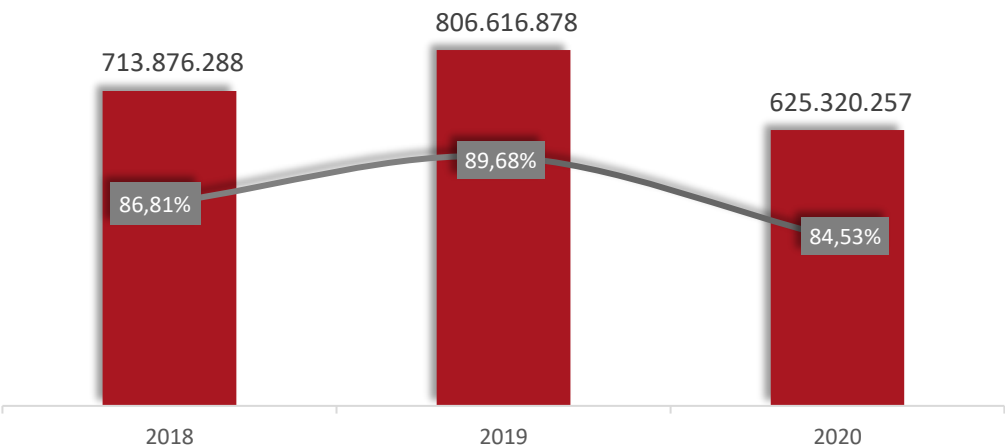
**3** Same Store Sales (SSS)



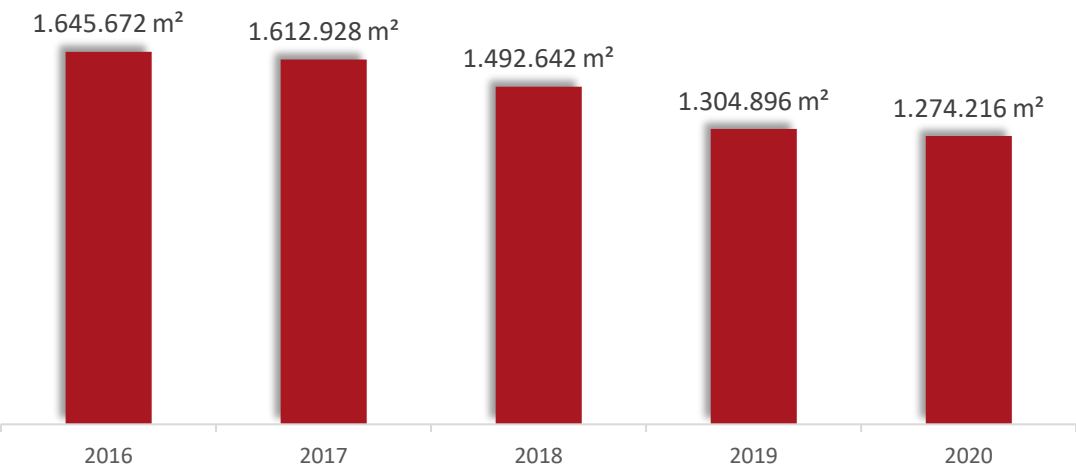
**2** Quebra da Receita



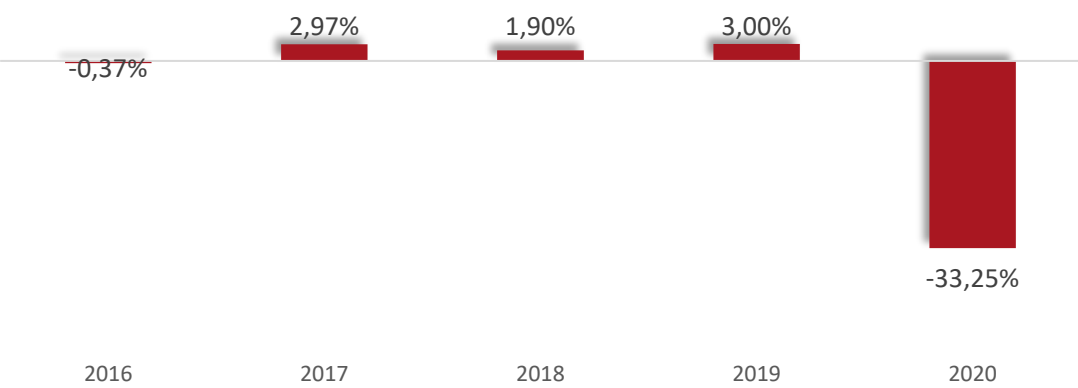
**4** NOI e Margem NOI



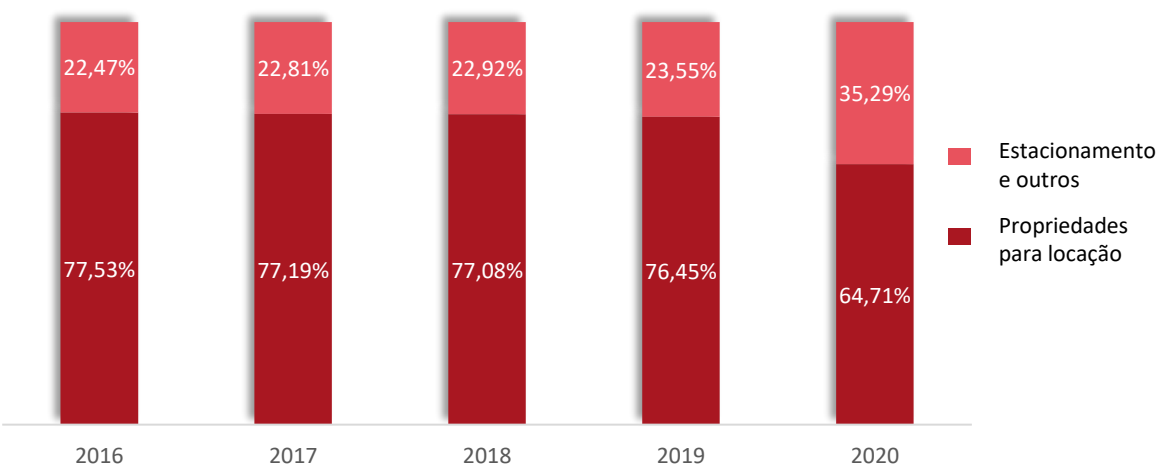
1 Área Bruta Locável (ABL)



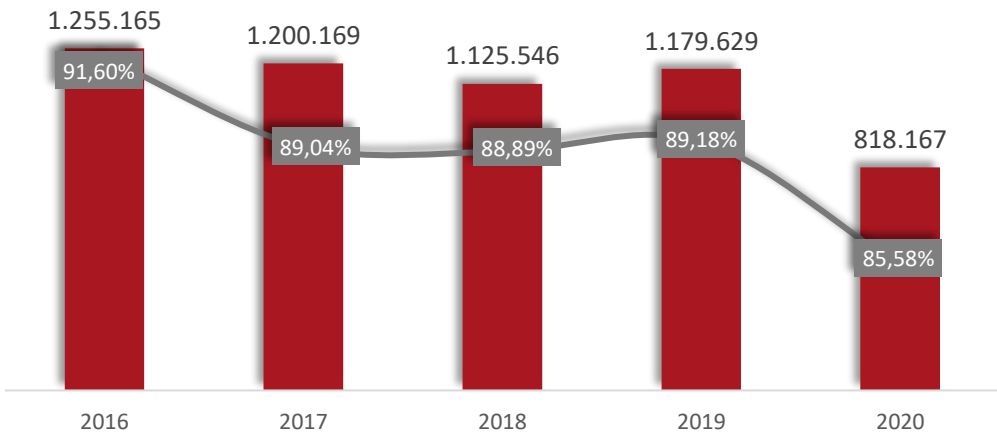
3 Same Store Sales (SSS)



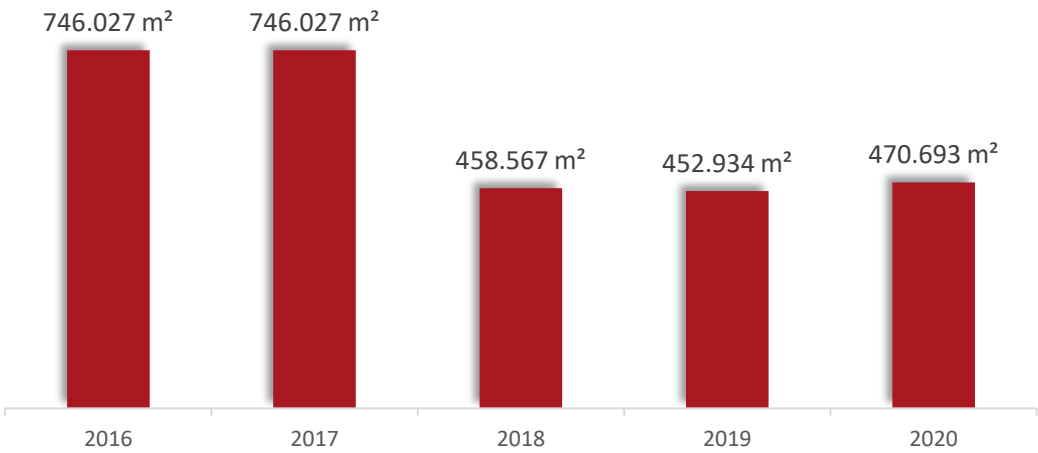
2 Quebra da Receita



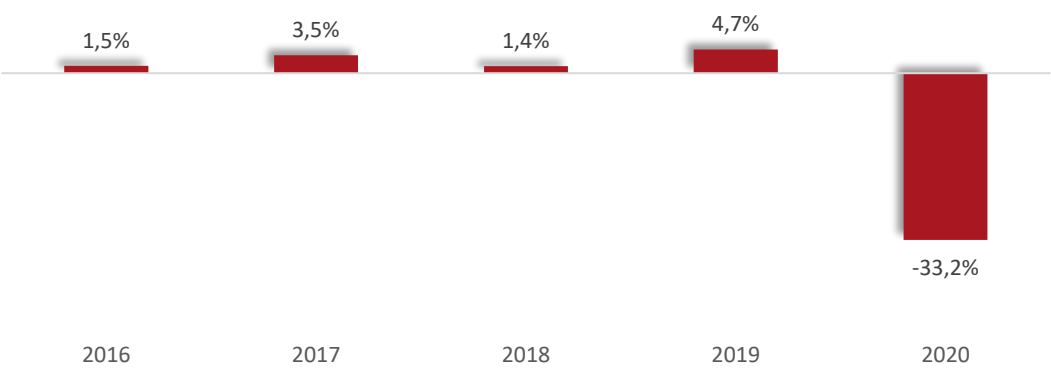
4 NOI e Margem NOI



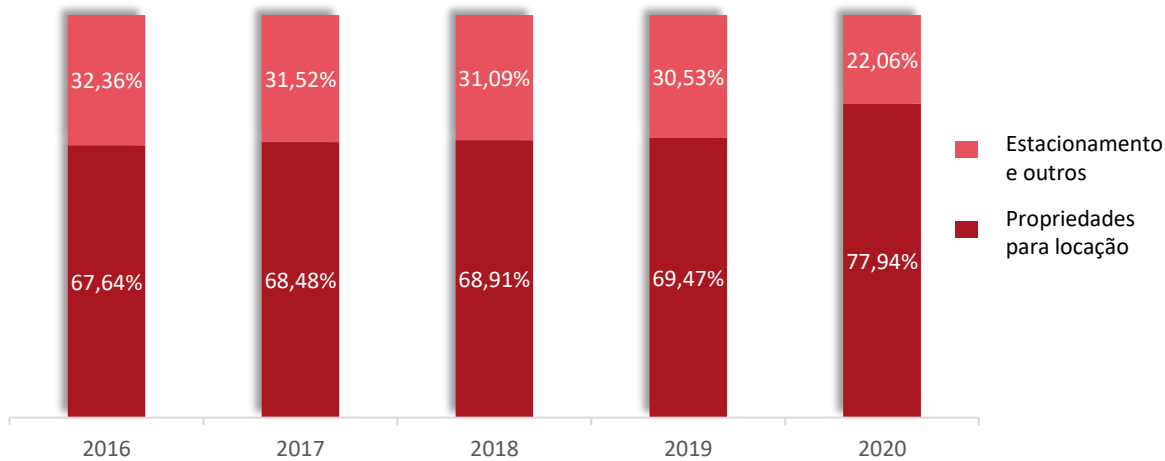
## 1 Área Bruta Locável (ABL)



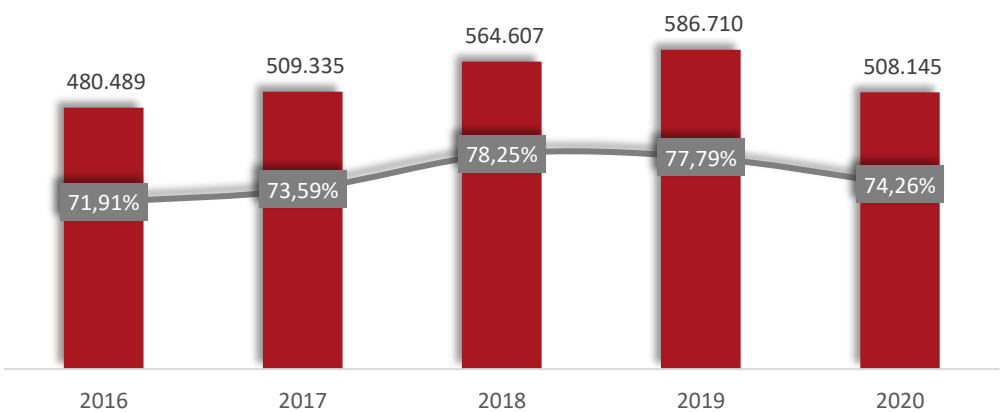
## 3 Same Store Sales (SSS)



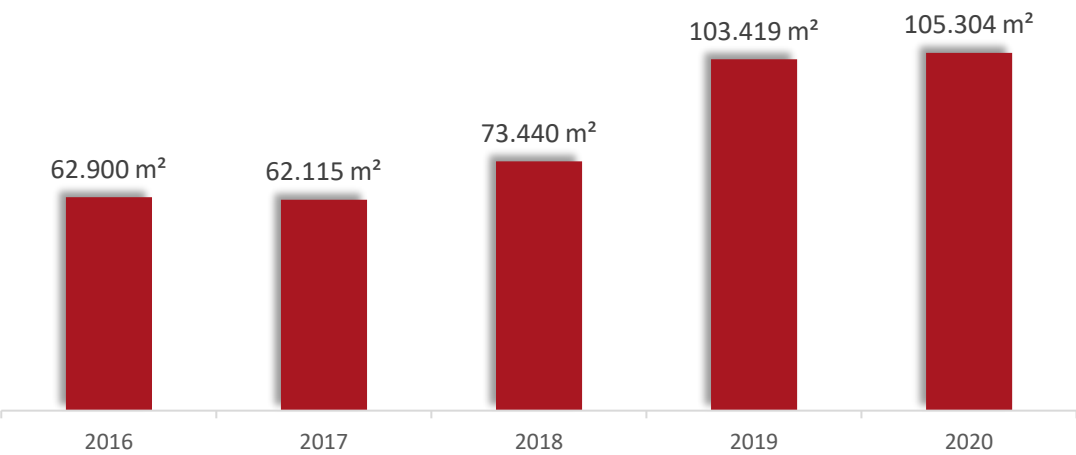
## 2 Receita



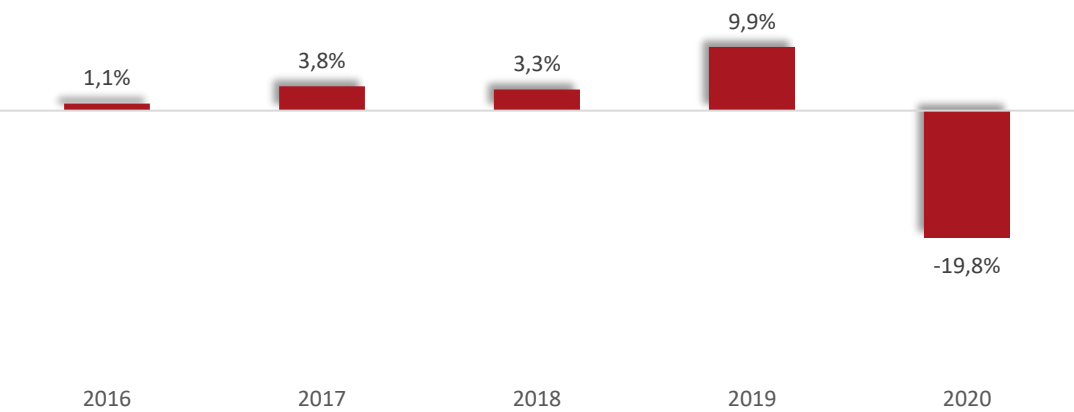
## 4 NOI e Margem NOI



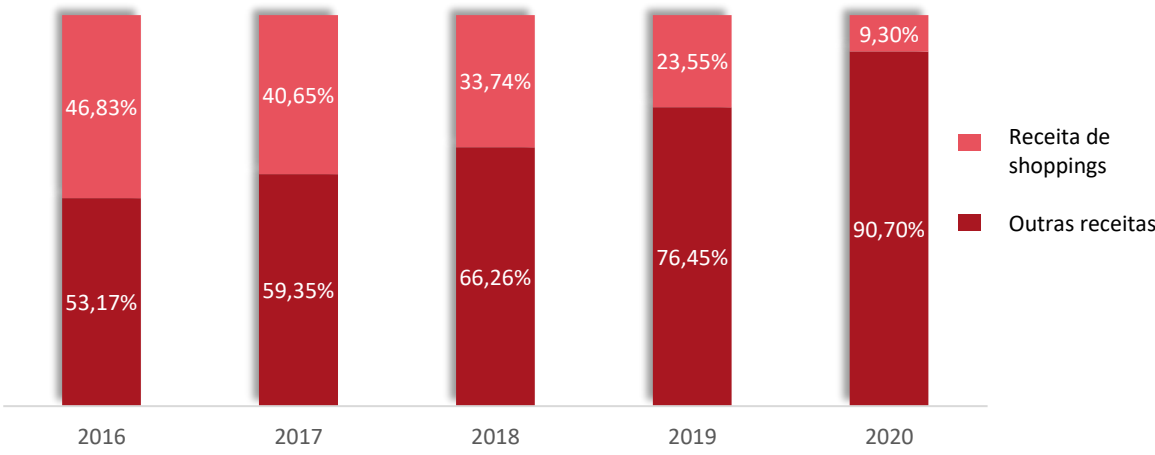
1 ABL iguat



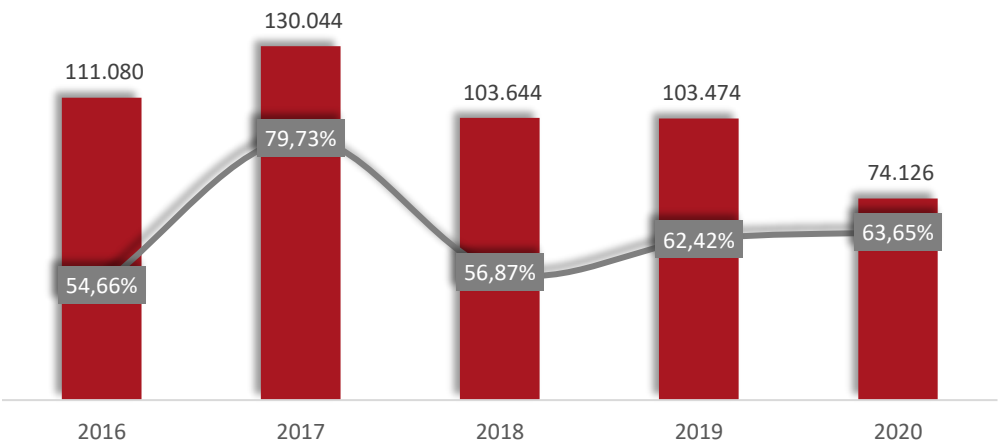
3 Same Store Sales (SSS)



2 Receita



4 NOI e Margem NOI



## Forças

Diretoria bem percebida pelo mercado, bom relacionamento com *stakeholders*

Ativos bem localizados

Percepção de qualidade *premium* pelos clientes



## Fraquezas

Ações muito voláteis a pequenas flutuações da taxa de desconto e nas expectativa de crescimento

Liquidez e caixa baixos, dificultando atingir as obrigações de curto prazo



## Oportunidade

Perspectiva positiva para o Mercado da Construção Brasileira

Mercado subpenetrado



## Ameaças

Continuação do aumento da taxa de desemprego

Atraso no pagamento de aluguéis

Permanencia da restrição do comércio devido ao COVID



1 O que mudou com o covid?

Principais impactos no setor de shoppings center em 2020



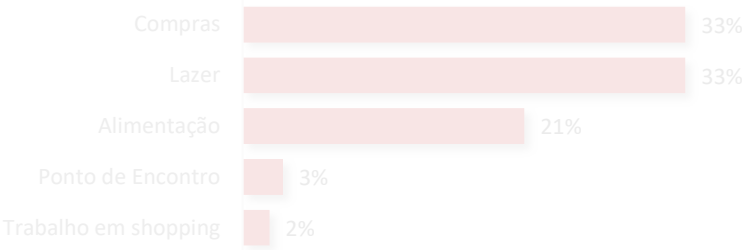
29% dos shoppings possuem sistema de vendas online



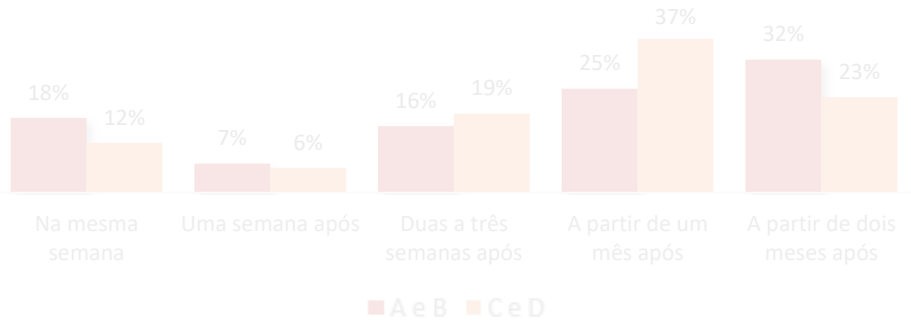
2 Cenário pós COVID

“Apesar do salto de 50% no e-commerce, as vendas físicas ainda representam mais de 90% do total do comércio.”

Entrevista com clientes:  
| Por que sente falta do shopping?



| Quando frequentar um shopping no fim do isolamento?





1 O que mudou com o covid?

Principais impactos no setor de shoppings center em 2020



29% dos shoppings possuem sistema de vendas online

brMalls

Mooca Plaza Shopping

Shopping Jardim Sul

Shopping Tijuca

Norte Shopping

Plaza Shopping Niterói

Shopping Tamboré

Shopping VillaLobos

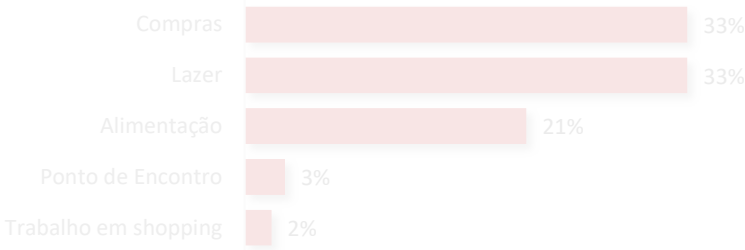
Shopping VillaLobos

Aposta no e-commerce e na independência de apps para cada shopping

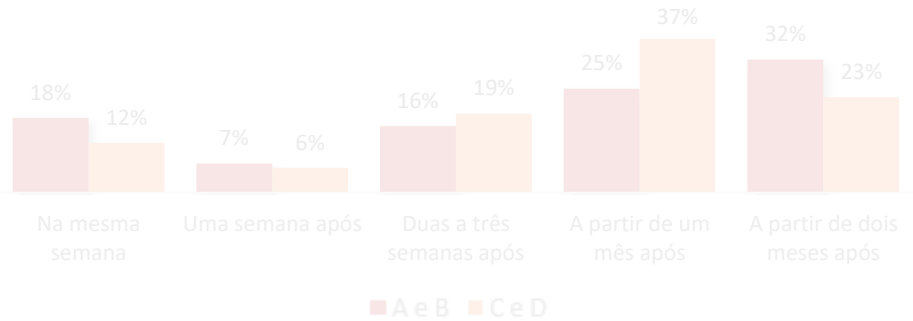
2 Cenário pós COVID

“Apesar do salto de 50% no e-commerce, as vendas físicas ainda representam mais de 90% do total do comércio.”

Entrevista com clientes:  
| Por que sente falta do shopping?



| Quando frequentar um shopping no fim do isolamento?



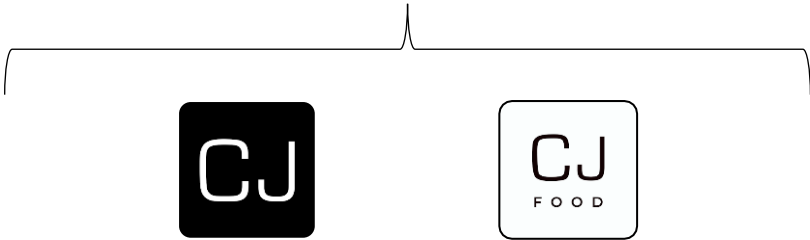
## 1 O que mudou com o covid?

Principais impactos no setor de shoppings center em 2020



29% dos shoppings possuem sistema de vendas online

JHSF

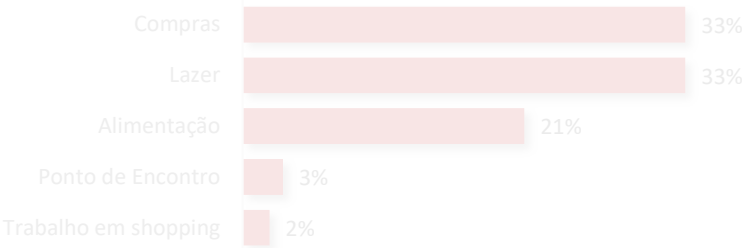


Focado no público de alta renda, possui penetração no mercado online de shoppings apenas pelo shopping cidade jardim, pelos aplicativos CJ Fashion e CJ Food

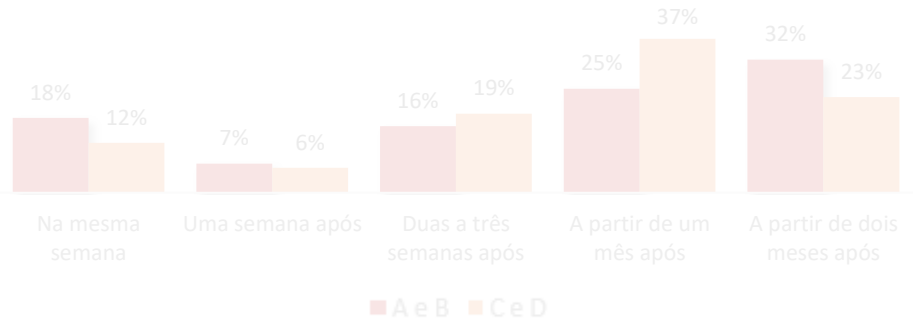
## 2 Cenário pós COVID

“Apesar do salto de 50% no e-commerce, as vendas físicas ainda representam mais de 90% do total do comércio.”

Entrevista com clientes:  
| Por que sente falta do shopping?



| Quando frequentar um shopping no fim do isolamento?



1 O que mudou com o covid?

Principais impactos no setor de shoppings center em 2020

Faturamento

▼ 33,2%

Vacância

▲ 4,6%

29% dos shoppings possuem sistema de vendas online

**Multiplan**



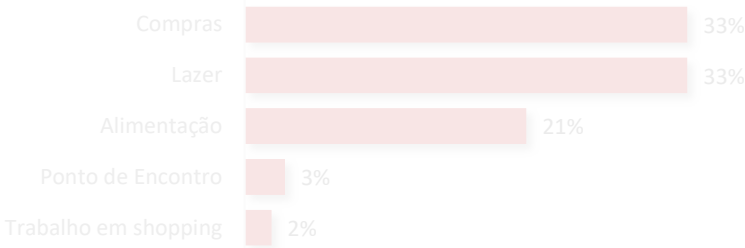
**Venda Direta**  
Multiplan

Um único canal Omnichannel de vendas por entrega e drive-tru, disponível através do aplicativo Multi ou pelo site Venda Direta

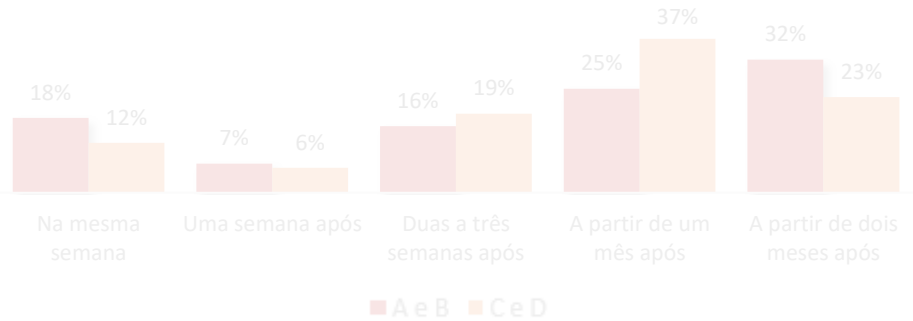
2 Cenário pós COVID

“Apesar do salto de 50% no e-commerce, as vendas físicas ainda representam mais de 90% do total do comércio.”

Entrevista com clientes:  
| Por que sente falta do shopping?



| Quando frequentar um shopping no fim do isolamento?



1 O que mudou com o covid?

Principais impactos no setor de shoppings center em 2020

Faturamento

▼ 33,2%

Vacância

▲ 4,6%

29% dos shoppings possuem sistema de vendas online

Multiplan

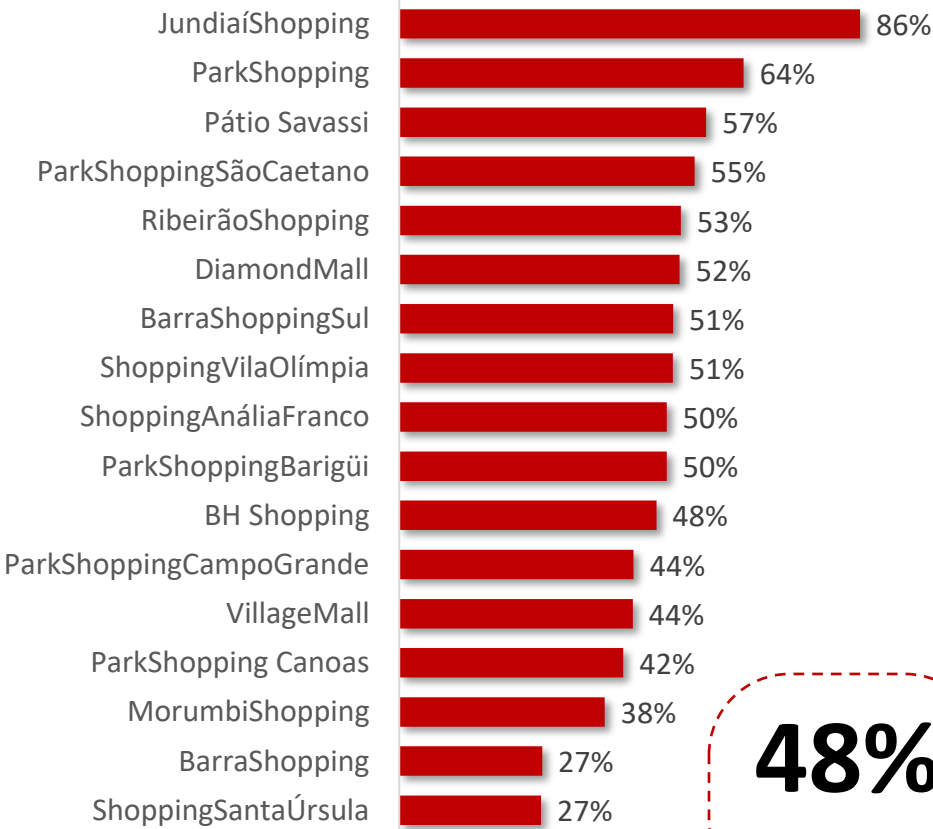


Venda Direta  
Multiplan

Um único canal Omnichannel de vendas por entrega e drive-tru, disponível através do aplicativo Multi ou pelo site Venda Direta

2

| Percentual de lojas no meio digital, por delivery ou drive-thru:



48%  
Digital

1 O que mudou com o covid?

Principais impactos no setor de shoppings center em 2020



29% dos shoppings possuem sistema de vendas online

Multiplan

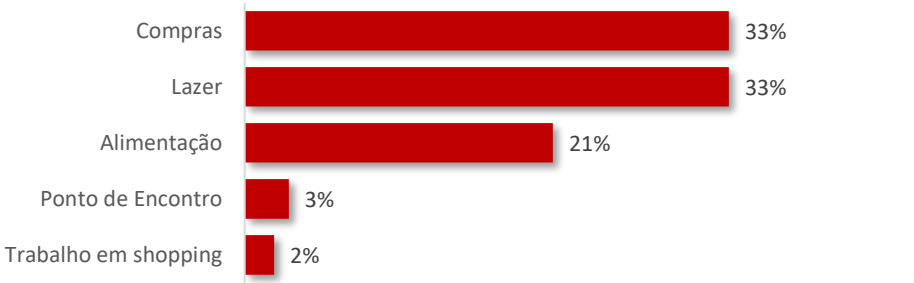


Um único canal Omnichannel de vendas por entrega e drive-tru, disponível através do aplicativo Multi ou pelo site Venda Direta

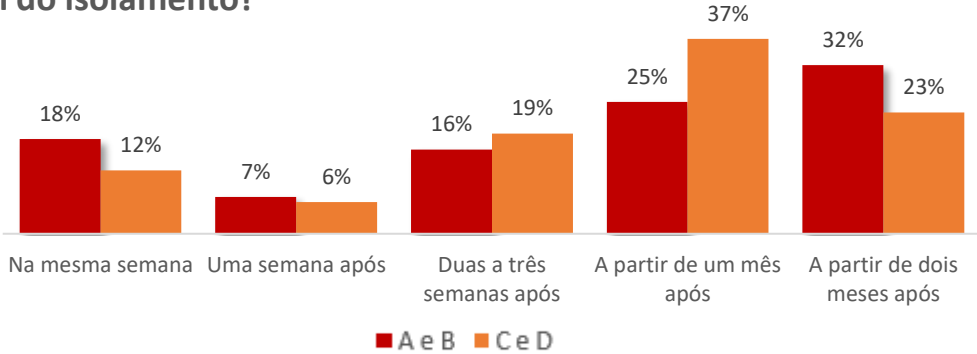
2 Cenário pós COVID

“Apesar do salto de **50% no e-commerce**, as **vendas físicas ainda representam mais de 90% do total do comércio.**”

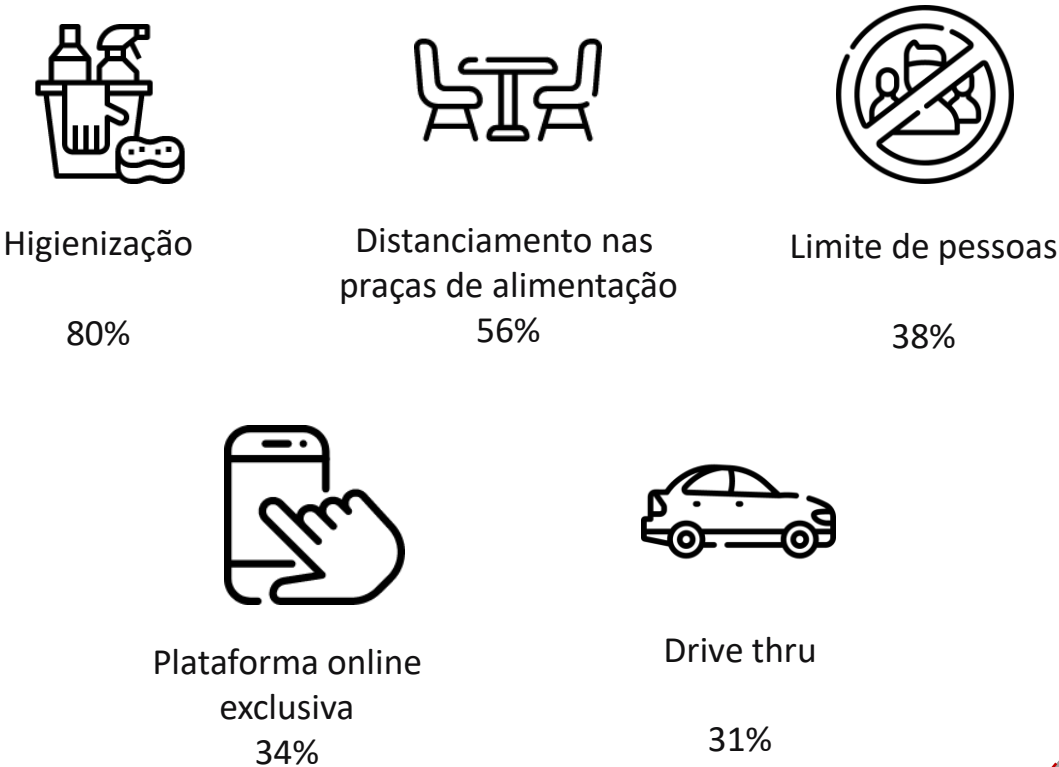
Entrevista com clientes:  
| Por que sente falta do shopping?



| Quando frequentar um shopping no fim do isolamento?



## | Quais mudanças precisam acontecer?



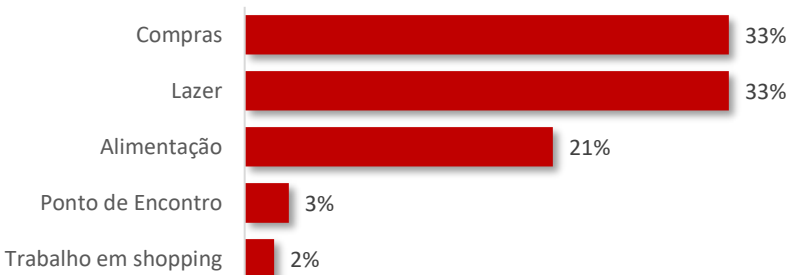
2

## Cenário pós COVID

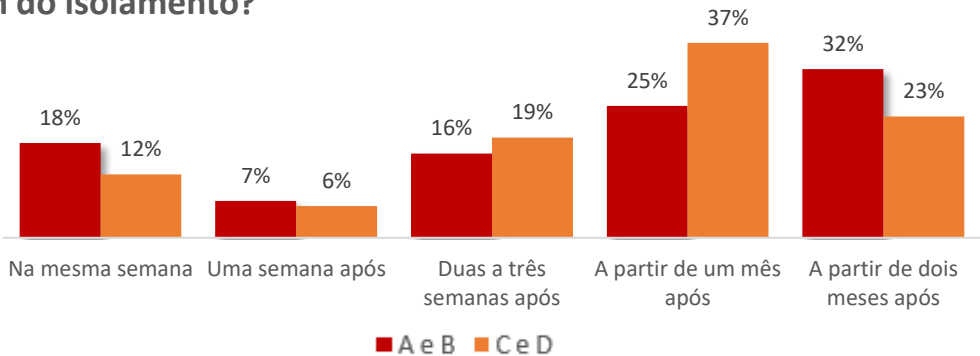
“Apesar do salto de **50% no e-commerce**, as **vendas físicas ainda representam mais de 90% do total do comércio.**”

### Entrevista com clientes:

#### | Por que sente falta do shopping?



#### | Quando frequentar um shopping no fim do isolamento?





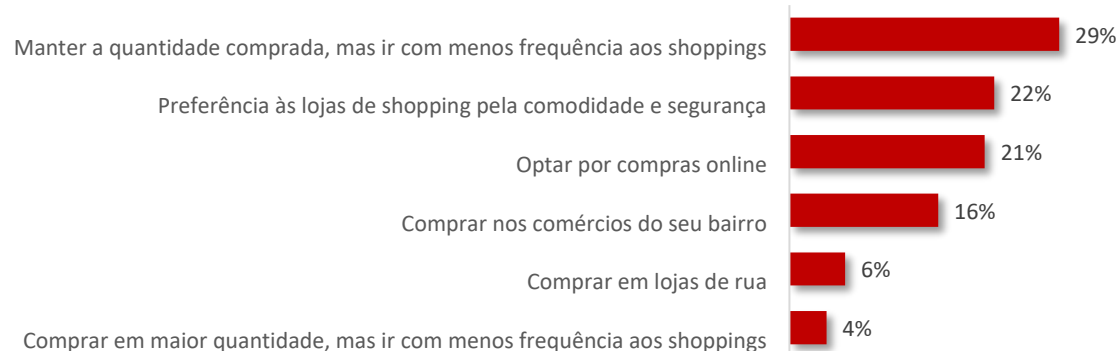


Q&A

## | Quais mudanças precisam acontecer?



## | Qual comportamento da pandemia deve continuar?

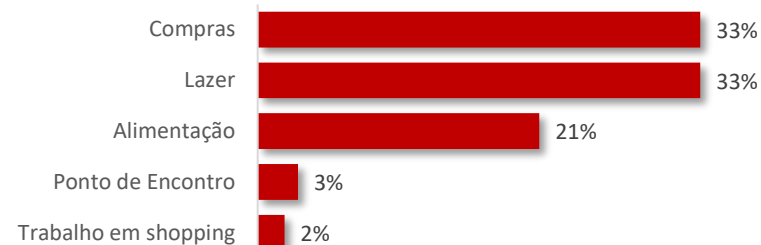


2

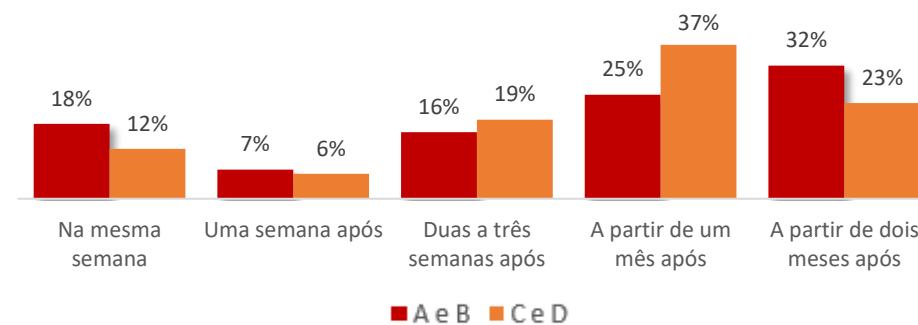
## Cenário pós COVID

**“Apesar do salto de 50% no e-commerce, as vendas físicas ainda representam mais de 90% do total do comércio.”**

## | Por que sente falta do shopping?



## | Quando frequentar um shopping no fim do isolamento?



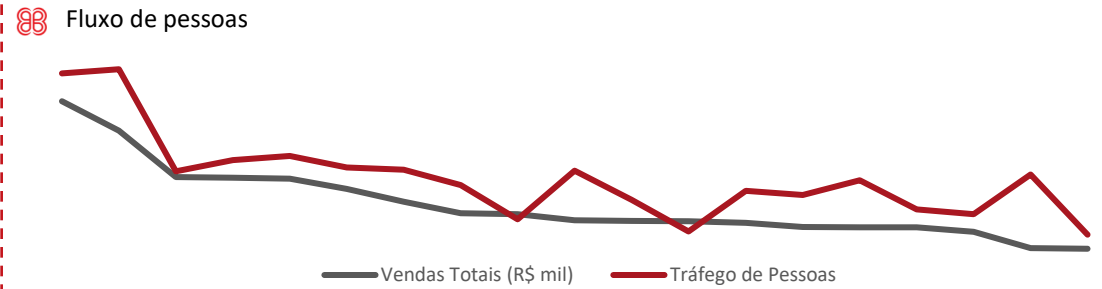
# Empreendimentos em estados com maior PIB per capita

## 1 O que guia o setor?

⌘ PIB;

O crescimento do PIB, ou ao menos a expectativa de crescimento, leva os consumidores a ficarem mais otimistas quanto ao gasto no presente

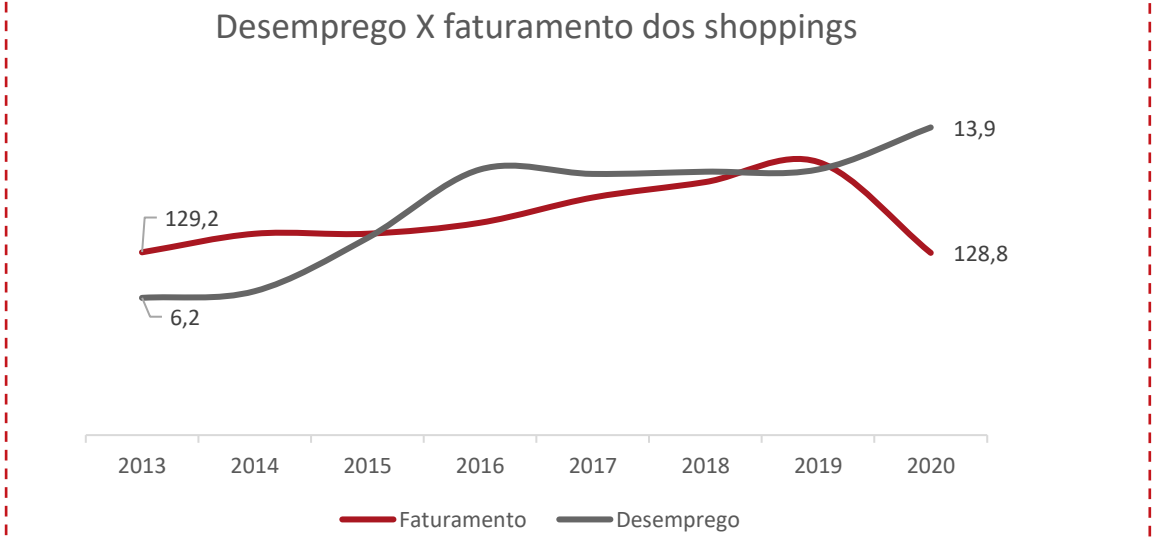
⌘ Inflação;





Existe uma forte correlação entre as receitas dos shoppings e fluxo de pessoas, o que se deve em grande parte ao cross selling. A presença física tem grande impacto nas vendas, motivo pelo qual os shoppings apostam nas lojas de serviço e atrações para atrair o cliente a permanecer no local.

## 2 Quais são os principais riscos?

- ⌘ Níveis de desemprego;
- ⌘ Restrição de crédito;
- ⌘ Restrição do funcionamento de comércios



Fatores positivos		Fatores negativos	
Fatores internos	<div>Strengths</div> <div><ul style="list-style-type: none"><li>- Business performance</li><li>- Market Position</li><li>- Shopping Mall portfolio</li></ul></div>		<div>Weaknesses</div> <div><ul style="list-style-type: none"><li>- Business performance</li><li>- Liquidity position</li></ul></div>
	<div>Oportunities</div> <div><ul style="list-style-type: none"><li>- Perspectiva positiva para o Mercado da Construção Brasileira</li><li>- Iniciativos de crescimento</li></ul></div>		<div>Threats</div> <div><ul style="list-style-type: none"><li>- Aumento do salário mínimo</li><li>- Interrupções de projetos devido a surtos de COVID-19</li></ul></div>
Fatores externos			