

brMalls

Relatório de Resultados

3º TRI
2020



 Índice

3º TRI
2020

Relatório de
Resultados



1.	MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO	3
2.	IMPACTOS COVID-19	4
3.	TRANSFORMAÇÃO DIGITAL	11
4.	PRINCIPAIS INDICADORES FINANCEIROS E OPERACIONAIS	12
5.	COMENTÁRIOS SOBRE OS RESULTADOS DO 3T20	14
6.	RECEITA	15
7.	CUSTOS	17
8.	NOI	18
9.	DESPESAS COM VENDAS, GERAIS E ADMINISTRATIVAS	20
10.	EBITDA	23
11.	RESULTADO FINANCEIRO	24
12.	IMPOSTOS	25
13.	LUCRO LIQUIDO E FFO	26
14.	ESTRUTURA DE CAPITAL	27
15.	DESEMPENHO FINANCEIRO HISTÓRICO	28
16.	DESEMPENHO OPERACIONAL	29
17.	ATIVIDADE COMERCIAL	34
18.	PROJETOS EM DESENVOLVIMENTO	35
19.	MERCADO DE CAPITAIS E DESEMPENHO DA AÇÃO	38
20.	ANEXOS	40
21.	TELECONFERÊNCIA DE RESULTADOS	51

➤ Mensagem da Administração

O terceiro trimestre de 2020 foi marcado pela recuperação dos indicadores operacionais e financeiros da brMalls, refletindo a flexibilização gradual das restrições impostas em decorrência da COVID-19.

Retomada da Operação – 100% do nosso portfólio de shoppings se encontra em funcionamento desde 08/08/2020, ainda que com restrições de horário durante todo o 3T20. Observamos um aumento de 48,1 p.p. no percentual do horário de funcionamento na visão trimestre *versus* trimestre, que evoluiu de 13,5% no 2T20 para 61,6% no 3T20. Considerando outubro, nossos shoppings operaram por 89,7% do horário de funcionamento normal. Existe uma correlação forte entre essa flexibilização e o crescimento das vendas dos lojistas, evidenciada pela métrica de vendas mesmas lojas – que atingiu no 3T20 67,4% do valor registrado em 3T19 e 86,5% no final de outubro.

Resiliência do Portfólio – observamos uma resiliência operacional, que entendemos refletir a força do portfólio, maior confiança dos consumidores e ótima adesão dos lojistas às nossas políticas comerciais e novas soluções digitais/omnicanaís. Apresentamos neste trimestre indicadores resilientes em inadimplência líquida (7,7%), custo de ocupação dos lojistas (10,5%) e taxa de ocupação (95,5%). Apuramos crescimento de 99,5% no faturamento de aluguéis *versus* 2T20, excluindo os efeitos da linearização. Também temos capturado uma demanda crescente dos lojistas pelos nossos shoppings e apresentamos detalhes neste relatório sobre comercialização.

Balanco Sólido – continuamos a diminuir os custos e as despesas gerais e administrativas, atingindo uma redução de, respectivamente, 30,5%, excluindo os shoppings vendidos, e 24,2%. Além disso, diante da reabertura dos shoppings e melhora do risco de crédito, atualizamos nossa matriz de provisão, conforme detalhado na seção de Despesas com Vendas. Após o fortalecimento do caixa realizado nos últimos meses, com duas captações financeiras totalizando R\$ 700 milhões, nos encontramos em uma posição confortável de caixa para nossos compromissos e alocação futura de capital.

Potencial Construtivo – no longo prazo, acreditamos que os fundamentos do nosso negócio estão inalterados e que nossos shoppings continuam destinos desejados pelos principais varejistas e consumidores. Adicionalmente, nossos shoppings possuem importante potencial para desenvolvimentos multiuso e neste trimestre inauguramos uma torre comercial no Shopping Campo Grande (MS). Apresentamos neste relatório detalhamento sobre o potencial imobiliário dos nossos ativos, que pretendemos desenvolver buscando sinergias para nossos shoppings e criação de valor aos acionistas.

Estamos evoluindo na retomada e agradecemos a confiança dos nossos clientes, acionistas e a dedicação de todos os colaboradores da brMalls.

A brMalls ANUNCIA OS RESULTADOS DO TERCEIRO TRIMESTRE DE 2020

Rio de Janeiro, 12 de novembro de 2020 – A BRMALLS Participações S.A. (B3: BRML3), anuncia hoje seus resultados referentes ao terceiro trimestre de 2020.



Time
excelente



Dono



Colaboração



Clientes



Resultados
hoje e sempre

Impactos COVID-19

RETOMADA DA OPERAÇÃO

Seguindo todas as orientações das autoridades governamentais e nossos novos protocolos de segurança, retornamos com a operação de todos os 31 shoppings de nosso portfólio até o dia 08/08/2020, ainda com restrições no horário de funcionamento. A prioridade na retomada das atividades foi de operar com higiene máxima e zero aglomerações, de forma a garantir a integridade e segurança de todos os consumidores e funcionários.

No mês de setembro, nossos shoppings estiveram abertos com 100% das praças de alimentação em funcionamento e percentual acima de 90% de lojas abertas. Além disso, observamos uma melhora gradual no tempo médio de permanência¹ dos consumidores nos shoppings: em julho, a média de permanência dos consumidores foi de 62,8% em relação ao tempo usual pré-COVID, enquanto em agosto esse percentual evoluiu para 78,8%, em setembro atingiu 82,1% e, finalmente, em outubro alcançou 85,5%.

EVOLUÇÃO DO TEMPO MÉDIO DE PERMANÊNCIA¹ (% vs 2019)



¹ O tempo médio de permanência é calculado a partir da divisão entre o total de horas que os veículos permaneceram no estacionamento e o número de saídas do estacionamento. A análise considera 25 shoppings do portfólio, sendo eles administrados pela brMalls, e exclui o fluxo de mensalistas e credenciais.

* O nosso protocolo de reabertura, que deve ser seguido por todos os shoppings que retomarem suas atividades operacionais, está disponível em nosso site de RI: <http://ri.brmalls.com.br/>

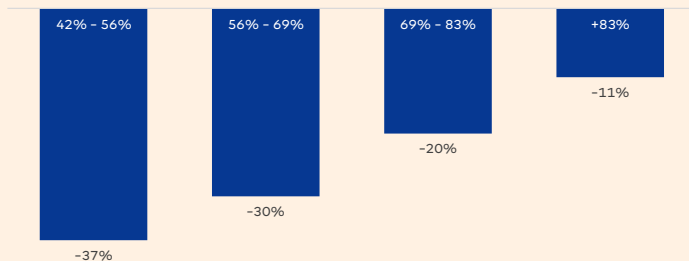
Impactos COVID-19

RETOMADA DA OPERAÇÃO

Shopping	Estado	Horas de Funcionamento/mês (% do funcionamento normal) ¹			
		Jul / 2020	Ago / 2020	Set / 2020	3T20
Amazonas Shopping	AM	77,8%	83,3%	100,0%	87,0%
Shopping Vila Velha	ES	51,1%	53,3%	85,6%	63,3%
Rio Anil	MA	68,9%	100,0%	100,0%	89,6%
Shopping Recife	PE	71,1%	95,0%	100,0%	88,7%
Norteshopping	RJ	81,1%	100,0%	100,0%	93,7%
Shopping Tijuca	RJ	81,1%	100,0%	100,0%	93,7%
Top Shopping	RJ	66,7%	83,3%	83,3%	77,8%
Shopping Iguatemi Caxias do Sul	RS	33,6%	75,6%	79,4%	62,9%
Plaza Niterói	RJ	68,9%	66,7%	81,7%	72,4%
Goiânia Shopping	GO	40,0%	66,7%	66,7%	57,8%
Shopping Estação Cuiabá	MT	11,1%	75,6%	82,5%	56,4%
Catuaí Shopping Maringá	PR	57,5%	58,9%	76,4%	64,3%
Shopping Curitiba	PR	28,9%	74,4%	69,4%	57,6%
Shopping Estação	PR	28,9%	74,4%	69,4%	57,6%
Shopping Campo Grande	MS	60,0%	66,7%	73,9%	66,9%
Campinas Shopping	SP	5,6%	51,1%	66,7%	41,1%
Jardim Sul	SP	50,0%	55,6%	66,7%	57,4%
Mooça Plaza Shopping	SP	50,0%	55,0%	66,7%	57,2%
São Bernardo Plaza Shopping	SP	51,7%	53,3%	66,7%	57,2%
Shopping ABC	SP	48,9%	55,0%	66,7%	56,9%
Shopping Metrô Santa Cruz	SP	50,0%	55,0%	66,7%	57,2%
Shopping Piracicaba	SP	0,0%	37,2%	62,2%	33,1%
Shopping Tamboré	SP	65,0%	66,7%	66,7%	66,1%
Shopping Villa-Lobos	SP	50,0%	55,0%	66,7%	57,2%
Independência Shopping	MG	68,9%	66,7%	66,7%	67,4%
Catuaí Shopping Londrina	PR	33,3%	44,4%	51,4%	43,1%
Estação BH	MG	0,0%	33,3%	57,8%	30,4%
Shopping Del Rey	MG	0,0%	33,3%	57,8%	30,4%
Center Shopping Uberlândia	MG	24,4%	44,4%	60,0%	43,0%
brMalls Portfolio Core	-	45,7%	64,8%	74,4%	61,6%

Na tabela apresentada na esquerda, apresentamos o percentual de horas de funcionamento que os shoppings *core* da Companhia tiveram no mês quando comparado ao seu funcionamento normal no período de julho a setembro.

Ao longo do trimestre, verificamos a mesma correlação encontrada no 2T20 entre o total de horas mensais que os shoppings ficaram abertos ao público e as suas performances de venda. Abaixo, evidenciamos essa relação com dados do mês de setembro. Para a composição do gráfico, os shoppings reabertos foram separados em 4 grupos, de acordo com os respectivos períodos de funcionamento no mês: (i) 42% à 56% do funcionamento normal; (ii) 56% à 69%; (iii) 69% à 83%; e (iv) acima de 83%. Como resultado, observamos que quanto maior o tempo de operação dos ativos, menor a redução do indicador SSS, ou seja, maior a venda dos lojistas.

SSS (%) POR HORAS DE FUNCIONAMENTO/MÊS – SETEMBRO/2020¹

¹ Número de horas de funcionamento no período sobre o número de horas do funcionamento normalizado. Considera 360 horas por mês como o funcionamento normalizado de cada shopping.

Impactos COVID-19

RETOMADA DA OPERAÇÃO

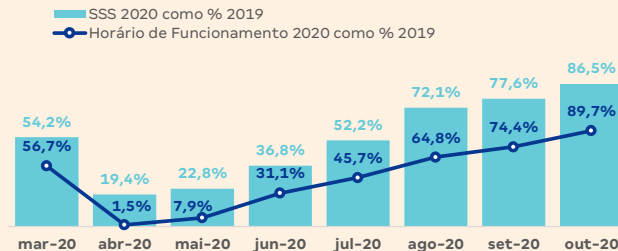
No gráfico superior, podemos perceber que, mês a mês, a flexibilização de horários e a recuperação das vendas estão evoluindo rapidamente. Em abril, nossos shoppings funcionaram o equivalente a apenas 1,5% do tempo de operação de 2019 e esse percentual aumentou gradativamente, até que em setembro atingiu o valor de 74,4%. A performance das vendas acompanhou essa melhora, com o indicador de SSS progredindo de um patamar em abril de 19,4% do valor registrado em 2019 para 77,6% em setembro.

No gráfico inferior, os dados foram consolidados na visão trimestral e comparados com os valores do mês de outubro, onde vemos um cenário ainda mais promissor. O horário de funcionamento expandiu para 89,7% do tempo de operação de 2019, 28,1 p.p. acima do valor registrado no 3T20, e o SSS evoluiu para 86,5% do valor registrado em 2019, 19,1 p.p. acima do número alcançado no 3T20.

Além disso, observamos também uma melhora significativa no fluxo total de veículos no estacionamento, o que evidencia o reestabelecimento da confiança do consumidor em retornar ao shopping. No 3T20, o valor estava em 55,0% do fluxo registrado em 2019, enquanto, em outubro, esse número já estava em 74,0% do equivalente em 2019.

Por último, houve melhora no tempo médio de permanência dos consumidores nos nossos shoppings. No 3T20, o valor estava em 74,2% do tempo registrado em 2019, enquanto, em outubro, esse valor atingiu 85,5% do equivalente em 2019.

SSS E HORÁRIO DE FUNCIONAMENTO¹



HORÁRIO DE FUNCIONAMENTO, SSS, FLUXO DE ESTACIONAMENTO E TEMPO MÉDIO DE PERMANÊNCIA¹

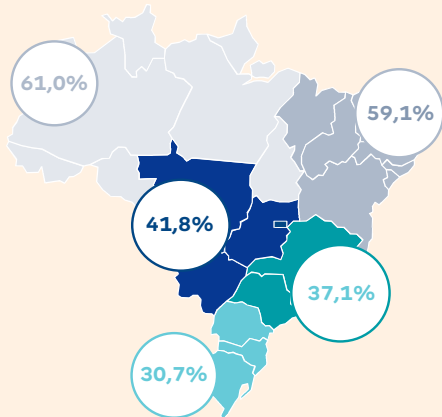


¹ As análises consideram apenas o portfólio core da Companhia.

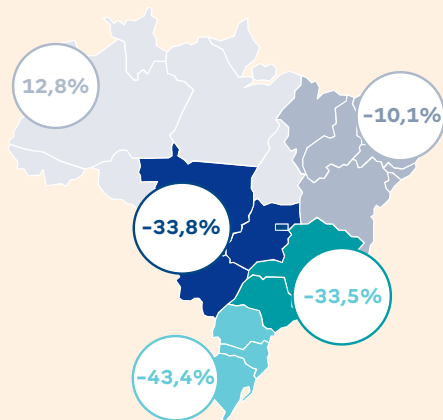
Impactos COVID-19

RETOMADA DA OPERAÇÃO

DOMICÍLIOS BENEFICIADOS PELO AUXÍLIO EMERGENCIAL (%) ¹



VENDAS MESMAS LOJAS (SSS) POR REGIÃO GEOGRÁFICA BRMALLS



Ao analisar a parcela de domicílios que foram beneficiados pelo auxílio emergencial oferecido pelo Governo Federal nas diferentes regiões do Brasil, é possível constatar que as regiões Norte e Nordeste tiveram maior alcance do benefício. Não obstante, ao comparar os dados das vendas mesmas lojas do portfólio brMalls por região no 3T20, Norte e Nordeste foram as que apresentaram melhor desempenho apesar de, por exemplo, o Shopping Recife, que representa aproximadamente 4,3% do NOI, ter sido impactado no 3T20 porque a autorização para a praça Recife reabrir veio mais tarde do que outras da região.

Por outro lado, a região Sul foi a que os domicílios menos receberam auxílio em termos percentuais e, ao mesmo tempo, foi a que apresentou o pior desempenho de SSS no trimestre.

Por último, nas regiões Sudeste e Centro-Oeste, cerca de 40% dos domicílios receberam auxílio e ambas apresentaram aproximadamente uma redução de 34% no nível de vendas mesmas lojas comparado ao mesmo período do ano anterior.

Embora no curto prazo as regiões Norte e Nordeste tenham apresentado maior resiliência devido ao auxílio não podemos afirmar que essa diferença regional permanecerá em 2021, dada a expectativa de redução do montante do auxílio benefício.

Considerando o ano de 2019 como estabilizado, a exposição em termos de NOI² do portfólio core da Companhia no Norte e Nordeste era de apenas 7%, enquanto nas demais regiões era 93%.

¹ Fonte: Governo Federal e IBGE. Elaborado por Tendência Consultoria Integrada.

² Dados referentes ao NOI core da Companhia em 2019.

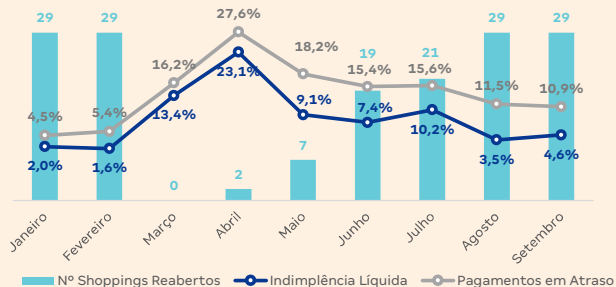
Impactos COVID-19

RETOMADA DA OPERAÇÃO

Diante do cenário provocado pela pandemia, a Companhia teve como prioridade estabelecer medidas de apoio aos lojistas. Com isso, adotamos uma política comercial, que foi sendo adaptada mensalmente de acordo com as necessidades dos varejistas, procuramos realizar parcerias com bancos de modo a facilitar seu acesso a crédito e priorizamos investimentos em iniciativas que ampliassem os canais de vendas dos lojistas.

Nos gráficos abaixo, é possível verificar a evolução da inadimplência total da Companhia e da taxa de ocupação desde o mês de janeiro de 2020 até o fechamento de setembro. À esquerda, observamos a evolução da inadimplência total de nossos shoppings, que apresentou um aumento nos meses de março e abril, em função do fechamento dos ativos, e desde então registrou tendência gradual de redução, atingindo valor de inadimplência líquida de 4,6% no mês de setembro, 18,5 p.p. abaixo do valor de abril. Em relação a inadimplência bruta, a redução entre esses meses foi de 16,7 p.p.. À direita, constatamos a estabilidade da taxa de ocupação, que sofreu redução de apenas 1,7 p.p. de janeiro à setembro e começou a apresentar tendência de melhora desde o mês de agosto. Essa consistência é resultado da qualidade e resiliência da *mix* de nosso portfólio e da constante recuperação das vendas, que estão em níveis capazes de atender às necessidades dos lojistas.

EVOLUÇÃO DA INADIMPLÊNCIA TOTAL¹



EVOLUÇÃO DA TAXA DE OCUPAÇÃO (%)²



¹ A inadimplência total considera a inadimplência de aluguel, de condomínio, de FPP e comercial (CDU e Taxa de Transferência). Números consideram apenas o portfólio core da Companhia.

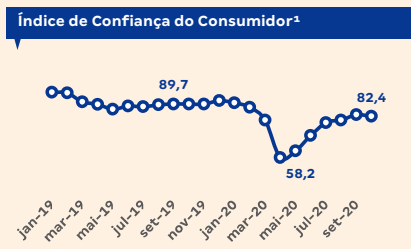
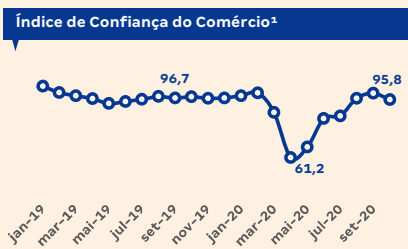
² Considera apenas o portfólio core da Companhia.

Impactos COVID-19

RETOMADA DA OPERAÇÃO

Diante do exposto até aqui, é possível constatar que os sinais da retomada estão ficando cada vez mais claros e o cenário de incerteza vem reduzindo mês após mês desde a reabertura integral do portfólio. Apesar do horário ainda reduzido, o 3T20 foi marcado pelo incremento no fluxo de visitantes e aumento no tempo de permanência dentro dos estabelecimentos.

A redução do cenário da incerteza contribuiu tanto para um aumento no nível de confiança dos varejistas, quanto no nível de confiança dos consumidores, comportamento que pode ser observado nas séries históricas evidenciadas a seguir¹.



Assim, com a retomada da confiança dos varejistas, o cenário para comercialização torna-se ainda mais promissor para brMalls, levando em consideração dois principais fatores: (i) A Companhia possui a maior equipe comercial da indústria, um time estruturado de executivos cobrindo marcas *Key-Account*, com força relevante e escala de portfólio; e (ii) Cenário de curto prazo com juros baixos impulsionando planos de expansão de redes de lojas próprias e franqueados.

A evolução nos últimos meses do número de propostas apresentadas na seção de política comercial combinada com a resiliência nos níveis de ocupação e inadimplência, corroboram com a tese de maior apetite dos lojistas para permanecer no portfólio da Companhia.

Além da melhora gradual do cenário, a brMalls se colocou ao lado dos seus clientes, os lojistas, desde o começo da pandemia, adotando uma política comercial adequada a realidade de cada um e oferecendo cada vez mais novos canais de venda, combinando *online* e *offline*.

Para os próximos meses, as perspectivas permanecem favoráveis levando em consideração a melhora do cenário macro, a capacidade de execução da Companhia e a implementação de novas soluções digitais, alimentando cada vez mais o ambiente *online* e *offline*.

¹ Fonte: FGV/IBRE (ICC Dessazonalizado – Padronizado)

Impactos COVID-19

POLÍTICA COMERCIAL

Abaixo, destacamos a política comercial adotada pela Companhia no 3T20.

ALUGUEL MÍNIMO¹

Shoppings fechados

- Redução de **100%** condicionada à adimplência do condomínio

Shopping abertos

- Redução **pró-rata** aos dias fechados
- Flexibilizações comerciais alinhadas com performance e praça
- Vencimento original mantido

CONDOMÍNIO

Shoppings fechados

- Redução média de **60%**
- Vencimento original mantido

Shopping abertos

- Redução média de **32%**
- Vencimento original mantido

FUNDO DE PROMOÇÃO

Shoppings fechados

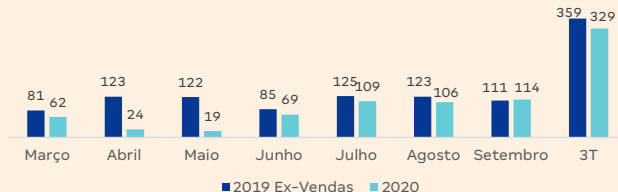
- Isenção de **100%**

Shopping abertos

- Redução média de **30%**
- Vencimento original mantido

No gráfico apresentado à direita, identificamos uma constante recuperação da atividade de comercialização, com o número de propostas de novas locações recebidas pela brMalls por varejistas voltando a níveis pré-crise. No mês de setembro, esse número aumentou em 2,7% quando comparado com 2019 Ex-Vendas. Ao analisar o número consolidado do 3º trimestre, a variação anual foi de apenas -8,4%.

NÚMERO DE PROPOSTAS COMERCIAIS RECEBIDAS



¹ Aluguel Mínimo – Exceções incluem: operações funcionando com o shopping fechado, como as de serviços essenciais ou que estão operando via delivery e drive-thru, operações em shoppings que abram ao longo do mês, dentre outras com situações particulares. Em relação ao aluguel variável, foi feita a cobrança da alíquota % sobre vendas, incluindo operações funcionando apenas por meio de *delivery*, *drive-thru* e *take away*.

Transformação Digital

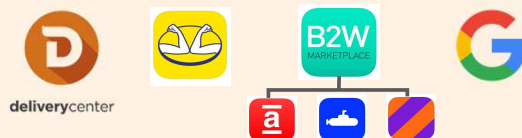
MALL AS A HUB | ONE STOP TO SELL

A partir de 2018, começamos a investir no modelo *Mall as a Hub*. O propósito desse modelo é de complementar o canal tradicional de compras dos consumidores, agregando maior valor na jornada dos clientes e oferecendo diversas opções de venda para os nossos lojistas, aumentando assim o nível das vendas dos mesmos.

DELIVERY CENTER

Após 2 anos de parceria com a Delivery Center, com a implementação do primeiro *hub* no Shopping Tijuca em 2018, conseguimos avançar significativamente ao longo do 2T20 e 3T20 para expansão nas demais praças fora do eixo Rio de Janeiro e São Paulo (capital). Até setembro de 2020, a brMalls contava com 20 shoppings com *hub* da Delivery Center, sendo 12 destes implementados durante a pandemia. Com isso, conseguimos hoje realizar entregas em diversas regiões do país. Entre outubro e dezembro de 2020, inauguraremos mais 6 hubs, complementando todos os 26 shoppings administrados da brMalls.

Em agosto de 2020, a brMalls, por meio da Delivery Center, firmou parceria com o Google para o lançamento da operação *Google Food Order*. A parceria permite que operações de alimentação localizadas nos shopping centers da Companhia recebam pedidos diretamente das ferramentas de buscas do Google e do Google Maps. Após essa nova parceria, os varejistas integrados na Delivery Center estão conectados a *marketplaces* como Google, Ifood, Rappi, Uber Eats, Mercado Livre, Americanas, Submarino, Shoptime, além dos próprios *marketplaces* dos shoppings brMalls.



Como evento subsequente ao 3T20, anunciamos no mês de outubro um investimento adicional de R\$ 9 milhões na Delivery Center, com o objetivo de consolidar a *start up* nos centros urbanos já atendidos, acelerar a expansão das unidades para novas cidades e aprimorar sua tecnologia de integração de estoques e de conexões a *marketplaces*, como, por exemplo, os próprios da brMalls.

MARKETPLACE

Em outubro, nossos *marketplaces* cresceram 830% em vendas, quando comparado aos últimos 3 meses, e nosso resultado representou 5% das vendas totais *online* do Delivery Center e 25% das vendas online no segmento de *goods*. Além disso, aumentamos a base de SKUs em 165%, após desenharmos um plano de aceleração com ganhos de curto e médio prazo. Os produtos digitais oferecidos pela brMalls seguem em rápida evolução a cada trimestre, acoplando mais *sellers*, integrando mais *marketplaces* próprio, disponibilizando a melhor logística *last mile* e mais opções de mídia digital. A combinação disso tem sido cada vez mais percebida pelos nossos lojistas, que enxergam isso como um diferencial da Companhia.

Principais Indicadores Financeiros

	3T20	3T19	%	3T19 Ex Vendas ¹	%	9M20	9M19	%	9M19 Ex Vendas ¹	%
Receita Líquida	207.753	328.995	-36,9%	319.042	-34,9%	689.265	972.768	-29,1%	912.694	-24,5%
Despesas com Vendas, Gerais & Administrativas	(59.148)	(44.327)	33,4%	*	*	(173.367)	(132.915)	30,4%	*	*
Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas (% Rec. Líq.)	28,5%	13,5%	15,0 p.p.	*	*	25,2%	13,7%	11,5 p.p.	*	*
NOI	183.718	292.101	-37,1%	285.339	-35,6%	579.287	862.010	-32,8%	823.561	-29,7%
margem %	87,7%	88,7%	-1,0 p.p.	86,7%	1,0 p.p.	85,2%	88,1%	-2,9 p.p.	87,2%	-3,5 p.p.
Lucro Bruto	184.383	293.235	-37,1%	*	*	593.043	861.243	-31,1%	*	*
margem %	88,8%	89,1%	-0,3 p.p.	*	*	86,0%	88,5%	-2,5 p.p.	*	*
EBITDA	115.877	323.219	-64,1%	*	*	(493.006)	1.284.251	-138,4%	*	*
EBITDA Ajustado	116.033	247.350	-53,1%	239.336	-51,5%	371.353	724.599	-48,8%	680.864	-45,5%
margem %	55,9%	75,2%	-19,3 p.p.	75,0%	-19,1 p.p.	53,9%	74,5%	-20,6 p.p.	74,6%	-21,4 p.p.
Lucro do Período	7.810	258.462	-97,0%	*	*	(493.342)	838.767	-158,8%	*	*
Lucro Líquido Ajustado	37.500	186.828	-79,9%	*	*	177.770	506.787	-64,9%	*	*
margem %	18,1%	56,8%	-38,7 p.p.	*	*	25,8%	52,1%	-26,3 p.p.	*	*
FFO	16.258	263.680	-93,8%	*	*	(469.253)	854.477	-154,9%	*	*
FFO Ajustado	45.948	192.046	-76,1%	*	*	201.859	522.497	-61,4%	*	*
margem %	22,1%	58,4%	-36,3 p.p.	*	*	29,3%	53,7%	-24,4 p.p.	*	*
FFO Ajustado por ação	0,05	0,23	-76,9%	*	*	0,24	0,62	-61,7%	*	*

¹ Para análises do 3T19, excluímos os valores referentes ao resultado trimestral dos 7 shoppings vendidos em agosto/19 e o resultado do Via Brasil Shopping, vendido em março/20. Ressaltamos que, entre o 3T19 e 3T20, aumentamos nossa participação no Shopping Iguatemi Caxias, Shopping Villa-Lobos e Shopping Piracicaba em 25,5%, 5,0% e 38,4%, respectivamente. Estes acontecimentos impactaram o resultado a partir da data de cada evento.

Principais Indicadores Operacionais

	3T20	3T19	%	9M20	9M19	%
ABL Total (m ²) ¹	1.274.216	1.304.896	-2,4%	1.274.216	1.304.896	-2,4%
ABL Total Portfólio Core (m ²) ¹	1.197.568	1.197.568	-	1.197.568	1.197.568	-
ABL Próprio (m ²) ¹	832.128	829.122	0,4%	832.128	829.122	0,4%
ABL Próprio Portfólio Core (m ²) ¹	813.015	794.976	2,3%	813.015	794.976	2,3%
ABL Ajustada (m ²) ²	904.076	1.120.039	-19,3%	851.563	1.289.264	-33,9%
Vendas Mesmas Lojas	-32,6%	2,2%	-34,8 p.p.	-34,5%	2,8%	-37,3 p.p.
Vendas Totais (R\$ milhões) ²	3.088	4.888	-36,8%	7.848	14.971	-47,6%
Vendas Totais Portfólio Core (R\$ milhões) ²	2.948	4.524	-34,8%	7.517	13.290	-43,4%
Vendas / m ²	1.087	1.379	-21,2%	981	1.323	-25,9%
Aluguel Mesmas Lojas	-40,1%	7,6%	-47,7 p.p.	-41,3%	7,7%	-49,0 p.p.
Aluguel / m ²	70	101	-30,7%	76	98	-22,4%
NOI / m ²	75	120	-37,5%	79	115	-31,3%
Custo de Ocupação (% das vendas)	10,5%	10,9%	-0,4 p.p.	12,8%	11,2%	1,6 p.p.
(+) Aluguel (% vendas)	5,6%	6,2%	-0,6 p.p.	6,4%	6,3%	0,1 p.p.
(+) Condomínio e Fundo de Promoção (% vendas)	4,8%	4,7%	0,1 p.p.	6,4%	4,9%	1,5 p.p.
Ocupação (média mensal)	95,5%	97,0%	-1,5 p.p.	96,2%	96,9%	-0,7 p.p.
Inadimplência Líquida	7,7%	0,0%	7,7 p.p.	5,5%	1,6%	3,9 p.p.
Pagamentos em Atraso (média mensal)	12,5%	4,7%	7,8 p.p.	9,4%	6,2%	3,2 p.p.
Turnover das lojas	6,2%	7,3%	-1,1 p.p.	6,2%	7,3%	-1,1 p.p.

¹ Entre o 3T19 e 3T20, adquirimos 25,5% de participação no Shopping Iguatemi Caxias do Sul, 5,0% de participação no Shopping Villa-Lobos e 38,4% de participação no Shopping Piracicaba e vendemos nossa participação integral nos shoppings Ilha Plaza, Casa & Gourmet Shopping, Shopping Plaza Macaé, Londrina Norte Shopping, Osasco Plaza Shopping, Shopping Contagem, Capim Dourado e Via Brasil.

² Considera 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.

** "Portfólio Core" se refere ao portfólio da Companhia ao final do 3T20, excluindo o Shopping Araguaia e São Luís Shopping.

brMalls

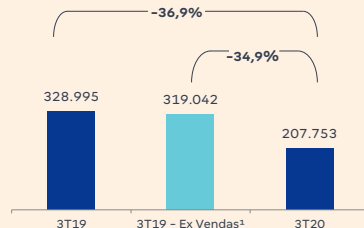
As informações financeiras e operacionais a seguir, exceto onde indicado ao contrário, são apresentadas de forma consolidada e em milhares de reais (R\$), e as comparações referem-se ao 3º trimestre de 2019 (3T19). Estas informações financeiras são apresentadas conforme as práticas adotadas no Brasil, 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.

Comentários Sobre os Resultados do 3T20

RECEITA LÍQUIDA

A receita líquida no 3T20 totalizou R\$ 207,8 milhões, redução de 34,9% quando excluídos os shoppings vendidos¹. A variação é resultado das restrições de funcionamento em decorrência dos impactos da conjuntura atual, assim como o efeito da linearização dos contratos de aluguel. Considerando o portfólio completo, a variação da receita líquida foi negativa em 36,9% no trimestre comparado ao ano anterior. Na comparação com o 2T20, tivemos crescimento de R\$ 22,2 milhões (+12,0%), refletindo a recuperação da performance com a progressiva flexibilização das operações ao longo dos meses, trazendo melhora de fluxo e vendas.



ALUGUEL MÍNIMO

O aluguel mínimo totalizou R\$ 146,7 milhões no trimestre, redução de 20,9% quando excluídos os shoppings vendidos¹, em comparação ao mesmo trimestre do ano anterior. Esse resultado foi reflexo das condições de aluguel oferecidas aos varejistas considerando as restrições de funcionamento dos nossos shoppings a partir de 18 de março de 2020. No 3T20, como forma de apoiar os varejistas e fortalecer a retenção, preservando a ocupação para a aceleração na retomada, a Companhia concedeu reduções nos aluguéis proporcionais ao período em que as operações permaneceram fechadas por determinação do poder público, sob a condição de adimplência do condomínio (mais detalhes na seção de Impactos COVID-19: Política Comercial). Ao longo do trimestre, houve gradual flexibilização e prolongamento dos dias e horários de funcionamento dos shoppings, refletindo na redução das concessões comerciais no decorrer dos meses – o valor de aluguel mínimo cresceu 124,9% quando comparamos o último mês do 3T20 (R\$ 42,5 milhões) com o último mês do 2T20 (R\$ 18,9 milhões).

Como consequência da política comercial adotada, a Companhia concedeu um montante total de R\$ 75,0 milhões de redução de aluguel mínimo durante o 3T20. Em conformidade com as normas CPC06 e IFRS 16, tal redução gera alteração nos fluxos contratuais e devem ser reconhecidos de forma linear pelo respectivo prazo remanescente, para aqueles contratos em que o aluguel mínimo possui um valor fixo contratado. Com isso, foi reconhecido um efeito positivo de R\$ 60,5 milhões de linearização de aluguel no mesmo período e um efeito negativo de R\$ 15,7 milhões referente à linearização de descontos concedidos anteriormente. Esta diferença de R\$ 14,5 milhões refere-se a contratos onde a redução não foi reconhecida de forma linear uma vez que o aluguel mínimo depende de outras variáveis contratuais. Com isso, a linearização de aluguel, totalizou R\$ 44,8 milhões.

Abertura da Receita de Aluguel (R\$ mil)	3T20	3T19	%	3T19 Ex Vendas ¹	%
Aluguéis	126.053	237.484	-46,9%	230.703	-45,4%
Linearização de Aluguel	44.795	9.416	375,7%	9.281	382,7%
Receita Total de Aluguéis	170.848	246.900	-30,8%	239.984	-28,8%

¹ Para análises do 3T19, excluímos os valores referentes ao resultado trimestral dos 7 shoppings vendidos em agosto/19 e o resultado do Via Brasil Shopping, vendido em março/20. Ressaltamos que, entre o 3T19 e 3T20, aumentamos nossa participação no Shopping Iguatemi Caxias, Shopping Villa-Lobos e Shopping Piracicaba em 25,5%, 5,0% e 38,4%, respectivamente. Estes acontecimentos impactaram o resultado a partir da data de cada evento.

Abertura da Receita de Aluguel (R\$ mil)	3T20	3T19	%	3T19 Ex Vendas ¹	%	9M20	9M19	%	9M19 Ex Vendas ¹	%
Aluguel Mínimo	146.686	190.418	-23,0%	185.524	-20,9%	476.381	578.207	-17,6%	548.125	-13,1%
Mall & Mídia	16.751	40.532	-58,7%	39.362	-57,4%	60.616	110.672	-45,2%	103.402	-41,4%
Aluguel Percentual	7.411	15.950	-53,5%	15.098	-50,9%	23.984	47.105	-49,1%	43.240	-44,5%
Aluguéis	170.848	246.900	-30,8%	239.984	-28,8%	560.981	735.984	-23,8%	694.767	-19,3%
Abertura da Receita Bruta (R\$ mil)	3T20	3T19	%	3T19 Ex Vendas ¹	%	9M20	9M19	%	9M19 Ex Vendas ¹	%
Aluguéis	170.848	246.900	-30,8%	239.984	-28,8%	560.981	735.984	-23,8%	694.767	-19,3%
Estacionamento	31.966	71.396	-55,2%	69.217	-53,8%	99.111	214.107	-53,7%	202.078	-51,0%
Prestação de Serviços	13.265	28.843	-54,0%	28.169	-52,9%	54.729	80.766	-32,2%	74.920	-27,0%
Taxa de Cessão	4.472	5.057	-11,6%	4.952	-9,7%	14.116	16.561	-14,8%	15.964	-11,6%
Taxa de Transferência	1.025	3.432	-70,1%	3.415	-70,0%	2.829	6.196	-54,3%	6.081	-53,5%
Outras	1.131	2.456	-53,9%	2.394	-52,8%	3.189	5.225	-39,0%	4.954	-35,6%
Receita Bruta	222.707	358.084	-37,8%	348.131	-36,0%	734.955	1.058.839	-30,6%	998.764	-26,4%
(-)Impostos e Contribuições	(14.954)	(29.089)	-48,6%	(29.089)	-48,6%	(45.690)	(86.071)	-46,9%	(86.071)	-46,9%
Receita Líquida	207.753	328.995	-36,9%	319.042	-34,9%	689.265	972.768	-29,1%	912.693	-24,5%

¹ Para análises do 3T19, excluímos os valores referentes ao resultado trimestral dos 7 shoppings vendidos em agosto/19 e o resultado do Via Brasil Shopping, vendido em março/20.

Receita

MALL & MÍDIA

No 3T20, Mall & Mídia totalizou R\$ 16,8 milhões, variação negativa de 57,4% em relação ao 3T19, quando excluídos os shoppings vendidos¹. Considerando o portfólio completo do 3T19, a variação foi de -58,7%.

Neste trimestre, comparado ao mesmo período em 2019, a receita de Mall apresentou redução de 44,5% e a receita de Mídia apresentou redução de 71,6%, quando excluídos os shoppings vendidos¹. O resultado de ambas as linhas foi bastante impactado pelos fechamento dos shoppings e retomada com dias e horários reduzidos.

Comparado ao 2T20, Mall & Mídia cresceu 32,1% (R\$ 4,1 milhões), refletindo a retomada das operações ao longo do trimestre. O ritmo de comercialização vem melhorando, sendo que em setembro o número de propostas comerciais de mídia retornou a 96% do patamar médio do 1T20. Além disso, dando continuidade à estratégia de aumentar o valor agregado de nossas mídias para os anunciantes, avançamos no 3T20 com a incorporação de mais 7 shoppings terceiros no portfólio de mídia digital, dessa forma, atualmente há 24 shoppings brMalls e 21 de terceiros.

ESTACIONAMENTO

Comparada ao 3T19, a receita de estacionamento apresentou redução de 53,8% no 3T20, excluindo os shoppings vendidos¹, tendo sido impactada pelo funcionamento parcial dos shoppings durante o trimestre. No entanto, mesmo com as restrições ainda vigentes ao longo de grande parte trimestre, foi possível observar a retomada gradual do fluxo de veículos, resultado da reabertura de 100% do portfólio: comparado ao 2T20, a receita de estacionamento cresceu R\$ 25,5 milhões (395,1%).

PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

Apresentamos uma receita de prestação de serviços de R\$ 13,3 milhões no 3T20, redução de 52,9% quando comparada ao 3T19, excluídos os shoppings vendidos¹. Considerando o portfólio completo, esta receita apresentou redução de 54,0% em relação ao ano anterior, devido aos efeitos da conjuntura, uma vez que a maior parte das receitas de serviço está associada à performance de NOI dos shoppings.

ALUGUEL PERCENTUAL

Totalizando R\$ 7,4 milhões no 3T20, a receita de aluguel percentual apresentou redução de 50,9% em relação ao mesmo período do ano anterior, quando excluídos os shoppings vendidos¹. Considerando o portfólio completo do 3T19, o aluguel percentual apresentou redução de 53,5%.

Por outro lado, no 3T20 o aluguel percentual cresceu 10,4% (R\$ 696 mil) quando comparado aos resultados de 2T20, demonstrando a recuperação das vendas ao longo dos meses, devido a progressiva flexibilização do funcionamento dos shoppings e retorno do consumo.

TAXA DE CESSÃO

No trimestre, a taxa de cessão, somada à linearização do CDU, foi de R\$ 4,5 milhões, representando redução de 9,7% quando comparada a 2019, excluindo os shoppings vendidos¹. O resultado está associado ao menor número de contratos fechados em relação ao mesmo período do ano anterior, assim como o menor potencial de cobrança devido ao contexto. A diminuição abaixo de dois dígitos, contudo, reflete a resiliência do portfólio, que mesmo na conjuntura desafiadora continua permitindo a rentabilização de valores relevantes de taxas de cessão, que vêm evoluindo no decorrer dos meses.

TAXA DE TRANSFERÊNCIA

A taxa de transferência apresentou variação negativa no trimestre, excluídos os shoppings vendidos¹, reduzindo de R\$ 3,4 milhões no 3T19 para R\$ 1,0 milhão no 3T20. Comparado ao 2T20, contudo, houve crescimento de aproximadamente R\$ 1,0 milhão, refletindo a evolução no ritmo comercial com a retomada das operações.

¹ Para análises do 3T19, excluímos os valores referentes ao resultado trimestral dos 7 shoppings vendidos em agosto/19 e o resultado do Via Brasil Shopping, vendido em março/20.

Neste trimestre, os custos da Companhia totalizaram R\$ 23,4 milhões, 34,6% abaixo do apresentado no 3T19. Ao excluir os shoppings vendidos¹, os custos apresentaram redução de 30,5%. As principais variações nos custos foram decorrentes dos seguintes fatores:

	3T20	3T19	%	9M20	9M19	%
Custos com Pessoal	(3.875)	(6.782)	-42,9%	(13.124)	(22.139)	-40,7%
Diversos Serviços	(3.347)	(4.534)	-26,2%	(9.660)	(13.570)	-28,8%
Custos Condominiais	(6.703)	(10.081)	-33,5%	(46.582)	(35.289)	32,0%
Custos com Fundo de Promoções	(2.276)	(2.568)	-11,4%	(4.846)	(8.595)	-43,6%
Demais Custos	(7.169)	(11.795)	-39,2%	(22.010)	(31.932)	-31,1%
Custos	(23.370)	(35.760)	-34,6%	(96.222)	(111.525)	-13,7%
Custos Ex Vendas ¹	(23.370)	(33.644)	-30,5%	(96.222)	(96.278)	-0,1%

CUSTOS COM PESSOAL

Os custos com pessoal apresentaram redução de 42,9% e totalizaram R\$ 3,9 milhões no 3T20. Excluindo os shoppings vendidos¹, esta redução foi de 39,0%. O principal impacto registrado foi referente à diminuição nos custos de folha de pagamento, seguindo as prerrogativas do Governo Federal para redução de carga horária dos colaboradores responsáveis pela auditoria das vendas, alinhada ao período reduzido de operação das lojas. Também obtivemos otimização de processos e atividades com a digitalização e automatização da coleta dos dados de venda, benefício que deve continuar impactando o resultado nos próximos meses. Além disso, essa melhora também está associada em parte a alienação integral dos 8 ativos *non-core* vendidos em agosto de 2019 e março de 2020¹.

CUSTOS CONDOMINIAIS

Os custos condominiais apresentaram variação negativa de 33,5%, em relação ao mesmo período do ano anterior. Ao excluirmos os shoppings vendidos¹, a variação foi negativa de 27,7%. Essa redução está associada à maior eficiência na gestão das despesas do condomínio, decorrente da otimização dos processos alinhada à redução de demanda, à renegociação de contratos com fornecedores e ao aumento das vendas de nossos lojistas e consequente reequilíbrio do custo de ocupação, o que gerou maior eficiência nos custos do condomínio, reduzindo a necessidade de aportes.

CUSTOS COM FUNDO DE PROMOÇÕES

Os custos com fundo de promoções apresentaram diminuição de 11,4% na comparação com o 3T19. Durante o período de funcionamento limitado dos shoppings, os custos com eventos e campanhas foram reduzidos, para que o caixa fosse direcionado somente à comunicação das atividades essenciais impulsionando assim as soluções de omnicanalidade (*delivery* e *drive-thru*). Além disso, renegociamos os contratos com fornecedores para desoneração do fundo.

DEMAIS CUSTOS

Ao final do trimestre, os demais custos totalizaram R\$ 7,2 milhões, redução de 39,2% em comparação com o 3T19. Atribuimos essa variação principalmente à redução dos pagamentos de concessões, devido ao impacto na performance dos shoppings que possuem esse modelo de exploração, e à revisão de contratos com fornecedores.

¹ Para análises do 3T19, excluimos os valores referentes ao resultado trimestral dos 7 shoppings vendidos em agosto/19 e o resultado do Via Brasil Shopping, vendido em março/20.

No trimestre, apresentamos um NOI de R\$ 183,7 milhões, o que representa uma redução de 35,5%, quando excluídos os shoppings vendidos¹, e uma margem de 87,7%. Considerando o portfólio completo do 3T19, a redução foi de 37,1%. Atribuímos a variação negativa aos impactos sofridos com a restrição de horário de funcionamento dos shoppings durante o trimestre, em razão do COVID-19.

Na comparação com o 2T20, contudo, apresentamos um crescimento de 33,7% (R\$ 46,3 milhões), refletindo a melhora da performance com a progressiva reabertura dos shoppings e ampliação do período de funcionamento ao longo do trimestre, acelerando a retomada da arrecadação.

	3T20	3T19	%	9M20	9M19	%
Receita Bruta	222.707	358.084	-37,8%	734.955	1.058.839	-30,6%
(-) Prestação de Serviços	(13.265)	(28.843)	-54,0%	(54.729)	(80.766)	-32,2%
(+) Custos ²	(22.679)	(35.760)	-36,6%	(92.783)	(111.525)	-16,8%
(+) Debêntures do Araguaia	156	1.915	-91,9%	1.849	5.858	-68,4%
(-) Crédito PIS/COFINS	(3.201)	(3.295)	-2,9%	(10.005)	(10.396)	-3,8%
NOI	183.718	292.101	-37,1%	579.287	862.010	-32,8%
Margem %	87,7%	88,7%	-1,0 p.p.	85,2%	88,1%	-2,9 p.p.
NOI Ex Vendas¹	183.718	285.018	-35,5%	579.287	823.240	-29,6%
Margem %	87,7%	86,6%	1,1 p.p.	85,2%	87,2%	-2,0 p.p.

¹ Para análises do 3T19, excluímos os valores referentes ao resultado trimestral dos 7 shoppings vendidos em agosto/19 e o resultado do Via Brasil Shopping, vendido em março/20.

² Não considera custos relacionados à MídiaMalls.

	Visão Consolidada						Visão 100%					
	NOI 3T20 ¹	NOI 3T19 ¹	%	Redução no Horário de Funcionamento ⁵	NOI 9M20 ²	NOI 9M19 ²	%	NOI 3T20	NOI 9M20	NOI/m ² 3T20 ³	Aluguel/m ² 3T20 ²	
1	Plaza Niterói	20.019	29.861	-33,0%	-27,6%	61.537	85.626	-28,1%	20.019	61.537	151	141
2	Tijuca	18.831	26.662	-29,4%	-6,3%	56.693	76.629	-26,0%	18.831	56.693	176	167
3	Norte Shopping	17.124	23.450	-27,0%	-6,3%	49.300	66.762	-26,2%	28.394	81.746	84	84
4	Tamboré	12.597	19.904	-36,7%	-33,9%	40.278	55.047	-26,8%	12.597	40.278	98	67
5	Londrina	10.111	14.415	-29,9%	-56,9%	32.053	41.911	-23,5%	10.872	34.466	57	52
6	Shopping Recife	8.337	11.392	-26,8%	-11,3%	21.698	34.985	-38,0%	27.041	70.378	120	108
7	Uberlândia	7.761	16.879	-54,0%	-57,0%	30.329	48.691	-37,7%	7.761	30.329	96	87
8	Mooca	7.133	10.664	-33,1%	-42,8%	21.756	32.823	-33,7%	11.889	36.261	94	68
9	Campo Grande	7.063	10.733	-34,2%	-33,1%	23.396	31.483	-25,7%	10.146	33.611	85	66
10	Villa-Lobos	6.411	10.171	-37,0%	-42,8%	20.389	28.555	-28,6%	10.111	32.586	126	114
11	Metrô Santa Cruz	5.891	10.829	-45,6%	-42,8%	20.723	29.624	-30,0%	5.891	20.723	102	121
12	Del Rey	5.398	9.311	-42,0%	-69,6%	16.460	22.865	-28,0%	6.747	20.574	61	55
13	Shopping Estação Cuiabá	5.138	4.937	4,1%	-43,6%	14.018	14.499	-3,3%	6.850	18.689	48	41
14	Estação	4.787	10.233	-53,2%	-42,4%	19.991	31.291	-36,1%	4.787	19.991	29	33
15	Estação BH	4.707	8.646	-45,6%	-69,6%	14.924	24.169	-38,3%	4.707	14.924	77	84
16	Shopping Piracicaba	4.610	3.742	23,2%	-66,9%	13.818	12.274	12,6%	6.120	21.150	47	49
17	Campinas Shopping	4.559	9.822	-53,6%	-58,9%	13.850	26.268	-47,3%	4.559	13.850	44	38
18	São Bernardo	3.952	6.697	-41,0%	-42,8%	13.461	19.805	-32,0%	6.587	22.437	51	40
19	Iguatemi Caxias	3.880	4.096	-5,3%	-37,1%	11.610	10.384	11,8%	5.465	16.351	60	55
20	Independência Shopping	3.756	6.474	-42,0%	-32,6%	12.950	20.118	-35,6%	3.756	12.950	63	55
21	Jardim Sul	3.459	6.307	-45,2%	-42,6%	11.581	18.912	-38,8%	5.765	19.302	62	55
22	Maringá	3.292	5.668	-41,9%	-35,7%	11.607	17.042	-31,9%	3.292	11.607	34	33
23	Rio Anil	3.098	3.316	-6,6%	-10,4%	6.874	9.877	-30,4%	6.196	13.748	55	47
24	Amazonas Shopping	3.073	3.697	-16,9%	-13,0%	9.843	11.027	-10,7%	10.771	34.500	88	91
25	Goiânia	2.700	4.680	-42,3%	-42,2%	9.992	14.159	-29,4%	5.545	20.519	84	79
26	Top Shopping	2.590	3.903	-33,6%	-22,2%	5.250	12.143	-56,8%	5.181	10.502	67	77
27	Shopping Curitiba	1.846	3.767	-51,0%	-42,4%	7.236	11.167	-35,2%	3.768	14.767	55	57
28	Vila Velha	486	1.887	-74,2%	-36,7%	3.963	4.877	-18,7%	972	7.924	5	33
29	Shopping ABC	109	159	-31,4%	-43,1%	279	626	-55,4%	8.551	21.947	60	51
TOTAL PORTFÓLIO CORE		182.718	282.302	-35,3%	-38,4%	575.859	813.639	-29,2%	263.171	814.340	73	68
Shoppings Vendidos ³		-	7.083	-	-	-	38.770	-	-	-	-	-
Outros ⁴		1.000	2.716	-63,2%	-	3.428	9.601	-64,3%	4.172	13.752	-	-
Total		183.718	292.101	-37,1%	-	579.287	862.010	-32,8%	267.343	828.092	-	-
TOTAL EX-VENDAS DE PART.		183.718	285.018	-35,5%	-	579.287	823.240	-29,6%	267.343	828.092	-	-

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

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

³ Para análises do 3T19, excluímos os valores referentes ao resultado trimestral dos 7 shoppings vendidos em agosto/19, e o resultado do Via Brasil Shopping, vendido em março/20.

⁴ Referente ao resultado do Shopping Araguaia e São Luís Shopping no 3T20.

⁵ Variação no horário de funcionamento dos shoppings durante o 3T20 em comparação com o 3T19. Para esta análise, é considerado o horário de funcionamento de 360 horas mensais no 3T19.

* Ressaltamos que, entre o 3T19 e 3T20, aumentamos nossa participação no Shopping Iguatemi Caxias, Shopping Villa-Lobos e Shopping Piracicaba em 25,5%, 5,0% e 38,4%, respectivamente. Estes acontecimentos impactaram o resultado a partir da data de cada evento.

Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas

Registramos despesas com vendas, gerais e administrativas de R\$ 59,1 milhões no 3T20, redução de 33,4% quando comparado ao 3T19. As principais variações estão explicitadas a seguir:

	3T20	3T19	%	9M20	9M19	%
Despesas com Vendas	(33.633)	(10.678)	215,0%	(110.212)	(37.180)	196,4%
Despesas Gerais & Administrativas	(25.515)	(33.649)	-24,2%	(63.155)	(95.735)	-34,0%
Despesas com Vendas, Gerais & Administrativas	(59.148)	(44.327)	33,4%	(173.367)	(132.915)	30,4%

DESPESAS COM VENDAS

As despesas com vendas totalizaram R\$ 33,6 milhões no trimestre, aumento de R\$ 22,9 milhões quando comparado ao 3T19, consequência, principalmente, do incremento de R\$ 23,8 milhões em PDD. As despesas com comissões sobre comercialização reduziram 12,5%, ou R\$ 0,8 milhões.

	3T20	3T19	%	9M20	9M19	%
PCLD (PDD) e Perdão de Dívida	(27.807)	(4.022)	591,4%	(94.444)	(18.061)	422,9%
Comissões sobre Comercialização	(5.826)	(6.656)	-12,5%	(15.768)	(19.119)	-17,5%
Despesas com Vendas	(33.633)	(10.678)	215,0%	(110.212)	(37.180)	196,4%

COMISSÕES SOBRE COMERCIALIZAÇÃO

As comissões sobre comercialização apresentaram redução de 12,5% em relação ao apresentado no 3T19. A redução ocorreu devido ao menor nível de contratos comercializados no período e redução do time comercial, o que provocou uma diminuição na remuneração variável mensal da equipe de vendas.

Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas

PCLD (PDD) E PERDÃO DE DÍVIDA

Até o 2T20, a Companhia realizava a constituição de PDD com base na inadimplência de aluguel. No 2T20, em função da política comercial adotada pela Companhia, motivada pela pandemia, nós postergamos, para os lojistas que estavam inadimplentes com o condomínio, os vencimentos dos aluguéis cobrados durante o período em que os shoppings estavam fechados. Com isso, ajustamos o critério de PDD e atualizamos as faixas de atraso dos lojistas com base na inadimplência de condomínio.

No 3T20, após a reabertura gradual dos shoppings e consequente melhora da inadimplência de aluguel e condomínio, atualizamos mais uma vez as faixas de atraso, utilizando como base de critério para provisão a inadimplência de aluguel. Assim, foram constituídos R\$ 11,3 milhões de PDD no trimestre considerando a atualização de faixa. Em adição a essa provisão, a Companhia adota desde 2018 o critério de classificar os títulos em aberto (vencidos e a vencer) de acordo com o vencimento mais antigo, individualmente por lojista. Diante disso, foi constituído adicionalmente R\$ 16,5 milhões de PDD, devido ao efeito de antecipação.

i. Incremento de títulos A VENCER: R\$ 16,5 milhões

ii. **Incremento de títulos VENCIDOS: R\$ 11,3 milhões.** Ao todo foram constituídos R\$ 13,6 milhões e, com a atualização das faixas, recuperados R\$ 2,3 milhões.

Por fim, a Companhia esclarece que, do montante total de provisão para créditos de liquidação duvidosa reconhecido em 30 de setembro de 2020, aproximadamente 71% refere-se a títulos vencidos e 29% de títulos a vencer. Ainda, dos títulos a vencer, aproximadamente 40% são oriundos de contratos de confissão de dívida, que são revertidos apenas no seu recebimento, conforme critério da Companhia.

% Provisão	4T19	2T20	3T20
A vencer	0,0%	1,8%	1,6%
De 1 a 30 dias	0,0%	4,1%	3,8%
De 31 a 60 dias	20,0%	24,5%	22,8%
De 61 a 90 dias	35,0%	42,0%	39,0%
De 91 a 120 dias	42,0%	55,8%	51,9%
De 121 a 150 dias	58,0%	69,9%	65,0%
De 151 a 180 dias	84,0%	97,4%	90,5%
Mais de 180 dias	100,0%	100,0%	100,0%

Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas

DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS

Totalizando R\$ 25,5 milhões, as despesas gerais e administrativas do segundo trimestre apresentaram redução de 24,2% ante o 3T19. Abaixo, destacamos os principais impactos na linha de despesas gerais & administrativas:

	3T20	3T19	%	9M20	9M19	%
Despesas Administrativas	(19.591)	(26.229)	-25,3%	(48.871)	(72.563)	-32,7%
<i>Despesa com Salários, encargos e benefícios</i>	<i>(19.591)</i>	<i>(18.253)</i>	<i>7,3%</i>	<i>(48.871)</i>	<i>(52.615)</i>	<i>-7,1%</i>
<i>Participação nos lucros (PLR)</i>	<i>-</i>	<i>(7.976)</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>(19.948)</i>	<i>-</i>
Despesa de Remuneração Baseada em Ações	124	(630)	-119,7%	4.731	(3.844)	-223,1%
Serviços Contratados	(2.102)	(3.415)	-38,4%	(8.822)	(9.141)	-3,5%
Outras Despesas	(3.946)	(3.375)	16,9%	(10.193)	(10.187)	0,1%
<i>Despesas com Contingências</i>	<i>(2.189)</i>	<i>(732)</i>	<i>199,0%</i>	<i>(3.250)</i>	<i>(1.406)</i>	<i>131,2%</i>
<i>Outras Despesas</i>	<i>(1.757)</i>	<i>(2.643)</i>	<i>-33,5%</i>	<i>(6.943)</i>	<i>(8.781)</i>	<i>-20,9%</i>
Despesas Gerais & Administrativas	(25.515)	(33.649)	-24,2%	(63.155)	(95.735)	-34,0%

DESPESAS ADMINISTRATIVAS

As despesas administrativas apresentaram redução de 25,3% no trimestre. As despesas com salários, encargos e benefícios tiveram aumento de 7,3% quando comparadas ao 3T19. No 3T20, não houve a constituição de provisão de despesas com participação nos lucros, em razão dos reflexos do COVID-19.

DESPESA DE REMUNERAÇÃO BASEADA EM AÇÕES

A reversão de R\$ 0,1 milhão em despesas de remuneração baseada em ações é explicada, principalmente pela performance da ação da Companhia no período, que apresentou desvalorização em relação aos pares do setor. Desta forma, houve reversão do provisionamento do plano de incentivo de longo prazo.

SERVIÇOS CONTRATADOS

As despesas com serviços contratados apresentaram redução de 38,4% no trimestre, quando comparado ao 3T19. Esta variação é explicada pelo impacto de redução da contratação de consultoria em apoio na implementação da transformação digital da Companhia, que ocorreu no 3T19.

OUTRAS DESPESAS

A variação entre o 3T20 e o 3T19 em outras despesas é explicada pela redução de despesas com viagens em decorrência das ações de isolamento social e adoção do *home office* e pela constituição de contingências.

EBITDA

Neste trimestre, o EBITDA Ajustado alcançou R\$ 116,0 milhões, redução de 51,5% ante o 3T19 quando excluídos os shoppings vendidos¹, o que representa uma margem EBITDA Ajustado de 55,9%, 19,1 p.p. abaixo da margem do 3T19. Desconsiderando esse efeito, a redução do EBITDA Ajustado foi de 53,1%. Em outros resultados operacionais no 3T19 tivemos um impacto oriundo da venda de participação de sete ativos, que anunciamos em agosto de 2019.

Os valores apresentados em equivalência patrimonial referem-se integralmente a operação do Delivery Center.

	3T20	3T19	%	9M20	9M19	%
Receita Líquida	207.753	328.995	-36,9%	689.265	972.768	-29,1%
(-) Custos e Despesas	(90.966)	(85.305)	6,6%	(293.678)	(260.150)	12,9%
(+) Depreciação e Amortização	8.448	5.218	61,9%	24.089	15.710	53,3%
(+) Outros Resultados Operacionais	(453)	75.006	-100,6%	(872.457)	560.776	-255,6%
(+) Equivalência Patrimonial	(8.905)	(695)	1181,3%	(40.225)	(4.853)	728,9%
EBITDA	115.877	323.219	-64,1%	(493.006)	1.284.251	-138,4%
(+) Debêntures do Araguaia	156	1.915	-91,9%	1.849	5.858	-68,4%
(-) Ajuste de Outros Resultados Operacionais	-	(77.784)	-	862.510	(565.510)	-252,5%
EBITDA Ajustado	116.033	247.350	-53,1%	371.353	724.599	-48,8%
Margem %	55,9%	75,2%	-19,3 p.p.	53,9%	74,5%	-20,6 p.p.
EBITDA Ajustado Ex Vendas ¹	116.033	239.336	-51,5%	371.353	680.864	-45,5%
Margem %	55,9%	75,0%	-19,1 p.p.	53,9%	74,6%	-20,7 p.p.

¹ Para análises do 3T19, excluímos os valores referentes ao resultado trimestral dos 7 shoppings vendidos em agosto/19 e o resultado do Via Brasil Shopping, vendido em março/20. Ressaltamos que, entre o 3T19 e 3T20, aumentamos nossa participação no Shopping Iguatemi Caxias, Shopping Villa-Lobos e Shopping Piracicaba em 25,5%, 5,0% e 38,4%, respectivamente. Estes acontecimentos impactaram o resultado a partir da data de cada evento.

Resultado Financeiro

O resultado financeiro caixa registrou uma despesa líquida de R\$ 68,8 milhões, um resultado de 65,5% acima do apresentado no 3T19. Os principais fatores responsáveis por este impacto estão descritos abaixo:

APLICAÇÕES FINANCEIRAS

A receita de aplicações financeiras apresentou redução de 68,0%, atingindo o valor de R\$ 5,4 milhões. Apesar de, no período, ter ocorrido um crescimento de 25,7% no caixa da Companhia quando comparado ao 3T19, foi registrada uma redução na taxa de juros, além de uma remuneração média do caixa, no trimestre, de 86,9% do CDI, patamar abaixo dos 100,0% do CDI apresentados no 3T19.

EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS

As despesas com empréstimos e financiamentos aumentaram 15,2%, atingindo o valor de R\$ 68,4 milhões, principalmente devido ao aumento de 24,8% na dívida bruta e da correção da obrigação a pagar por aquisição de shopping indexada ao IGP-DI que representou R\$ 28,0 milhões no trimestre.

O aumento da dívida bruta citado acima, teve o objetivo de garantir mais liquidez e segurança para a Companhia e lojistas no cenário de instabilidade provocado pela pandemia do COVID-19, quando, em março de 2020, emitimos notas promissórias comerciais no valor de R\$ 300 milhões a um custo de CDI+1,82% a.a. ao ano e prazo de 2 anos, e em abril de 2020, realizamos a emissão de cédulas de crédito bancário (CCB) no valor de R\$ 400 milhões, a um custo de CDI+3,10% a.a. ao ano e prazo de 2 anos. Estes reforços de caixa também nos possibilitam permanecer em uma posição estratégica para aproveitar eventuais oportunidades.

Como evento subsequente e dando continuidade a estratégia de renegociação das dívidas e alongamento do cronograma de amortização, a Companhia renegociou a dívida do CCB Itaú, alterando o vencimento final de março de 2022 para pagamentos anuais a partir de outubro de 2023 e vencimento final em outubro de 2025 com a alteração de taxa de CDI + 1,82% ao ano para CDI + 2,23% ao ano. Além disso, a Companhia também renegociou a taxa do CRI Itaú BBA que poderá oscilar entre TR+4,94% ao ano e TR+9,00% ao ano ao invés de TR+5,90% ao ano até TR+9,00% ao ano de acordo com o patamar da Taxa SELIC.

SWAP NA CURVA

Após a liquidação de dívidas realizadas entre março e abril de 2019, a Companhia não possui mais operações de derivativos em aberto.

Receitas	3T20	3T19	%	9M20	9M19	%
Aplicações Financeiras	5.395	16.849	-68,0%	22.425	52.702	-57,4%
Variações Cambiais	-	41	-	82	93	-11,8%
Swap a Mercado (MTM)	-	-	-	-	2.795	-
Outros	781	2.978	-73,8%	7.237	8.587	-15,7%
Total	6.176	19.868	-68,9%	29.744	64.177	-53,7%

Despesas	3T20	3T19	%	9M20	9M19	%
Empréstimos e Financiamentos	(68.426)	(59.418)	15,2%	(169.937)	(211.098)	-19,5%
Variações Cambiais	8	(11)	-172,7%	(28)	(70)	-60,0%
Swap na Curva	-	-	-	-	(5.889)	-
Swap a Mercado (MTM)	-	-	-	-	(18)	-
Outros	(6.599)	(2.027)	225,6%	(10.650)	(6.283)	69,5%
Total	(75.017)	(61.456)	22,1%	(180.615)	(223.358)	-19,1%

Resultado Financeiro	(68.841)	(41.588)	65,5%	(150.871)	(159.181)	-5,2%
-----------------------------	-----------------	-----------------	--------------	------------------	------------------	--------------

Resultado Financeiro - Caixa	(68.841)	(41.588)	65,5%	(150.871)	(161.958)	-6,8%
-------------------------------------	-----------------	-----------------	--------------	------------------	------------------	--------------

Neste trimestre, os impostos da Companhia totalizaram um valor negativo de R\$ 26,0 milhões. As principais variações foram decorrentes dos seguintes fatores:

	3T20	3T19	%	9M20	9M19	%
Receita Bruta	222.707	358.084	-37,8%	734.955	1.058.839	-30,6%
Abertura Impostos						
Provisão para IR/ CSLL	(7.440)	(19.637)	-62,1%	(29.361)	(58.060)	-49,4%
Imposto Diferido	(18.541)	14.194	-230,6%	192.316	(164.056)	-217,2%
Imposto Total	(25.981)	(5.443)	377,3%	162.955	(222.116)	-173,4%

PROVISÃO PARA IR/CSLL

As provisões para IR/CSLL reduziram 62,1% em relação ao mesmo período do ano anterior, devido à redução da receita dos shoppings que foram reabertos após o fechamento, em função da pandemia do COVID-19, e que atualmente encontram-se em retomada, mas ainda com restrições de funcionamento.

IMPOSTO DIFERIDO

No 3T19, o imposto diferido foi impactado positivamente em aproximadamente R\$ 21 milhões, devido a reversão de passivo diferido nas alienações realizadas desoneradas por conta da distribuição de juros sobre capital próprio. No 3T20, os R\$ 18,5 milhões se referem principalmente ao passivo diferido sobre a reversão de depreciação.

Lucro Líquido e FFO

O lucro líquido ajustado do 3T20 foi de R\$ 37,5 milhões, redução de 79,9% ante o lucro líquido ajustado do 3T19. Mesmo com as ações de *liability management* executadas ao longo dos últimos anos, que contribuíram para redução do custo de dívida em 3,5 p.p. versus 3T19, o lucro líquido ajustado foi impactado pelo aumento de R\$ 27,8 milhões em PDD e perdão de dívida, detalhado na sessão de Despesas com Vendas, pela contração da receita líquida, devido às restrições de funcionamento dos shoppings, pelo crescimento das despesas financeiras, explicado na sessão de Resultado Financeiro, e pelo resultado negativo em equivalência patrimonial.

No mesmo período, registramos um FFO ajustado (AFFO) de R\$ 45,9 milhões, redução de 76,1% quando comparado ao mesmo trimestre do ano anterior. A margem registrada foi de 22,1%, 36,3 p.p. abaixo da margem do 3T19. Na comparação com o 2T20, contudo, apresentamos crescimento de 51,7% (R\$ 27,7 milhões), principalmente em função da melhora na performance operacional e redução de despesas, conforme explicado nas seções anteriores.

	3T20	3T19	%	9M20	9M19	%
Lucro Líquido	7.810	258.462	-97,0%	(493.342)	838.767	-158,8%
(+) Swap a Mercado (MTM)	-	-	-	-	(2.777)	-
(+) Imposto Não Caixa ¹	29.690	6.150	382,8%	(163.662)	222.638	-173,5%
(-) Participação de Minoritários (Prop. para Inv.)	-	-	-	(27.736)	13.669	-302,9%
(-) Ajuste de Outros Resultados Operacionais	-	(77.784)	-	862.510	(565.510)	-252,5%
Lucro Líquido Ajustado	37.500	186.828	-79,9%	177.770	506.787	-64,9%
Margem %	18,1%	56,8%	-38,7 p.p.	25,8%	52,1%	-26,3 p.p.
(+) Depreciação e Amortização	8.448	5.218	61,9%	24.089	15.710	53,3%
FFO (Lucro Líquido + Depreciação e Amortização)	16.258	263.680	-93,8%	(469.253)	854.477	-154,9%
FFO Ajustado	45.948	192.046	-76,1%	201.859	522.497	-61,4%
Margem %	22,1%	58,4%	-36,3 p.p.	29,3%	53,7%	-24,4 p.p.
AFFO por ação	0,05	0,23	-76,9%	0,24	0,62	-61,7%

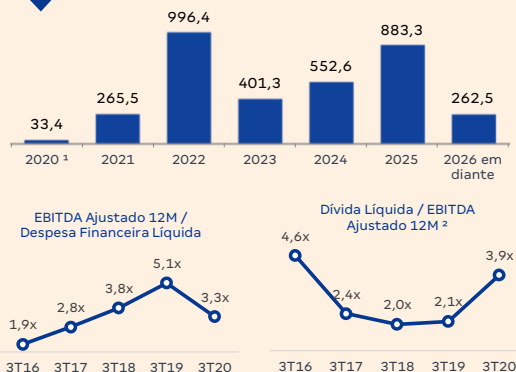
¹ O imposto não caixa refere-se basicamente ao IR diferido sobre o ajuste de valor justo das propriedades para investimentos.

Estrutura de Capital

	3T20	2T20	3T19
Caixa, Equivalentes de Caixa e Títulos e Valores Mobiliários	930.215	1.205.831	740.073
Remuneração Média no Trimestre (% CDI)	86,9%	91,0%	100,0%
Dívida Bruta (R\$ mil)	3.395.068	3.401.861	2.720.597
Prazo Médio (anos)	3,0	3,2	3,7
Custo Médio	4,2%	4,4%	7,7%
Dívida Líquida (R\$ mil)	2.464.853	2.196.030	1.980.524
Dívida Líquida / EBITDA Ajustado trimestre anualizado	5,3x	11,3x	2,0x
Dívida Líquida / EBITDA Ajustado 12M	3,9x	2,9x	2,1x
EBITDA Ajustado 12M / Despesa Financeira Líquida	3,3x	4,7x	5,1x

Indexador	Custo médio ao ano (Dívidas e Swaps) ³	Exposição por Indexador (% do Total)	Saldo Devedor (R\$ mil)	Prazo Médio (Anos)
TR	5,9%	16,0%	542.157	3,4
CDI +	4,4%	25,3%	859.752	1,8
CDI (%)	2,1%	47,4%	1.607.727	3,5
IPCA	10,0%	11,4%	385.432	2,8
Total	4,2%	100,0%	3.395.068	3,0

CRONOGRAMA DE AMORTIZAÇÃO DA DÍVIDA (R\$ milhões)



Mesmo com os dispêndios realizados entre o 3T19 e o 3T20 – a aquisição adicional de participação em 4 shoppings, o pagamento da última parcela referente a aquisição de 30% da Alvear, as revitalizações e os R\$ 696 milhões distribuídos em forma de juros sobre capital próprio e dividendos –, as captações financeiras realizadas pela Companhia em março e abril de 2020 foram capazes de manter o caixa forte no 3T20. Ao final do terceiro trimestre de 2020, a dívida bruta totalizou R\$ 3.395,1 milhões, crescimento de 24,8% versus ano anterior e 0,2% abaixo do 2T20. A Companhia encerrou o terceiro trimestre com uma posição de caixa de R\$ 930,2 milhões, 25,7% acima do 3T19 e diminuição de 22,9% ante o 2T20.

Apresentamos uma dívida líquida de R\$ 2.464,8 milhões ao final do 3T20, crescimento de 12,2% ante o 2T20, o que representa um indicador Dívida Líquida / EBITDA Aj. 12M de 3,9x no 3T20. Conforme mencionado, desde o 1T20 tomamos medidas visando a preservação do caixa para assegurar a liquidez da Companhia e solidez do balanço, como redução no dispêndio de CAPEX, redução em custos e despesas e captações para reforço do caixa que totalizaram R\$ 700 milhões. Além disso, para os exercícios de 2020 e 2021, a Companhia totaliza, respectivamente, R\$ 33,4 milhões e R\$ 265,5 milhões em amortização de dívidas, o que evidencia que não temos compromissos relevantes para os próximos dois anos. Como resultado da estratégia de fortalecimento do balanço, a Companhia apresentou capital circulante líquido de aproximadamente R\$ 865 milhões ao final do 3T20, valor 29,4% superior ao apresentado no exercício de 2019.

Como evento subsequente ao 3T20, no dia 26/10/2020, a agência Fitch reafirmou o rating nacional da brMalls em AAA. A avaliação considera a estrutura de capital da Companhia, associada à manutenção de uma sólida posição de liquidez e de um portfólio de ativos desonerados de alta qualidade.

¹ Previsão de amortização de outubro/20 até dezembro/20.

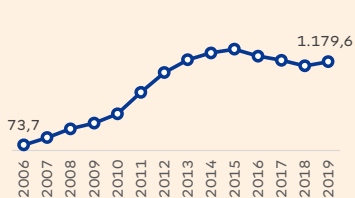
² Até o 1T17, os *covenants* não consideravam o bônus perpétuo, dessa forma a alavancagem mensurada para fins de *covenants* era inferior a apresentada no gráfico e também inferior ao limite de 3,8x do *covenant*.

³ 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. O custo de dívida apresentados neste relatório referente ao resultado do 3T19 foi ajustado para considerar o CDI spot de cada período.

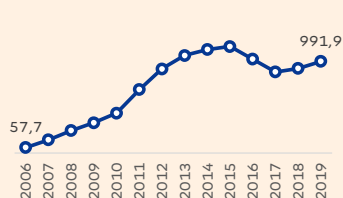
Desempenho Financeiro Histórico

R\$ Milhões	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	CAGR ('06 - '19)	3T20	2020 12M ¹
Receita Bruta	97,4	222,7	350,0	439,3	595,2	931,5	1.220,2	1.411,7	1.508,1	1.566,1	1.480,5	1.458,5	1.387,1	1.445,0	23,1%	222,7	1.121,1
Prestação de Serviços	6,3	25,2	28,0	35,1	51,1	74,9	85,8	94,5	95,4	98,4	89,3	100,3	101,9	107,9	24,4%	13,3	81,9
Receita Líquida	91,1	207,0	319,0	392,6	546,4	861,5	1.123,6	1.303,7	1.395,2	1.446,8	1.370,3	1.348,0	1.266,3	1.322,7	22,9%	207,7	1.039,2
NOI	73,7	171,2	287,6	362,1	485,9	772,8	1.035,2	1.207,2	1.297,3	1.348,0	1.255,2	1.200,2	1.125,5	1.179,6	23,8%	183,7	896,9
Margem NOI	80,9%	86,7%	90,4%	91,9%	89,3%	90,2%	91,3%	91,7%	91,8%	91,8%	90,2%	88,4%	87,6%	88,2%	*	87,7%	86,3%
EBITDA Ajustado	57,7	140,5	242,5	327,0	430,9	684,8	910,0	1.055,4	1.120,4	1.152,8	1.016,2	876,0	914,0	991,9	24,5%	113,5	636,1
Margem EBITDA Ajustado	63,4%	67,8%	74,9%	75,3%	81,4%	79,5%	81,0%	81,0%	80,3%	79,7%	74,2%	65,0%	72,2%	75,0%	*	54,6%	61,2%
FFO Ajustado	39,7	78,8	139,2	233,0	285,0	331,0	420,2	497,0	469,5	413,2	299,3	425,9	580,6	699,1	24,7%	43,4	375,9
Margem FFO Ajustado	43,6%	38,1%	43,6%	59,3%	52,2%	38,4%	37,4%	38,1%	33,7%	28,6%	21,8%	31,6%	45,8%	52,9%	*	20,9%	36,2%
FFO Ajustado por ação	-	0,17	0,28	0,43	0,47	0,50	0,62	0,73	0,65	0,60	0,43	0,52	0,68	0,83	14,1%	0,05	0,44
Lucro Líquido Ajustado	32,1	-3,0	56,3	284,4	263,7	308,9	409,5	487,0	459,3	402,9	279,9	409,1	563,2	678,2	26,4%	35,0	346,6
Margem Lucro Líquido Ajustado	35,2%	-1,4%	17,6%	72,4%	48,3%	35,9%	36,4%	37,4%	32,9%	27,8%	20,4%	30,3%	44,5%	51,3%	*	16,8%	33,4%
ABL Total (m ²)	212.776	872.336	984.131	1.032.586	1.197.146	1.433.524	1.620.625	1.688.603	1.690.953	1.638.072	1.645.672	1.445.536	1.492.642	1.304.896	15,0%	1.274.216	1.274.216
ABL Adicionado (m ²)	-	659.560	111.795	48.455	164.560	236.378	187.101	67.978	2.351	-52.881	7.600	-200.136	47.106	-187.746	*	-	-30.680

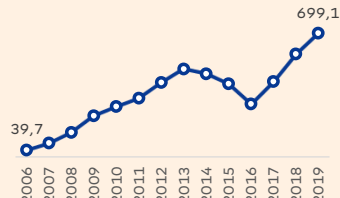
NOI



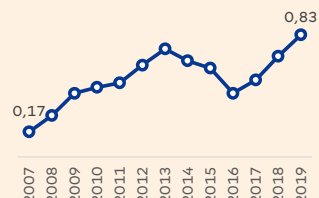
EBITDA AJUSTADO



FFO AJUSTADO



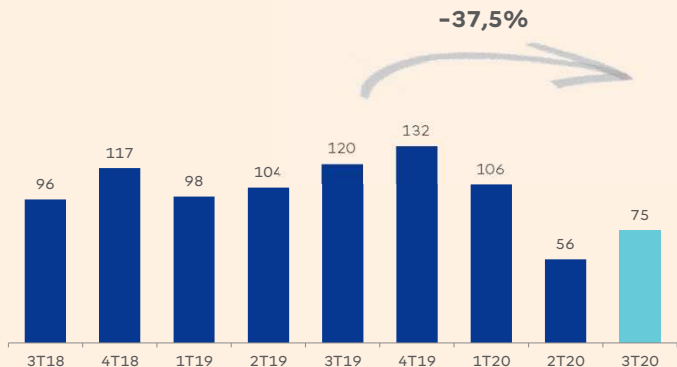
AFFO POR AÇÃO



Desempenho Operacional

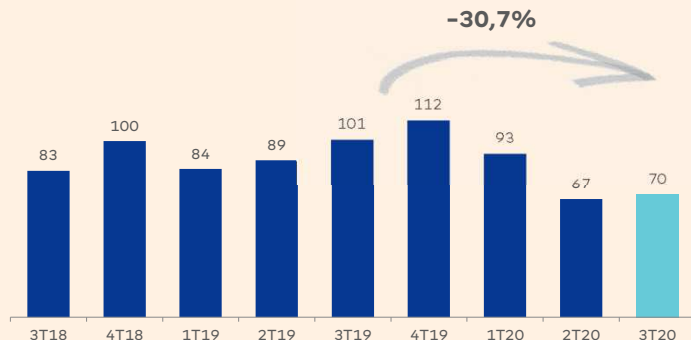
NOI POR m² ¹

O NOI por m² do nosso portfólio apresentou redução de 37,5% em relação ao 3T19, alcançando uma média de R\$ 75/m² na visão consolidada da Companhia. O fechamento de ativos e, após suas respectivas reaberturas, as restrições nos horários de operação, conforme determinado pelas autoridades públicas, resultaram em impactos relevantes nas receitas da Companhia. A redução apresentada no NOI/m², no entanto, foi 1,9 p.p. menor do que a redução apresentada no NOI total da Companhia. O principal motivo é devido a estratégia de reciclagem e fortalecimento do portfólio desempenhada nos últimos anos, com a venda dos 8 ativos *non-core* no ano de 2019 e os aumentos de participações em 3 ativos core realizados nos últimos 12 meses.



ALUGUEL POR m² ¹

Considerando efeitos de linearização, apresentamos um aluguel por m² no 3T20 de R\$ 70/m² na visão consolidada da Companhia, redução de 30,7% quando comparado ao 3T19. Esta variação está principalmente associada a política comercial adotada pela Companhia, apresentada em maiores detalhes na seção Impactos Covid-19 deste relatório, como resposta ao fechamento de ativos e, após suas respectivas reaberturas, às restrições nos horários de operação, conforme determinado pelas autoridades públicas.



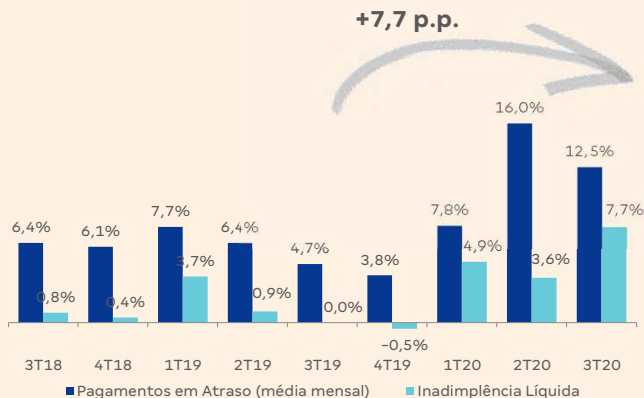
¹ Valores na visão consolidada da Companhia.

Desempenho Operacional

INADIMPLÊNCIA LÍQUIDA /BRUTA

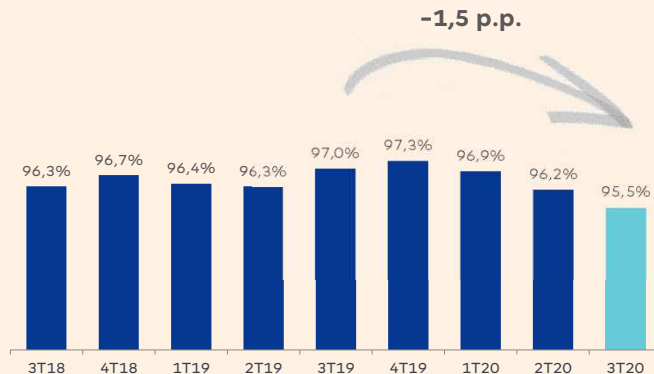
A inadimplência líquida apresentou aumento de 7,7 p.p., quando comparada com o número apresentado no 3T19, totalizando 7,7%. O nível de pagamentos em atraso totalizou 12,5%, 7,8 p.p. acima do valor registrado no 3T19. Em relação ao 2T20, a métrica apresentou redução de 3,5 p.p.

Acreditamos que o processo de melhoria do *mix* de lojistas e a estratégia de reciclagem de portfólio, realizadas desde 2017, junto com a política comercial adotada pela Companhia no trimestre, que teve como principal objetivo atender às necessidades dos lojistas no cenário de fechamento dos shoppings, foram fatores fundamentais para controlar o nível de inadimplência.



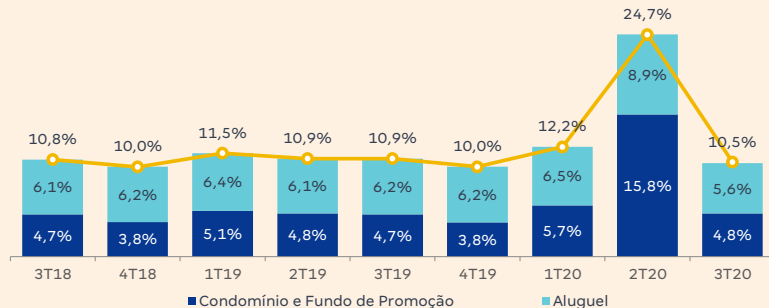
TAXA DE OCUPAÇÃO

Neste trimestre, a taxa de ocupação média dos nossos ativos diminuiu em 1,5 p.p. em relação ao 3T19, atingindo 95,5%. O controle da taxa de ocupação, mesmo em um cenário desafiador, é reflexo da assertividade da estratégia que a brMalls vem implementando ao longo dos últimos anos, com a reciclagem do portfólio, o fortalecimento do *mix* e o desenvolvimento de soluções para potencializar a performance dos varejistas. Além disso, foram fundamentais para esse resultado as ações implementadas para preservar os negócios de nossos lojistas no período de crise como, por exemplo, a política comercial adotada e desenvolvimento de parcerias para disponibilização de crédito para os lojistas.



Desempenho Operacional

CUSTO DE OCUPAÇÃO



O custo de ocupação como percentual das vendas dos nossos lojistas apresentou redução de 0,4 p.p., atingindo o valor de 10,5%. A redução de 14,2 p.p. em relação ao número apresentado no 2T20 e consequente reequilíbrio do custo de ocupação deve-se sobretudo ao aumento das vendas dos lojistas, com a flexibilização do horário de funcionamento dos shoppings.

	3T17	4T17	1T18	2T18	3T18	4T18	1T19	2T19	3T19	4T19	1T20	2T20	3T20	Média 3T 2017-19	Δ
SSS (%)	4,6%	1,6%	2,7%	-1,3%	2,5%	3,7%	1,5%	4,6%	2,2%	3,7%	-13,0%	-71,1%	-32,6%	3,1%	-74,2 p.p.
SSR (%)	4,3%	1,7%	0,4%	-1,1%	3,3%	4,9%	5,7%	9,9%	7,6%	6,9%	-8,9%	-73,8%	-40,1%	5,1%	-78,9 p.p.
Vendas/m ²	1.233	1.583	1.200	1.241	1.266	1.635	1.218	1.307	1.379	1.838	1.171	455	1.087	1.293	-64,8%
Aluguel/m ²	88	104	83	85	83	100	84	89	101	112	93	67	70	91	-26,2%
NOI/m ²	102	123	97	98	96	117	98	104	120	132	106	56	75	106	-47,1%
Custo de Ocupação (% das Vendas)	11,2%	10,3%	11,6%	11,2%	10,8%	10,0%	11,5%	10,9%	10,9%	10,0%	12,2%	24,7%	10,5%	11,0%	13,7 p.p.
Pagamentos em Atraso (média mensal)	9,5%	9,6%	9,6%	7,8%	6,4%	6,1%	7,7%	6,4%	4,7%	3,8%	7,8%	16,0%	12,5%	6,9%	9,1 p.p.
Inadimplência Líquida	1,7%	1,3%	4,8%	1,7%	0,8%	0,4%	3,7%	0,9%	0,0%	-0,5%	4,9%	3,6%	7,7%	0,8%	2,8 p.p.
Ocupação (%)	95,2%	96,2%	96,5%	96,1%	96,3%	96,7%	96,4%	96,3%	97,0%	97,3%	96,9%	96,2%	95,5%	96,2%	0,0 p.p.
Turnover de lojas	8,0%	9,1%	8,5%	7,6%	8,8%	7,6%	8,1%	7,7%	7,3%	7,2%	8,3%	7,3%	6,2%	8,0%	-0,7 p.p.

Desempenho Operacional

		Vendas 3T20	Vendas 3T19	%	Variação no Horário de Funcionamento ⁵	Vendas 9M20	Vendas 9M19	%	Vendas/m ² 3T20 ¹	Taxa de Ocupação 3T20 ²
1	Plaza Niterói	180.505	254.434	-29,1%	-27,6%	399.626	755.377	-47,1%	1.880	96,5%
2	Tijuca	156.317	233.673	-33,1%	-6,3%	377.774	689.303	-45,2%	1.881	98,2%
3	NorteShopping	258.319	328.897	-21,5%	-6,3%	593.600	966.780	-38,6%	1.542	96,1%
4	Tamboré	124.447	188.252	-33,9%	-33,9%	298.697	554.525	-46,1%	1.183	97,3%
5	Londrina	101.707	177.522	-42,7%	-56,9%	309.568	532.421	-41,9%	718	96,4%
6	Shopping Recife	315.179	402.468	-21,7%	-11,3%	692.740	1.169.506	-40,8%	1.592	97,3%
7	Uberlândia	92.124	191.563	-51,9%	-57,0%	281.440	560.444	-49,8%	789	94,6%
8	Mooca	101.258	163.104	-37,9%	-42,8%	260.607	487.532	-46,5%	999	96,7%
9	Campo Grande	106.538	156.606	-32,0%	-33,1%	301.498	452.865	-33,4%	1.135	98,6%
10	Villa-Lobos	76.785	148.337	-48,2%	-42,8%	212.059	430.506	-50,7%	1.191	94,9%
11	Metrô Santa Cruz	49.461	111.088	-55,5%	-42,8%	155.339	335.287	-53,7%	1.387	92,9%
12	Del Rey	46.522	130.021	-64,2%	-69,6%	164.128	368.855	-55,5%	659	95,1%
13	Shopping Estação Cuiabá	82.103	128.551	-36,1%	-43,6%	215.778	333.115	-35,2%	724	93,6%
14	Estação	36.406	96.926	-62,4%	-42,4%	132.008	295.340	-55,3%	587	94,4%
15	Estação BH	46.258	121.717	-62,0%	-69,6%	159.805	356.182	-55,1%	619	95,7%
16	Shopping Piracicaba	50.827	137.140	-62,9%	-66,9%	179.916	412.553	-56,4%	518	96,7%
17	Campinas Shopping	35.229	79.977	-56,0%	-58,9%	106.862	237.053	-54,9%	558	94,4%
18	São Bernardo	68.524	103.696	-33,9%	-42,8%	167.346	309.391	-45,9%	697	93,6%
19	Iguatemi Caxias	59.441	107.023	-44,5%	-37,1%	194.611	318.012	-38,8%	842	92,6%
20	Independência Shopping	37.016	83.473	-55,7%	-32,6%	113.531	246.600	-54,0%	764	94,7%
21	Jardim Sul	84.798	128.505	-34,0%	-42,6%	214.434	383.689	-44,1%	1.222	96,1%
22	Maringá	71.213	105.262	-32,3%	-35,7%	199.647	305.114	-34,6%	838	95,3%
23	Rio Anil	127.519	119.968	6,3%	-10,4%	258.652	346.910	-25,4%	1.391	95,2%
24	Amazonas Shopping	211.177	188.976	11,7%	-13,0%	444.202	551.548	-19,5%	1.995	97,9%
25	Goiânia	67.212	118.740	-43,4%	-42,2%	184.318	351.017	-47,5%	1.079	97,5%
26	Top Shopping	74.333	90.415	-17,8%	-22,2%	154.452	270.231	-42,8%	1.304	83,5%
27	Shopping Curitiba	30.670	79.250	-61,3%	-42,4%	104.312	238.765	-56,3%	566	94,2%
28	Vila Velha	159.938	200.749	-20,3%	-36,7%	404.334	593.385	-31,9%	928	94,8%
29	Shopping ABC	96.634	147.401	-34,4%	-43,1%	236.075	437.508	-46,0%	864	93,4%
TOTAL PORTFÓLIO CORE		2.948.460	4.523.734	-34,8%	-38,4%	7.517.359	13.289.814	-43,4%	1.087	95,5%
Shoppings Vendidos ³		-	198.756	-	-	-	1.197.422	-100,0%	-	-
Outros ⁴		139.869	165.787	-15,6%	-	330.237	484.409	-31,8%	-	-
Total brMalls		3.088.329	4.888.277	-36,8%	-	7.847.596	14.971.645	-47,6%	1.078	95,3%
Total ex-vendas de part.		3.088.329	4.689.521	-34,1%	-	7.847.596	13.774.223	-43,0%	-	-

* Vendas estão na visão 100%.

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

² Média mensal da Taxa de Ocupação apresentada no trimestre.

³ Para análises do 3T19, excluímos os valores referentes ao resultado trimestral dos 7 shoppings vendidos em agosto/19 e o resultado do Via Brasil Shopping, vendido em março/20.

⁴ Referente ao resultado do Shopping Araguaia e São Luís Shopping no 3T20.

⁵ Variação no horário de funcionamento dos shoppings durante o 3T20 em comparação com o 3T19. Para esta análise, é considerado o horário de funcionamento de 360 horas mensais no 3T19.

Desempenho Operacional

VENDAS MESMAS LOJAS E ALUGUÉIS POR SEGMENTO

No 3T20, as vendas mesmas lojas (SSS) consolidadas da Companhia apresentaram redução de 32,6%, devido as restrições temporárias nas atividades dos shoppings, em linha com a orientação das autoridades. A categoria de âncoras e semi âncoras apresentaram o menor impacto negativo no indicador, com destaque para os segmentos de informática, telefonia e acessórios, cama/mesa/banho e eletrônicos e eletrodomésticos. As categorias de megalojas e satélites apresentaram reduções de 35,8% e 36,7%, respectivamente.

No 3T20, os aluguéis mesmas lojas (SSR) apresentaram redução de 40,1% devido a nova política comercial adotada pela Companhia para apoiar os lojistas durante este período, que incluiu a isenção do aluguel nos shoppings que permaneceram com as operações fechadas.

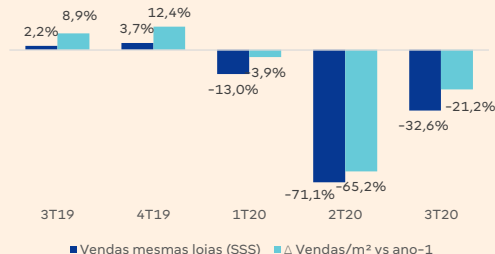
Categoria	3T20		3T19	
	SSS	SSR	SSS	SSR
Âncora	-23,3%	-44,2%	4,4%	10,4%
Semi Âncora	-30,4%	-31,8%	-0,9%	10,1%
Megaloja	-35,8%	-25,5%	-3,6%	4,4%
Satélite	-36,7%	-41,4%	2,8%	7,0%
Total	-32,6%	-40,1%	2,2%	7,6%

VENDAS

No 3T20, quando comparado ao 3T19, as vendas totais excluindo os shoppings vendidos¹ apresentaram redução de 36,8%, enquanto as vendas totais do portfólio core² apresentaram redução de 34,8%.

As vendas/m², por sua vez, registraram redução menor, de 21,2% versus o 3T19, principalmente pelo efeito da venda de ativos¹ menos produtivos que a média da Companhia.

A diferença entre a variação das vendas/m² e o SSS se deve principalmente pela maior produtividade de novos lojistas, pela venda de ativos com produtividade abaixo da média da Companhia e pelo fato de que quando há realocação de lojistas para outro local dentro do shopping, de acordo com nosso critério, os mesmos não são considerados no SSS, mas ainda assim contribuem para vendas totais.



¹ Para análises do 3T19, excluímos os valores referentes ao resultado trimestral dos 7 shoppings vendidos em agosto/19 e o resultado do Via Brasil Shopping, vendido em março/20. Ressaltamos que, entre o 3T19 e 3T20, aumentamos nossa participação no Shopping Iguatemi Caxias, Shopping Villa-Lobos e Shopping Piracicaba em 25,5%, 5,0% e 38,4%, respectivamente. Estes acontecimentos impactaram o resultado a partir da data de cada evento.

² "Portfólio Core" se refere ao portfólio da Companhia ao final do 3T20, excluindo o Shopping Araguaia e São Luís Shopping.

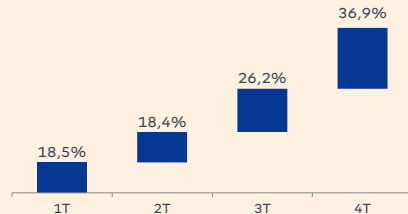
Atividade Comercial

Comercializamos no trimestre 140 novas lojas nos shoppings existentes e renovamos contrato com 46 lojas. Em relação aos projetos em desenvolvimento, não obtivemos novas assinaturas de contratos.

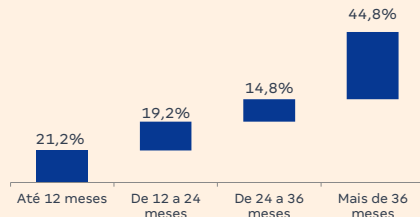
A redução no nível de comercialização quando comparamos os trimestres pode ser explicada pelo cenário de instabilidade gerado pelo COVID-19 e pela venda de participação em 8 ativos ao longo do ano de 2019. No entanto, já começamos a ver sinais de maior atividade comercial, conforme mostrado na sessão de Impactos COVID-19, com o nível de propostas comerciais recebidas no 3T20 se comparando ao período pré-crise, e número recorde de assinaturas na visão Ex-Vendas em setembro, desde outubro de 2018.

Resumo da Atividade Comercial (# de lojas)	3T20	3T19	%	3T19 Ex Vendas ¹	%	9M20	9M19	%
Novas Lojas em Shopping Existentes ²	140	285	-50,9%	285	-50,9%	295	680	-56,6%
Renovações	46	109	-57,8%	109	-57,8%	127	347	-63,4%
Projetos em Desenvolvimento	-	15	-	15	-	11	33	-66,7%
Total	186	409	-54,5%	409	-54,5%	433	1.060	-59,2%
ABL Total (m²)	18.259	27.252	-33,0%	27.252	-33,0%	47.811	75.632	-36,8%

Série Histórica de Vencimento de Contratos (% do ABL)



Cronograma de Vencimento dos Contratos (% do ABL)



¹ Para análises do 3T19, excluímos os valores referentes ao resultado trimestral dos 7 shoppings vendidos em agosto/19 e o resultado do Via Brasil Shopping, vendido em março/20. Ressaltamos que, entre o 3T19 e 3T20, aumentamos nossa participação no Shopping Iguatemi Caxias, Shopping Villa-Lobos e Shopping Piracicaba em 25,5%, 5,0% e 38,4%, respectivamente. Estes acontecimentos impactaram o resultado a partir da data de cada evento.

² As Novas Lojas em Shoppings Existentes referem-se a contratos que entraram em vigência no 3T20 e que não necessariamente foram assinados nesse trimestre.

Projetos em Desenvolvimento

CAPEX

Após o fechamento dos nossos shoppings no 1T20, a Companhia pausou seus investimentos previstos e postergou as inaugurações dos projetos de *retrofit* e expansões, enquanto aguardamos maior clareza em relação ao cenário e perspectivas. Ressaltamos que nossos projetos de expansão ainda estão em fase de projeto arquitetônico, portanto, já não possuíamos obras relevantes em andamento. Com isso, ao longo do 3T20, a Companhia investiu um total de R\$ 21,3 milhões em Revitalizações & Manutenção, destinado à continuidade de obras dos projetos de *retrofit* que estavam em etapa de finalização, principalmente nos shoppings Plaza Niterói, NorteShopping, Tijuca e Jardim Sul, e a algumas revitalizações que foram realizadas em nossos ativos ao longo do trimestre.

Entretanto, foram mantidos os investimentos em Transformação Digital, com a aceleração de algumas iniciativas, visando ajudar no desenvolvimento dos *marketplaces* dos shoppings para aumentar a venda dos lojistas, especialmente necessário em um cenário onde nossos shoppings passam a operar com restrições. Assim, foi investido um total de R\$ 14,2 milhões em TI & Transformação Digital. Esses recursos referem-se aos investimentos em processos e sistemas internos, como a implantação do *Oracle Cloud*, e nos esforços de Transformação Digital, que visam ampliar os canais de vendas dos lojistas, utilizar a base de dados e redes sociais da brMalls para potencializar as vendas do varejo, otimizar o espaço físico dos shoppings e melhorar as jornadas do consumidor e do lojista nos nossos 31 shoppings.

CAPEX Total (R\$ mil)	Investimento 3T20	Investimento 3T19	Peso 3T20 (%)	Investimento 9M20	Investimento 9M19	Peso 9M20 (%)
Aquisições e Alienações	-	86.442	-	218.697	162.991	58,2%
Expansões	634	805	1,7%	4.948	1.360	1,3%
Revitalizações & Manutenção ¹	21.345	52.836	58,4%	96.994	143.484	25,8%
Projetos Greenfield	336	752	0,9%	816	2.944	0,2%
TI & Diversos	14.209	18.893	38,9%	54.520	50.517	14,5%
Total	36.524	159.728	100,0%	375.975	361.296	100,0%

¹ Considera os *retrofits*

Projetos em Desenvolvimento

POTENCIAL CONSTRUTIVO PORTFÓLIO CORE

A brMalls vem desenvolvendo projetos multiuso, tornando os seus ativos ainda mais resilientes e atrativos para os seus clientes, potencializando valor adicional aos seus acionistas, a exemplo do The Place Corporate em Campo Grande, em parceria com a Plaenge, e o Rio Hotel by Bourbon em Maringá, operado pela rede Bourbon. Com base em estudos internos, a Companhia estima possuir uma área com potencial de expansão de ABL 350 mil m² e uma área privativa de 778 mil m².

Shopping	Estado	Potencial ABL m ²	Área Privativa m ²	%	Potencial ABL Próprio m ²	Área Privativa Própria m ²
Campinas Shopping	SP	-	9.045	100,0%	-	9.045
Catuai Shopping Londrina	PR	3.360	74.741	93,0%	3.125	69.509
Catuai Shopping Maringá	PR	70.620	75.600	100,0%	70.620	75.600
Center Shopping Uberlândia	MG	21.350	43.740	51,0%	10.889	22.307
Goiânia Shopping	GO	11.046	-	66,5%	7.340	-
Independência Shopping	MG	10.547	10.383	83,4%	8.801	8.664
Mooca Plaza Shopping	SP	30.940	-	60,0%	18.564	-
Norteshopping	RJ	42.844	111.139	38,4%	16.471	42.728
Plaza Niterói	RJ	5.417	-	100,0%	5.417	-
Rio Anil	MA	3.000	-	50,0%	1.500	-
São Bernardo Plaza Shopping	SP	33.939	-	60,0%	20.364	-
Shopping Campo Grande	MS	10.311	19.390	43,8%	4.515	8.491
Shopping Curitiba	PR	-	14.769	0,0%	-	-
Shopping Estação	PR	2.644	-	100,0%	2.644	-
Shopping Estação Cuiabá	MT	22.894	18.089	75,0%	17.170	13.567
Shopping Iguatemi Caxias do Sul	RS	11.020	29.880	38,2%	4.213	11.424
Shopping Piracicaba	SP	8.409	-	21,5%	1.811	-
Shopping Recife	PE	35.030	94.539	31,1%	10.877	29.354
Shopping Tamboré	SP	5.668	163.072	100,0%	5.668	163.072
Shopping Tijuca	RJ	1.728	-	100,0%	1.728	-
Shopping Vila Velha	ES	18.697	113.590	0,0%	-	-
	-	349.465	777.978	-	211.717	453.761

¹ Potencial construtivo indicativo. Os projetos em estudo podem sofrer modificações, alterando os potenciais de aproveitamento e utilização dos terrenos conforme a legislação aplicável.

² Participações ponderadas nos shoppings: Norteshopping, Shopping Campo Grande, Shopping Iguatemi Caxias do Sul e Shopping Piracicaba.

Projetos em Desenvolvimento



Campo Grande – The Place Corporate

- > Inauguração: Torre 1 – 3TRI 20 | Torre 2 – 3TRI 22. Entrega de chaves da primeira torre realizada em agosto/2020.
- > 25 pavimentos – salas comerciais de 42m² a 395m² + auditório + salas de reunião.



Catuaí Maringá – Hotel Bourbon

- > Inauguração: 4ºTRI 2020.
- > 14 pavimentos – 120 apartamentos de 35m² + espaço Fitness e Sala de Eventos para 200 pessoas.

Mercado de Capitais e Desempenho da Ação

A brMalls tem sua ação ordinária negociada no Novo Mercado da B3 sob o código BRML3. A Companhia também possui um programa de ADR nível I sob o código BRMLL. Em relação a nossa ação (BRML3), esta encerrou o 3T20 sendo transacionada a R\$ 8,38, que representa um valor de mercado de R\$ 7,1 bi, uma redução de 41,8% comparado ao fechamento do 3T19. Quando comparado ao valor patrimonial, o valor de mercado apresentou um desconto de 36,4% ao final do 3T20.

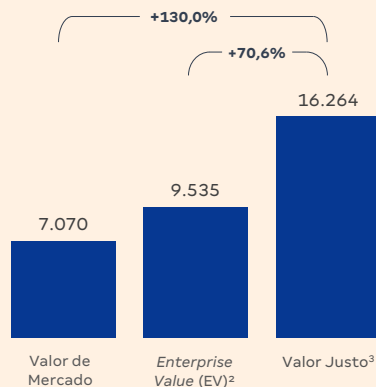
No trimestre, o volume financeiro médio apresentou aumento de 47,7% em relação ao 3T19, totalizando R\$ 184,0 milhões. Nosso número médio de negócios foi de 37.562 ordens diárias, 89,7% acima do mesmo período do ano anterior.

Ao final do 3T20, a Companhia detinha em tesouraria 29.412.649 ações de sua própria emissão, o que representa 3,4% do capital social.

	3T20	3T19	%
Ações em Circulação (Ex-Tesouraria)	843.728.684	843.124.028	0,1%
Preço Médio da Ação (R\$)	10,01	13,99	-28,4%
Preço Final da Ação (R\$)	8,38	14,41	-41,8%
Valor de Mercado (R\$ milhões)	7.070	12.149	-41,8%
Volume Médio Diário Negociado (R\$ mil)	183.967	124.566	47,7%
Número de Negócios Médio	37.562	19.798	89,7%

BRML3 - Peso nos Principais Índices (set/20)									
IBOVESPA	IBrX-50	IBrX	IGC-NM	ITAG	IBRA	IMOB	MSCI Brazil Small Cap	ICO2	S&P/B3 Brasil ESG
0,4%	0,5%	0,4%	0,6%	0,4%	0,4%	14,7%	2,5%	1,1%	0,7%

VALUATION¹



¹ Todos os valores são referentes à 30 de setembro de 2020.

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.

Mercado de Capitais e Desempenho da Ação

No terceiro trimestre de 2020, nossa base de investidores continuou a apresentar uma diversificação por regiões de origem.

Região	3T20	3T19	3T18	3T17
Estados Unidos	24,3%	29,0%	25,1%	27,6%
Brasil	57,1%	45,6%	45,1%	39,8%
Europa	8,7%	14,7%	9,1%	12,2%
Canadá	1,1%	1,5%	11,1%	9,6%
Ásia	2,6%	7,5%	8,5%	7,1%
Outros	6,1%	1,7%	1,1%	3,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

✍ Anexo I – Nossos Shoppings: 3T20

Ao final do 3T20, detínhamos participação em 31 shopping centers, totalizando 1.274,2 mil m² de ABL total e 832,1 mil m² em ABL próprio, com uma participação média no portfólio de 65,3%.

Detínhamos participação de 100% em 7 shoppings do nosso portfólio. Prestávamos serviços para 27 dos nossos 31 ativos. Dos shoppings em que detínhamos participação, 27 são comercializados, 27 são administrados e temos 25 para os quais o BackOffice (BO) presta serviços. Somados, nossos shoppings apresentam aproximadamente 6 mil lojas, que atraem milhões de visitantes anualmente.

Shopping	Estado	Ano de Inauguração	ABL Total	%	ABL Próprio	Serviços Prestados
Amazonas Shopping	AM	1991	34.214	34,1%	11.667	Admin./Comerc./BO
Araguaia Shopping	GO	2001	21.758	50,0%	10.879	-
Campinas Shopping	SP	1994	34.566	100,0%	34.566	Admin./Comerc./BO
Catuai Shopping Londrina	PR	1990	63.089	93,0%	58.672	Admin./Comerc./BO
Catuai Shopping Maringá	PR	2010	32.329	100,0%	32.329	Admin./Comerc./BO
Center Shopping Uberlândia	MG	1992	52.686	51,0%	26.870	Admin./Comerc./BO
Estação BH	MG	2012	33.982	60,0%	20.389	Admin./Comerc./BO
Goiania 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
Mooca 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
São Luís Shopping	MA	1999	54.890	15,0%	8.234	-
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	2018	47.106	75,0%	35.330	Admin./Comerc./BO
Shopping Iguatemi Caxias do Sul	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	-
			1.274.216	65,3%	832.128	

➤ Anexo II – Nossos Shoppings: Portfólio Core

Ao final do 3T20, detínhamos participação em 31 shopping centers. No ano de 2020, adquirimos fração adicional de 5,0% do Shopping Villa-Lobos, de 38,4% do Shopping Piracicaba e vendemos participação integral no Via Brasil Shopping.

O ciclo de reciclagem do portfólio da Companhia prevê ainda, além do shopping já vendido em 2020, a venda nos próximos trimestres do São Luís Shopping, ativo não-administrado.

Em decorrência dessa deliberação, a partir da divulgação de resultados do terceiro trimestre de 2019, nos releases de resultados, passamos a excluir dos indicadores operacionais os resultados desses dois shoppings *non-core* (Via Brasil Shopping e São Luís Shopping), assim como o Araguaia Shopping, no qual a Companhia detém participação através de um instrumento financeiro. Com isso, considerando o portfólio *core* da Companhia, detemos participação em 29 shopping centers, totalizando 1.197,6 mil m² de ABL total e 813,0 mil m² em ABL própria, com uma participação média no portfólio de 67,9%.

Shopping	Estado	Ano de Inauguração	ABL Total	%	ABL Próprio	Serviços Prestados
Amazonas Shopping	AM	1991	34.214	34,1%	11.667	Admin./Comerc./BO
Campinas Shopping	SP	1994	34.566	100,0%	34.566	Admin./Comerc./BO
Catuai Shopping Londrina	PR	1990	63.089	93,0%	58.672	Admin./Comerc./BO
Catuai Shopping Maringá	PR	2010	32.329	100,0%	32.329	Admin./Comerc./BO
Center Shopping Uberlândia	MG	1992	52.686	51,0%	26.870	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	2018	47.106	75,0%	35.330	Admin./Comerc./BO
Shopping Iguatemi Caxias do Sul	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	-
			1.197.568	67,9%	813.015	

✂ Anexo III – Glossário

A

ABL Médio (Aluguel/m²): ABL próprio médio do período. Não considera os 27.921 m² referentes ao Centro de Convenções do Shopping Estação. No cálculo do ABL médio do aluguel/m², não consideramos os ABLs próprios do Araguaia Shopping, pois sua receita é contabilizada via pagamento de debêntures.

ABL Médio (NOI/m²): ABL próprio médio do período. Não considera os 27.921 m² referentes ao Centro de Convenções do Shopping Estação.

ABL Médio (Vendas/m²): ABL próprio médio do período que informa vendas. Não considera os 27.921 m² referentes ao Centro de Convenções do Shopping Estação.

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: As propriedades 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.

 Anexo IV – Tabela de Dívidas

Perfil da Dívida (R\$ mil) - Informações Financeiras Ajustadas					3T20			3T19		
	Índice	Taxa(%)	Vencimento		Curto Prazo	Longo Prazo	Total	Curto Prazo	Longo Prazo	Total
Debênture V - 3ª Série	CDI	0,10%	a.a.	mai-21	49.857	-	49.857	53	49.775	49.828
CCB Itaú	CDI	1,82%	a.a.	mar-22	-	306.567	306.567	-	-	-
CCB Bradesco	CDI	3,10%	a.a.	abr-22	9.326	399.559	408.885	-	-	-
Financiamento São Luis	TR	9,90%	a.a.	mai-22	1.391	1.012	2.403	1.059	1.765	2.824
CRI Macaé	IGP-M	8,50%	a.a.	abr-23	-	-	-	-	-	-
Debênture VI - Serie Única	% do CDI	97,50%	a.a.	set-23	132.290	264.519	396.809	-	395.847	395.847
CRI Campinas e Estação 1	IPCA	6,34%	a.a.	mar-24	43.181	120.640	163.821	34.464	159.535	193.999
Debênture VII	% do CDI	107,50%	a.a.	mar-25	374	599.114	599.488	1.825	598.691	600.516
CRI Itaú BBA	TR	5,90%	a.a.	mar-25	1.143	538.611	539.754	1.219	535.559	536.778
CRI Campinas e Estação 2	IPCA	6,71%	a.a.	mar-26	10.700	58.020	68.720	7.967	69.143	77.110
CRI Tijuca	% do CDI	113,55%	a.a.	out-26	-	611.430	611.430	56.018	559.842	615.860
CRI Campinas e Estação 3	IPCA	7,04%	a.a.	mar-29	12.892	140.000	152.892	7.291	145.325	152.616
Debênture V - 1ª Série	CDI	1,75%	a.a.	mai-31	3.419	91.023	94.442	486	94.733	95.219
Total					264.573	3.130.495	3.395.068	110.382	2.610.215	2.720.597

Anexo V – Demonstrações Financeiras

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS - INFORMAÇÕES FINANCEIRAS CONTÁBEIS E AJUSTADAS

	Informações Financeiras Contábeis			Efeitos IFRS 10/11		Informações Financeiras Ajustadas		
	3T20	3T19	%	3T20	3T19	3T20	3T19	%
Receita Bruta	212.752	342.577	-37,9%	9.955	15.507	222.707	358.084	-37,8%
Aluguéis	119.862	226.309	-47,0%	6.191	11.175	126.053	237.484	-46,9%
Linearização de Aluguel	42.850	8.835	385,0%	1.945	581	44.795	9.416	375,7%
Taxa de Cessão	2.596	4.380	-40,7%	88	289	2.684	4.669	-42,5%
Linearização de CDU	1.677	243	590,1%	111	145	1.788	388	360,8%
Estacionamento	29.819	66.787	-55,4%	2.147	4.609	31.966	71.396	-55,2%
Taxa de Transferência	1.013	3.314	-69,4%	12	118	1.025	3.432	-70,1%
Prestação de Serviços	13.847	30.436	-54,5%	(582)	(1.593)	13.265	28.843	-54,0%
Outras	1.088	2.273	-52,1%	43	183	1.131	2.456	-53,9%
(-)Impostos e Contribuições	(14.400)	(28.027)	-48,6%	(554)	(1.062)	(14.954)	(29.089)	-48,6%
Receita Líquida	198.352	314.550	-36,9%	9.401	14.445	207.753	328.995	-36,9%
Custos	(19.488)	(31.270)	-37,7%	(3.882)	(4.490)	(23.370)	(35.760)	-34,6%
Custos com Pessoal	(3.624)	(6.317)	-42,6%	(251)	(465)	(3.875)	(6.782)	-42,9%
Diversos Serviços	(3.151)	(4.216)	-25,3%	(196)	(318)	(3.347)	(4.534)	-26,2%
Custos Condominiais	(6.534)	(9.703)	-32,7%	(169)	(378)	(6.703)	(10.081)	-33,5%
Custos com Fundo de Promoções	(2.242)	(2.175)	3,1%	(34)	(393)	(2.276)	(2.568)	-11,4%
Demais Custos	(3.937)	(8.859)	-55,6%	(3.232)	(2.936)	(7.169)	(11.795)	-39,2%
Resultado Bruto	178.864	283.280	-36,9%	5.519	9.955	184.383	293.235	-37,1%
Despesas com Vendas, Gerais & Administrativas	(57.651)	(44.295)	30,2%	(1.497)	(32)	(59.148)	(44.327)	33,4%
Despesas com Vendas	(32.154)	(10.676)	201,2%	(1.479)	(2)	(33.633)	(10.678)	215,0%
Despesas de Pessoal	(19.467)	(26.858)	-27,5%	-	(1)	(19.467)	(26.859)	-27,5%
Serviços Contratados	(2.087)	(3.400)	-38,6%	(15)	(15)	(2.102)	(3.415)	-38,4%
Outras Despesas	(3.943)	(3.361)	17,3%	(3)	(14)	(3.946)	(3.375)	16,9%
Depreciação	(164)	(164)	0,0%	-	-	(164)	(164)	0,0%
Amortização	(8.284)	(5.054)	63,9%	-	-	(8.284)	(5.054)	63,9%
Resultado Financeiro	(68.776)	(41.535)	65,6%	(65)	(53)	(68.841)	(41.588)	65,5%
Receitas Financeiras	6.119	19.307	-68,3%	57	561	6.176	19.868	-68,9%
Despesas Financeiras	(74.895)	(60.842)	23,1%	(122)	(614)	(75.017)	(61.456)	22,1%
Resultado da Equivalência Patrimonial	(5.006)	7.600	-165,9%	(3.899)	(8.295)	(8.905)	(695)	1181,3%
Outras Resultados Operacionais	(451)	75.011	-100,6%	(2)	(5)	(453)	75.006	-100,6%
Resultado Operacional	38.532	274.843	-86,0%	56	1.570	38.588	276.413	-86,0%
Resultado Antes Tributação/Participações	38.532	274.843	-86,0%	56	1.570	38.588	276.413	-86,0%
Provisão para IR/CSLL	(6.943)	(18.300)	-62,1%	(497)	(1.337)	(7.440)	(19.637)	-62,1%
Impostos Diferidos	(18.988)	14.399	-231,9%	447	(205)	(18.541)	14.194	-230,6%
Participação de não-controladores	(4.791)	(12.480)	-61,6%	(6)	(28)	(4.797)	(12.508)	-61,6%
Lucro do Período	7.810	258.462	-97,0%	-	-	7.810	258.462	-97,0%

Anexo VI – Demonstrações Financeiras

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS ACUMULADOS - INFORMAÇÕES FINANCEIRAS CONTÁBEIS E AJUSTADAS

	Informações Financeiras Contábeis			Efeitos IFRS 10/11		Informações Financeiras Ajustadas		
	9M20	9M19	%	9M20	9M19	9M20	9M19	%
Receita Bruta	704.903	1.005.507	-29,9%	30.052	53.332	734.955	1.058.839	-30,6%
Aluguéis	368.747	672.794	-45,2%	19.405	38.509	388.152	711.303	-45,4%
Linearização de Aluguel	165.240	23.678	597,9%	7.589	1.003	172.829	24.681	600,3%
Taxa de Cessão	6.439	10.661	-39,6%	477	564	6.916	11.225	-38,4%
Linearização de CDU	7.021	4.599	52,7%	179	737	7.200	5.336	34,9%
Estacionamento	93.274	199.452	-53,2%	5.837	14.655	99.111	214.107	-53,7%
Taxa de Transferência	2.792	6.031	-53,7%	37	165	2.829	6.196	-54,3%
Prestação de Serviços	58.402	83.473	-30,0%	(3.673)	(2.707)	54.729	80.766	-32,2%
Outras	2.988	4.819	-38,0%	201	406	3.189	5.225	-39,0%
(-) Impostos e Contribuições	(44.060)	(82.637)	-46,7%	(1.630)	(3.434)	(45.690)	(86.071)	-46,9%
Receita Líquida	660.843	922.870	-28,4%	28.422	49.898	689.265	972.768	-29,1%
Custos	(86.837)	(96.974)	-10,5%	(9.385)	(14.551)	(96.222)	(111.525)	-13,7%
Custos com Pessoal	(12.284)	(20.379)	-39,7%	(840)	(1.760)	(13.124)	(22.139)	-40,7%
Diversos Serviços	(9.033)	(12.438)	-27,4%	(627)	(1.132)	(9.660)	(13.570)	-28,8%
Custos Condominiais	(45.797)	(33.729)	35,8%	(785)	(1.560)	(46.582)	(35.289)	32,0%
Custos com Fundo de Promoções	(4.718)	(7.951)	-40,7%	(128)	(644)	(4.846)	(8.595)	-43,6%
Demais Custos	(15.005)	(22.477)	-33,2%	(7.005)	(9.455)	(22.010)	(31.932)	-31,1%
Resultado Bruto	574.006	825.896	-30,5%	19.037	35.347	593.043	861.243	-31,1%
Despesas com Vendas, Gerais & Administrativas	(169.600)	(132.772)	27,7%	(3.767)	(143)	(173.367)	(132.915)	30,4%
Despesas com Vendas	(106.520)	(37.113)	187,0%	(3.692)	(67)	(110.212)	(37.180)	196,4%
Despesas de Pessoal	(44.139)	(76.401)	-42,2%	(1)	(6)	(44.140)	(76.407)	-42,2%
Serviços Contratados	(8.775)	(9.092)	-3,5%	(47)	(49)	(8.822)	(9.141)	-3,5%
Outras Despesas	(10.166)	(10.166)	0,0%	(27)	(21)	(10.193)	(10.187)	0,1%
Depreciação	(493)	(492)	0,2%	(1)	-	(494)	(492)	0,4%
Amortização	(23.596)	(15.216)	55,1%	1	(2)	(23.595)	(15.218)	55,0%
Resultado Financeiro	(150.929)	(158.343)	-4,7%	58	(839)	(150.871)	(159.181)	(1)
Receitas Financeiras	29.452	63.017	-53,3%	292	1.160	29.744	64.177	-53,7%
Despesas Financeiras	(180.381)	(221.360)	-18,5%	(234)	(1.999)	(180.615)	(223.358)	-19,1%
Resultado da Equivalência Patrimonial	(46.614)	46.921	-195,1%	4.389	(51.774)	(40.225)	(4.853)	728,9%
Outras Resultados Operacionais	(845.834)	529.114	-259,9%	(26.623)	31.662	(872.457)	560.776	-255,6%
Resultado Operacional	(661.060)	1.095.108	-160,4%	(6.906)	14.251	(667.966)	1.109.360	-160,2%
Resultado Antes Tributação/Participações	(661.060)	1.095.108	-160,4%	(6.906)	14.251	(667.966)	1.109.360	-160,2%
Provisão para IR/CSLL	(27.756)	(53.312)	-47,9%	(1.605)	(4.748)	(29.361)	(58.060)	-49,4%
Impostos Diferidos	183.780	(154.645)	-218,8%	8.536	(9.410)	192.316	(164.056)	-217,2%
Participação de não-controladores	11.694	(48.384)	-124,2%	(25)	(93)	11.669	(48.477)	-124,1%
Lucro do Período	(493.342)	838.767	-158,8%	-	-	(493.342)	838.767	-158,8%

 Balanço Patrimonial (Ativo)

Ativos	Informações Contábeis			Efeitos IFRS 10/11		Informações Financeiras Ajustadas		
	3T20	4T19	%	3T20	4T19	3T20	4T19	%
Ativos								
Circulante								
Disponibilidades	11.576	30.026	-61,4%	1.816	1.085	13.392	31.111	-57,0%
Títulos e Valores Mobiliários	913.065	751.198	21,5%	3.758	4.370	916.823	755.568	21,3%
Contas a Receber	281.185	249.904	12,5%	2.758	5.863	283.943	255.767	11,0%
Tributos a Recuperar	29.518	51.048	-42,2%	538	283	30.056	51.331	-41,4%
Adiantamentos	23.993	23.715	1,2%	530	563	24.523	24.278	1,0%
Despesas Antecipadas	10.116	10.599	-4,6%	1	-	10.117	10.599	-4,5%
Outros Valores a Receber	17.988	12.425	44,8%	3.148	2.702	21.136	15.127	39,7%
Total	1.287.441	1.128.915	14,0%	12.549	14.866	1.299.990	1.143.781	13,7%
Não Circulante								
Clientes	128.688	44.816	187,1%	10.228	2.632	138.916	47.448	192,8%
Depósitos e cauções	69.157	67.228	2,9%	307	300	69.464	67.528	2,9%
Tributos a Recuperar	41.211	32.814	25,6%	-	-	41.211	32.814	25,6%
Adiantamento para Futuro Aumento de Capital	3.667	-	0,0%	-	-	3.667	-	0,0%
Débito de Controladas e Coligadas	43.934	49.370	-11,0%	(43.934)	(43.968)	-	5.402	-100,0%
Outros Valores a Receber	47.184	17.146	175,2%	(3)	-	47.181	17.146	175,2%
Total	333.841	211.374	57,9%	(33.402)	(41.036)	300.439	170.338	76,4%
Permanente								
Investimentos	360.129	375.544	-4,1%	(343.330)	(353.197)	16.799	22.347	-24,8%
Propriedade para Investimento	16.321.340	16.830.590	-3,0%	483.356	508.135	16.804.696	17.338.725	-3,1%
Imobilizado	20.756	16.713	24,2%	-	1	20.756	16.714	24,2%
Intangível	154.632	127.295	21,5%	-	1	154.632	127.296	21,5%
Total	16.856.857	17.350.142	-2,8%	140.026	154.940	16.996.883	17.505.082	-2,9%
Total Ativo	18.478.139	18.690.431	-1,1%	119.173	128.770	18.597.312	18.819.201	-1,2%

 Balanço Patrimonial (Passivo)

Passivos	Informações Contábeis			Efeitos IFRS 10/11		Informações Financeiras Ajustadas		
	3T20	4T19	%	3T20	4T19	3T20	4T19	%
Passivos								
Circulante								
Empréstimos e Financiamentos	264.573	69.543	280,4%	-	-	264.573	69.543	280,4%
Fornecedores	53.426	27.722	92,7%	2.131	2.014	55.557	29.736	86,8%
Impostos e Contribuições a Recolher	15.808	30.608	-48,4%	317	1.310	16.125	13.918	-49,5%
Salários e Encargos Sociais	24.178	64.808	-62,7%	-	(22)	24.178	64.786	-62,7%
Impostos e Contribuições - parcelamentos	6.693	6.670	0,3%	-	-	6.693	6.670	0,3%
Provisão para Contingências	16.823	15.292	10,0%	202	187	17.025	15.479	10,0%
Obrigações a pagar por aquisição de shopping	-	205.224	-100,0%	-	-	-	205.224	-100,0%
Receita Diferida	14.198	15.102	-6,0%	441	826	14.639	15.928	-8,1%
Outros valores a pagar	33.382	32.999	1,2%	2.898	2.935	36.280	35.934	1,0%
Total	429.081	467.968	-8,3%	5.989	7.250	435.070	475.218	-8,4%
Não Circulante								
Empréstimos e Financiamentos	3.130.495	2.650.075	18,1%	-	-	3.130.495	2.650.075	18,1%
Provisão para Contingências	32.251	28.789	12,0%	25	26	32.276	28.815	12,0%
Impostos e Contribuições - a recolher	33.060	32.031	3,2%	-	-	33.060	32.031	3,2%
Impostos e Contribuições - parcelamentos	3.611	14.997	-75,9%	1.175	1.440	4.786	16.437	-70,9%
Obrigações a pagar por aquisição de shopping	318.271	275.810	15,4%	-	-	318.271	275.810	15,4%
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	3.403.153	3.578.373	-4,9%	84.775	93.313	3.487.928	3.671.686	-5,0%
Receita Diferida	36.844	44.995	-18,1%	911	706	37.755	45.701	-17,4%
Empréstimos de Empresas Ligadas	11.038	11.051	-0,1%	(11.038)	(10.967)	-	84	-100,0%
Outros Valores a Pagar	5.346	-	0,0%	-	-	5.346	-	0,0%
Total	6.974.069	6.636.121	5,1%	75.848	84.518	7.049.917	6.720.639	4,9%
Patrimônio Líquido								
Participação dos não controladores								
	528.928	545.499	-3,0%	11.394	11.060	540.322	556.559	-2,9%
Capital Social	10.406.862	10.404.891	0,0%	-	-	10.406.862	10.404.891	0,0%
Reservas de Capital	(126.684)	(121.314)	4,4%	-	-	(126.684)	(121.314)	4,4%
Reservas de Lucro	1.146.621	1.146.621	0,0%	25.942	25.942	1.172.563	1.172.563	0,0%
Ações em tesouraria	(301.297)	(303.256)	-0,6%	-	-	(301.297)	(303.256)	-0,6%
Lucros/Prejuízos Acumulados	(493.342)	-	0,0%	-	-	(493.342)	-	0,0%
Gastos com Emissão de Ações	(86.099)	(86.099)	-	-	-	(86.099)	(86.099)	-
Total	11.074.989	11.586.342	-4,4%	37.336	37.002	11.112.325	11.623.344	-4,4%
Total Passivo e Patrimônio Líquido	18.478.139	18.690.431	-1,1%	119.173	128.770	18.597.312	18.819.201	-1,2%

 Fluxo de Caixa

	2020	2020 IFRS 10/11
Lucro do Período dos Acionistas da Companhia	(505.012)	(505.036)
Ajustes para reconciliar o lucro líquido ao fluxo de caixa gerado pelas atividades operacionais	805.061	795.009
Depreciações e amortizações	24.089	24.088
Atualização de empréstimos e financiamentos	118.938	118.940
Atualização de obrigações a pagar por aquisições de shopping	44.688	44.688
Rendimento de títulos e valores mobiliários	(22.425)	(22.289)
Ajuste de linearização da receita e ajuste a valor presente	(176.568)	(168.908)
Ajuste do plano de opções e ações restritas	(1.768)	(1.768)
Provisões e encargos sociais sobre ações restritas	(2.963)	(2.963)
Provisão para processos judiciais, administrativos e obrigações legais	5.966	5.952
Ajuste a valor justo das propriedades para investimento	847.126	820.504
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(192.318)	(183.780)
Baixa de propriedade para investimento	6.604	6.604
Resultado de Equivalência patrimonial	40.225	44.614
Provisão para créditos de liquidação duvidosa	113.467	109.327
(Aumento) redução nos ativos e aumento (redução) nos passivos	(82.504)	(81.174)
Contas a receber	(65.778)	(64.627)
Impostos a recuperar	12.878	13.133
Adiantamentos	(245)	(278)
Despesas antecipadas	482	483
Depósitos e cauções	(1.936)	(1.929)
Fornecedores	25.821	25.704
Impostos e contribuições a recolher	10.822	11.040
Salários e encargos sociais	(39.288)	(39.310)
Provisão para processos judiciais, administrativos e obrigações legais	(959)	(959)
Imposto de renda e contribuição social pagos	(28.654)	(27.614)
Outros	4.353	3.183
Disponibilidades líquidas aplicadas nas atividades operacionais	217.545	208.799
Fluxo de caixa das atividades de investimentos	(581.727)	(573.402)
Compra (resgate) de títulos e valores mobiliários	(138.830)	(139.578)
Aquisição de ativos imobilizado e intangível	(55.467)	(55.469)
Aquisição e construção de propriedades para investimento	(358.101)	(356.258)
Adiantamento para futuro aumento de capital em subsidiária / Cotas	(29.329)	(32.996)
Operação com partes relacionadas	-	5.423
Dividendos recebidos	-	5.476
Fluxos de caixa das atividade de financiamentos	346.463	346.153
Obtenção de empréstimos	1.003.450	1.003.450
Pagamento de juros sobre empréstimos	(66.796)	(66.796)
Pagamento de empréstimos	(380.144)	(380.144)
Pagamento de obrigações a pagar por aquisições de shopping	(207.451)	(207.451)
Aumento de capital	1.971	1.971
Dividendos pagos a acionistas não controladores	(4.567)	(4.877)
Aumento/Redução de caixa e equivalentes de caixa, líquidos	(17.719)	(18.450)
Disponibilidades e valores equivalentes no início do período	31.111	30.026
Disponibilidades e valores equivalentes no final do período	13.392	11.576
Varição de caixa e equivalentes de caixa, líquidos	(17.719)	(18.450)

Indicadores Financeiros Trimestrais

Informações Contábeis				Informações Financeiras Ajustadas			
	3T20	3T19	%		3T20	3T19	%
Receita Bruta	212.752	342.577	-37,9%	Receita Bruta	222.707	358.084	-37,8%
(-) Prestação de Serviços	(13.847)	(30.436)	-54,5%	(-) Prestação de Serviços	(13.265)	(28.843)	-54,0%
(-) Custos	(18.751)	(31.270)	-40,0%	(-) Custos	(22.679)	(35.760)	-36,6%
(+) Debêntures do Araguaia	156	1.915	-91,9%	(+) Debêntures do Araguaia	156	1.915	-91,9%
(-) Crédito PIS/COFINS	(2.934)	(2.999)	-2,2%	(-) Crédito PIS/COFINS	(3.201)	(3.295)	-2,9%
NOI	177.376	279.787	-36,6%	NOI	183.718	292.101	-37,1%
Margem %	89,2%	89,6%	-0,4 p.p	Margem %	87,7%	88,7%	-1,0 p.p

Informações Contábeis				Informações Financeiras Ajustadas			
	3T20	3T19	%		3T20	3T19	%
Receita Líquida	198.352	314.550	-36,9%	Receita Líquida	207.753	328.995	-36,9%
(+) Custos e Despesas	(85.587)	(80.783)	5,9%	(+) Custos e Despesas	(90.966)	(85.305)	6,6%
(+) Depreciação e Amortização	8.448	5.218	61,9%	(+) Depreciação e Amortização	8.448	5.218	61,9%
(+) Outros Resultados Operacionais	(451)	75.011	-100,6%	(+) Outros Resultados Operacionais	(453)	75.006	-100,6%
(+) Resultado de equivalência patrimonial	(5.006)	7.600	-165,9%	(+) Resultado de equivalência patrimonial	(8.905)	(695)	1181,3%
EBITDA	115.756	321.596	-64,0%	EBITDA	115.877	323.219	-64,1%
(+) Propriedades para Investimento	-	(18.847)	-100,0%	(-) Ajuste de Outros Resultados Operacionais	-	(77.784)	-100,0%
(+) Ajuste Equivalência Patrimonial - PPI líquido de imposto	-	-	-	(+) Ajuste Equivalência Patrimonial - PPI líquido de imposto	-	-	-
(+) Debêntures do Araguaia	156	1.915	-91,9%	(+) Debêntures do Araguaia	156	1.915	-91,9%
EBITDA Ajustado	115.912	304.664	-62,0%	EBITDA Ajustado	116.033	247.350	-53,1%
Margem %	58,4%	96,9%	-38,5 p.p	Margem %	55,9%	75,2%	-19,3 p.p

Informações Contábeis				Informações Financeiras Ajustadas			
	3T20	3T19	%		3T20	3T19	%
Lucro Líquido	7.810	258.462	-97,0%	Lucro Líquido	7.810	258.462	-97,0%
(+) Depreciação e Amortização	8.448	5.218	61,9%	(+) Depreciação e Amortização	8.448	5.218	61,9%
FFO	16.258	263.680	-93,8%	FFO	16.258	263.680	-93,8%
(+) Swap a Mercado (MTM)	-	-	-	(+) Swap a Mercado (MTM)	-	-	-
(+) Ajuste Impostos Não Caixa	29.399	5.945	394,5%	(+) Ajuste Impostos Não Caixa	29.690	6.150	382,8%
(+) Propriedades para Investimento	-	(18.847)	-100,0%	(-) Ajuste de Outros Resultados Operacionais	-	(77.784)	-100,0%
(+) Ajuste Equivalência Patrimonial - PPI líquido de imposto	-	-	-	(+) Ajuste Equivalência Patrimonial - PPI líquido de imposto	-	-	-
(+) Participação Minoritária (Prop. para Inv.)	-	-	-	(+) Participação Minoritária (Prop. para Inv.)	-	-	-
FFO Ajustado	45.657	250.778	-81,8%	FFO Ajustado	45.948	192.046	-76,1%
Margem %	23,0%	79,7%	-56,7 p.p	Margem %	22,1%	58,4%	-36,3 p.p

Indicadores Financeiros Acumulados

Informações Contábeis				Informações Financeiras Ajustadas			
	9M20	9M19	%		9M20	9M19	%
Receita Bruta	704.901	1.005.507	-29,9%	Receita Bruta	734.955	1.058.839	-30,6%
(-) Prestação de Serviços	(58.402)	(83.473)	-30,0%	(-) Prestação de Serviços	(54.729)	(80.766)	-32,2%
(-) Custos	(83.194)	(96.974)	-14,1%	(-) Custos	(92.783)	(111.525)	-16,8%
(+) Debêntures do Araguaia	1.849	5.858	-68,4%	(+) Debêntures do Araguaia	1.849	5.858	-68,4%
(-) Crédito PIS/COFINS	(9.271)	(9.464)	-2,0%	(-) Crédito PIS/COFINS	(10.005)	(10.396)	-3,8%
NOI	555.883	821.454	-32,3%	NOI	579.287	862.010	-32,8%
Margem %	86,0%	89,1%	-3,1 p.p	Margem %	85,2%	88,1%	-2,9 p.p

Informações Contábeis				Informações Financeiras Ajustadas			
	9M20	9M19	%		9M20	9M19	%
Receita Líquida	660.843	922.870	-28,4%	Receita Líquida	689.265	972.768	-29,1%
(+) Custos e Despesas	(280.526)	(245.454)	14,3%	(+) Custos e Despesas	(293.678)	(260.150)	12,9%
(+) Depreciação e Amortização	24.088	15.708	53,3%	(+) Depreciação e Amortização	24.089	15.710	53,3%
(+) Outros Resultados Operacionais	(845.834)	529.114	-259,9%	(+) Outros Resultados Operacionais	(872.457)	560.776	-255,6%
(+) Resultado de equivalência patrimonial	(44.614)	46.921	-195,1%	(+) Resultado de equivalência patrimonial	(40.225)	(4.853)	728,9%
EBITDA	(486.043)	1.269.159	-138,3%	EBITDA	(493.006)	1.284.251	-138,4%
(+) Propriedades para Investimento	820.504	(474.132)	-273,1%	(-) Ajuste de Outros Resultados Operacionais	862.510	(565.510)	-252,5%
(+) Ajuste Equivalência Patrimonial - PPI líquido de imposto	18.156	(23.734)	-176,5%	(+) Ajuste Equivalência Patrimonial - PPI líquido de imposto	-	-	-
(+) Debêntures do Araguaia	1.849	5.858	-68,4%	(+) Debêntures do Araguaia	1.849	5.858	-68,4%
EBITDA Ajustado	354.466	777.151	-54,4%	EBITDA Ajustado	371.353	724.599	-48,8%
Margem %	53,6%	84,2%	-30,6 p.p	Margem %	53,9%	74,5%	-20,6 p.p

Informações Contábeis				Informações Financeiras Ajustadas			
	9M20	9M19	%		9M20	9M19	%
Lucro Líquido	(493.342)	838.767	-158,8%	Lucro Líquido	(493.342)	838.767	-158,8%
(+) Depreciação e Amortização	24.088	15.708	53,3%	(+) Depreciação e Amortização	24.089	15.710	53,3%
FFO	(469.254)	854.475	-154,9%	FFO	(469.253)	854.477	-154,9%
(+) Swap a Mercado (MTM)	-	(2.777)	-100,0%	(+) Swap a Mercado (MTM)	-	(2.777)	-100,0%
(+) Ajuste Impostos Não Caixa	(156.265)	213.228	-173,3%	(+) Ajuste Impostos Não Caixa	(163.662)	222.638	-173,5%
(+) Propriedades para Investimento	820.504	(474.132)	-273,1%	(-) Ajuste de Outros Resultados Operacionais	862.510	(565.510)	-252,5%
(+) Ajuste Equivalência Patrimonial - PPI líquido de imposto	18.156	(23.734)	-176,5%	(+) Ajuste Equivalência Patrimonial - PPI líquido de imposto	-	-	-
(+) Participação Minoritária (Prop. para Inv.)	(27.736)	13.669	-302,9%	(+) Participação Minoritária (Prop. para Inv.)	(27.736)	13.669	-302,9%
FFO Ajustado	185.405	580.729	-68,1%	FFO Ajustado	201.859	522.497	-61,4%
Margem %	28,1%	62,9%	-34,8 p.p	Margem %	29,3%	53,7%	-24,4 p.p

Teleconferência de Resultados**DATA**

13 de novembro de 2020

PORTUGUÊS E INGLÊS**HORÁRIO**

11:00 (Brasília)

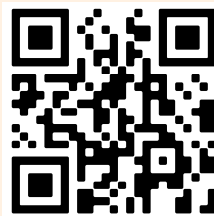
09:00 (US EDT)

TELEFONES

+55 11 3127-4971 (BRA)

+55 11 3728-5971 (BRA)

1-516-3001066 (EUA)



**Webcast
Português**



**Webcast
Inglês**

**CONTATO E
EQUIPE DE RI**

Frederico Villa
CFO

Derek Tang
Diretor de Finanças & RI

Marina Coelho
Gerente de Finanças & RI

Guilherme Lahr
Coordenador

Isabela Nauenberg
Estagiária

ri@brmalls.com.br
Tel.: +55 21 3138-9900

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.