

# Apresentação Institucional



**IGUATEMI**

Empresa de Shopping Centers SA

**2T19**



# Agenda

---

- Entregando crescimento lucrativo desde o IPO
- Como a Iguatemi vai crescer de 2019 em diante
- Pipeline de projetos
- Overview do portfólio
- Destaques financeiros e operacionais
- Apêndice
  - Dinâmicas do mercado
  - Leis Brasileiras que regulam o setor
  - *Key Performance Indicators*
  - Programas Socioambientais
  - Mercado de capitais
  - Ficha técnica dos shoppings

# Visão geral

## Destaques

- ☉ Portfólio composto por 15<sup>(1)</sup> shoppings, 2 outlets e 3 torres comerciais, totalizando 728 mil m<sup>2</sup> de ABL (456) mil m<sup>2</sup> de ABL própria
- ☉ Operações focadas nas regiões Sul e Sudeste do Brasil e nas classes A e B
- ☉ Única operadora de shoppings que possui sua marca reconhecida dentre as 60 marcas mais valiosas no Brasil, pelo 11º ano consecutivo
- ☉ Uma das empresas mais bem ranqueadas na indústria, com rating 'brAAA' pela S&P e 'AAA(bra)' pela Fitch
- ☉ Sólidas taxas de crescimento: vendas atingiram R\$13,7 bilhões em 2018, um aumento de 3,2% em comparação a 2017

## Ativos Selecionados



**JK Iguatemi**



**Iguatemi São Paulo**



**Iguatemi Campinas**



**Iguatemi Porto Alegre**



**Iguatemi Brasília**



**Iguatemi Alphaville**

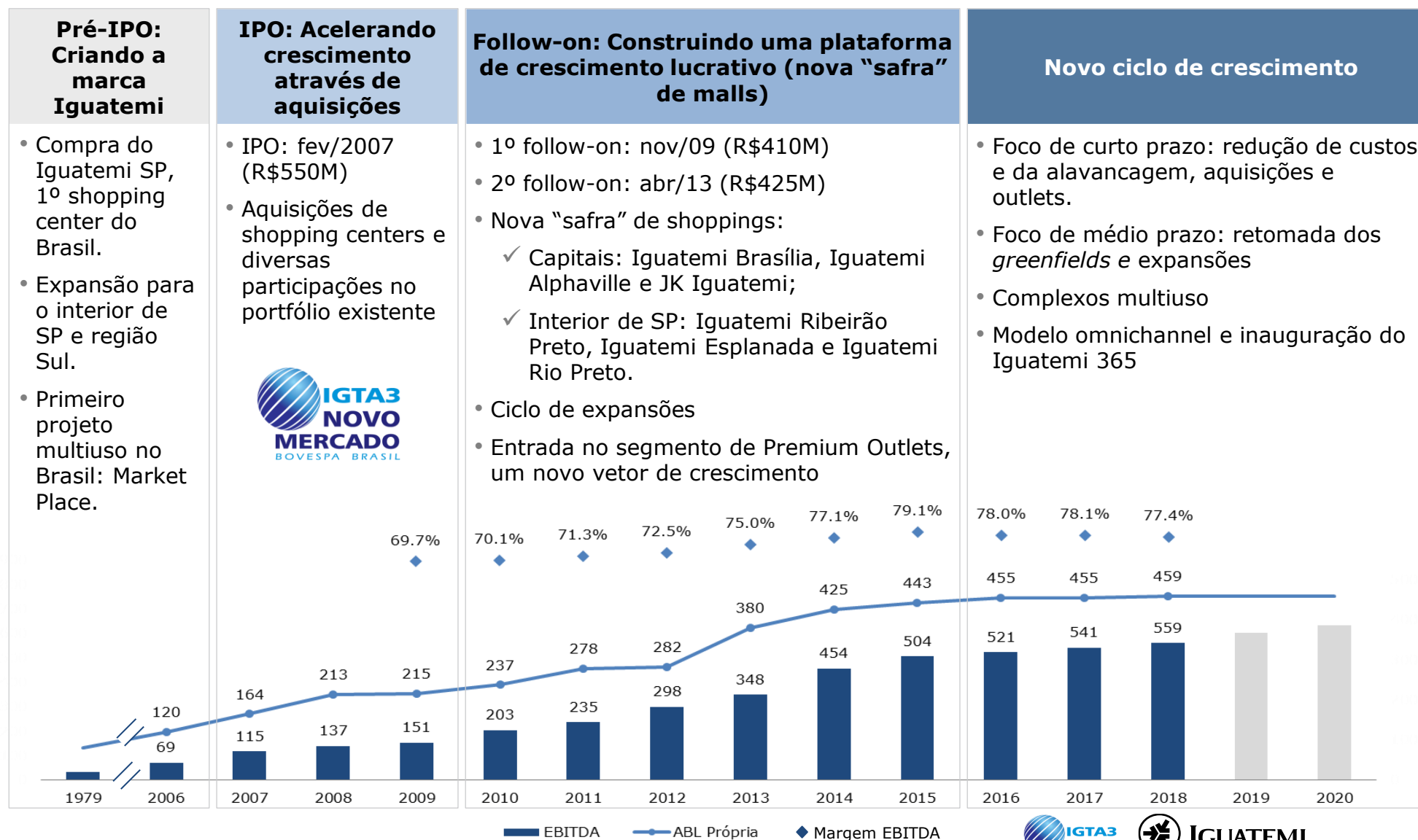
(1) Considera o Shopping Esplanada e o Iguatemi Esplanada como um único complexo.

# Agenda

- **Entregando crescimento lucrativo desde o IPO**

- Como a Iguatemi vai crescer de 2019 em diante
- Pipeline de projetos
- Overview do portfólio
- Destaques financeiros e operacionais
- Apêndice
  - Dinâmicas do mercado
  - Leis Brasileiras que regulam o setor
  - *Key Performance Indicators*
  - Programas Socioambientais
  - Mercado de capitais
  - Ficha técnica dos shoppings

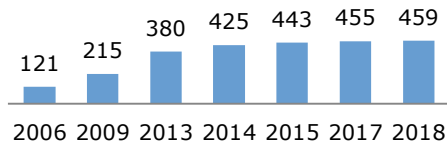
# A Iguatemi criou a plataforma para implementar um crescimento lucrativo, resiliente e sustentável



(1) Ajustado pela venda do Boulevard Rio Iguatemi.

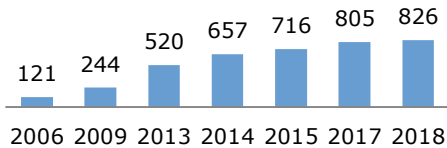
# Crescimento de qualidade resultou em maior lucratividade por ABL

**ABL própria (mil m²)**



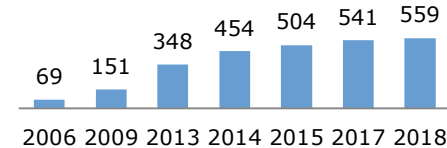
**12% CAGR**  
ABL Própria cresceu  
3,8x

**Receita bruta (R\$ milhões)**



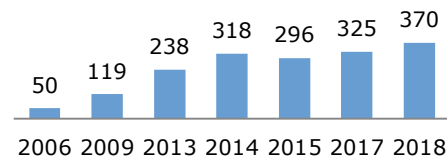
**17% CAGR**  
Receita cresceu 6,8x

**EBITDA (R\$ milhões)**



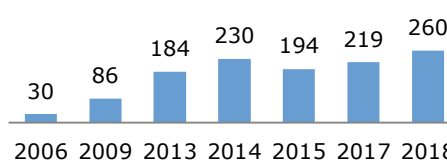
**19% CAGR**  
EBITDA aumentou  
8,1x

**FFO (R\$ milhões)**



**18% CAGR**  
FFO aumentou  
7,4x

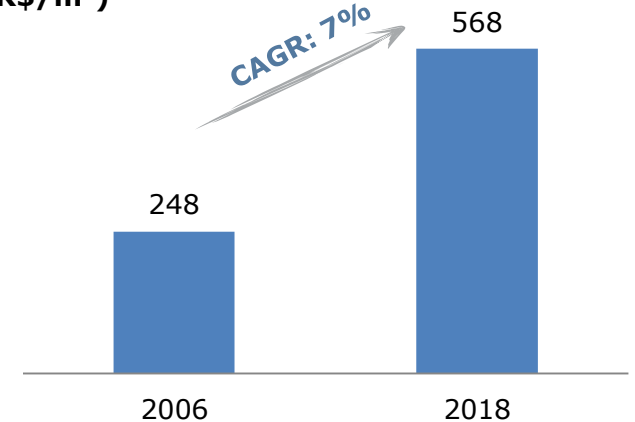
**Lucro líquido (R\$ milhões)**



**20% CAGR**  
Lucro líquido cresceu  
8,7x

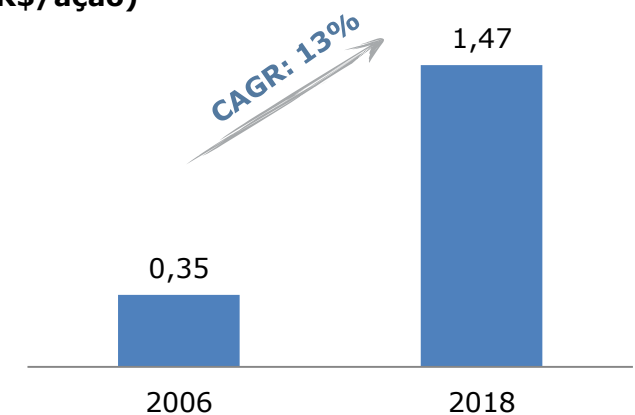
**Lucro líquido / m²**

(R\$/m²)



**Lucro líquido / ação**

(R\$/ação)





# Entrega consistente dos *guidances* desde 2009

ENTREGUE

	2009		2010		2011		2012		2013	
	Guidance	Real	Guidance	Real	Guidance	Real	Guidance	Real	Guidance	Real
Crescimento de Receita Líq.	9-12%	14,5%	15-17%	21,2%	25-30%	25,0%	25-30%	24,6% <sup>(1)</sup>	15-20%	13,0% <sup>(3)</sup>
Margem EBITDA	~70%	69,7%	70-72%	70,1%	70-72%	71,3%	~70%	72,5% <sup>(2)</sup>	70-72%	75,0%
EBITDA (R\$ mm)	N/A	151	N/A	203	N/A	235	N/A	298	330-355 <sup>(3)</sup>	348
Permutas de VGV (R\$ mm)	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	20-30	27,4	20-30	30,1
CAPEX (R\$ mm)	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

	2014		2015		2016		2017		2018	
	Guidance	Real	Guidance	Real	Guidance	Real	Guidance	Real	Guidance	Real
Crescimento de Receita Líq.	N/A	27,1%	12-15%	8,1% <sup>(5)</sup>	5-10%	5,0%	2-7%	3,6%	2-7%	4,2%
Margem EBITDA	72-75%	77,1%	76-79%	79,1%	73-77%	78,0%	73-77%	78,1%	75-79%	77,4%
EBITDA (R\$ mm)	450-500	454	502-536 <sup>(4)</sup>	504	487-526 <sup>(4)</sup>	521	498-550 <sup>(4)</sup>	541	N/A	N/A
Permutas de VGV (R\$ mm)	20-30	22,5	N/A	19,2	N/A	-	N/A	-	N/A	N/A
CAPEX (R\$ mm)	N/A	N/A	N/A	N/A	150-170 <sup>(6)</sup>	155	80-130 <sup>(7)</sup>	98,1	170-220	169,9

(1) A receita líquida teria crescido 27,7% em 2012 se o Boulevard Rio Iguatemi não tivesse sido vendido. Alternativamente, a receita líquida cresceu 28,7% em 2012 ao excluirmos a receita do Boulevard Iguatemi de 2011-2012.

(2) Margem EBITDA ajustada (e crescimento do EBITDA ajustado) desconsideram outras receitas operacionais de R\$ 108,2 milhões, referentes à venda do Boulevard Rio Iguatemi.

(3) Atingimento do EBITDA implícito indicado pelo *guidance* de crescimento de receita líquida e margem EBITDA (*guidance* implícito de R\$ 330-355 milhões vs. EBITDA realizado de R\$ 347.8 milhões).

(4) EBITDA implícito associado ao *guidance* de crescimento de receita líquida e margem EBITDA.

(5) Crescimento de receita líquida foi de 8% devido ao adiamento da expansão do Iguatemi Porto Alegre para abril/2016 (originalmente estimado para setembro/2015).

(6) Base caixa. (7) Base competência.

## Guidance 2019

Crescimento da Receita Líquida	5 – 10%
--------------------------------	---------

Margem EBITDA	75 – 79%
---------------	----------

Investimento (R\$ milhões) <sup>(1)</sup>	150 - 200
---	-----------

(1) Inclui manutenção, reinvestimento, projetos e capitalizações.



# Como a Iguatemi cresceu até agora?



# A Iguatemi entregou *greenfields* de qualidade



# I Fashion Outlet Santa Catarina - SC

## (Dez 2018)



# Iguatemi São José Do Rio Preto – SP (Abr 2014)





# Iguatemi Ribeirão Preto – SP (Set 2013)



# I Fashion Outlet Novo Hamburgo – RS

## (Set 2013)



# Ativos já existentes em 2007 apresentaram forte crescimento orgânico e diversos deles foram expandidos

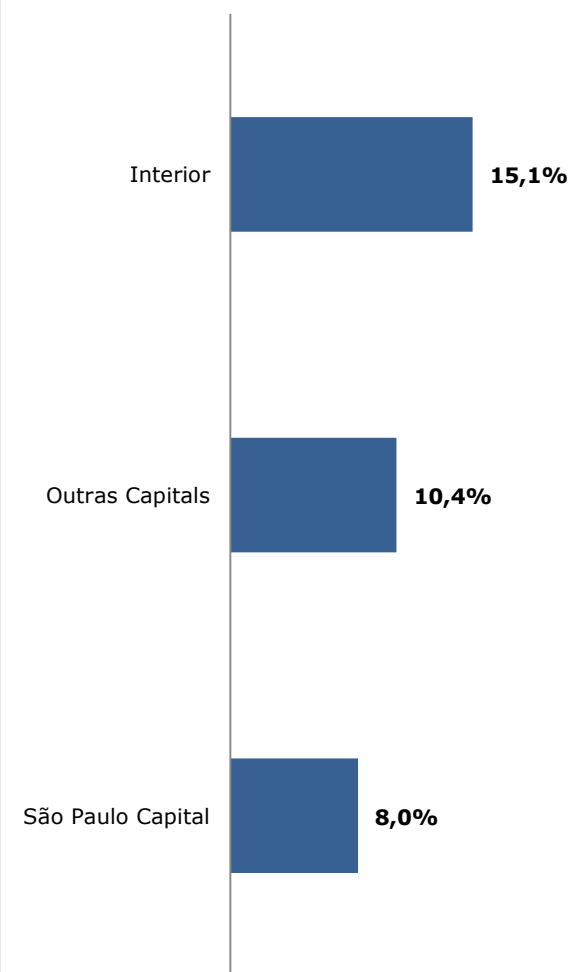




# A constante reavaliação do mix de lojas permitiu uma boa performance ao longo dos anos

Ativos existentes antes do IPO	Receita <sup>(1)</sup> /m <sup>2</sup> 2010	Receita <sup>(1)</sup> /m <sup>2</sup> 2018	Receita <sup>(1)</sup> /m <sup>2</sup> CAGR 2010-2018	Receita <sup>(1)</sup> CAGR 2010-2018
Iguatemi São Paulo	3.213	4.733	5,7%	8,7%
Market Place	1.379	1.927	4,9%	5,2%
<b>Subtotal – São Paulo Capital</b>	<b>2.492</b>	<b>3.745</b>	<b>6,0%</b>	<b>8,0%</b>
Praia de Belas	1.189	1.593	4,3%	11,0%
Iguatemi Porto Alegre	1.759	2.326	4,1%	11,4%
Iguatemi Florianópolis	1.161	1.641	5,1%	5,7%
<b>Subtotal - Outras Capitais</b>	<b>1.437</b>	<b>1.961</b>	<b>4,5%</b>	<b>10,4%</b>
Iguatemi Campinas	1.214	2.015	7,5%	11,8%
Iguatemi São Carlos	319	737	12,7%	15,3%
Galleria	583	1.050	8,8%	13,9%
Esplanada <sup>(2)</sup>	1.165	1.425	2,9%	16,1%
Iguatemi Caxias	-	971	-	-
<b>Subtotal - Interior</b>	<b>763</b>	<b>1.431</b>	<b>9,4%</b>	<b>15,1%</b>
Torres Market Place	772	765	-0,1%	-0,4%
Power Center Iguatemi Campinas	78	151	9,8%	10,2%
<b>Subtotal - Outros</b>	<b>424</b>	<b>451</b>	<b>0,9%</b>	<b>0,9%</b>

Receita <sup>(1)</sup> CAGR 2010 - 2018



(1) Inclui Aluguel Mínimo + *Overage* + Locação Temporária e Estacionamento.

(2) Contempla o complexo Esplanada, composto pelo Shopping Esplanada e Iguatemi Esplanada.

# Expansão do Iguatemi Porto Alegre – RS (Abr 2016)

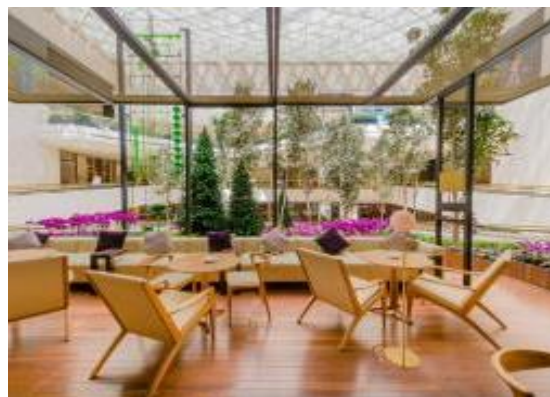


Inaugurada em 27 de Abril de 2016 com 90% da ABL locada.  
ABL da expansão: 20.376 m<sup>2</sup>.



# Expansão do Iguatemi São Paulo – SP

## Main Plaza (Mai 2015) & expansão (Set 2015)



DOLCE & GABBANA  
*Cartier*

P · I · S · E · L · L · I  
SAINT LAURENT  
PARIS

Expansão inaugurada em Setembro de 2015 com 75% da ABL locada.  
ABL da expansão: 1.188 m<sup>2</sup>.



# Expansão do Iguatemi Campinas – SP (Abr 2015)



Inaugurada em 30 de Abril de 2015 com 90% da ABL locada  
ABL da expansão: 19.979 m<sup>2</sup>.

# Expansão do Iguatemi São Carlos – SP (Jun 2014)





# Expansão Iguatemi Esplanada – SP (Nov 2013)

 **Formula**

**A | N | Y**  
**A | N | Y**

**JOHN  JOHN**

Calvin Klein Jeans

**SCHUTZ**

**MAC**

**TRACK  
& FIELD**

VIVARA

 **LE LIS BLANC**

**etna**

**ZARA**

**CMICADO**



**SHOULDER**

 **Cinépolis**



# Expansão do Praia De Belas – RS (Nov 2013)

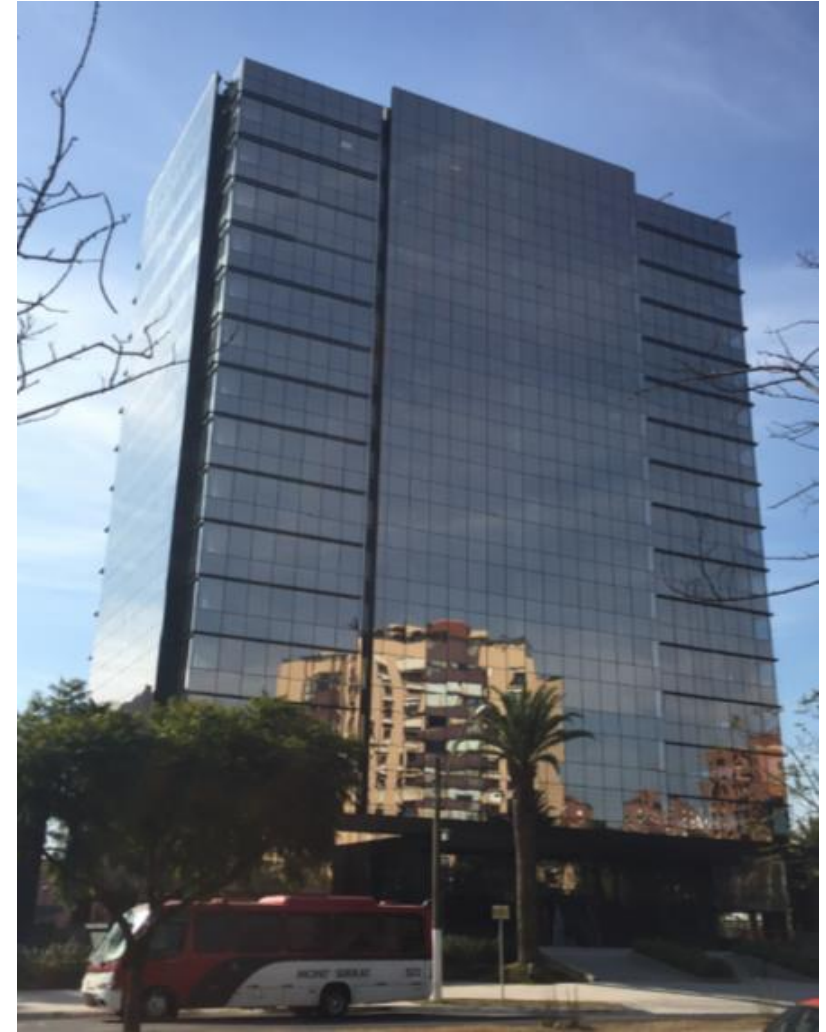




# Projetos multiuso e torres no entorno dos shoppings contribuíram para o aumento do fluxo



# Iguatemi Porto Alegre Tower – RS (Jun 2016)



ABL Total: 10.692 m<sup>2</sup>.

# VGVs no Iguatemi Ribeirão Preto

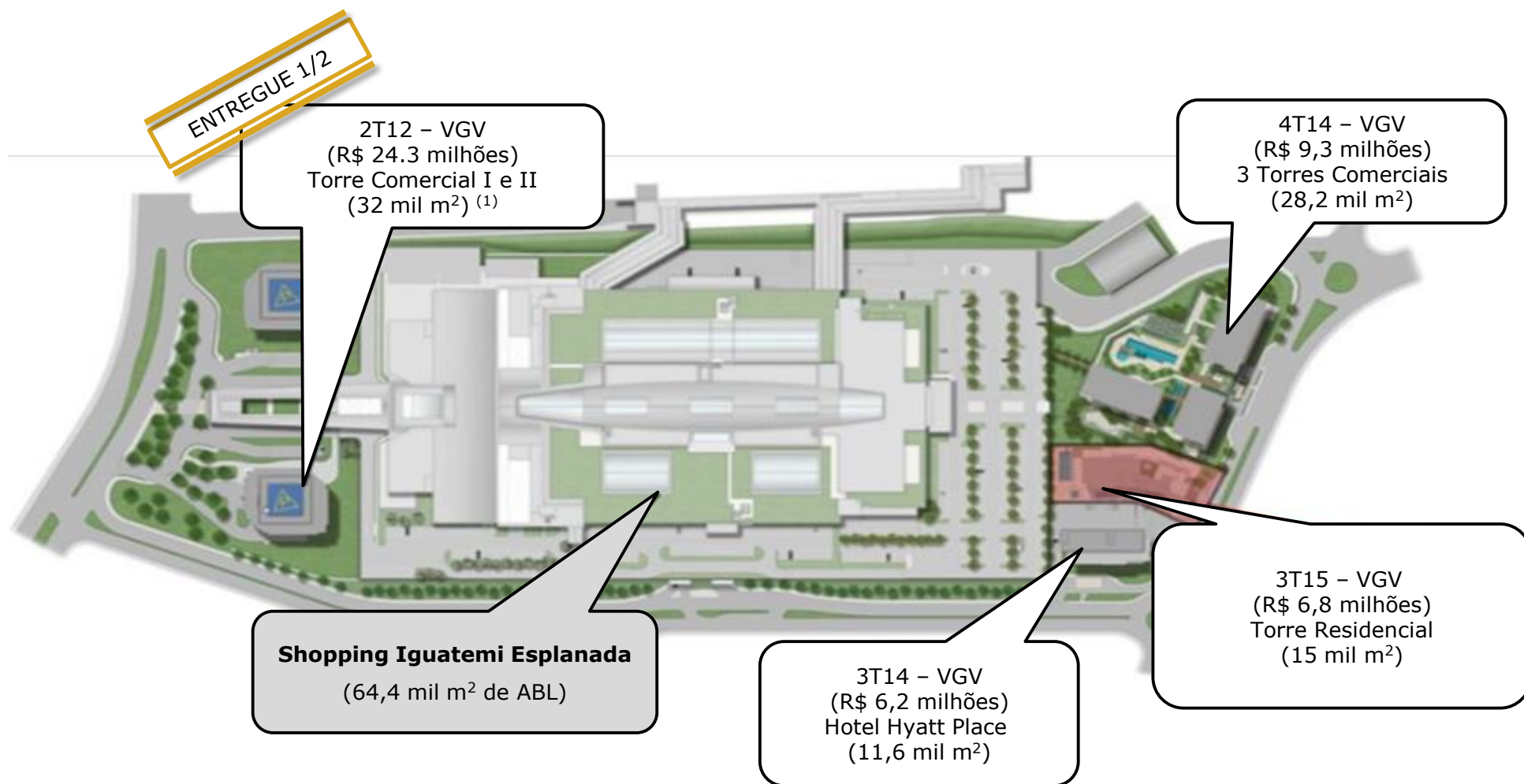


(1) Torre Comercial 2 entregue em Novembro de 2013, em parceria com a Brookfield

(2) Torre Comercial 1 entregue em Maio de 2018, em parceria com a Brookfield



# VGVs no Iguatemi Esplanada



(1) Torre Comercial 1 entregue em Junho de 2015, em parceria com a BKO

# VGVs no Iguatemi São José do Rio Preto



(1) Entregue em Agosto de 2016, em parceria com a Hyatt

(2) Entregue em Maio de 2017, em parceria com a Rodobens

(3) Entregue em Julho de 2016, em parceria com a BKO



# Torre no Galleria

4T18  
(R\$ 125,0 milhões)  
Torre Comercial  
(14,5 mil m<sup>2</sup>)



**Shopping Galleria**  
(33,1 mil m<sup>2</sup> de ABL)



# VGVs no Praia de Belas



(1) Torres entregue em Junho de 2015, em parceria com a Maiojama

(2) Torres entregue em Julho de 2015, em parceria com a Maiojama

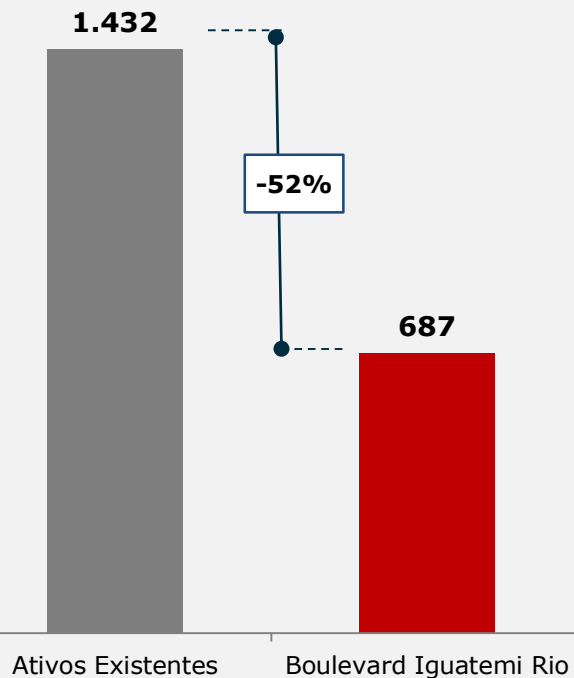


# A Iguatemi desinvestiu de ativos que não se enquadravam em sua estratégia



# Desinvestimento de propriedades não alinhadas com nossa estratégia

## Receita 2011 (R\$/m²/ano)



## Desinvestimento

### Boulevard Iguatemi Rio

- Vendido em 2012 por 18,3x NOI (5,6% cap rate)
- Propriedade não estava alinhada com a estratégia de ter os "melhores ativos nas melhores localizações"

ABL Total (m²)	R\$ / m² / ano
26.100	687

# Desinvestimento de propriedades não alinhadas com nossa estratégia

## Desinvestimento

### Iguatemi Caxias

Ativo desenquadrado da estratégia da Companhia:

- Participação minoritária com baixa possibilidade de aquisições futuras;
- Ativo em localização não prioritária segundo estratégia de alocação de capital da Companhia;
- Iguatemi não exercia a administração do ativo.

Fixa técnica	
ABL Total (m²)	30.324
% IGTA	8,4%
Localização	Caixas do Sul (RS)
Receita / m2 / mês (R\$)	971

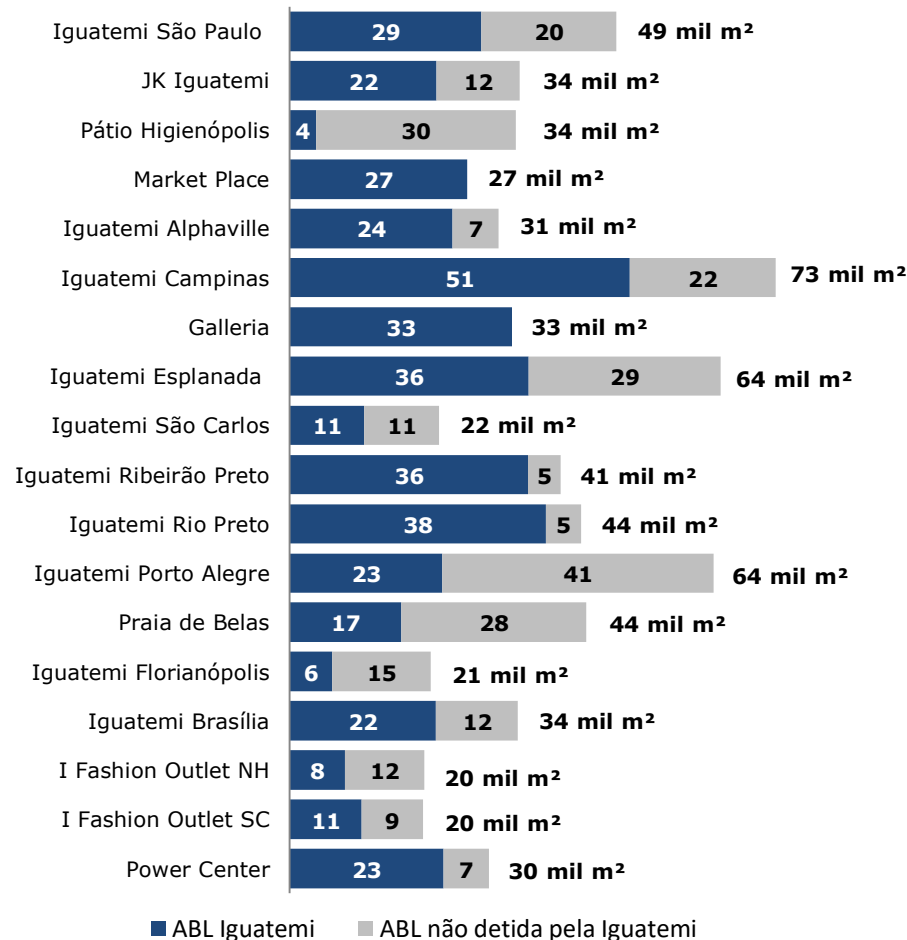
# A Iguatemi adquiriu 4 novos ativos e 18 participações em ativos que já pertenciam ao seu portfólio



# Aquisições realizadas desde o IPO e potencial de futuras oportunidades

Aquisição adicionais em Shoppings do Grupo	Ano	% Adquirido	ABL (mil m <sup>2</sup> )
Pátio Higienópolis	2018	0,3%	0,1
Pátio Higienópolis	2015	8,4%	2,8
JK Iguatemi	2014	14,0%	4,9
Galleria Shopping	2013	50,0%	16,6
Iguatemi São Carlos	2012	5,0%	1,0
Iguatemi São Paulo	2011	7,0%	3,0
Iguatemi Campinas	2011	5,0%	2,7
Esplanada Shopping	2011	4,8%	1,3
Iguatemi Rio	2011	8,2%	2,1
Esplanada Shopping	2011	3,4%	0,9
Torre Market Place II	2008	100,0%	13,4
Torre Market Place I	2008	100,0%	15,7
Market Place	2007	68,0%	17,7
Esplanada Shopping	2007	2,3%	0,7
Iguatemi Florianópolis	2007	10,0%	2,0
Iguatemi São Paulo	2007	11,0%	4,5
Esplanada Shopping	2007	2,4%	0,7
Iguatemi Rio	2007	3,0%	0,8
Iguatemi Porto Alegre	2007	3,8%	1,5
Iguatemi Rio	2007	30,0%	8,5
Área Proprietária <sup>(1)</sup>	2007	100,0%	3,7
<b>Total</b>			<b>104,6</b>
Aquisições de Novos Ativos	Ano	% Adquirido	ABL (mil m <sup>2</sup> )
Pátio Higienópolis	2015	2,8%	1,0
I Fashion Outlet NH	2013	41,0%	8,2
Esplanada Shopping	2007	25,0%	7,1
Galleria Shopping	2007	50,0%	11,9
<b>Total</b>			<b>28,2</b>
<b>TOTAL</b>			<b>132,8</b>

## ABL (mil m<sup>2</sup>)



**ABL não detida pela Iguatemi: 265 mil m<sup>2</sup>(2)**

(1) Área no Complexo Esplanada detida pela Iguatemi através de um subsidiário.

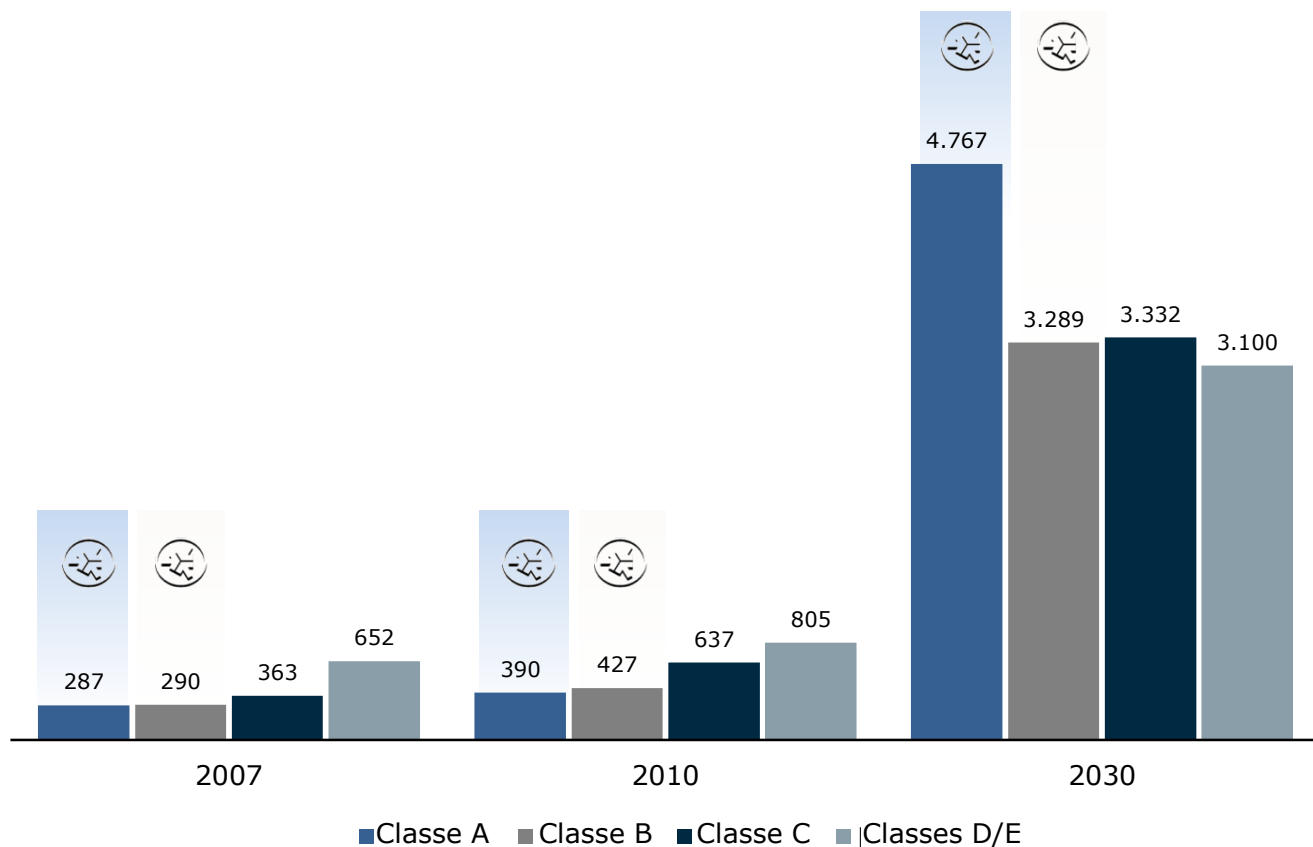
(2) Não inclui torres. Participação média

# Agenda

- Entregando crescimento lucrativo desde o IPO
- **Como a Iguatemi vai crescer de 2019 em diante**
- Pipeline de projetos
- Overview do portfólio
- Destaques financeiros e operacionais
- Apêndice
  - Dinâmicas do mercado
  - Leis Brasileiras que regulam o setor
  - *Key Performance Indicators*
  - Programas Socioambientais
  - Mercado de capitais
  - Ficha técnica dos shoppings

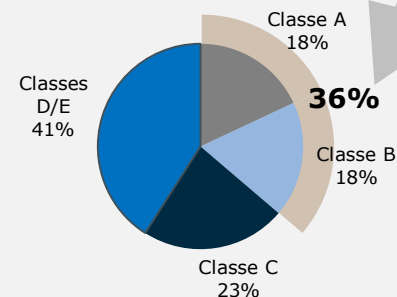
# A Iguatemi vai continuar a focar em alta renda e segmentos de alto crescimento...

## Distribuição de Renda – Por Classe Econômica (R\$ bilhões)

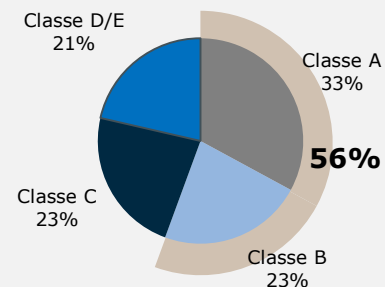


CAGR	2007 - 2010	2010- 2030E
Classe A	11%	13%
Classe B	14%	11%
Classe C	21%	9%
Classes D/E	7%	7%

**2007**



**2030E**

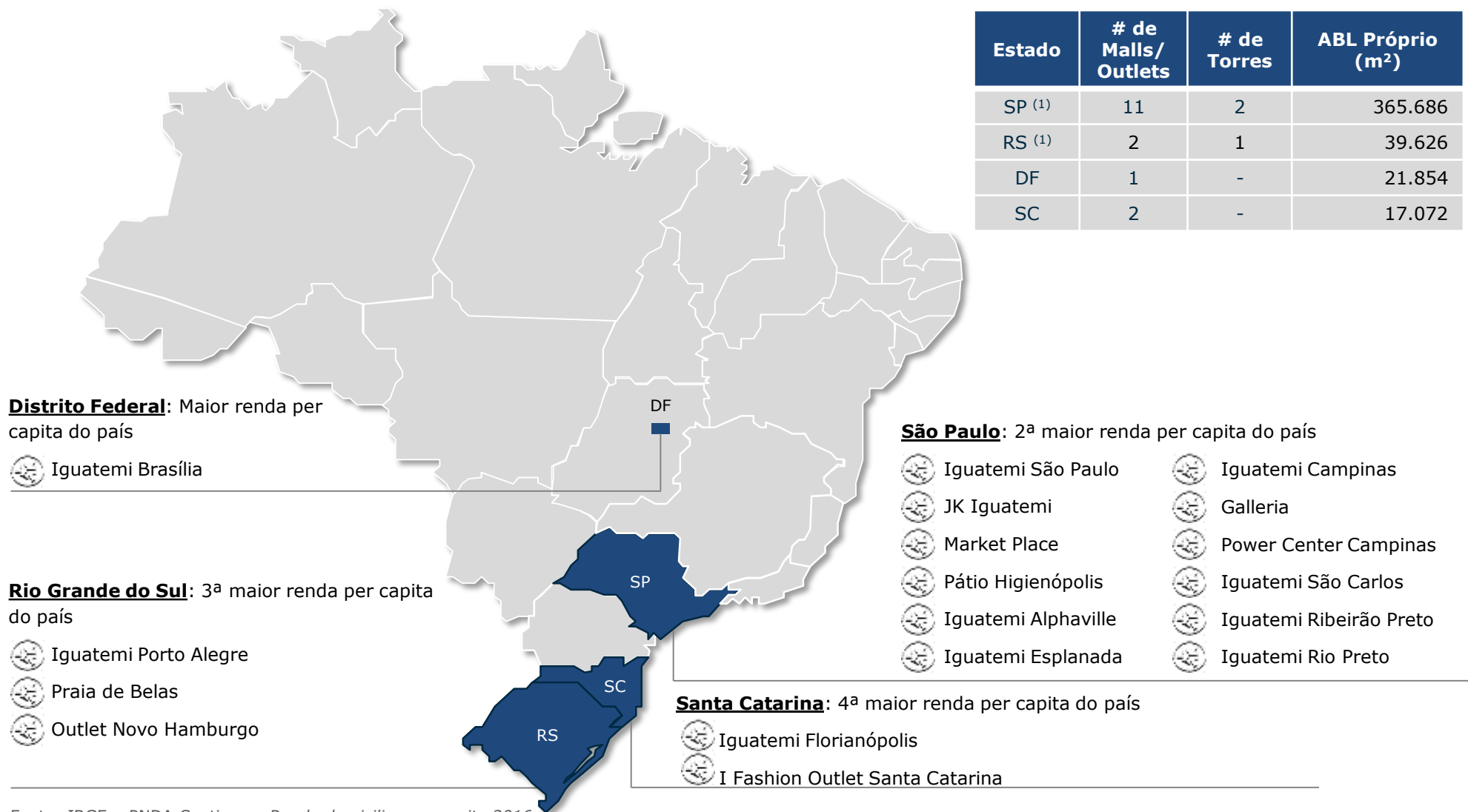


(1) Renda por Classe: A: > US\$ 4.706; B: > US\$2.353 e < US\$4.706; C: > US\$1.176 e < US\$2.353; D: > US\$588 e < US\$1.176; E: < US\$588

(2) Fonte: FGV e projeções Ernst & Young



## ... principalmente nas regiões Sul e Sudeste...

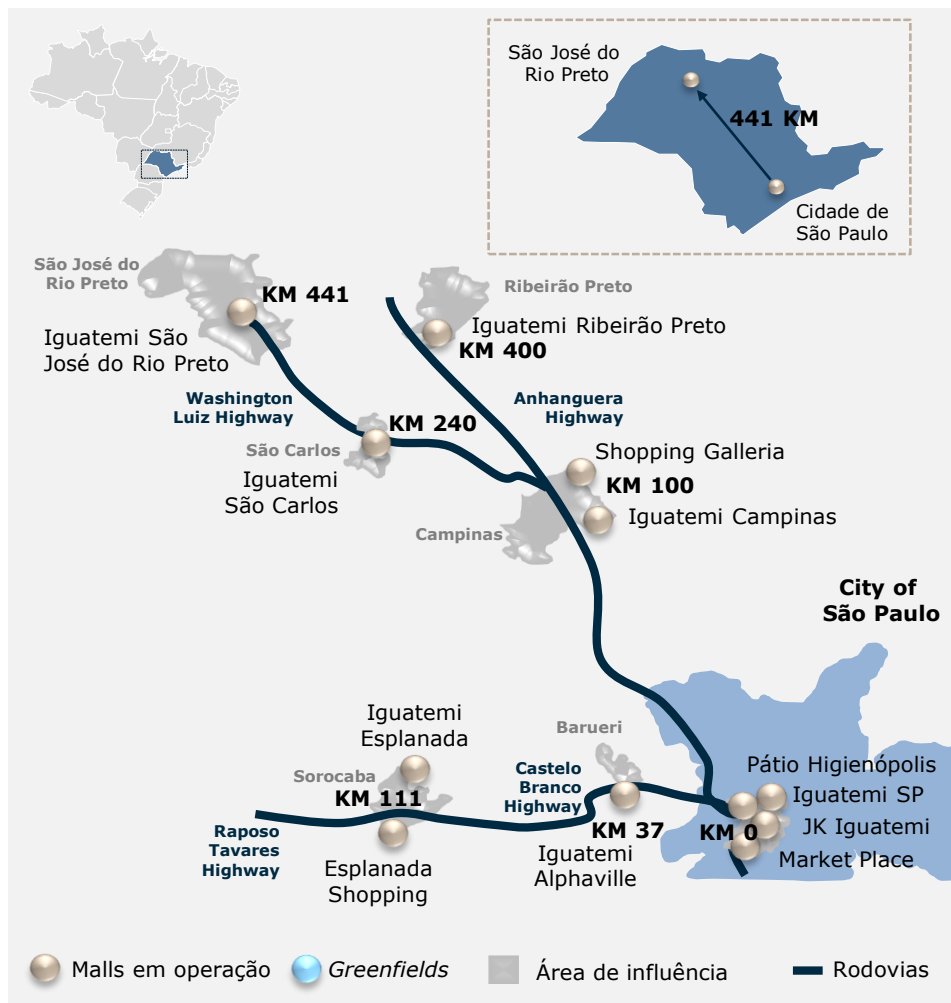


Fonte: IBGE – PNDA Continua - Renda domiciliar per capita 2016.

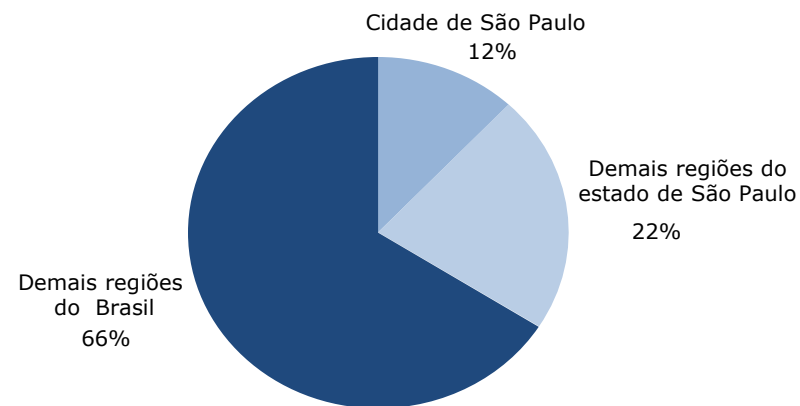
(1) ABL própria em SP inclui 11 shoppings centers mostrados no mapa, 2 torres comerciais e 1 Power Center. No RS ABL própria inclui uma torre comercial.

# ... e com sólida presença em São Paulo

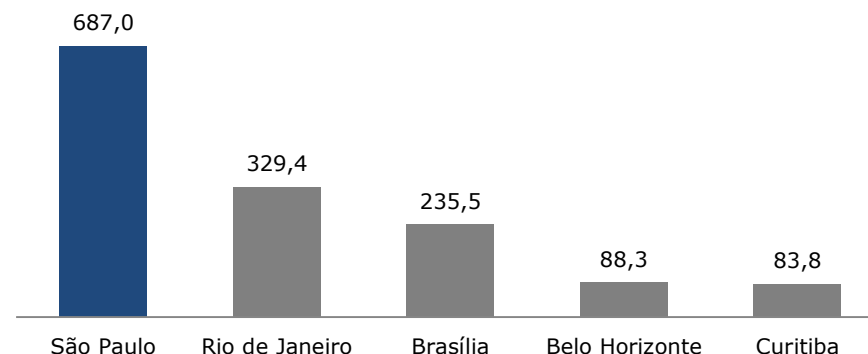
## Presença estratégica no estado de São Paulo



## PIB de São Paulo é muito relevante no Brasil (1)



## Maior PIB do país (R\$ bilhões) (1)



(1) Fonte: IBGE 2016 (dados mais atuais disponíveis).

# A Iguatemi continuará fortalecendo sua marca...

## Foco na experiência do consumidor

- A Iguatemi se diferencia por entregar novos serviços, eventos inovadores e a melhora constante do mix de lojas.
- A única empresa de shopping centers com a marca reconhecida entre as 60 mais valiosas do Brasil, pelo 11º ano consecutivo. Ocupando em 2019 a 36º posição no ranking.
- Iguatemi se tornou um sinônimo de shopping no Brasil.



## ... usando seu potencial construtivo, com oportunidades de crescimento robusto...

Empreendimento	Shopping (ABL m <sup>2</sup> )	Imobiliário (AP m <sup>2</sup> )	% Iguatemi
Iguatemi São Paulo	5.000	-	58,6%
Iguatemi Campinas - Terreno Anexo <sup>(2)</sup>	-	782.000	50,0%
Iguatemi Campipnas	25.000	108.000	77,0%
Iguatemi Campinas - Power Center	-	193.000	77,0%
Iguatemi Porto Alegre	3.000	32.000	36,0%
Iguatemi Porto Alegre - Terreno Anexo <sup>(1)</sup>	22.000	29.022	24,0%
Iguatemi Esplanada	28.500	27.060	46,0%
Praia de Belas	5.000	-	37,6%
Galleria	22.429	44.300	100,0%
Market Place	600	30.000	100,0%
Iguatemi São Carlos	20.000	15.000	50,0%
Iguatemi Brasília	10.000	-	64,0%
Iguatemi Alphaville	12.600	-	78,0%
Iguatemi Ribeirão Preto	20.500	35.000	88,0%
I Fashion Outlet Novo Hamburgo	12.500	6.500	41,0%
I Fashion Outlet Santa Catarina <sup>(1)</sup>	10.000	8.000	54,0%
Iguatemi Rio Preto	21.500	-	88,0%
<b>Subtotal Shoppings em Operação</b>	<b>218.629</b>	<b>1.309.882</b>	<b>59,8%</b>
<b>Total</b>	<b>218.629</b>	<b>1.309.882</b>	<b>59,8%</b>

(1) Sites permutados.

(2) Opção de permuta + preferência.

Nota: Landbank indicativo. Os projetos podem ser alterados, mudando os coeficientes de aproveitamento e de utilização do potencial construtivo.



**IGUATEMI**

Empresa de Shopping Centers SA

# Agenda

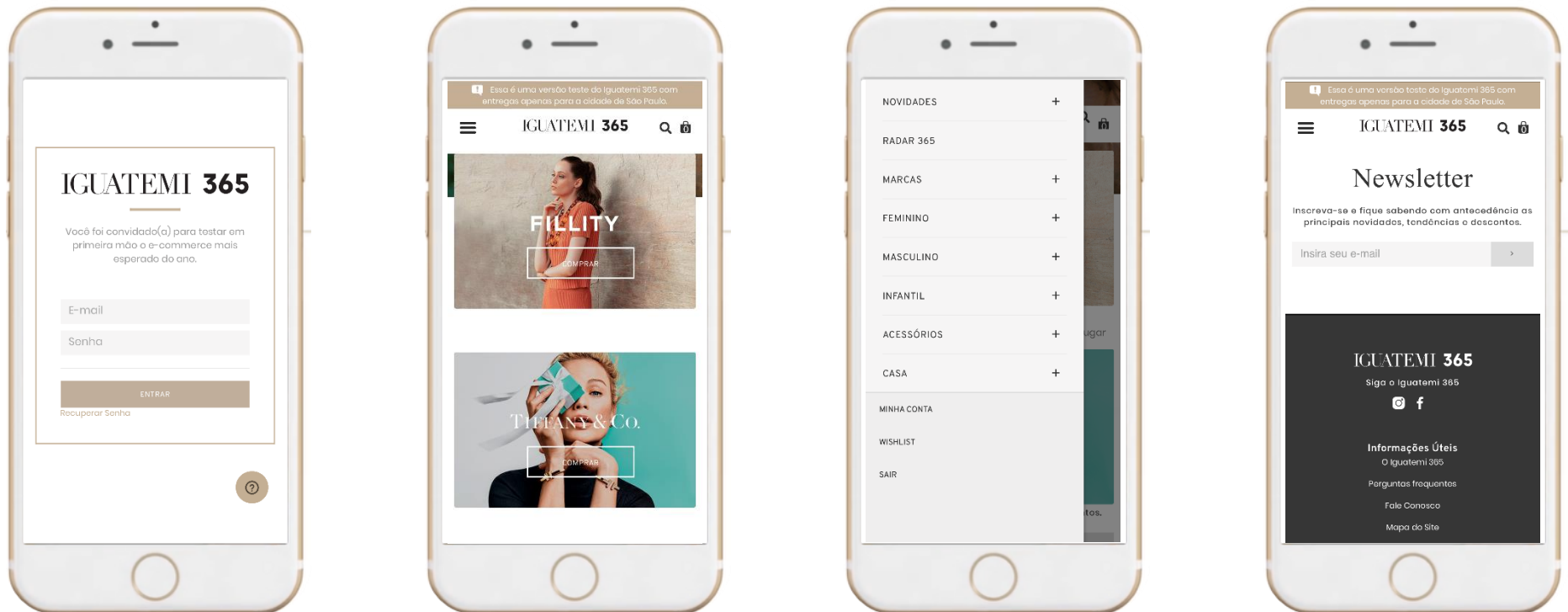
- Entregando crescimento lucrativo desde o IPO
- Como a Iguatemi vai crescer de 2019 em diante

- **Pipeline de projetos**

- Iguatemi 365
- Overview do portfólio
- Destaques financeiros e operacionais
- Apêndice
  - Dinâmicas do mercado
  - Leis Brasileiras que regulam o setor
  - *Key Performance Indicators*
  - Programas Socioambientais
  - Mercado de capitais
  - Ficha técnica dos shoppings

# IGUATEMI 365

Um e-commerce premium, no formato de marketplace, que une o varejo físico ao varejo online na busca de uma melhor experiência para o consumidor.



# Status

## Torre Galleria



Torre Galleria	
Inauguração	Ago/21
ABL Total (m <sup>2</sup> )	14.500
Investimento Total	125,0 milhões
% Iguatemi	55%



# Agenda

- Entregando crescimento lucrativo desde o IPO
- Como a Iguatemi vai crescer de 2019 em diante
- Pipeline de projetos
- **Overview do portfólio**
  - Destaques financeiros e operacionais
  - Apêndice
    - Dinâmicas do mercado
    - Leis Brasileiras que regulam o setor
    - *Key Performance Indicators*
    - Programas Socioambientais
    - Mercado de capitais
    - Ficha técnica dos shoppings

# Overview do portfolio

Ativos	Inauguração	Cidade	% Iguatemi	ABL Total (m <sup>2</sup> )	ABL Iguatemi (m <sup>2</sup> )	Receita 2018 <sup>(1)</sup> por m <sup>2</sup> (R\$)
Iguatemi São Paulo	1966	São Paulo	58,58%	49.061	28.740	4.716
JK Iguatemi	2012	São Paulo	64,00%	34.359	21.990	3.045
Pátio Higienópolis	1999	São Paulo	11,54%	33.819	3.903	3.524
Market Place	1995	São Paulo	100,00%	26.713	26.713	1.915
Iguatemi Alphaville	2011	Barueri	78,00%	31.250	24.375	1.588
Iguatemi Campinas	1980	Campinas	70,00%	72.726	50.908	2.013
Galleria	1992	Campinas	100,00%	33.245	33.245	1.051
Iguatemi Esplanada <sup>(2)</sup>	1991	Sorocaba	55,37%	64.714	35.832	1.420
Iguatemi Esplanada - Área Proprietária <sup>(3)</sup>	-	Sorocaba	100,00%	3.678	3.678	-
Iguatemi São Carlos	1997	São Carlos	50,00%	22.331	11.166	737
Iguatemi Ribeirão Preto	2013	Ribeirão Preto	88,00%	40.492	35.633	591
Iguatemi Rio Preto	2014	São José do Rio Preto	88,00%	43.549	38.323	764
<b>Sub-total Sudeste</b>			<b>68,98%</b>	<b>455.938</b>	<b>314.506</b>	<b>21.363</b>
Iguatemi Porto Alegre	1983	Porto Alegre	36,00%	63.366	22.812	2.326
Praia de Belas	1991	Porto Alegre	37,55%	44.779	16.814	1.579
Iguatemi Florianópolis	2007	Florianópolis	30,00%	21.109	6.333	1.641
<b>Sub-total Sul</b>			<b>35,56%</b>	<b>129.254</b>	<b>45.959</b>	<b>5.545</b>
Iguatemi Brasília	2010	Brasília	64,00%	34.148	21.854	1.607
<b>Sub-total Distrito Federal</b>			<b>64,00%</b>	<b>34.148</b>	<b>21.854</b>	<b>1.607</b>
I Fashion Outlet Novo Hamburgo	2013	Novo Hamburgo	41,00%	20.085	8.235	636
I Fashion Outlet Novo Hamburgo	2013	Novo Hamburgo	54,00%	19.888	10.739	5
Power Center Iguatemi Campinas <sup>(4)</sup>	-	Campinas	77,00%	29.822	22.963	0
<b>Sub-total Premium Outlet &amp; Power Center</b>			<b>60,09%</b>	<b>69.795</b>	<b>41.938</b>	<b>642</b>
<b>Sub-total Shoppings</b>			<b>61,56%</b>	<b>689.135</b>	<b>424.257</b>	<b>29.158</b>
Torre Market Place I	1991	São Paulo	100,00%	15.274	15.274	-
Torre Market Place II	1992	São Paulo	100,00%	13.319	13.319	-
Torre Iguatemi Porto Alegre	2016	Porto Alegre	36,00%	10.278	3.700	-
<b>Sub-total Torres</b>			<b>83,08%</b>	<b>38.871</b>	<b>32.293</b>	<b>-</b>
<b>Total</b>			<b>62,71%</b>	<b>728.006</b>	<b>456.550</b>	<b>29.158</b>

(1) Inclui Aluguel Mínimo + Overage + Aluguel Temporário e Estacionamento.

(2) Iguatemi detém 37,99% do Esplanada Shopping (27.663 m2) e 65,71% da expansão (36.697 m2).

(3) Área no Shopping Esplanada detida pela Iguatemi através de subsidiária.

(4) Área anexa ao Shopping Iguatemi Campinas.

# Agenda

- Entregando crescimento lucrativo desde o IPO
- Como a Iguatemi vai crescer de 2019 em diante
- Pipeline de projetos
- Overview do portfólio
- **Destaques financeiros e operacionais**
- Apêndice
  - Dinâmicas do mercado
  - Leis Brasileiras que regulam o setor
  - *Key Performance Indicators*
  - Programas Socioambientais
  - Mercado de capitais
  - Ficha técnica dos shoppings

# Principais Indicadores Operacionais

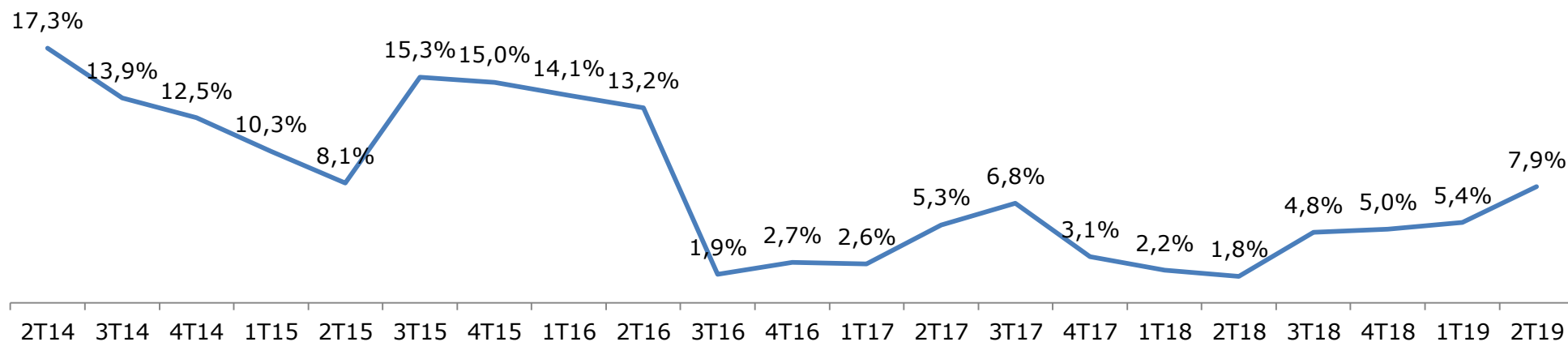
Indicadores de Performance	2T19	2T18	Var. %	6M19	6M18	Var. %
ABL Total (m²)	758.336	737.467	2,8%	758.336	737.467	2,8%
ABL Própria (m²)	459.101	447.808	2,5%	459.101	447.808	2,5%
ABL Própria Média (m²)	459.101	447.808	2,5%	459.101	447.808	2,5%
ABL Total Shopping (m²)	719.465	698.596	3,0%	719.465	698.596	3,0%
ABL Própria Shopping (m²)	426.808	415.514	2,7%	426.808	415.514	2,7%
Total Shoppings <sup>(1)</sup>	18	17	5,9%	18	17	5,9%
Vendas Totais (R\$ mil)	3.508.229	3.252.406	7,9%	6.643.021	6.225.606	6,7%
Vendas mesmas lojas (SSS)	6,9%	-1,9%	8,8 p.p.	5,1%	-0,5%	5,6 p.p.
Vendas mesma área (SAS)	7,2%	0,1%	7,1 p.p.	5,9%	1,1%	4,8 p.p.
Aluguéis mesmas lojas (SSR)	10,0%	1,8%	8,2 p.p.	8,1%	2,2%	6,0 p.p.
Aluguéis mesma área (SAR)	7,4%	5,7%	1,8 p.p.	6,1%	5,0%	1,1 p.p.
Custo de Ocupação (% das vendas)	11,7%	11,8%	-0,1 p.p.	12,1%	12,2%	-0,1 p.p.
Taxa de Ocupação	92,1%	94,6%	-2,5 p.p.	92,9%	94,6%	-1,7 p.p.
Inadimplência Líquida	0,6%	1,6%	-1,1 p.p.	1,8%	2,9%	-1,1 p.p.

(1) Considera Shopping Esplanada e Iguatemi Esplanada como um único empreendimento.

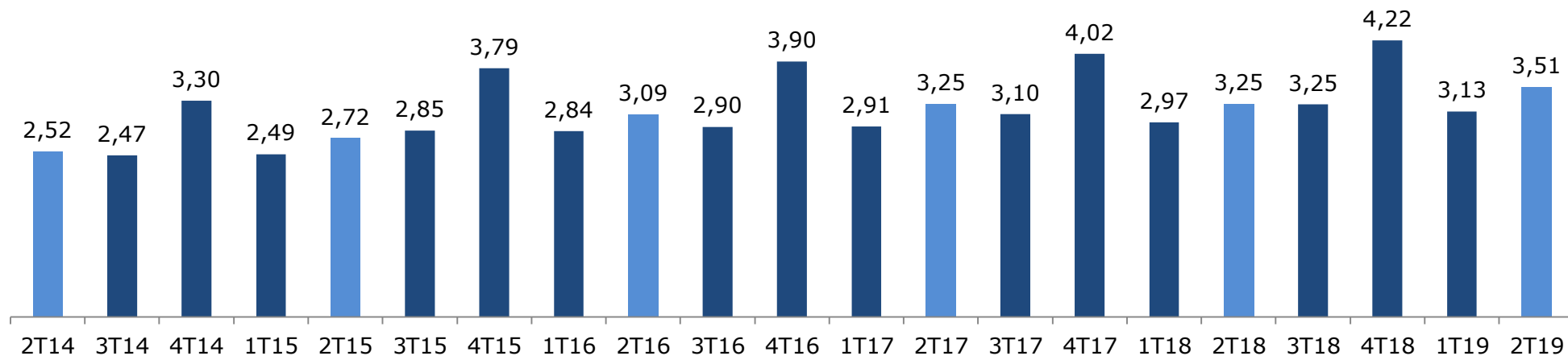
# Indicadores Operacionais (1/4)

## Vendas Totais

(% Ano contra Ano)

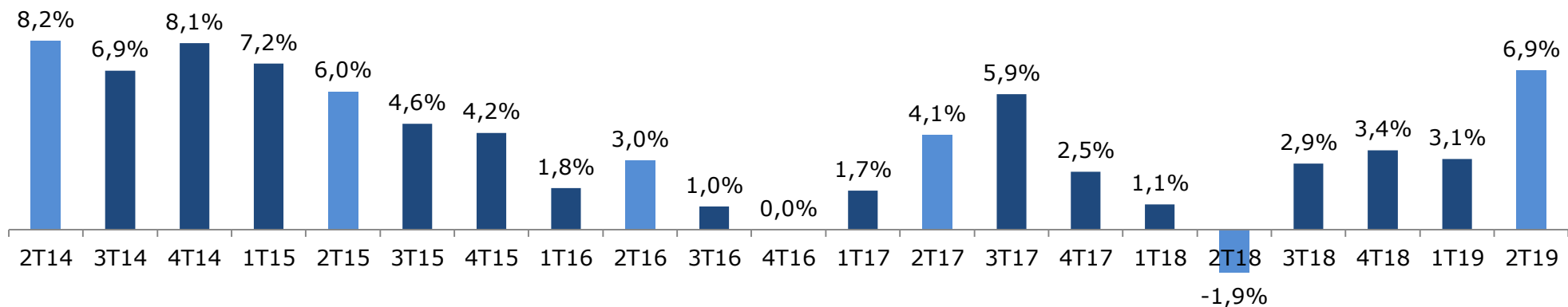


(Em R\$ bilhões)

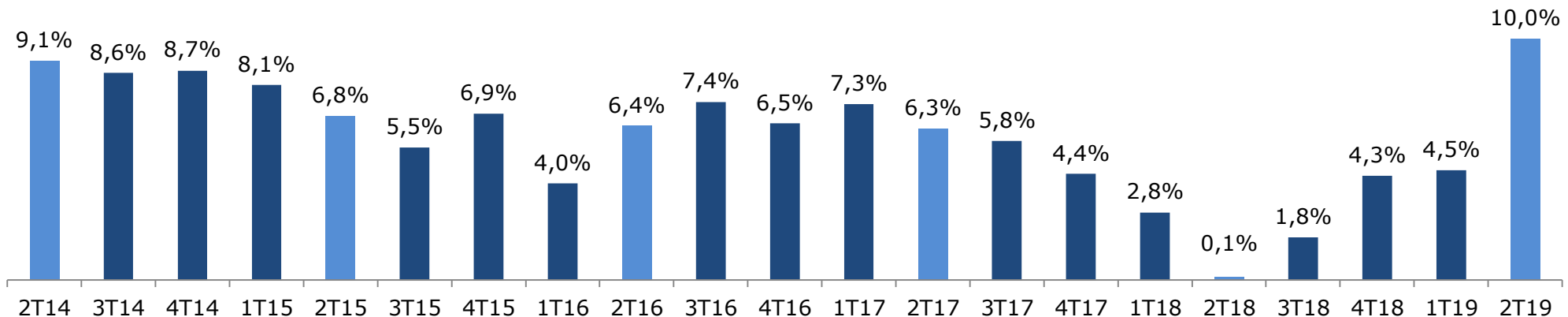


# Indicadores Operacionais (2/4)

## SSS



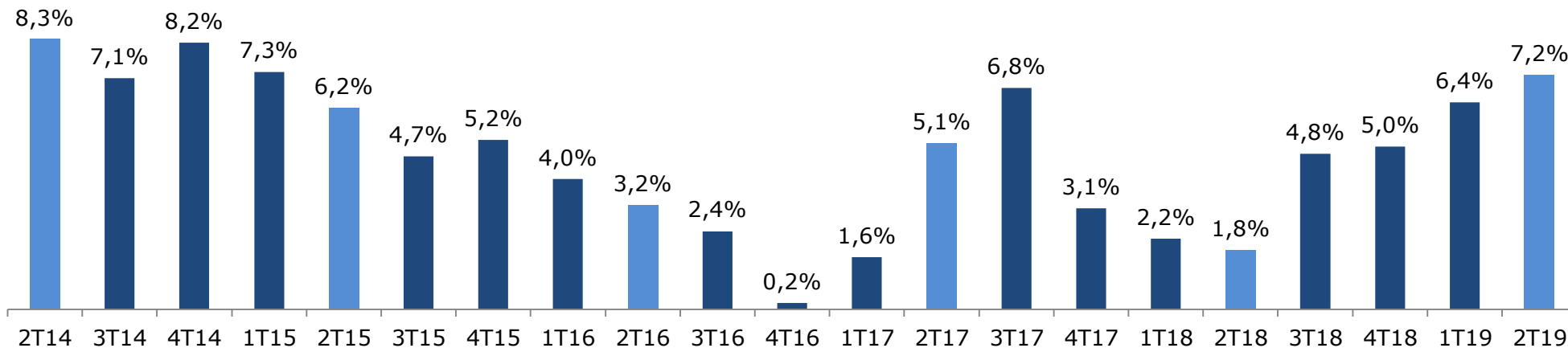
## SSR<sup>1</sup>



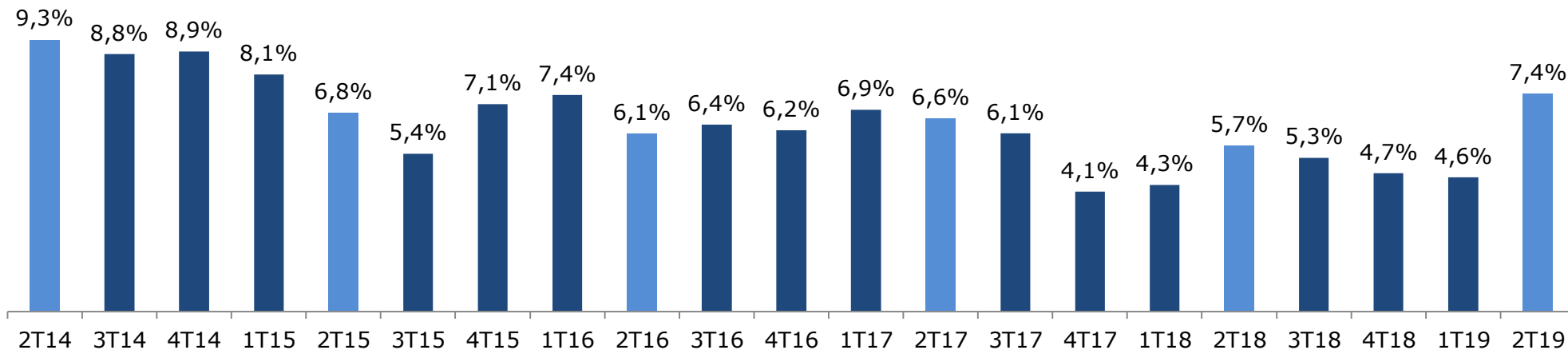
(1) Same-Store Rent líquido de desconto.

# Indicadores Operacionais (3/4)

## SAS



## SAR<sup>1</sup>

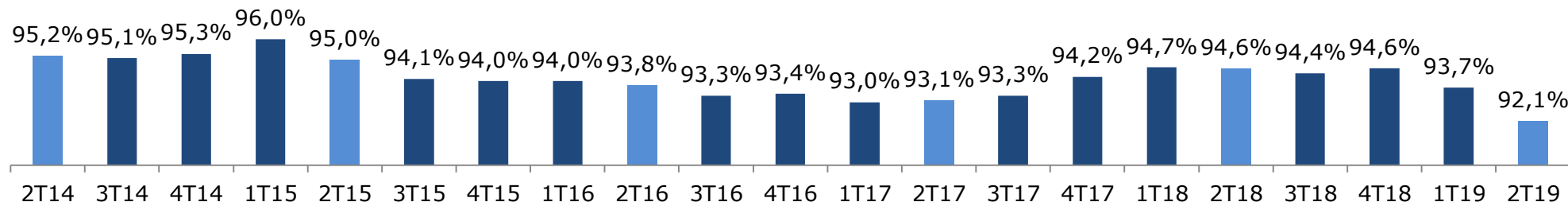


(1) Same-Area Rent líquido de desconto.

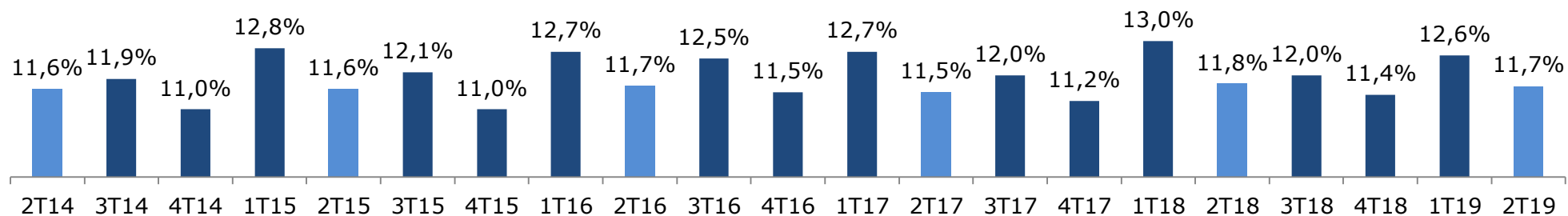


# Indicadores Operacionais (4/4)

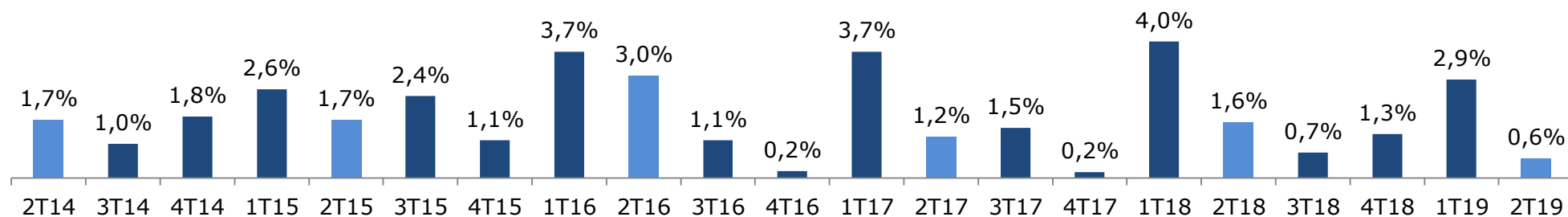
## Taxa de Ocupação



## Custo de Ocupação <sup>(1)</sup>



## Inadimplência Líquida



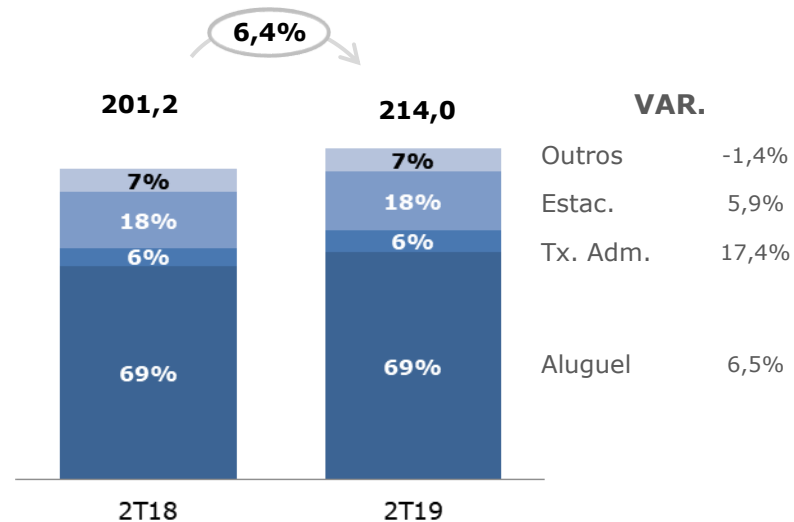
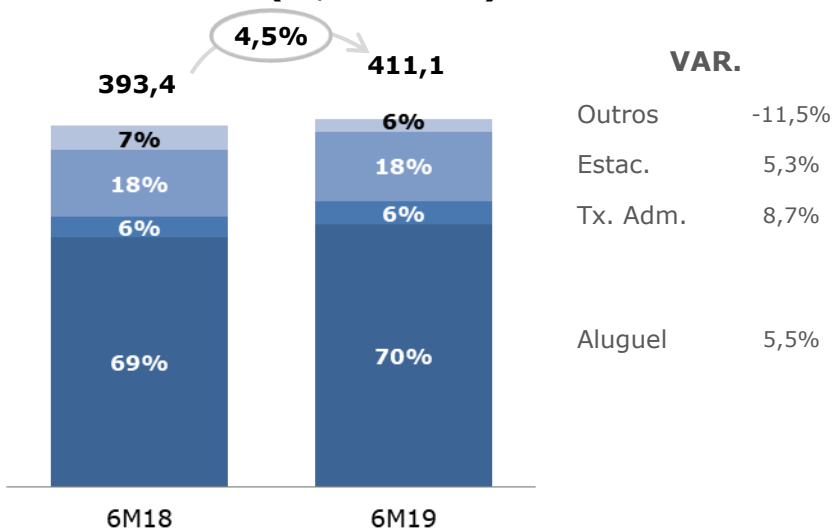
(1) Custo de Ocupação líquido de desconto.

# Demonstração de Resultados

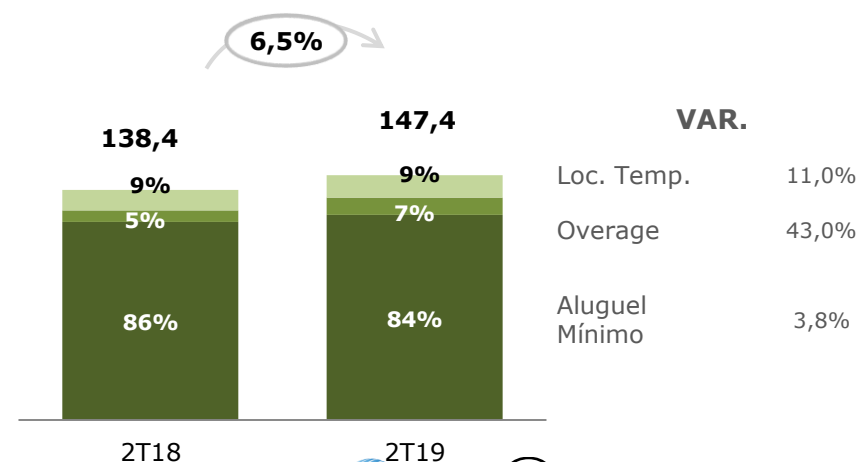
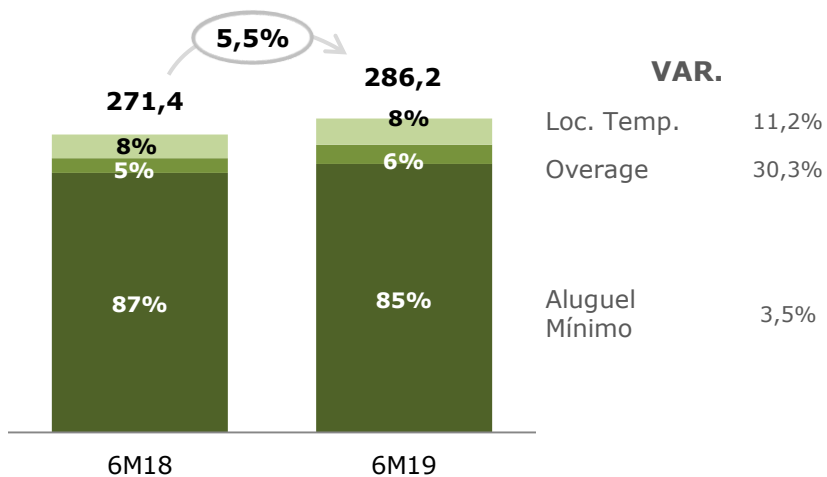
DRE Consolidada (R\$ mil)	2T19	2T18	Var. %	6M19	6M18	Var. %
<b>Receita Bruta</b>	<b>214.042</b>	<b>201.163</b>	<b>6,4%</b>	<b>411.051</b>	<b>393.448</b>	<b>4,5%</b>
Impostos e descontos	-26.369	-26.153	0,8%	-50.385	-49.968	0,8%
<b>Receita Líquida</b>	<b>187.674</b>	<b>175.011</b>	<b>7,2%</b>	<b>360.667</b>	<b>343.481</b>	<b>5,0%</b>
Custos e Despesas	-54.663	-48.636	12,4%	-103.184	-94.099	9,7%
Outras Receitas (Despesas) Operacionais	4.369	5.852	-25,3%	9.005	8.345	7,9%
Resultado de Equivalência Patrimonial	292	287	1,7%	597	566	5,5%
<b>EBITDA</b>	<b>137.672</b>	<b>132.514</b>	<b>3,9%</b>	<b>267.085</b>	<b>258.293</b>	<b>3,4%</b>
<i>Margem EBITDA</i>	<i>73,4%</i>	<i>75,7%</i>	<i>-2,4 p.p.</i>	<i>74,1%</i>	<i>75,2%</i>	<i>-1,1 p.p.</i>
Depreciação e Amortização	-31.524	-27.274	15,6%	-62.628	-54.343	15,2%
<b>EBIT</b>	<b>106.148</b>	<b>105.240</b>	<b>0,9%</b>	<b>204.457</b>	<b>203.950</b>	<b>0,2%</b>
<i>Margem EBIT</i>	<i>56,6%</i>	<i>60,1%</i>	<i>-3,6 p.p.</i>	<i>56,7%</i>	<i>59,4%</i>	<i>-2,7 p.p.</i>
Receitas (Despesas) Financeiras	-29.061	-30.114	-3,5%	-56.913	-56.289	1,1%
IR e CSLL	-16.975	-14.559	16,6%	-31.979	-28.990	10,3%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>60.112</b>	<b>60.567</b>	<b>-0,8%</b>	<b>115.565</b>	<b>118.671</b>	<b>-2,6%</b>
<i>Margem Líquida</i>	<i>32,0%</i>	<i>34,6%</i>	<i>-2,6 p.p.</i>	<i>32,0%</i>	<i>34,5%</i>	<i>-2,5 p.p.</i>
<b>FFO</b>	<b>91.636</b>	<b>87.841</b>	<b>4,3%</b>	<b>178.193</b>	<b>173.014</b>	<b>3,0%</b>
<i>Margem FFO</i>	<i>48,8%</i>	<i>50,2%</i>	<i>-1,4 p.p.</i>	<i>49,4%</i>	<i>50,4%</i>	<i>-1,0 p.p.</i>

# Receita Bruta e Receita de Aluguel

## Receita Bruta (R\$ milhões)

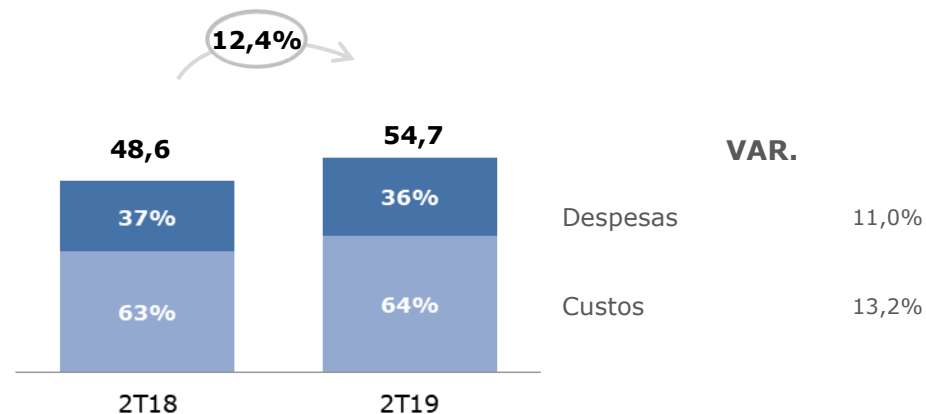
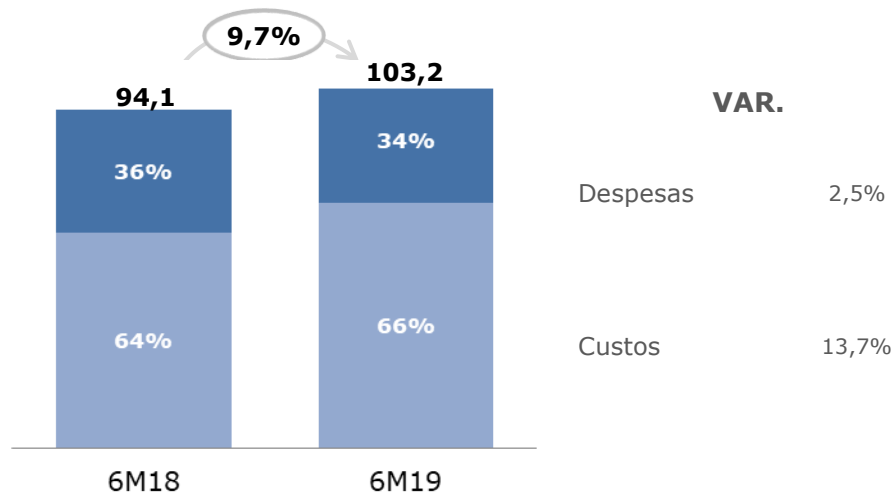


## Receita de Aluguel (R\$ milhões)

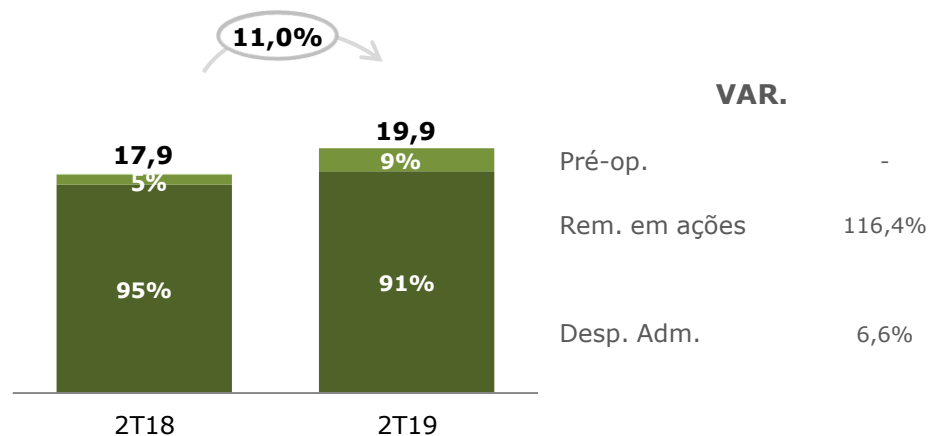
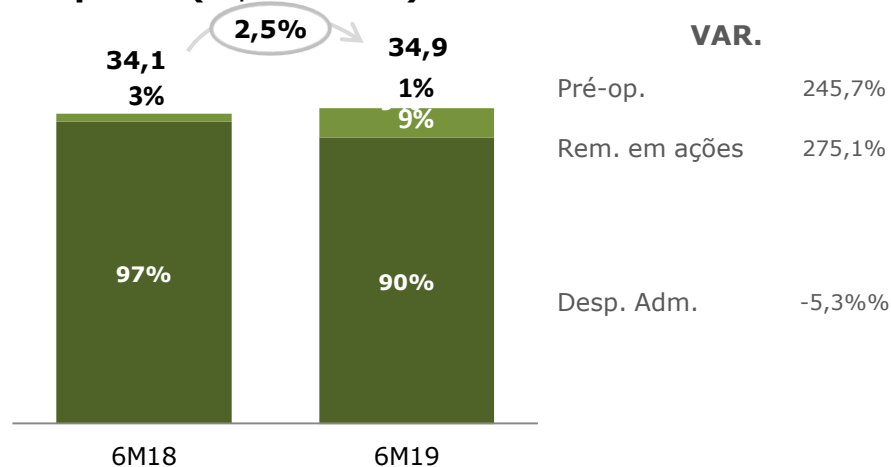


# Custos e Despesas

## Custos e Despesas (R\$ milhões)



## Despesas (R\$ milhões)



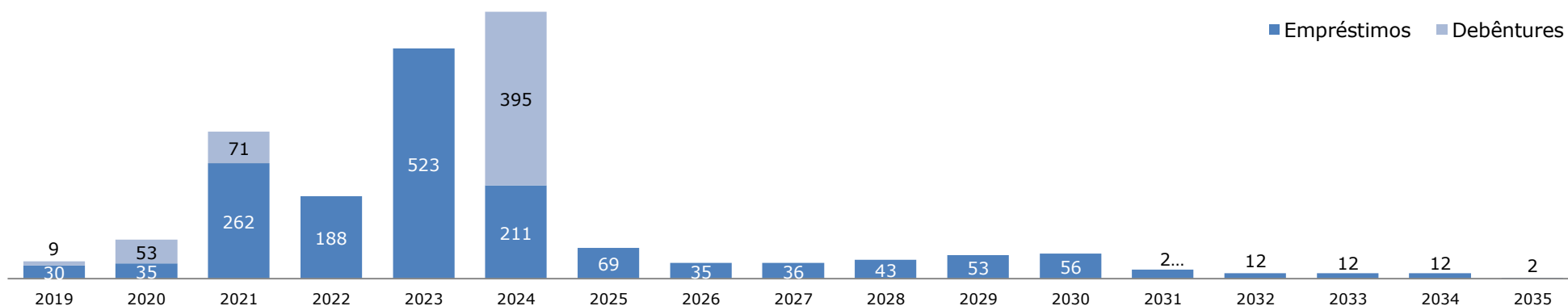


# Endividamento IESC (1/2)

Dados Consolidados (R\$ mil)	30/06/2019	31/03/2019	Var. %
<b>Dívida Total <sup>(1)</sup></b>	<b>2.127.318</b>	<b>2.113.236</b>	<b>0,7%</b>
Disponibilidades	681.884	647.988	5,2%
<b>Dívida Líquida</b>	<b>1.445.434</b>	<b>1.465.248</b>	<b>-1,4%</b>
EBITDA (LTM)	567.316	562.158	0,9%
<b>Dívida Líquida/EBITDA</b>	<b>2,55x</b>	<b>2,61x</b>	<b>-0,06</b>
<b>Custo da Dívida (% CDI)</b>	<b>108,5%</b>	<b>110,1%</b>	<b>-1,6 p.p.</b>
<b>Prazo da Dívida (anos)</b>	<b>4,6</b>	<b>4,9</b>	<b>-0,2</b>

(1) Dívida Total líquida do instrumento financeiro derivativo (swap) contabilizado no Ativo Não Circulante, cujo montante em 30/06/2019 foi de R\$60.436

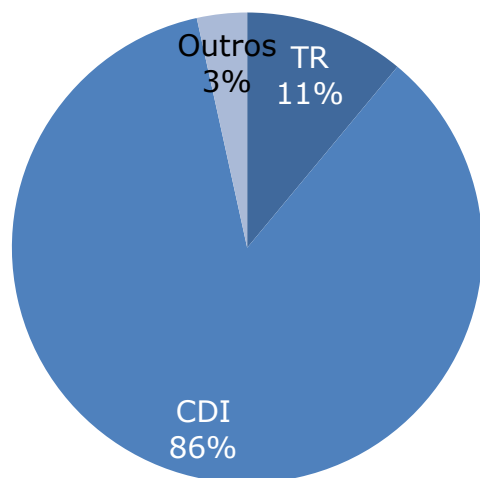
## Cronograma de amortização da dívida (R\$ MM) <sup>(1)</sup>



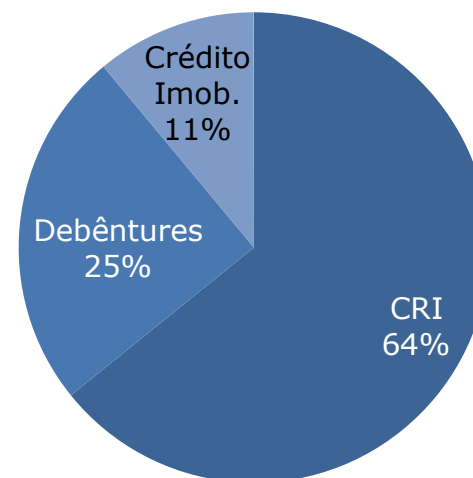
(1) Em 30/06/2019

# Endividamento IESC (2/2)

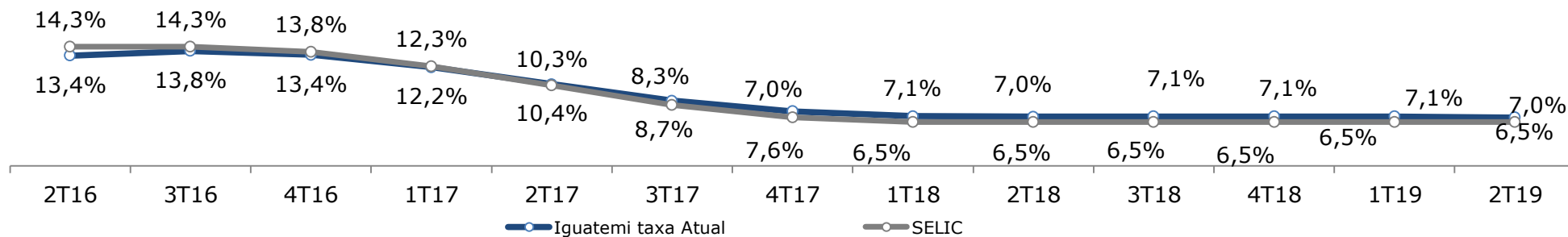
Perfil da Dívida por Indexador<sup>(1)</sup>



Perfil da Dívida por Modalidade<sup>(1)</sup>



Custo da Dívida



(1) Em 30/06/2019

# Agenda

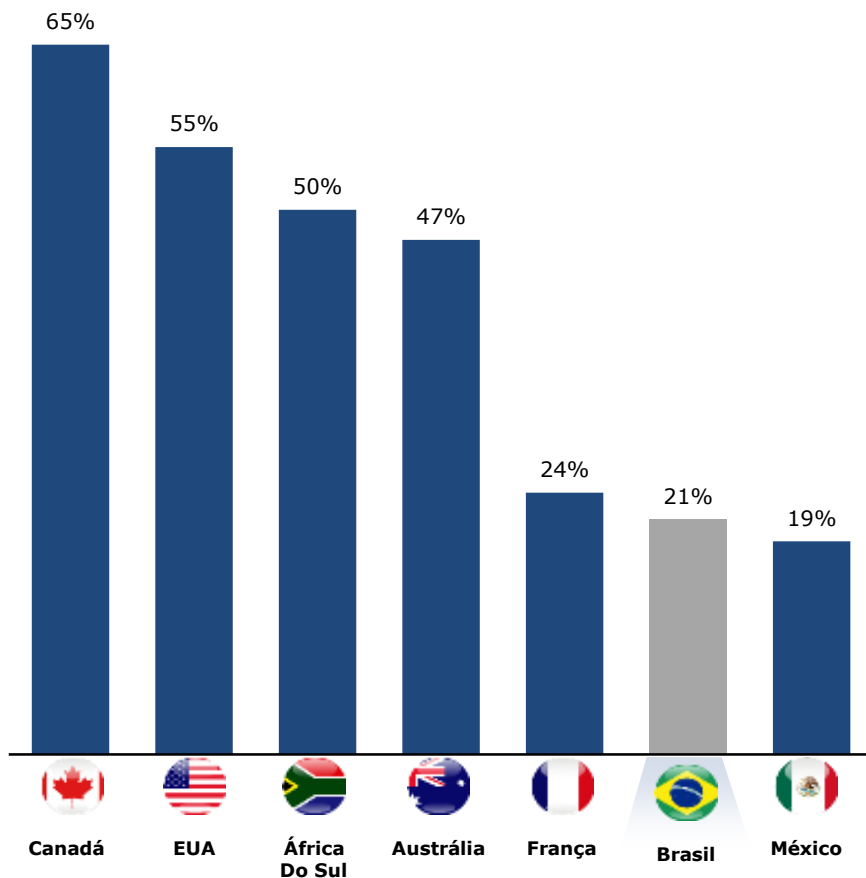
- Entregando crescimento lucrativo desde o IPO
- Como a Iguatemi vai crescer de 2018 em diante
- Pipeline de projetos
- Overview do portfólio
- Destaques financeiros e operacionais

- **Apêndice**

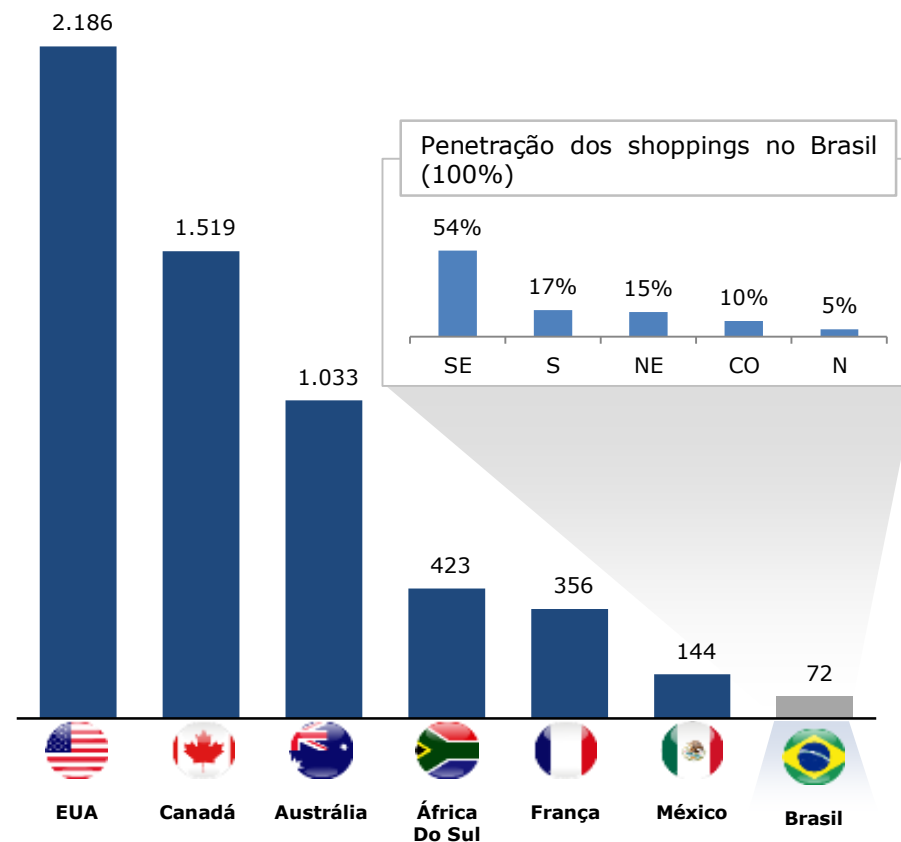
- **Dinâmicas do mercado**
- Leis Brasileiras que regulam o setor
- *Key Performance Indicators*
- Programas Socioambientais
- Mercado de capitais
- Ficha técnica dos shoppings

# O mercado brasileiro ainda é sub-penetrado

**Participação dos shoppings nas vendas totais do varejo**



**Penetração dos shoppings (ABL/mil habitantes)**



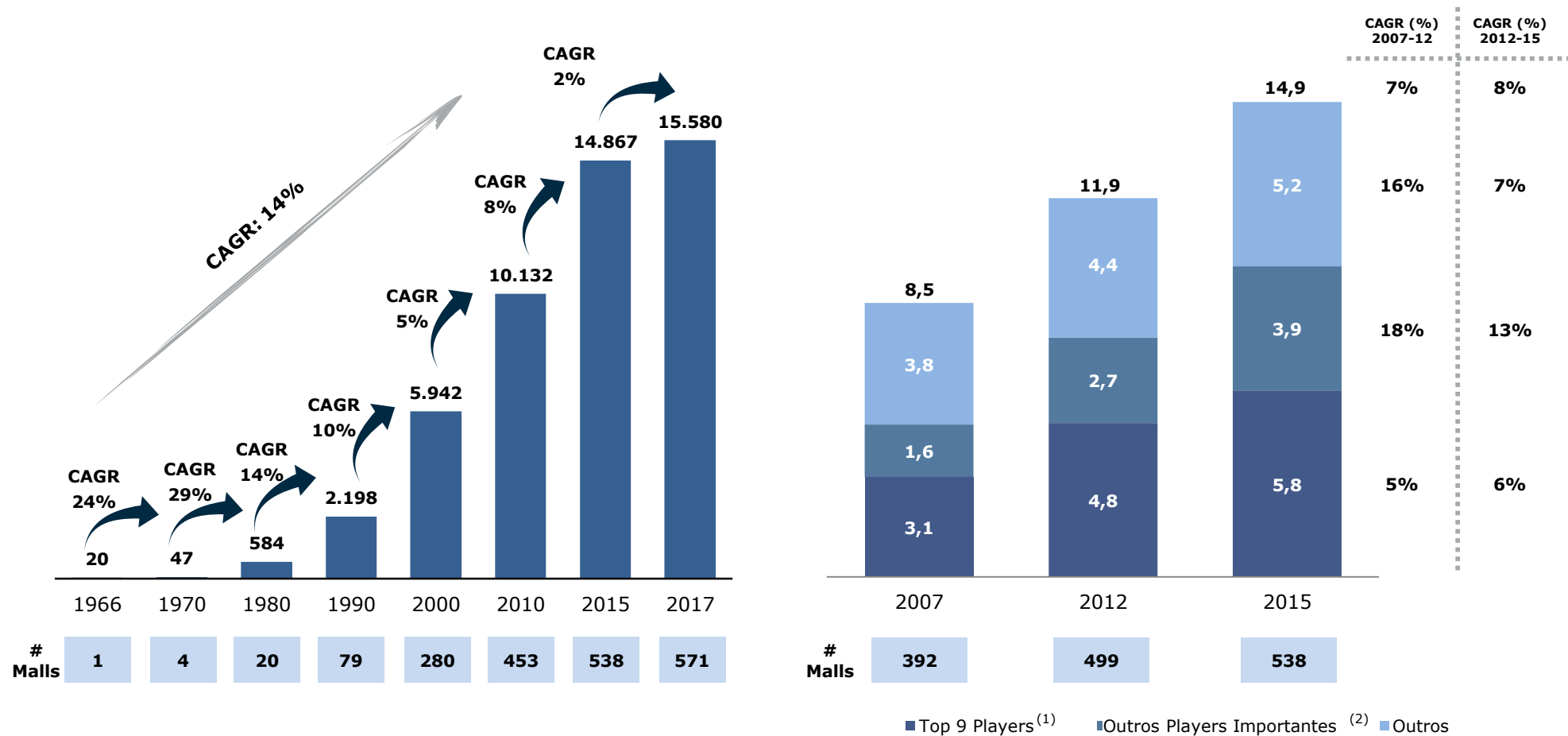
(1) Fonte: International Council of Shopping Centers - ICSC (Research – Country Fact Sheet, último dado disponível para cada país).

(2) Fonte: Abrasce (Nov/2016).



# O setor de shopping centers apresentou forte crescimento nos últimos anos

## Evolução da ABL (milhões de m²)



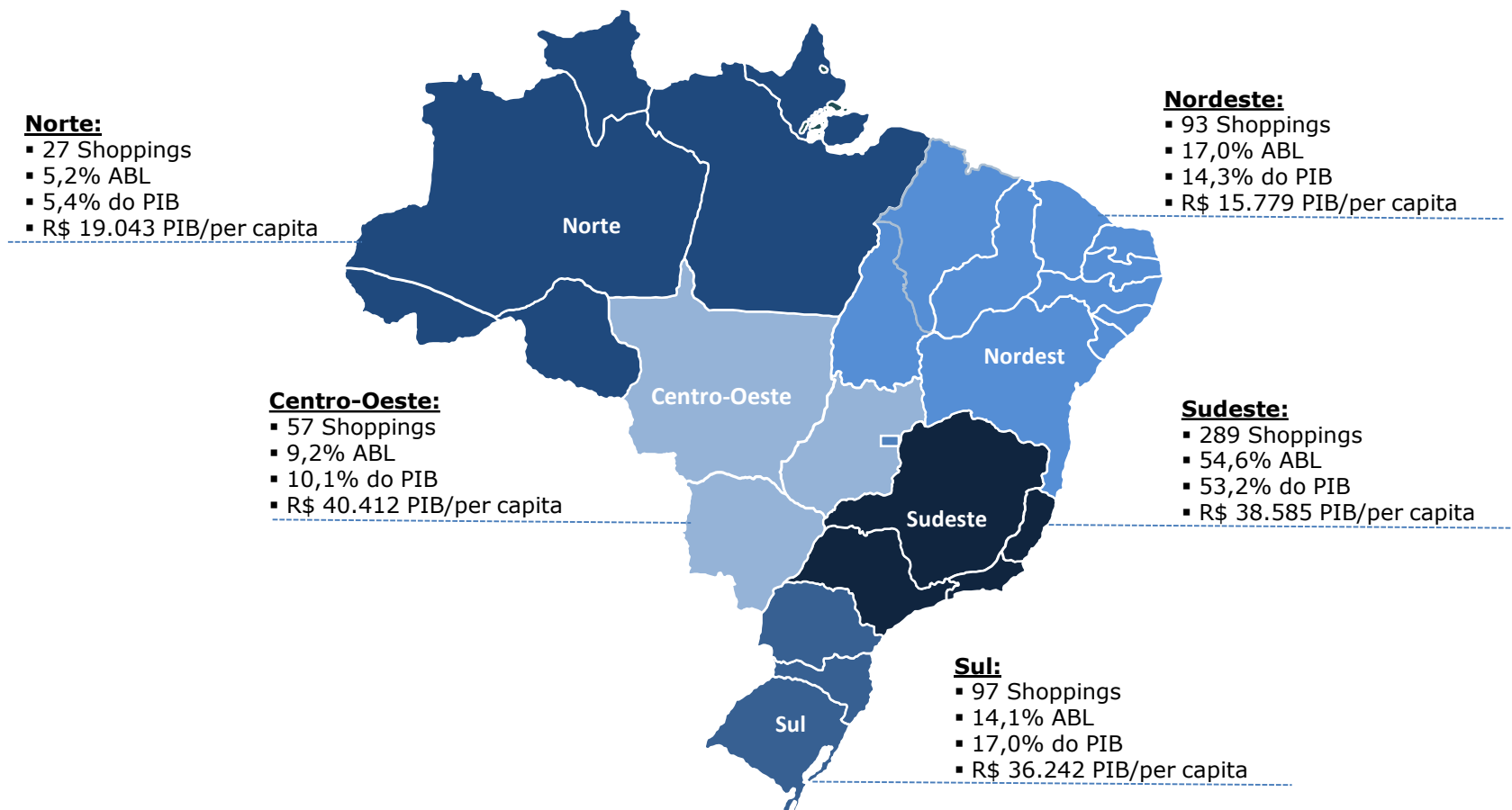
(1) Fonte: Abrasce e Iguatemi, dados de Julho de 2015.

(2) Top 9 players: Iguatemi, Br Malls, Multiplan, Sonae Sierra, General Shopping, Aliansce, JCPM, Westfield, Brookfield, Ancar.

(3) Other Important Players: FUNCEF, JHSF, Soifer, Savoy, CCP, Participa, IRB, REP, Tenco, Terral, Grupo Tacla, Shopinvest, Zaffari, Sá Cavalcanti, PatioMix, North Empreendimentos, Grupo Santa Isabel, Prosperitas, Grupo Lider, LGR, Previ.

# ...atingindo, em 2018, um total de 563 shoppings com 15 milhões de m<sup>2</sup> de ABL

## Distribuição de Shopping Centers e ABL



# Agenda

- Entregando crescimento lucrativo desde o IPO
- Como a Iguatemi vai crescer de 2018 em diante
- Pipeline de projetos
- Overview do portfólio
- Destaques financeiros e operacionais

- **Apêndice**

- Dinâmicas do mercado
- **Leis Brasileiras que regulam o setor**
- *Key Performance Indicators*
- Programas Socioambientais
- Mercado de capitais
- Ficha técnica dos shoppings

# Conceito de Co-Participação / Luvas

## Lei do Inquilinato (Lei 8245/91)

O **direito de renovar o contrato é do locatário** que possui contrato igual/maior a 5 anos (ou vários contratos ininterruptos com soma dos prazos igual/maior a 5 anos).

- 5 anos é o tempo que o legislador entende que o comerciante tem para formar sua clientela. Assim, a lei protege este “bem” do lojista que é o de **poder permanecer na loja locada para sempre**, desde que atenda os requisitos previstos na lei.



Para firmar um contrato de locação com prazo de 5 anos ou mais o lojista paga **CO-PARTICIPAÇÃO / LUVAS**. Esta é uma prática do setor que não está nem defendida nem proibida em lei.

# Conceito de Co-Participação / Luvas (cont.)

## Situações em que o locatário perde o direito ao ponto:

- Locatário não negocia ou não chega a um acordo quanto ao valor do aluguel junto a Gerência Geral (renovação amigável) OU Locatário não exerce seu direito previsto em lei de renovar o contrato, deixando de ingressar em ação judicial chamada ação renovatória (renovação judicial), ambos os casos no prazo mínimo de 6 meses antes do término do contrato;
- Locatário deixa de cumprir as obrigações contratuais e, por conta disso, o Locador ingressa com ação de despejo por infração contratual, sendo decretado o despejo.
- Locatário deixa de pagar o Aluguel e encargos previstos contratualmente e Locador entra com ação de despejo duas vezes dentro do prazo de 24 meses (na primeira vez o Locatário tem o direito de purgar a mora, o que só pode ser feito por uma única vez durante o prazo de 24 meses, na segunda vez já é decretado o despejo).



# Conceito de Co-Participação / Luvas (cont.)

---

## **Vantagens para a empresa de Shopping Centers:**

- ✓ Contrapartida financeira pelo direito do varejista ficar para sempre no espaço locado.
- ✓ No caso de shoppings fortes, inibe a inadimplência e a vacância repentina.

## **Desvantagens para a empresa de Shopping Centers:**

- ✓ No caso de shoppings fortes, dificulta potenciais necessários ajustes no mix.

# Conceito de Direito de Preferência

## **Código Civil Brasileira (Artigo 504):**

O co-proprietário de um imóvel tem a preferência de compra do imóvel colocado à venda, desde que pague o mesmo preço, nas mesmas condições, pela parte de outro condômino que está sendo vendida.

## **Vantagens para a empresa de Shopping Centers:**

- ✓ Para empresas interessadas em aumentar participação em um empreendimento, a competição é mais limitada.

## **Desvantagens para a empresa de Shopping Centers:**

- ✓ Dificulta a compra de participação em novos ativos.

# Agenda

- Entregando crescimento lucrativo desde o IPO
- Como a Iguatemi vai crescer de 2018 em diante
- Pipeline de projetos
- Overview do portfólio
- Destaques financeiros e operacionais
- **Apêndice**
  - Dinâmicas do mercado
  - Leis Brasileiras que regulam o setor
  - ***Key Performance Indicators***
  - Programas Socioambientais
  - Mercado de capitais
  - Ficha técnica dos shoppings

# Key Performance Indicators (KPIs)

## *On-going Business*



RECEITA LÍQUIDA



EBITDA



MARGEM EBITDA



JORNADA DO COLABORADOR

## Projetos em fase de implementação



CAPEX TOTAL DOS PROJETOS

## Crescimento futuro



AGENDA DE *NEW BUSINESS*

# Agenda

- Entregando crescimento lucrativo desde o IPO
- Como a Iguatemi vai crescer de 2018 em diante
- Pipeline de projetos
- Overview do portfólio
- Destaques financeiros e operacionais
- **Apêndice**
  - Dinâmicas do mercado
  - Leis Brasileiras que regulam o setor
  - *Key Performance Indicators*
  - **Programas Socioambientais**
  - Mercado de capitais
  - Ficha técnica dos shoppings



# Programas Ambientais

## Ações para redução do consumo de energia

### Migração para o Mercado Livre

- Atualmente todos os nossos shoppings, com exceção do Iguatemi Brasília, estão no Mercado Livre

### Tecnologias mais eficientes

- Substituição contínua das lâmpadas e equipamentos por novas tecnologias mais eficientes (Chillers, LED, dentre outros)

### Automação de sistemas

- Automação de sistemas para melhorar a eficiência dos Shoppings (iluminação, ar condicionado, dentre outros).

# Programas Ambientais

## Ações para economia de água e para aumento da autossuficiência

Poços artesianos

Tratamento de água e esgoto  
(ETE/ETA)

Instalação de equipamentos  
economizadores  
(arejadores, vasos sanitários,  
válvulas economizadoras,  
dentre outros)

# Programas Ambientais

## Outras iniciativas

### Processos logísticos

- Desenvolvemos nossos processos logísticos (como, por exemplo, reciclagem ou coleta seletiva) sempre levando em conta o meio ambiente.
- Cada processo parte de uma de visão, para depois ganhar objetivos, metas e planos de ação.

### Compostagem

- Atualmente, quatro malls possuem um evoluído sistema de compostagem, Iguatemi Rio Preto, Iguatemi Porto Alegre, Iguatemi Campinas e Iguatemi Esplanada.
- Em cada shopping foi adotado um modelo diferente e estão sendo feitas análises para definição de qual o melhor modelo a ser adotado nos demais ativos do grupo.

### Ações Sociais

- Praticamos ações sociais, de apoio a cooperativas, que beneficiam comunidades carentes com o trabalho de separação dos resíduos ou a reutilização de matérias-primas.
- Assinamos em 2019 o Woman's Empowerment Principle's (WEP's), um projeto ONU e do Pacto Global.

# Agenda

- Entregando crescimento lucrativo desde o IPO
- Como a Iguatemi vai crescer de 2018 em diante
- Pipeline de projetos
- Overview do portfólio
- Destaques financeiros e operacionais

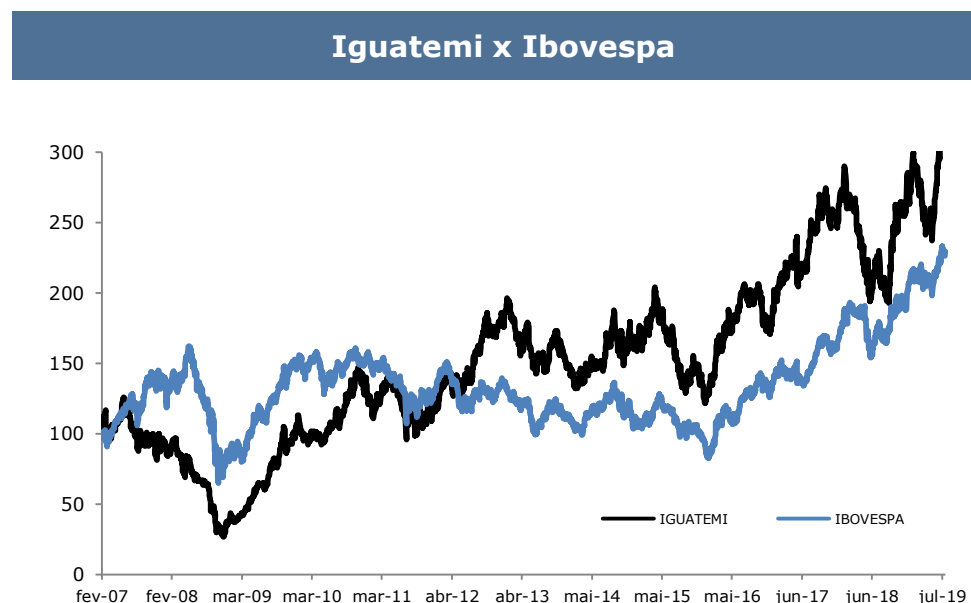
- **Apêndice**

- Dinâmicas do mercado
- Leis Brasileiras que regulam o setor
- *Key Performance Indicators*
- Programas Socioambientais
- **Mercado de capitais**
- Ficha técnica dos shoppings

# Estrutura Acionária e Performance IGTA3 X IBOV LTM

Estrutura Acionária <sup>(1)</sup>	Número de ações (mil)	%
Jereissati Participações	89.382.770	50,61%
Tesouraria	271.239	0,15%
Outros	86.957.569	49,24%
<b>Total</b>	<b>176.611.578</b>	<b>100,00%</b>

IGTA <sup>(2)</sup>	
Preço Final (30/06/2019)	R\$ 45,95
Maior Preço do 2T19	R\$ 45,95
Menor Preço do 2T19	R\$ 35,60
Valorização no 2T19	18,06%
Valorização em 2019	10,46%
Número de ações	176.611.578
Market Cap (30/06/2019)	R\$ 8.115.302.009
Média diária de Liquidez no 2T19	R\$ 47.727.778



(1) Data base: 30/06/2019.

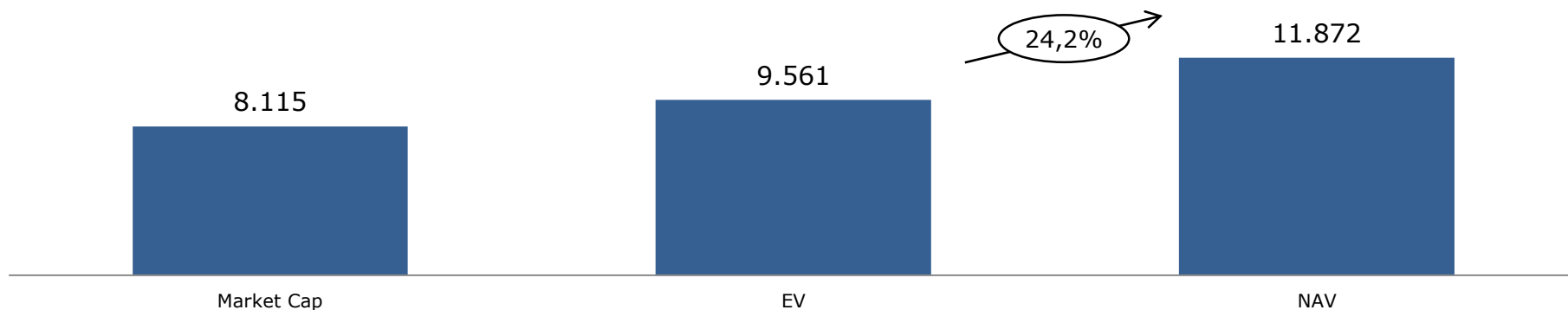
(2) Fonte: Bloomberg, 30/06/2019.



# Propriedades para investimento

	2009	2010	2011	2012 <sup>(2)</sup>	2013	2014	2015	2016	2017 <sup>(1)</sup>	2018 <sup>(1)</sup>
Valor 100% shopping (R\$ MM)	5.849	7.340	8.678	10.531	11.401	12.613	14.955	16.406	19.328	21.830
Participação Iguatemi (R\$ MM)	3.288	4.181	5.258	6.118	6.862	7.647	8.287	9.027	10.534	11.872
ABL total (mil m²)	628	672	704	704	768	773	746	746	746	757
ABL própria (mil m²)	376	420	451	434	470	484	454	455	455	459
Quantidade de Ações (mil)	79.255	79.255	79.255	158.510	176.612	176.612	176.612	176.612	176.612	176.612
Preço da Ação Final do Ano (R\$)	32,44	40,32	34,32	25,5	22,32	27,25	18,91	26,67	39,93	41,6
NAV por Ação (R\$)	41,49	52,75	66,34	38,60	38,85	43,30	46,92	51,11	59,65	67,22

(R\$ milhões)



(1) Data base do NAV: 31 de dezembro de 2018. Premissas: (i) taxa real de desconto de 6,9% p.a.; e (ii) taxa de crescimento perpétuo de 2,0%. Não está considerado no cálculo qualquer projeto greenfield.

(2) Stock Split em 2012.

(3) Data base do Market Cap e EV: 30/06/2019.

# Agenda

- Entregando crescimento lucrativo desde o IPO
- Como a Iguatemi vai crescer de 2018 em diante
- Pipeline de projetos
- Overview do portfólio
- Destaques financeiros e operacionais
- **Apêndice**
  - Dinâmicas do mercado
  - Leis Brasileiras que regulam o setor
  - *Key Performance Indicators*
  - Programas Socioambientais
  - Mercado de capitais
  - **Ficha técnica dos shoppings**

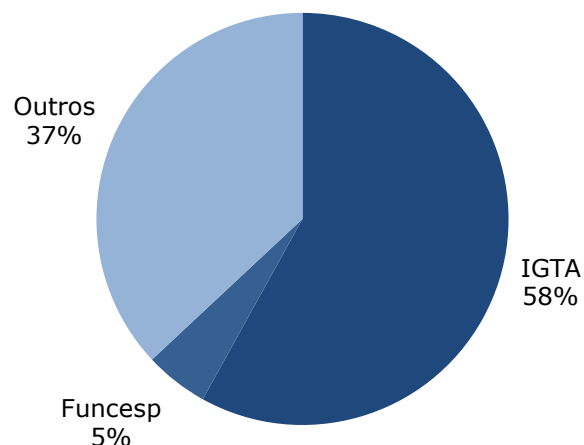
# Iguatemi São Paulo

## Destaques Financeiros e Operacionais

ABL Total	48.888 m <sup>2</sup>
ABL Própria	28.639 m <sup>2</sup>
Receita Anual <sup>(1)</sup>	R\$ 231 milhões
Receita/m <sup>2</sup> <sup>(1)</sup>	R\$ 4.733/m <sup>2</sup>



## Estrutura Societária



## Principais Marcas



(1) Data base: 31 de dezembro de 2018. Inclui Aluguel Mínimo + Overage + Aluguel Temporário e Estacionamento.

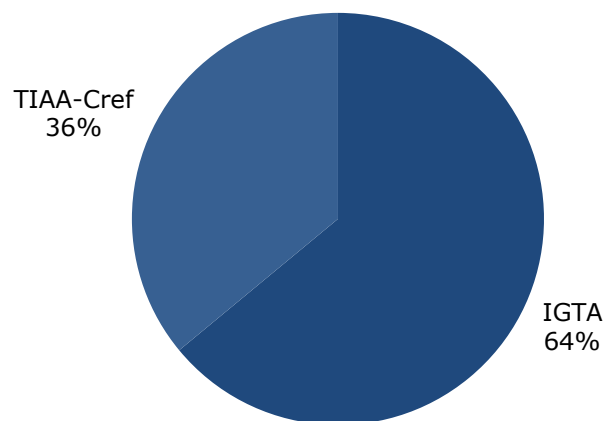
# JK Iguatemi

## Destaques Financeiros e Operacionais

ABL Total	34.359 m <sup>2</sup>
ABL Própria	21.990 m <sup>2</sup>
Receita Anual <sup>(1)</sup>	R\$ 104 milhões
Receita/m <sup>2</sup> <sup>(1)</sup>	R\$ 3.045/m <sup>2</sup>



## Estrutura Societária



## Principais Marcas



(1) Data base: 31 de dezembro de 2018. Inclui Aluguel Mínimo + Overage + Aluguel Temporário e Estacionamento.

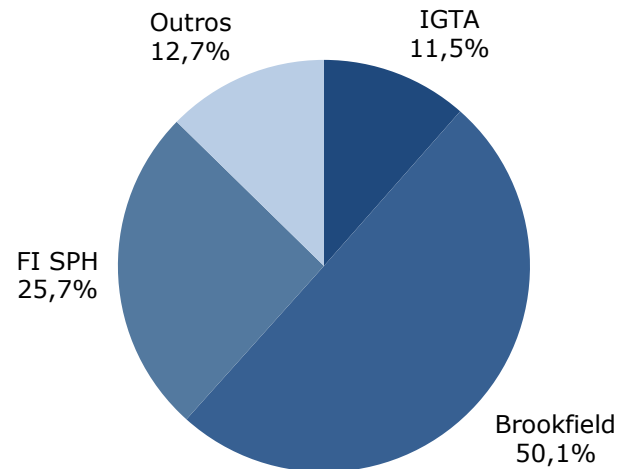
# Pátio Higienópolis

## Destaques Financeiros e Operacionais

ABL Total	33.820 m <sup>2</sup>
ABL Própria	3.903 m <sup>2</sup>
Receita Anual <sup>(1)</sup>	R\$ 119 milhões
Receita/m <sup>2</sup> <sup>(1)</sup>	R\$ 3.525/m <sup>2</sup>



## Estrutura Societária



## Principais Marcas



(1) Data base: 31 de dezembro de 2018. Inclui Aluguel Mínimo + Overage + Aluguel Temporário e Estacionamento.



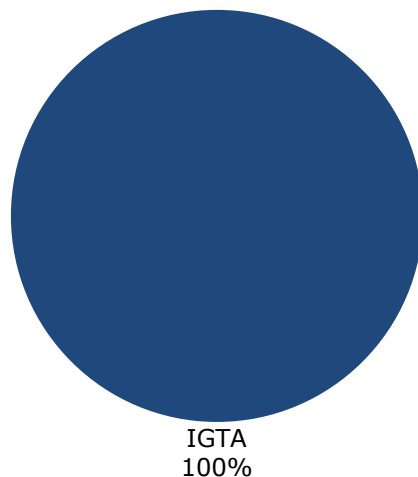
# Market Place

## Destaques Financeiros e Operacionais

ABL Total	26.548 m <sup>2</sup>
ABL Própria	26.548 m <sup>2</sup>
Receita Anual <sup>(1)</sup>	R\$ 51 milhões
Receita/m <sup>2</sup> <sup>(1)</sup>	R\$ 1.927/m <sup>2</sup>



## Estrutura Societária



## Principais Marcas



(1) Data base: 31 de dezembro de 2018. Inclui Aluguel Mínimo + Overage + Aluguel Temporário e Estacionamento.

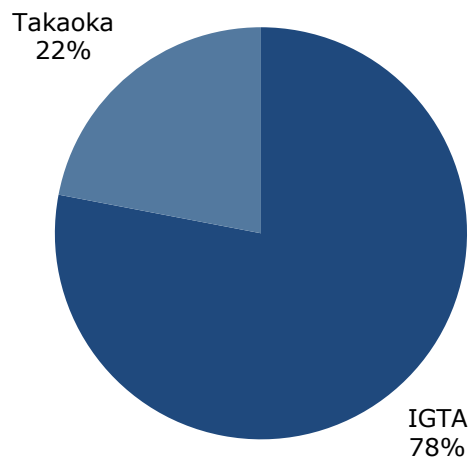
# Iguatemi Alphaville

## Destaques Financeiros e Operacionais

ABL Total	31.258 m <sup>2</sup>
ABL Própria	24.381 m <sup>2</sup>
Receita Anual <sup>(1)</sup>	R\$ 49 milhões
Receita/m <sup>2</sup> <sup>(1)</sup>	R\$ 1.587/m <sup>2</sup>



## Estrutura Societária



## Principais Marcas



(1) Data base: 31 de dezembro de 2018. Inclui Aluguel Mínimo + Overage + Aluguel Temporário e Estacionamento.

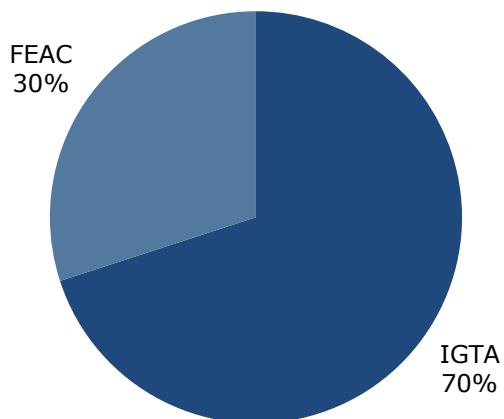
# Iguatemi Campinas

## Destaques Financeiros e Operacionais

ABL Total	72.659 m <sup>2</sup>
ABL Própria	50.861 m <sup>2</sup>
Receita Anual <sup>(1)</sup>	R\$ 146 milhões
Receita/m <sup>2</sup> <sup>(1)</sup>	R\$ 2.015/m <sup>2</sup>



## Estrutura Societária



## Principais Marcas



(1) Data base: 31 de dezembro de 2018. Inclui Aluguel Mínimo + Overage + Aluguel Temporário e Estacionamento.

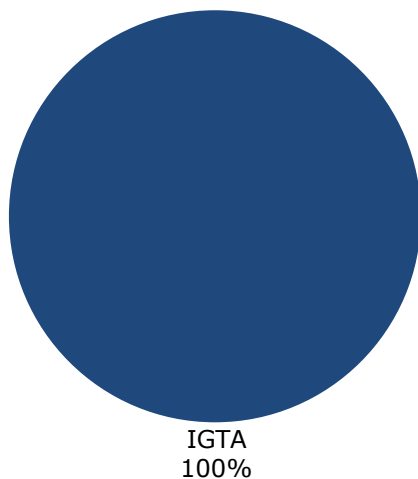
# Galleria

## Destaques Financeiros e Operacionais

ABL Total	33.263 m <sup>2</sup>
ABL Própria	33.263 m <sup>2</sup>
Receita Anual <sup>(1)</sup>	R\$ 35 milhões
Receita/m <sup>2</sup> <sup>(1)</sup>	R\$ 1.050/m <sup>2</sup>



## Estrutura Societária



## Principais Marcas



(1) Data base: 31 de dezembro de 2018. Inclui Aluguel Mínimo + Overage + Aluguel Temporário e Estacionamento.

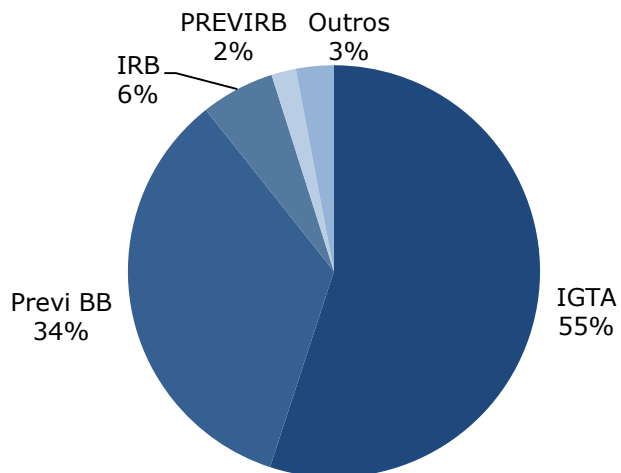
# Iguatemi Esplanada

## Destaques Financeiros e Operacionais

<b>ABL Total</b>	<b>64.482 m<sup>2</sup></b>
<b>ABL Própria</b>	<b>35.704 m<sup>2</sup></b>
<b>Receita Anual<sup>(1)</sup></b>	<b>R\$ 92 milhões</b>
<b>Receita/m<sup>2</sup><sup>(1)</sup></b>	<b>R\$ 1.425/m<sup>2</sup></b>



## Estrutura Societária<sup>(2)</sup>



## Principais Marcas



(1) Data base: 31 de dezembro de 2018. Inclui Aluguel Mínimo + *Overage* + Aluguel Temporário e Estacionamento.

(2) Considera o Iguatemi Esplanada e o Esplanada Shopping como um único ativo. Dados são arredondados e indicativos, já que as propriedades possuem bases acionárias distintas.



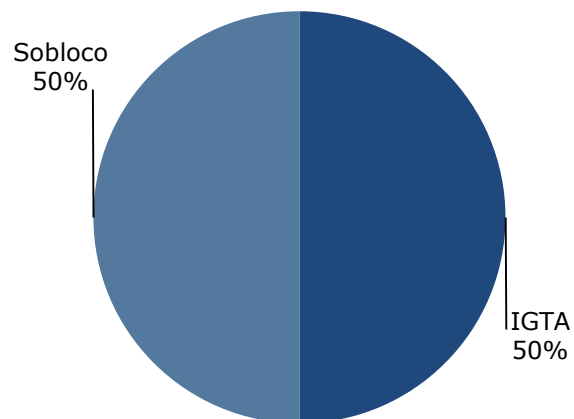
# Iguatemi São Carlos

## Destaques Financeiros e Operacionais

ABL Total	22.331 m <sup>2</sup>
ABL Própria	11.166 m <sup>2</sup>
Receita Anual <sup>(1)</sup>	R\$ 16 milhões
Receita/m <sup>2</sup> <sup>(1)</sup>	R\$ 737/m <sup>2</sup>



## Estrutura Societária



## Principais Marcas



(1) Data base: 31 de dezembro de 2018. Inclui Aluguel Mínimo + Overage + Aluguel Temporário e Estacionamento.



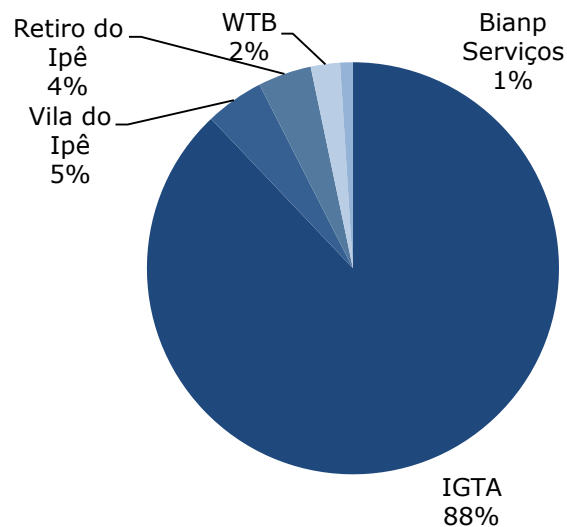
# Iguatemi Ribeirão Preto

## Destaques Financeiros e Operacionais

<b>ABL Total</b>	<b>40.543 m<sup>2</sup></b>
<b>ABL Própria</b>	<b>35.678 m<sup>2</sup></b>
<b>Receita Anual<sup>(1)</sup></b>	<b>R\$ 24 milhões</b>
<b>Receita/m<sup>2</sup><sup>(1)</sup></b>	<b>R\$ 590/m<sup>2</sup></b>



## Estrutura Societária



## Principais Marcas



(1) Data base: 31 de dezembro de 2018. Inclui Aluguel Mínimo + Overage + Aluguel Temporário e Estacionamento.

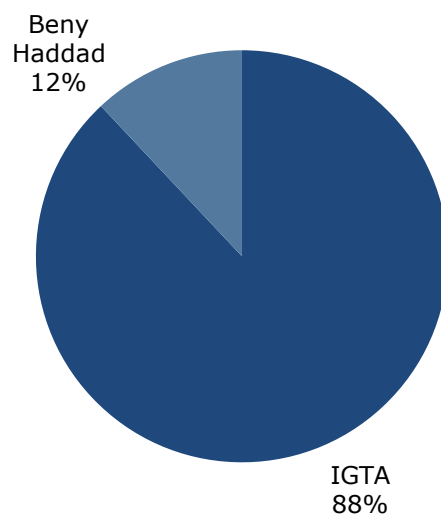
# Iguatemi São José do Rio Preto

## Destaques Financeiros e Operacionais

ABL Total	43.546 m <sup>2</sup>
ABL Própria	38.320 m <sup>2</sup>
Receita Anual <sup>(1)</sup>	R\$ 33 milhões
Receita/m <sup>2</sup> <sup>(1)</sup>	R\$ 764/m <sup>2</sup>



## Estrutura Societária



## Principais Marcas



(1) Data base: 31 de dezembro de 2018. Inclui Aluguel Mínimo + Overage + Aluguel Temporário e Estacionamento.

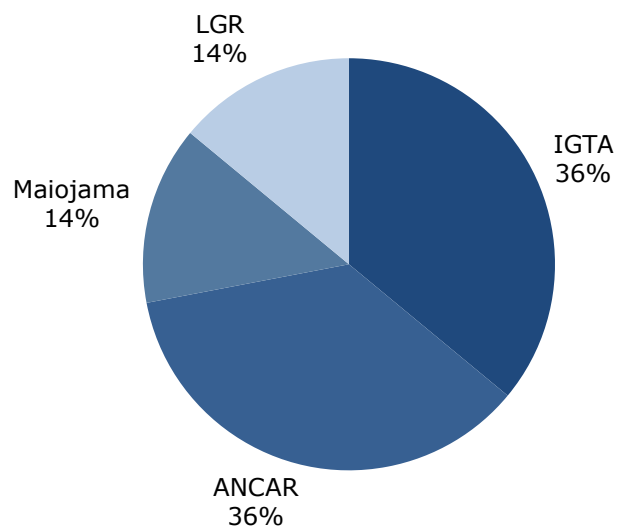
# Iguatemi Porto Alegre

## Destaques Financeiros e Operacionais

<b>ABL Total</b>	<b>63.366 m<sup>2</sup></b>
<b>ABL Própria</b>	<b>22.812 m<sup>2</sup></b>
<b>Receita Anual<sup>(1)</sup></b>	<b>R\$ 147 milhões</b>
<b>Receita/m<sup>2</sup><sup>(1)</sup></b>	<b>R\$ 2.326/m<sup>2</sup></b>



## Estrutura Societária



## Principais Marcas



(1) Data base: 31 de dezembro de 2018. Inclui Aluguel Mínimo + Overage + Aluguel Temporário e Estacionamento.

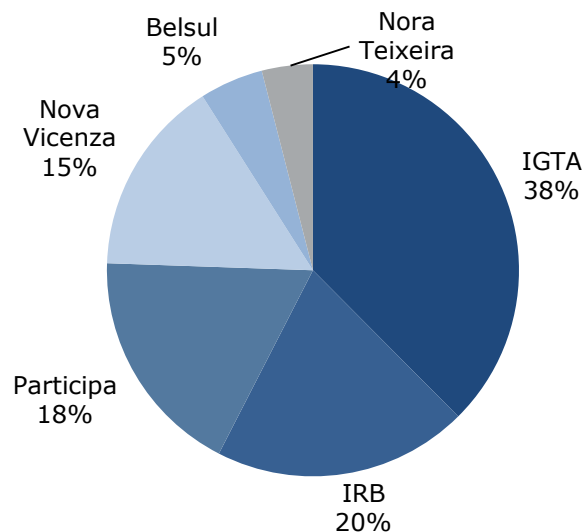
# Praia de Belas

## Destaques Financeiros e Operacionais

<b>ABL Total</b>	<b>44.367 m<sup>2</sup></b>
<b>ABL Própria</b>	<b>16.660 m<sup>2</sup></b>
<b>Receita Anual<sup>(1)</sup></b>	<b>R\$ 71 milhões</b>
<b>Receita/m<sup>2</sup><sup>(1)</sup></b>	<b>R\$ 1.593/m<sup>2</sup></b>



## Estrutura Societária



## Principais Marcas



(1) Data base: 31 de dezembro de 2018. Inclui Aluguel Mínimo + Overage + Aluguel Temporário e Estacionamento.

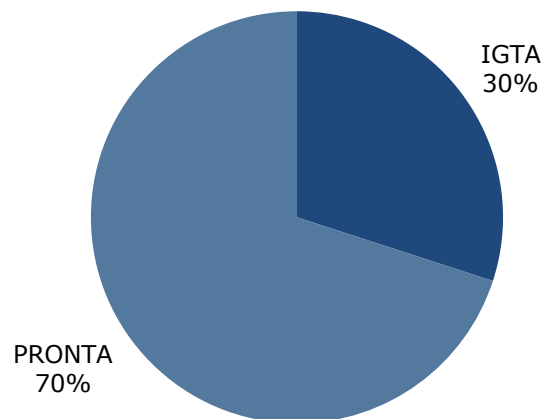
# Iguatemi Florianópolis

## Destaques Financeiros e Operacionais

ABL Total	21.109 m <sup>2</sup>
ABL Própria	6.333 m <sup>2</sup>
Receita Anual <sup>(1)</sup>	R\$ 35 milhões
Receita/m <sup>2</sup> <sup>(1)</sup>	R\$ 1.641/m <sup>2</sup>



## Estrutura Societária



## Principais Marcas



(1) Data base: 31 de dezembro de 2018. Inclui Aluguel Mínimo + Overage + Aluguel Temporário e Estacionamento.



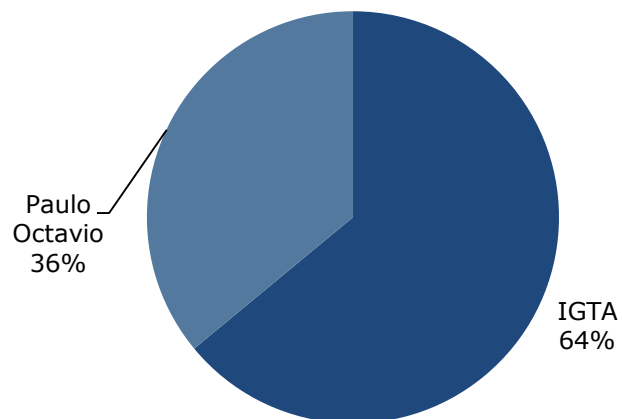
# Iguatemi Brasília

## Destaques Financeiros e Operacionais

ABL Total	34.148 m <sup>2</sup>
ABL Própria	21.854 m <sup>2</sup>
Receita Anual <sup>(1)</sup>	R\$ 55 milhões
Receita/m <sup>2</sup> <sup>(1)</sup>	R\$ 1.607 /m <sup>2</sup>



## Estrutura Societária



## Principais Marcas



(1) Data base: 31 de dezembro de 2018. Inclui Aluguel Mínimo + Overage + Aluguel Temporário e Estacionamento.



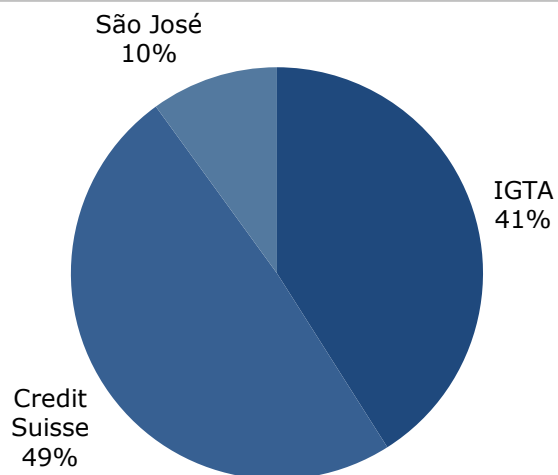
# I Fashion Outlet Novo Hamburgo

## Destaques Financeiros e Operacionais

ABL Total	20.085 m <sup>2</sup>
ABL Própria	8.235 m <sup>2</sup>
Receita Anual <sup>(1)</sup>	R\$ 13 milhões
Receita/m <sup>2</sup> <sup>(1)</sup>	R\$ 636/m <sup>2</sup>



## Estrutura Societária



## Principais Marcas



(1) Data base: 31 de dezembro de 2018. Inclui Aluguel Mínimo + Overage + Aluguel Temporário e Estacionamento.

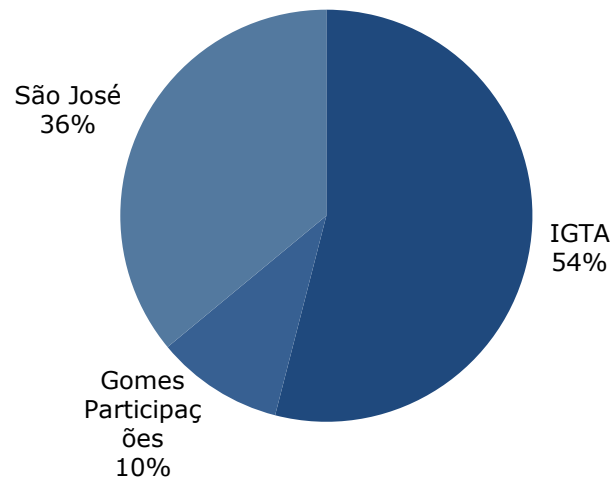
# I Fashion Outlet Santa Catarina<sup>(1)</sup>

## Destaques Financeiros e Operacionais

ABL Total	19.888 m <sup>2</sup>
ABL Própria	10.739 m <sup>2</sup>



## Estrutura Societária



## Principais Marcas



(1) Inauguração dia 12 de Dezembro de 2018.

(2) Data base: 31 de dezembro de 2018. Inclui Aluguel Mínimo + Overage + Aluguel Temporário e Estacionamento.

# Contato do time de RI

---

## **Cristina Betts**

CFO e Diretora de Relações com Investidores

## **Roberta Noronha**

Diretora de Planejamento Integrado

## **Carina Carreira**

Gerente de RI

## **Thais Lima**

Analista de RI

Tel.: +55 (11) 3137-6872 / 6877

E-mail: [ri@iguatemi.com.br](mailto:ri@iguatemi.com.br)

[www.iguatemi.com.br](http://www.iguatemi.com.br)

Considerações referentes às perspectivas do negócio, estimativas de resultados operacionais e financeiros, e às perspectivas de crescimento da Iguatemi, eventualmente expressas neste relatório, se constituem apenas em projeções e, como tal, baseiam-se exclusivamente nas expectativas da administração da Iguatemi em relação ao futuro do negócio e seu contínuo acesso a capitais para financiar o plano de negócios da Companhia. Tais considerações dependem, substancialmente, de mudanças nas condições de mercado, regras governamentais, pressões da concorrência, do desempenho do setor e da economia brasileira, entre outros fatores e estão, portanto, sujeitas a mudanças sem aviso prévio.