



APRESENTAÇÃO INSTITUCIONAL IT20



ÍNDICE

1. Visão Geral

2. Entregando crescimento lucrativo desde o IPO

3. Como a Iguatemi crescerá nos próximos anos

4. Destaques operacionais e financeiros

5. Apêndice

Missão, Visão e Valores

MISSÃO

Criar experiências únicas e memoráveis de consumo e de lazer.

VISÃO

Sermos reconhecidos no mundo por ter os melhores e mais admirados shoppings e empreendimentos nos mercados em que atuamos.

VALORES

- 1) Sonhamos com o impossível e chegamos lá.
- 2) UAU! Excelência, qualidade nos detalhes e encantamento.
- 3) Gostamos de desafio e nos superamos constantemente.
- 4) Pensamos como dono, arregaçamos a manga e suamos a camisa.
- 5) Conhecemos o nosso negócio.
- 6) Sabemos onde queremos chegar, planejamos e alcançamos nossos objetivos.
- 7) Temos paixão pelo que fazemos.
- 8) Somos obstinados por resultados.

Visão geral

- ⊗ Portfólio composto por 14⁽¹⁾ shoppings, 2 outlets e 3 torres comerciais, totalizando 710 mil m² de ABL total (470 mil m² de ABL própria)
- ⊗ Operações focadas no público das classes A e B e nas regiões Sul e Sudeste do Brasil
- ⊗ 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 'AAA(bra)' pela Fitch
- ⊗ Sólidas taxas de crescimento: vendas atingiram R\$ 14,2 bilhões em 2019, um aumento de 3,8% em comparação a 2018



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

Foco no público de alta renda, principalmente nas regiões Sul e Sudeste...

Distrito Federal: Maior renda per capita do país

 Iguatemi Brasília

São Paulo: 2ª maior renda per capita do país

 Iguatemi São Paulo

 Iguatemi Alphaville

 Power Center Campinas

 JK Iguatemi

 Iguatemi Esplanada

 Iguatemi São Carlos

 Market Place

 Iguatemi Campinas

 Iguatemi Ribeirão Preto

 Pátio Higienópolis

 Galleria

 Iguatemi Rio Preto

Estado	# de Malls/Outlets	# de Torres	ABL Próprio (m ²)
SP ⁽¹⁾	11	2	372.272
RS ⁽¹⁾	3	1	65.673
DF	1	-	22.045
SC	1	-	10.713

Rio Grande do Sul: 3ª maior renda per capita do país

 Iguatemi Porto Alegre

 Praia de Belas

 I Fashion Outlet Novo Hamburgo

Santa Catarina: 4ª maior renda per capita do país

 I Fashion Outlet Santa Catarina

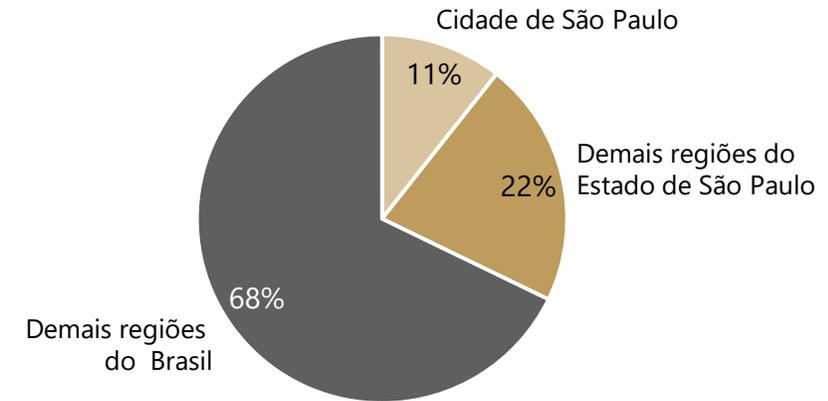
Fonte: IBGE – PNDA Contínua - Renda domiciliar per capita 2016.

(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.

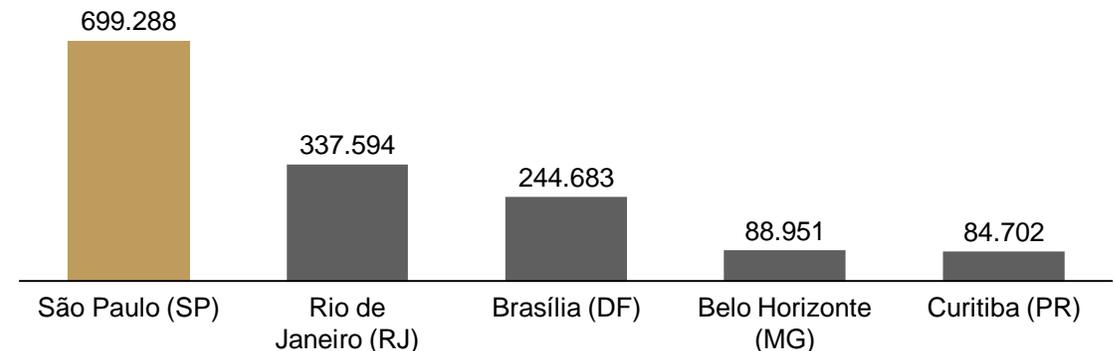
...e com sólida presença no Estado de São Paulo



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



A cidade de São Paulo possui o maior PIB do país (R\$ milhões)⁽¹⁾



(1) Fonte: IBGE, Sistema de Constas Regionais – SCR, 2017 (dados mais atuais disponíveis).

A Iguatemi construiu ao longo dos anos uma marca sólida e reconhecida pelo varejo e pelo consumidor final

CONSTRUÇÃO DA MARCA

- Ativos diferenciados - boas localizações, arquitetura de alto padrão e manutenção recorrente;
- Serviços e eventos inovadores;
- Melhora constante do mix de lojas.

Única empresa de shopping centers com **marca reconhecida entre as 60 mais valiosas do Brasil⁽¹⁾**, pelo 11º ano consecutivo.

Iguatemi se tornou um sinônimo de shopping no Brasil.

(1) Fonte: Exame, "As 60 Marcas Mais Valiosas do Brasil em 2019".

Portfólio de ativos

Ativos	Inauguração	Cidade	% Iguatemi	ABL Total (m ²)	ABL Iguatemi (m ²)	Receita 2018 ⁽¹⁾ por m ² (R\$)
Iguatemi São Paulo	1966	São Paulo	58,58%	49.329	28.897	5.055
JK Iguatemi	2012	São Paulo	64,00%	34.358	21.989	3.386
Pátio Higienópolis	1999	São Paulo	11,54%	33.363	3.850	3.725
Market Place	1995	São Paulo	100,00%	26.882	26.882	1.903
Iguatemi Alphaville	2011	Barueri	78,00%	31.147	24.295	1.646
Iguatemi Campinas	1980	Campinas	70,00%	72.725	50.908	2.139
Galleria	1992	Campinas	100,00%	33.142	33.142	979
Iguatemi Esplanada ⁽²⁾	1991	Sorocaba	60,93%	64.809	39.491	1.435
Iguatemi Esplanada - Área Proprietária ⁽³⁾	-	Sorocaba	100,00%	3.678	3.678	-
Iguatemi São Carlos	1997	São Carlos	50,00%	22.334	11.167	769
Iguatemi Ribeirão Preto	2013	Ribeirão Preto	88,00%	43.288	38.093	637
Iguatemi Rio Preto	2014	São José do Rio Preto	88,00%	43.550	38.324	811
Sub-total Sudeste			69,93%	458.605	320.716	2.078
Iguatemi Porto Alegre	1983	Porto Alegre	42,58%	64.253	27.359	2.463
Praia de Belas	1991	Porto Alegre	57,55%	44.683	25.715	1.679
Sub-total Sul			48,72%	108.936	53.074	2.486
Iguatemi Brasília	2010	Brasília	64,00%	34.446	22.045	1.604
Sub-total Distrito Federal			64,00%	34.446	22.045	1.604
I Fashion Outlet Novo Hamburgo	2013	Novo Hamburgo	41,00%	20.056	8.223	637
I Fashion Outlet Novo Hamburgo	2013	Novo Hamburgo	54,00%	19.838	10.713	260
Power Center Iguatemi Campinas ⁽⁴⁾	-	Campinas	77,00%	29.822	22.963	148
Sub-total Premium Outlet & Power Center			60,10%	69.717	41.899	321
Sub-total Shoppings			65,17%	671.703	437.734	1.938
Torre Market Place I	1991	São Paulo	100,00%	15.274	15.274	697
Torre Market Place II	1992	São Paulo	100,00%	13.319	13.319	752
Torre Iguatemi Porto Alegre	2016	Porto Alegre	42,58%	10.278	4.376	752
Sub-total Torres			84,82%	38.871	32.969	711
Total			66,24%	710.574	470.703	1.871

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

(2) Iguatemi detém 52,99% do Esplanada Shopping (24.352 m²) e 65,72% da expansão (40.455 m²).

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

(4) Área anexa ao Shopping Iguatemi Campinas.

(5) Considera a participação indireta de 6,58% detida através da Maiorama Participações.

ÍNDICE

1. Visão Geral

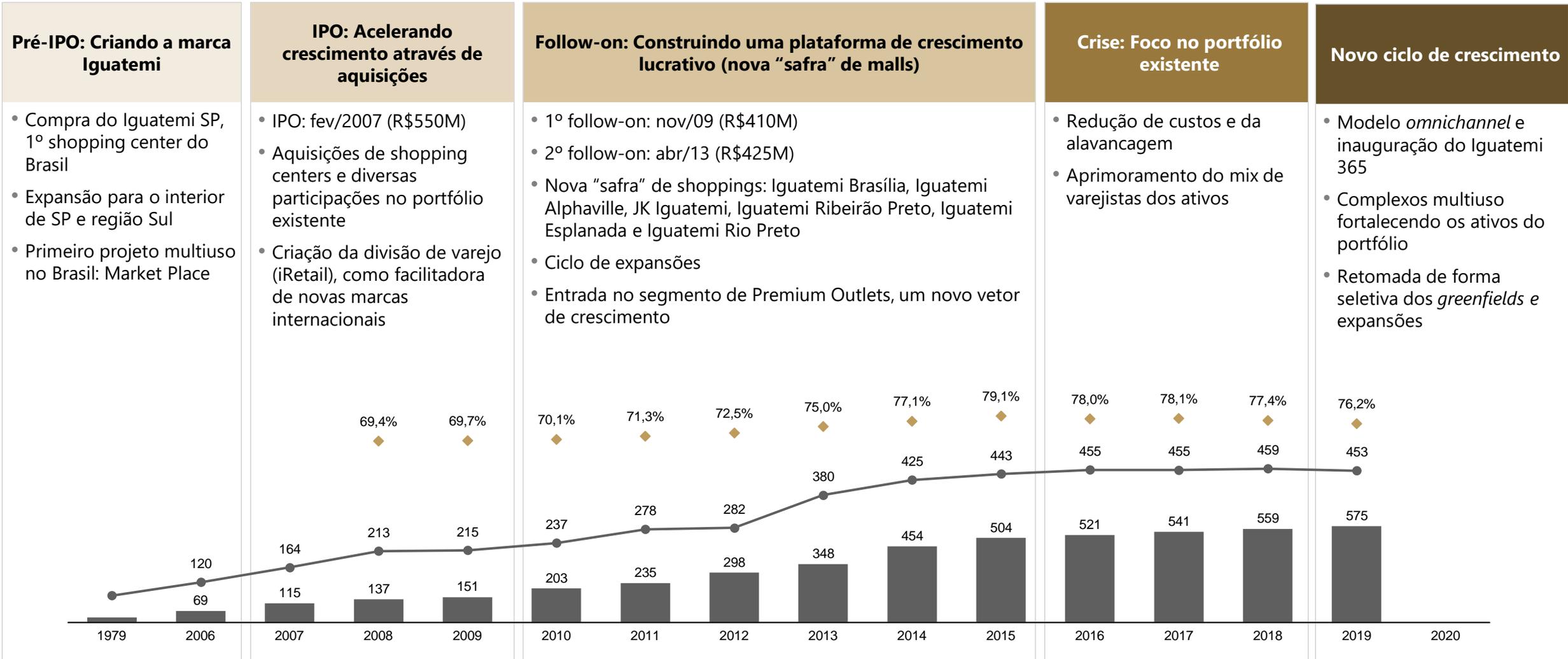
2. Entregando crescimento lucrativo desde o IPO

3. Como a Iguatemi crescerá nos próximos anos

4. Destaques operacionais e financeiros

5. Apêndice

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



Pré-IPO: Criando a marca Iguatemi

- Compra do Iguatemi SP, 1º shopping center do Brasil
- Expansão para o interior de SP e região Sul
- Primeiro projeto multiuso no Brasil: Market Place

IPO: Acelerando crescimento através de aquisições

- IPO: fev/2007 (R\$550M)
- Aquisições de shopping centers e diversas participações no portfólio existente
- Criação da divisão de varejo (iRetail), como facilitadora de novas marcas internacionais

Follow-on: Construindo uma plataforma de crescimento lucrativo (nova "safra" de malls)

- 1º follow-on: nov/09 (R\$410M)
- 2º follow-on: abr/13 (R\$425M)
- Nova "safra" de shoppings: Iguatemi Brasília, Iguatemi Alphaville, JK Iguatemi, Iguatemi Ribeirão Preto, Iguatemi Esplanada e Iguatemi Rio Preto
- Ciclo de expansões
- Entrada no segmento de Premium Outlets, um novo vetor de crescimento

Crise: Foco no portfólio existente

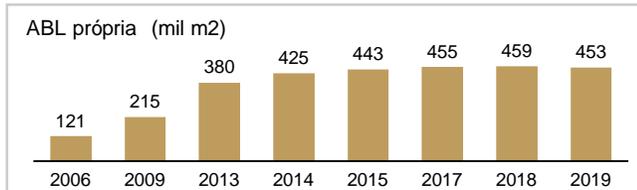
- Redução de custos e da alavancagem
- Aprimoramento do mix de varejistas dos ativos

Novo ciclo de crescimento

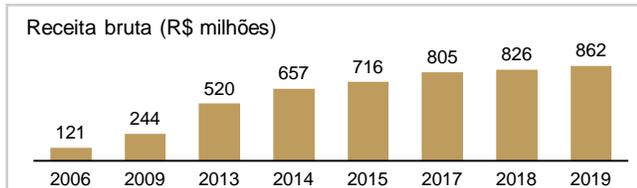
- Modelo *omnichannel* e inauguração do Iguatemi 365
- Complexos multiuso fortalecendo os ativos do portfólio
- Retomada de forma seletiva dos *greenfields* e expansões

EBITDA e Margem EBITDA de 2012 ajustados pela venda do Boulevard Rio Iguatemi e de 2019 pelas vendas do Iguatemi Caxias e Iguatemi Florianópolis.

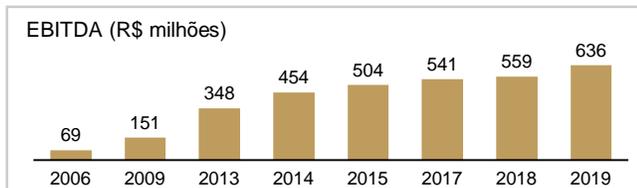
Crescimento de qualidade resultou em maior lucratividade por ABL



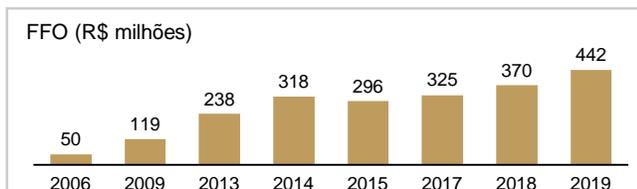
11% CAGR
ABL Própria cresceu 3,7x



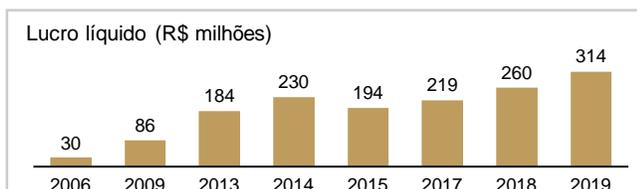
16% CAGR
Receita cresceu 7,1x



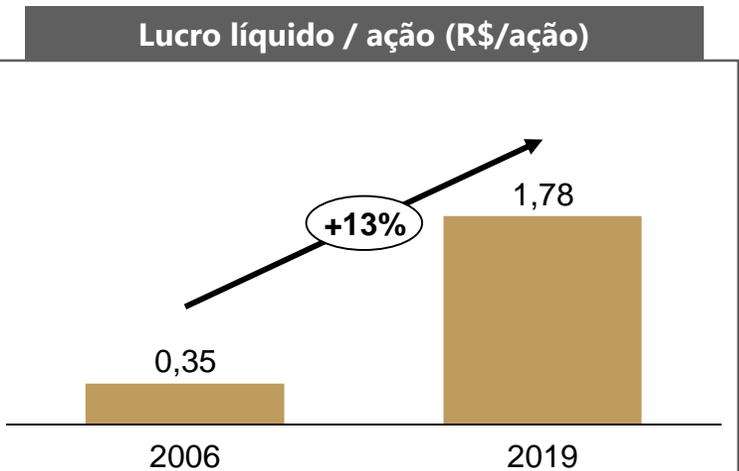
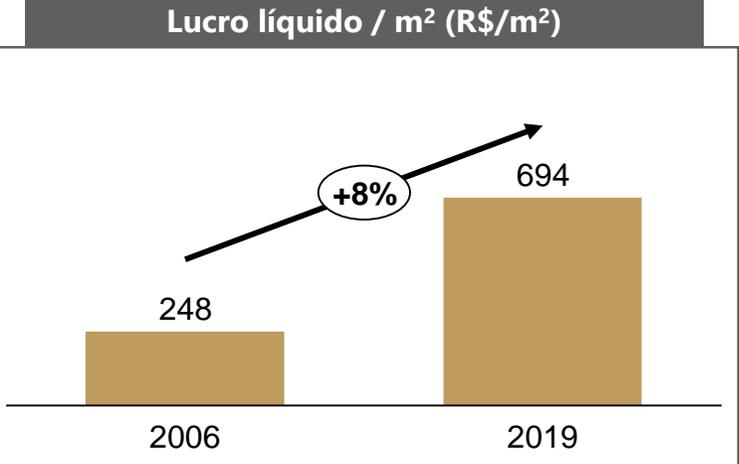
19% CAGR
EBITDA cresceu 9,2x



18% CAGR
FFO cresceu 8,8x



20% CAGR
Lucro líquido cresceu 10,5x



ÍNDICE

1. Visão Geral
2. Entregando crescimento lucrativo desde o IPO
- 3. Como a Iguatemi crescerá nos próximos anos**
4. Destaques operacionais e financeiros
5. Apêndice

Como a Iguatemi crescerá nos próximos anos



A Iguatemi seguirá entregando *greenfields* selecionados e de alta qualidade



Greenfields selecionados, em boas localizações e no formato adequado contribuem para um portfólio de qualidade

Ativos	Inauguração	Cidade	% Iguatemi	ABL Total (m ²)	ABL Iguatemi (m ²)
I Fashion Outlet Santa Catarina	2018	Tijucas	54,00%	19.838	10.713
Iguatemi São José do Rio Preto	2014	São José do Rio Preto	88,00%	43.550	38.324
Iguatemi Ribeirão Preto	2013	Ribeirão Preto	88,00%	43.288	38.093
I Fashion Outlet Novo Hamburgo	2013	Novo Hamburgo	41,00%	20.056	8.223
JK Iguatemi	2012	São Paulo	64,00%	34.358	21.989
Iguatemi Alphaville	2011	Barueri	78,00%	31.147	24.295
Iguatemi Brasília	2010	Brasília	64,00%	34.446	22.045
Total				226.683	

Nos anos que seguem seremos **ainda mais seletivos** na adição de novos malls ao portfólio.

I Fashion Outlet Santa Catarina - SC

Dez 2018



Iguatemi São José Do Rio Preto – SP

Abr 2014



ABL Total: 43.649 m2.



Iguatemi Ribeirão Preto – SP

Set 2013



ABL Total: 43.648 m2.

I Fashion Outlet Novo Hamburgo – RS

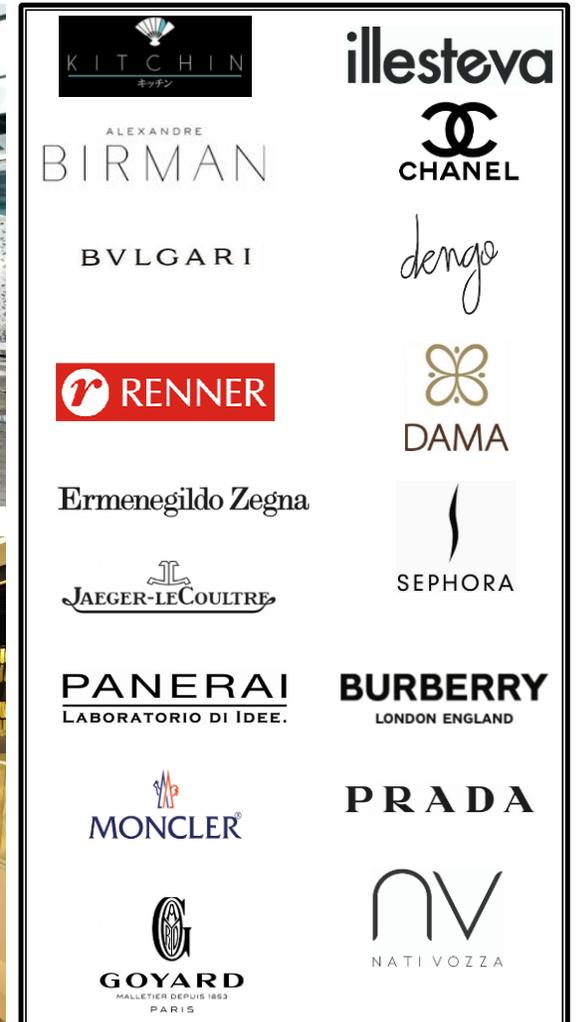
Set 2013



ABL Total: 20.115 m2.

JK Iguatemi – SP

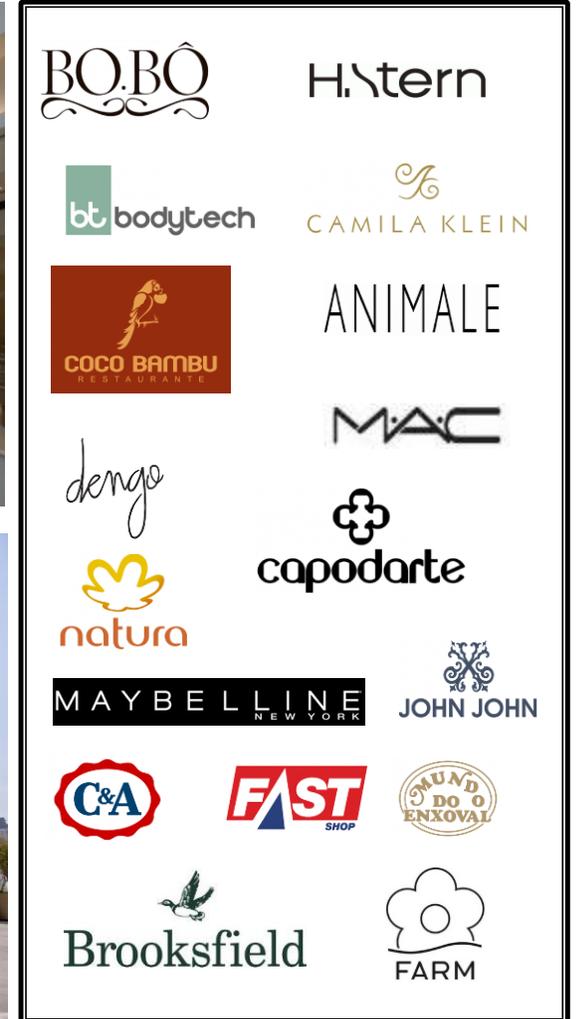
Jun 2012



ABL Total: 34.359 m2.

Iguatemi Alphaville – SP

Abr 2011



Iguatemi Brasília – DF

Mar 2010



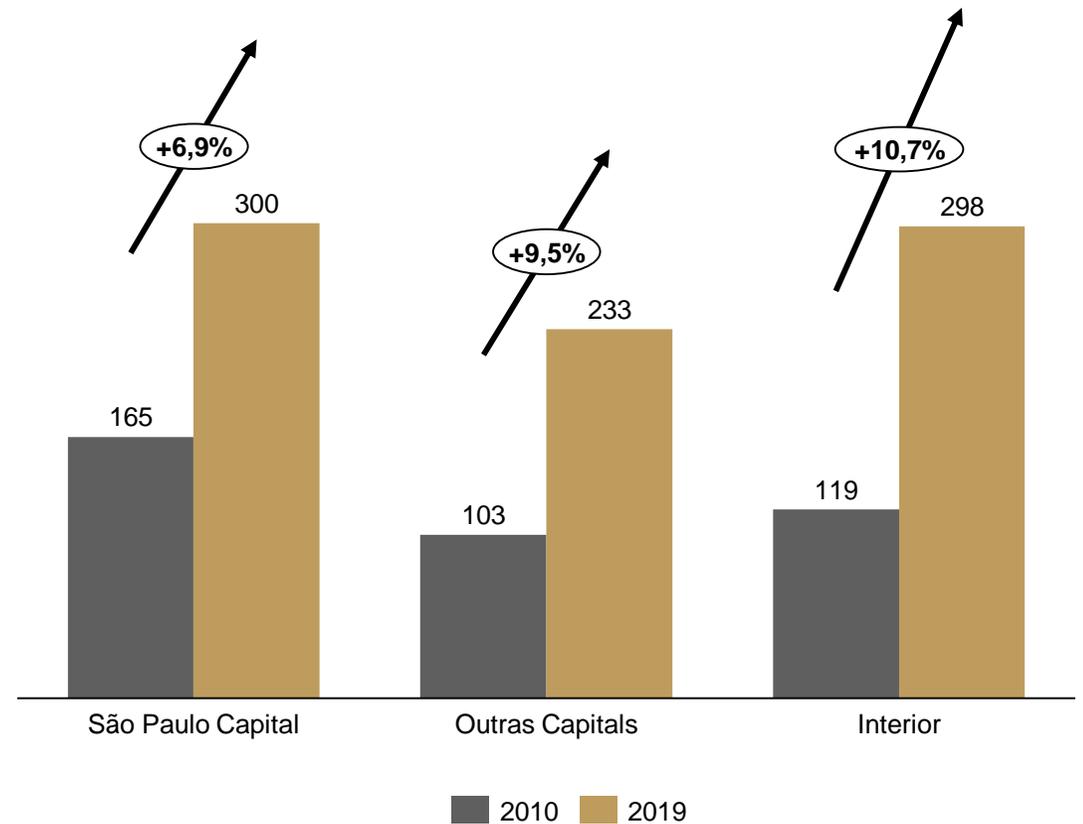
Mix de qualidade, adensamento qualificado do entorno e expansões seletivas fortalecem os ativos do portfólio



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

Ativos existentes antes do IPO	Receita ⁽¹⁾ /m ² 2010	Receita ⁽¹⁾ /m ² 2019	Receita ⁽¹⁾ /m ² CAGR 2010-2019	Receita ⁽¹⁾ CAGR 2010-2019
Iguatemi São Paulo	3,213	5,055	5,2%	7,6%
Market Place	1,379	1,903	3,6%	4,0%
Subtotal – São Paulo Capital	2,492	3,942	5,2%	6,9%
Praia de Belas	1,189	1,679	3,9%	9,1%
Iguatemi Porto Alegre	1,759	2,463	3,8%	9,6%
Subtotal - Outras Capitais	1,519	2,142	3,9%	9,5%
Iguatemi Campinas	1,214	2,139	6,5%	9,8%
Iguatemi São Carlos	0,319	0,769	10,3%	12,3%
Galleria	0,583	0,979	5,9%	9,8%
Esplanada ⁽²⁾	1,165	1,435	2,3%	12,5%
Subtotal - Interior	0,947	1,544	5,6%	10,7%

Receita ⁽¹⁾ CAGR 2010 - 2018



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

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

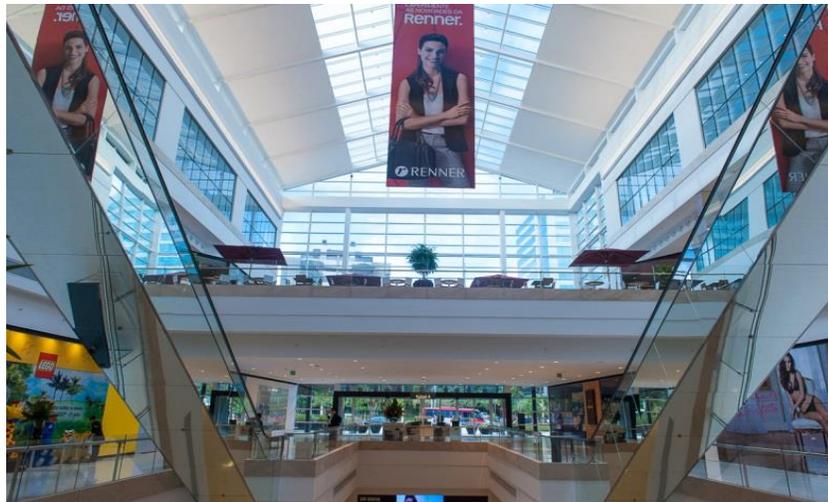
Expansões fortalecem ativos existentes e possibilitam a adição de lojistas diferenciados e muitas vezes exclusivos à região

Ativo	Inauguração da Expansão	Cidade	ABL Original (m ²)	ABL da Expansão (m ²)	ABL Final (m ²)
Iguatemi Porto Alegre	abr/16	Porto Alegre	43.877	20.376	64.253
Iguatemi São Paulo	set/15	São Paulo	48.141	1.188	49.329
Iguatemi Campinas	abr/15	Campinas	52.928	19.797	72.725
Iguatemi São Carlos	jun/14	São Carlos	19.060	3.274	22.334
Iguatemi Esplanada ⁽¹⁾	nov/13	Sorocaba	25.259	39.550	64.809
Praia de Belas	nov/13	Porto Alegre	27.059	17.624	44.683
Total				101.809	

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

Expansão do Iguatemi Porto Alegre – RS

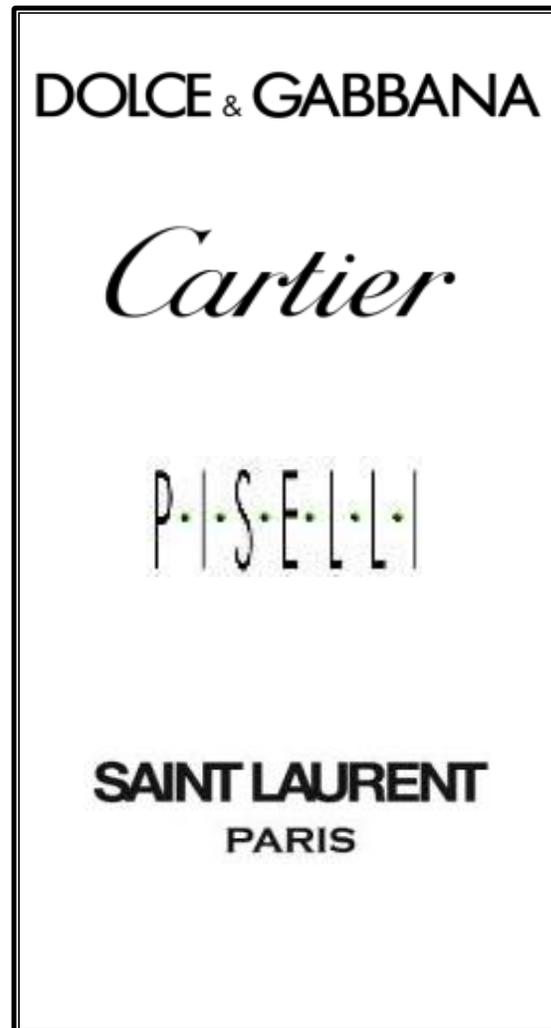
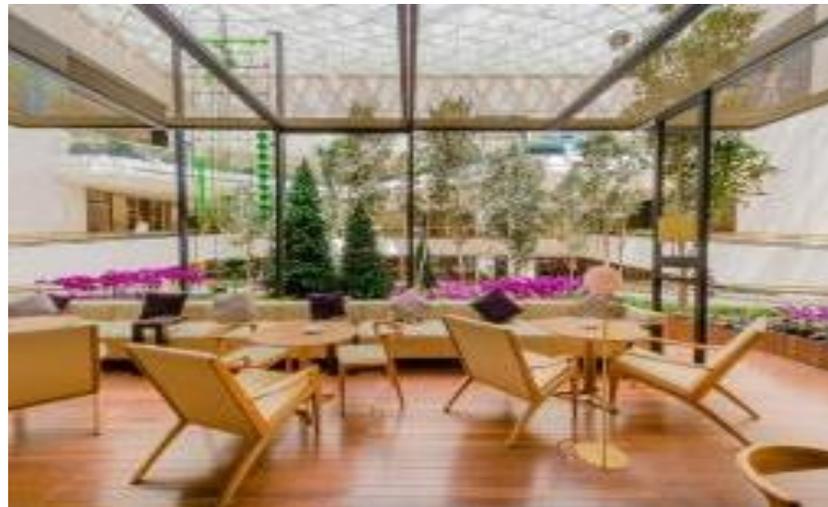
Abr 2016



Inaugurada em 27 de Abril de 2016 com 90% da ABL locada.
ABL da expansão: 20.376 m².

Expansão do Iguatemi São Paulo – SP

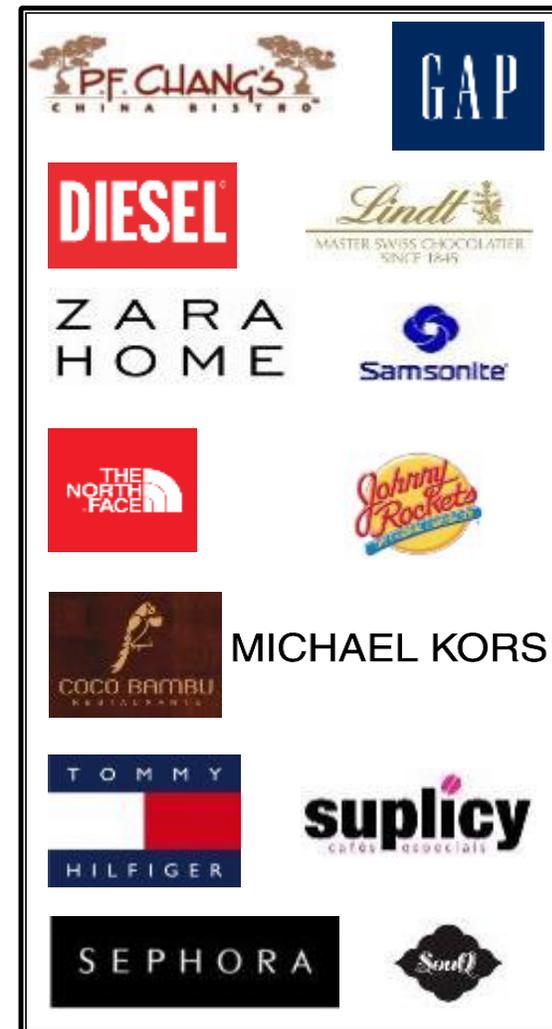
Main Plaza (Mai 2015) & expansão (Set 2015)



Expansão inaugurada em Setembro de 2015 com 75% da ABL locada.
ABL da expansão: 1.188 m².

Expansão do Iguatemi Campinas – SP

Abr 2015



Inaugurada em 30 de Abril de 2015 com 90% da ABL locada
ABL da expansão: 19.979 m².

Expansão do Iguatemi São Carlos – SP

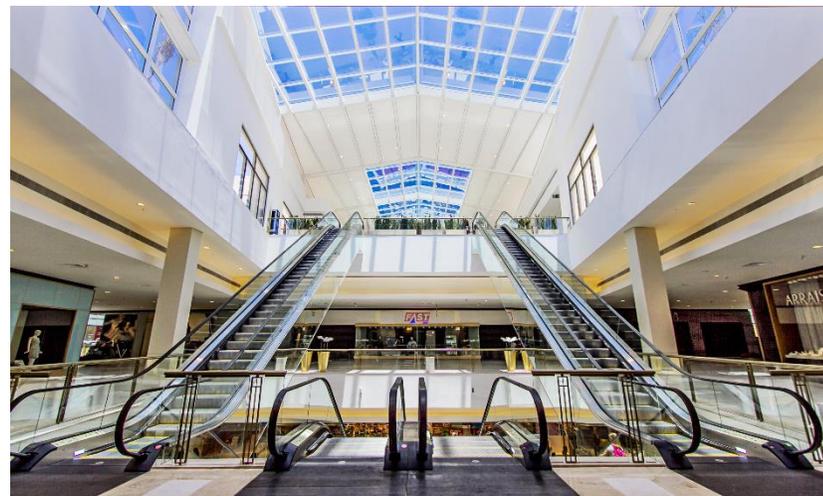
Jun 2014



ABL da expansão: 3.274 m2.

Expansão Iguatemi Esplanada – SP

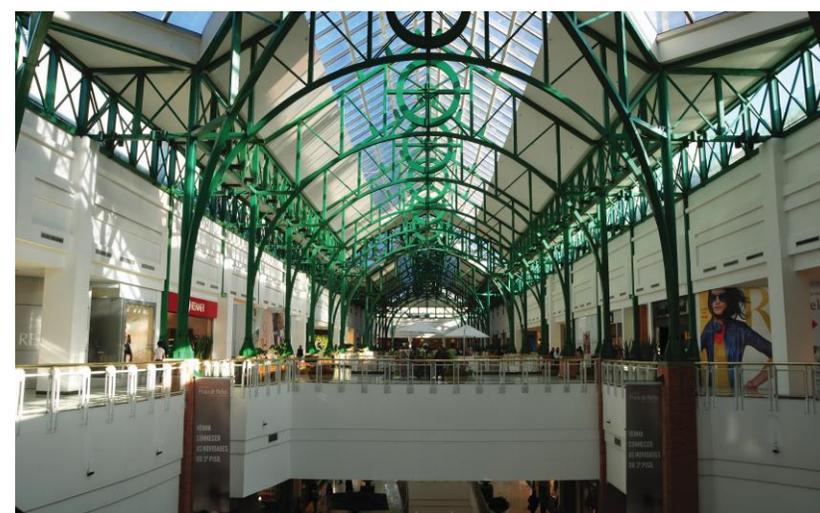
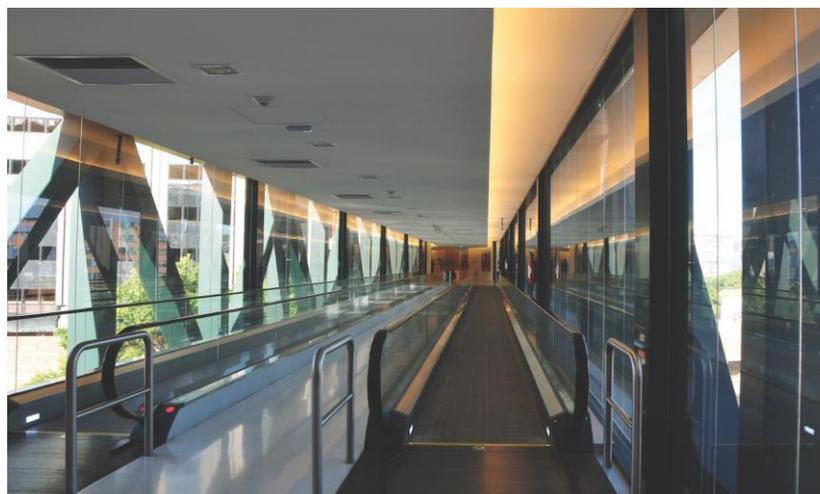
Nov 2013



ABL da expansão: 39.550 m2.

Expansão do Praia De Belas – RS

Nov 2013

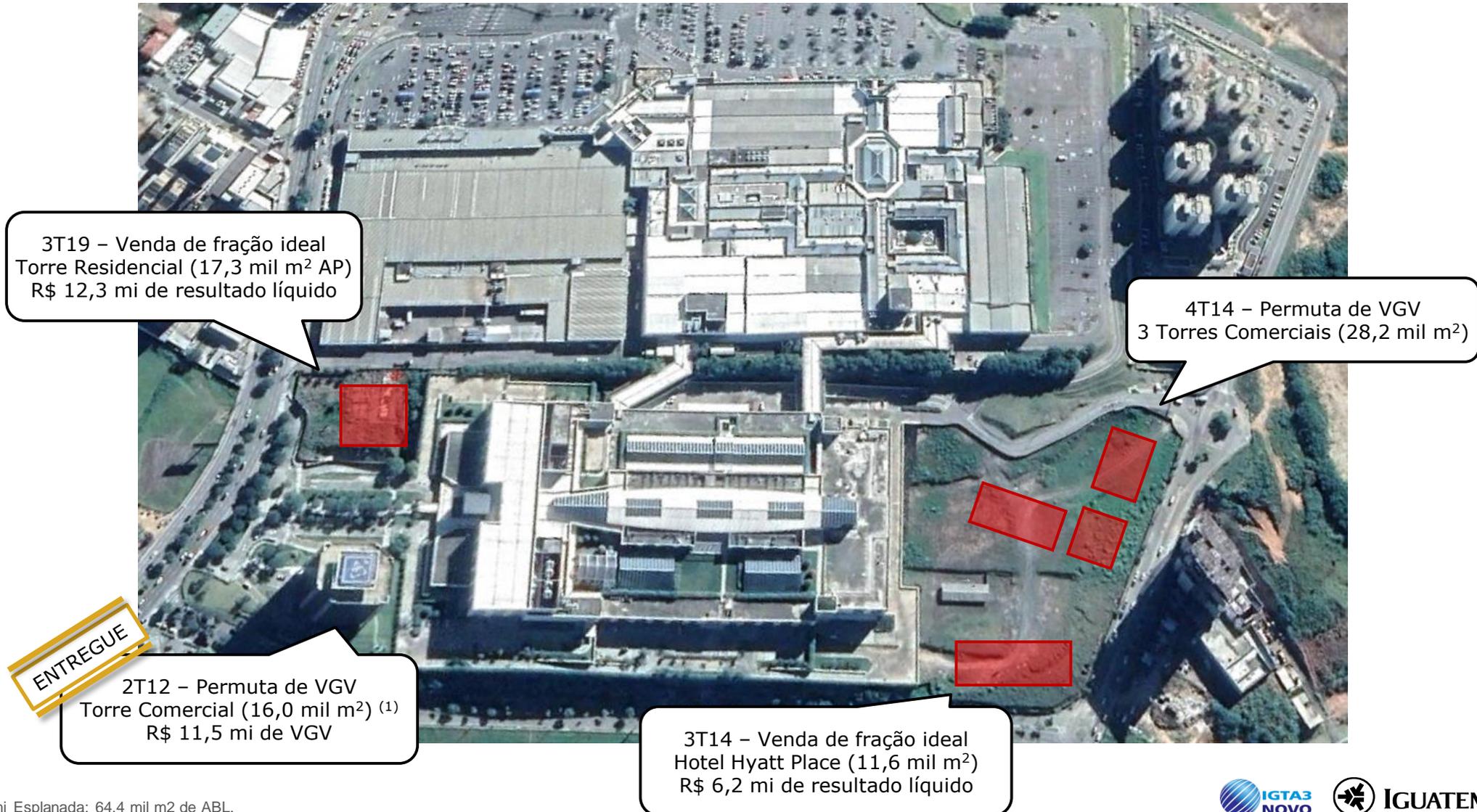


ABL da expansão: 17.624 m2.

Adensamento do entorno através do desenvolvimento de projetos multiuso potencializa o fluxo qualificado nos malls

Ativo	Data do Anúncio	Transação	Tipo de Torre	Área Privativa Total (mil m ²)	Valor da Transação (R\$ mi)	Inauguração	% IGTA	CAPEX IGTA (R\$ mi)
Iguatemi Esplanada	3T19	Venda de fração ideal	1 Torre Residencial	17,3	12,3	-	-	-
Iguatemi S. J. Rio Preto	3T19	Venda de fração ideal	1 Torre Residencial	12,3	7,7	-	-	-
Galleria	4T18	Venda de fração ideal	1 Torre Comercial	14,5	9,3	-	55,0%	125,0
Iguatemi Esplanada	4T14	Permuta de VGV	3 Torres Comerciais	28,2	-	-	-	-
Iguatemi Esplanada	3T14	Venda de fração ideal	Hotel	11,6	6,2	-	-	-
Iguatemi S. J. Rio Preto	1T14	Permuta de VGV	3 Torres Residenciais	17,4	6,5	mai/17	-	-
Iguatemi S. J. Rio Preto	4T13	Venda de fração ideal	Hotel	n/a	8,5	ago/16	-	-
Iguatemi S. J. Rio Preto	1T13	Permuta de VGV	1 Torre Comercial	10,9	8,7	jun/16	-	-
Iguatemi Esplanada	2T12	Permuta de VGV	1 Torre Comercial	16	11,5	jun/15	-	-
Iguatemi Porto Alegre	2T12	Desenv. imobiliário para locação	1 Torre Comercial	10,7	n/a	jun/16	36,0%	-
Iguatemi Ribeirão Preto	2T11	Permuta de VGV	2 Torres Comerciais	25,8	10,7	nov/13 & mai/18	-	-
Praia de Belas	2T10	Permuta de VGV	1 Torre Comercial	n/a	25,7	jun/15	-	-
Praia de Belas	4T09	Permuta de VGV	Complexo	38,6	11	jul/15	-	-
Praia de Belas	1T07	Permuta de ABL	1 Torre Comercial	7,8	n/a	set/10	-	-
Total				210,3	127,4			

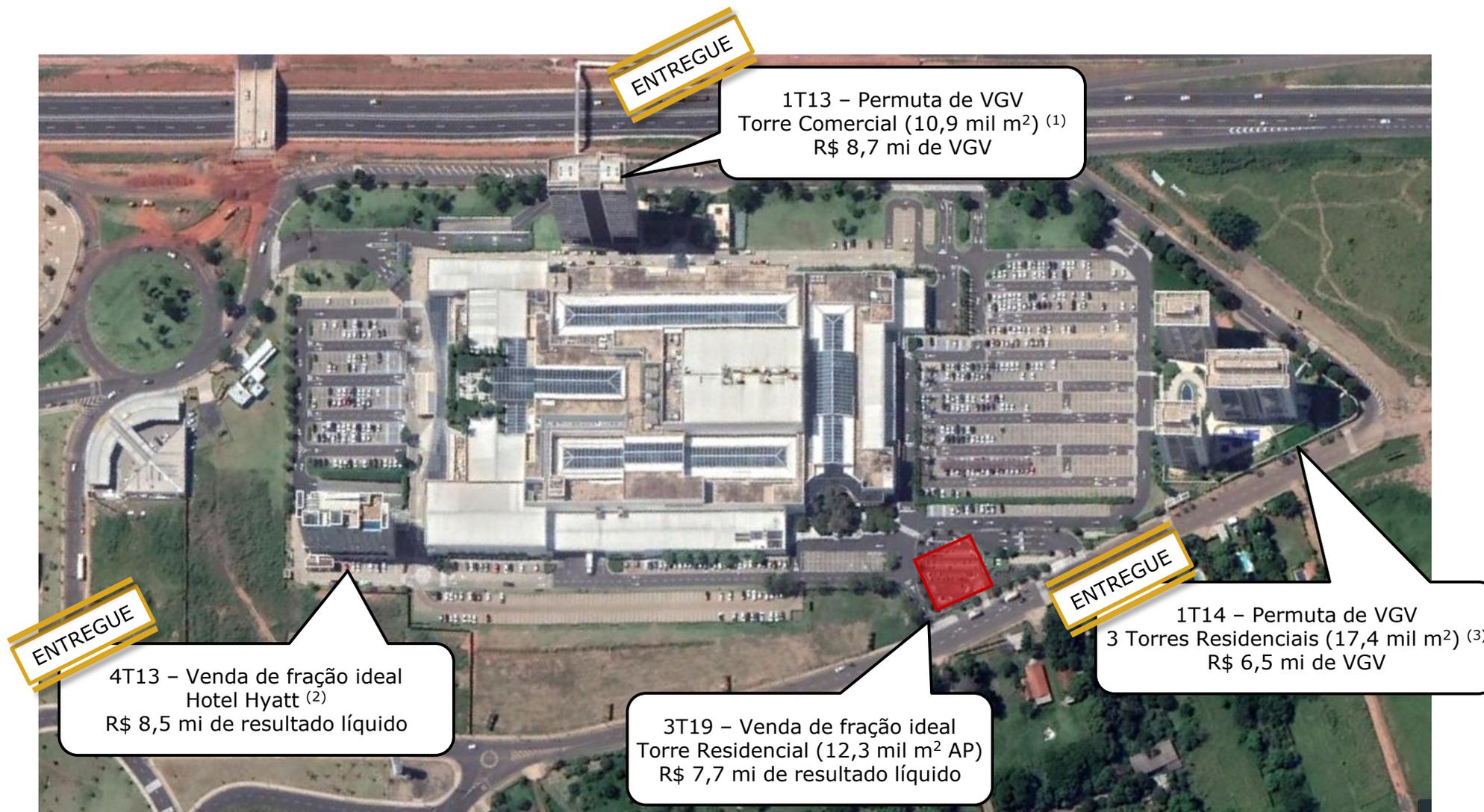
Torres no Iguatemi Esplanada



Shopping Iguatemi Esplanada: 64,4 mil m² de ABL.

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

Torres no Iguatemi São José do Rio Preto



Shopping Iguatemi São José do Rio Preto: 43,6 mil m² de ABL.

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

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

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

Torre no Galleria



4T18 - Venda de fração ideal
Torre Comercial (14,5 mil m²)
R\$ 9,3 mi de resultado líquido
55% IGTA (R\$ 125,0 mi de CAPEX)

Torre no Iguatemi Porto Alegre



Torres no Iguatemi Ribeirão Preto

ENTREGUE

2T11 – Permuta de VGV
2 Torres Comerciais (25,8 mil m²) ⁽¹⁾ ⁽²⁾
R\$ 10,7 mi de VGV



Shopping Iguatemi Ribeirão Preto: 43,6 mil m² de ABL.

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

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

Torres no Praia de Belas



Praia de Belas Shopping Center: 47,2 mil m² de ABL.

- (1) Torres entregue em Setembro de 2010, em parceria com a Maiojama
- (2) Torres entregue em Junho de 2015, em parceria com a Maiojama
- (3) Torres entregue em Julho de 2015, em parceria com a Maiojama

Potencial construtivo com oportunidade de crescimento robusto

Empreendimento	Shopping (ABL m ²)	Imobiliário (AP m ²)	% Iguatemi
Iguatemi São Paulo	5.000	-	58,6%
Iguatemi Campinas - Terreno Anexo ⁽²⁾	-	782.000	24,8%
Iguatemi Campinas	25.000	108.000	70,0%
Iguatemi Campinas - Power Center	-	193.000	77,0%
Iguatemi Porto Alegre	3.000	32.000	42,6%
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 ¹⁾	10.000	8.000	54,0%
Iguatemi Rio Preto	21.500	-	88,0%
Total	196.629	1.280.860	47,2%

(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.

Oferecendo experiências únicas e promovendo a fidelização

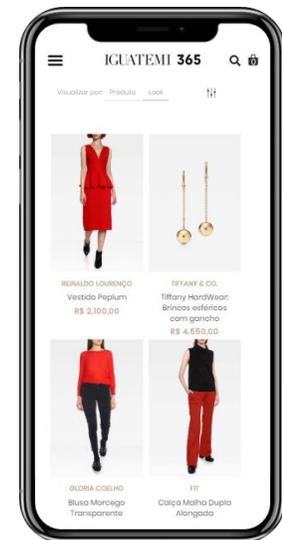
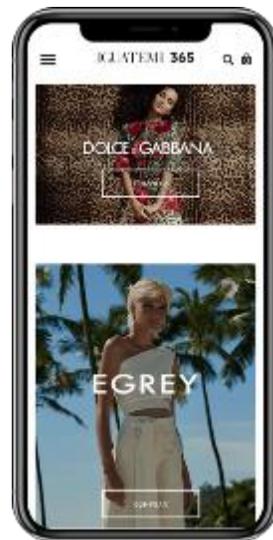


Eventos exclusivos atraem fluxo e promovem experiências únicas



Lançamento do e-commerce Iguatemi 365 complementa a jornada do consumidor

- E-commerce lançado em 24 de outubro de 2019 com mais de 90 marcas, muitas exclusivas (Tiffany & Co., Ermenegildo Zegna, DVF, Vilebrequin) e outras ainda não presentes em nossos shoppings (Cabana Crafts, Vanda Jacintho, Sophia Hegg)
- Experiência Iguatemi 24 horas por dia, 365 dias por ano, ligando o mundo físico com o online
- Investimento total até o lançamento de ~R\$ 15 milhões ao longo de 2 anos
- Hoje oferecendo mais de 250 marcas e 10 mil itens aos nossos consumidores



Novo programa de relacionamento Iguatemi ONE fideliza o cliente e melhora a comunicação

PROGRAMA INTEGRADO

Compras nos shoppings e Iguatemi 365 considerados na pontuação



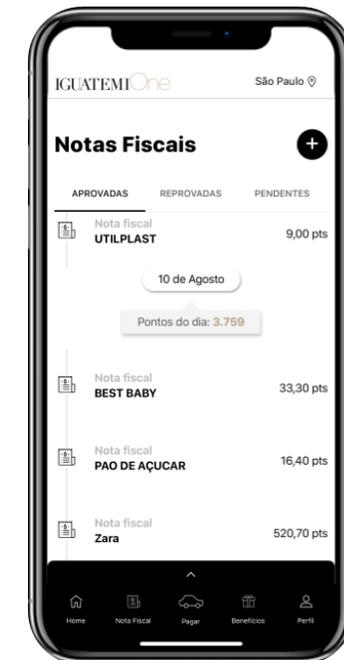
RELACIONAL

Sem troca de pontos
Categorias: SILVER, GOLD, BLACK



COM BENEFÍCIOS EXCLUSIVOS

Em moda, gastronomia, *wellness*, arte e cultura, *lifestyle* e experiências, de acordo com cada categoria



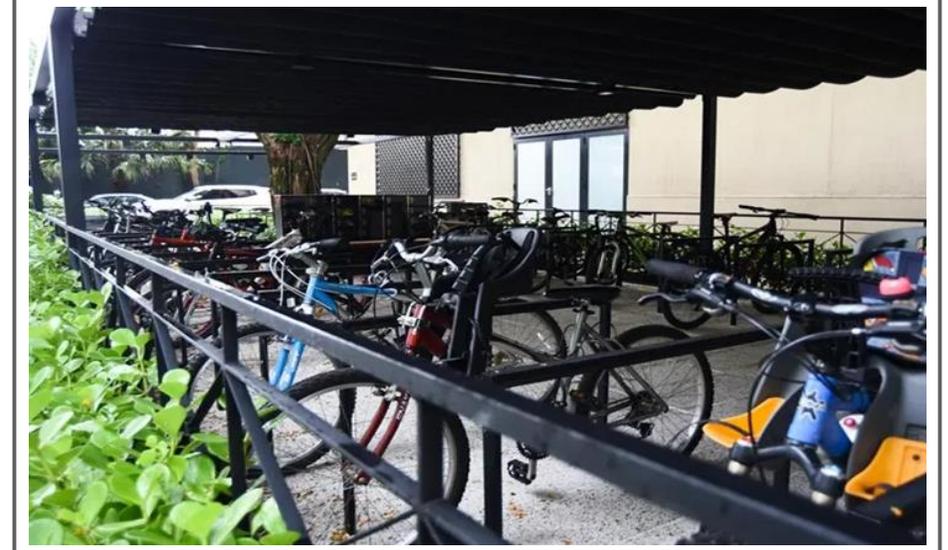
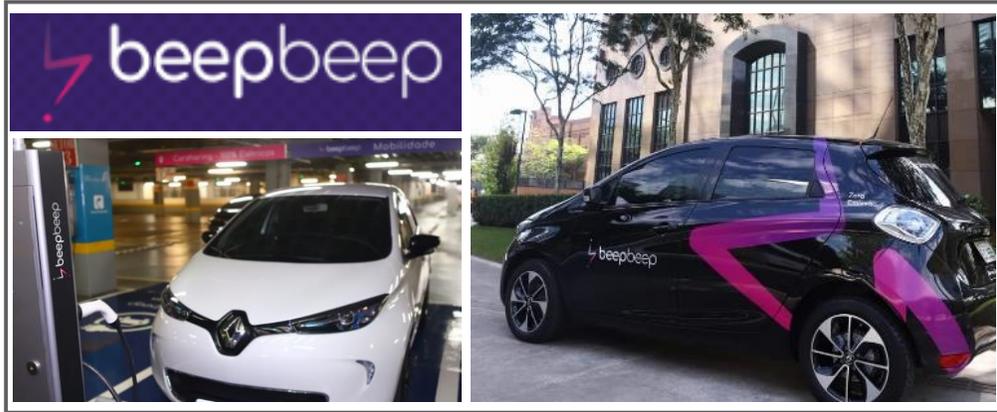
Parceria com o iFood melhora a experiência e potencializa vendas das operações de alimentos



Parceria com o iFood melhora a experiência e potencializa vendas das operações de alimentos



Pioneirismo na aderência a tendências contemporâneas de mobilidade urbana nos grandes centros



A Iguatemi possui a diligência de constantemente reavaliar o alinhamento de seus ativos à estratégia corporativa



Desinvestimento de propriedades não alinhadas com nossa estratégia

Razões para o desinvestimento:

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

Desinvestimento			
Ativo	Boulevard Iguatemi Rio	Iguatemi Caxias	Iguatemi Florianópolis
Data do desinvestimento	mai/12	jul/19	out/19
ABL Total (m ²)	26.100	30.324	21.109
% IGTA	68,9%	8,4%	30,0%
Localização	Rio de Janeiro (RJ)	Caixas do Sul (RS)	Florianópolis (SC)
Receita / m ² / mês ⁽¹⁾	R\$ 687	R\$ 971	R\$ 1.641
Valor de venda (mi)	R\$ 196,80	R\$ 27,8	R\$ 110,25
Multiplo NOI	18,3x	12,6x	12,3x
Cap rate	5,6%	8,0%	8,2%

(1) Data base: ano fechado anterior ao desinvestimento.

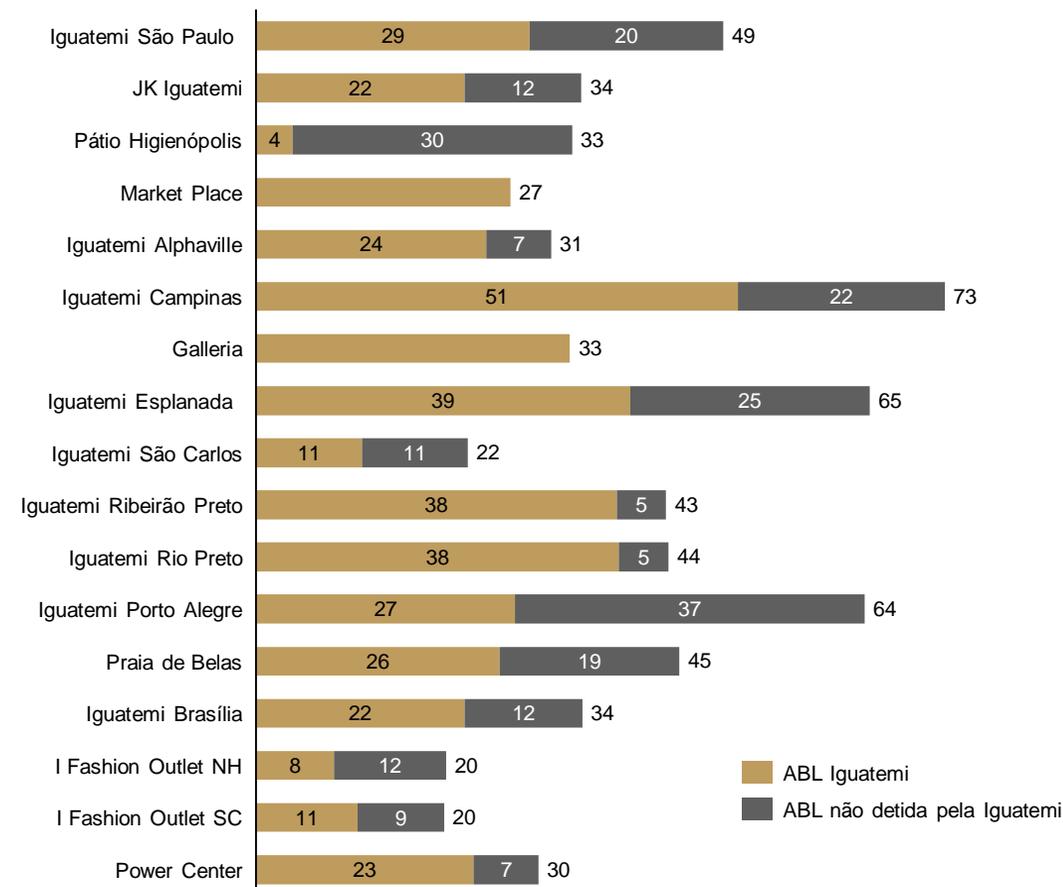
A Iguatemi adquiriu 4 novos ativos e 18 participações em ativos que já pertenciam ao seu portfólio



Aquisições realizadas desde o IPO e potencial de futuras oportunidades

Aquisições adicionais em ativos do Grupo	Ano	% Adquirido	ABL (mil m2)
Iguatemi Porto Alegre ⁽²⁾	2020	6,58%	4,2
Praia de Belas	2020	20,00%	8,9
Esplanada Shopping	2020	15,00%	3,7
Pátio Higienópolis	2018	0,31%	0,1
Pátio Higienópolis	2015	8,40%	2,8
JK Iguatemi	2014	14,00%	4,9
Galleria Shopping	2013	50,00%	16,6
Iguatemi São Carlos	2012	5,00%	1
Iguatemi São Paulo	2011	7,00%	3
Iguatemi Campinas	2011	5,00%	2,7
Esplanada Shopping	2011	4,80%	1,3
Iguatemi Rio	2011	8,20%	2,1
Esplanada Shopping	2011	3,40%	0,9
Torre Market Place II	2008	100,00%	13,4
Torre Market Place I	2008	100,00%	15,7
Market Place	2007	68,00%	17,7
Esplanada Shopping	2007	2,30%	0,7
Iguatemi Florianópolis	2007	0,00%	0
Iguatemi São Paulo	2007	11,00%	4,5
Esplanada Shopping	2007	2,40%	0,7
Iguatemi Rio	2007	3,00%	0,8
Iguatemi Porto Alegre	2007	3,80%	1,5
Iguatemi Rio	2007	30,00%	8,5
Área proprietária ⁽¹⁾	2007	100,00%	3,7
Total			119,4
Aquisições de Novos Ativos	Ano	% Adquirido	ABL (mil m2)
Pátio Higienópolis	2015	2,80%	1
I Fashion Outlet NH	2013	41,00%	8,2
Esplanada Shopping	2007	25,00%	7,1
Galleria Shopping	2007	50,00%	11,9
Total			28,2
TOTAL			147,6

Potencial de Aquisição - ABL (mil m²)



ABL não detida pela Iguatemi: 234 mil m²⁽³⁾

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

(2) Aquisição indireta via Maiojama Participações.

(3) Não inclui torres. Participação média

Detalhes das aquisições recentes

	Praia de Belas	Esplanada Shopping	Maiojama Part. ⁽¹⁾
Data da transação	jan/20	jan/20	jan/20
% adquirido	20,00%	15,00%	47,00%
ABL total (m ²)	44.779	24.352	-
Valor da transação (R\$ milhões)	174,6	85,5	123,0
Múltiplo NOI da transação (2019)	15,9x	15,2x	-
Cap Rate da transação (2019)	6,30%	6,60%	-

ÍNDICE

1. Visão Geral
2. Entregando crescimento lucrativo desde o IPO
3. Como a Iguatemi crescerá nos próximos anos
- 4. Destaques operacionais e financeiros**
5. Apêndice

Principais Indicadores Operacionais

Indicadores de Performance	1T20	1T19	Var. %
ABL Total (m²)	710.574	758.336	-6,3%
ABL Própria (m²)	470.703	459.101	2,5%
ABL Própria Média (m²)	465.799	459.101	1,5%
ABL Total Shopping (m²)	671.703	719.465	-6,6%
ABL Própria Shopping (m²)	437.734	426.808	2,6%
Total Shoppings ⁽¹⁾	16	18	-11,1%
Vendas Totais (R\$ mil)	2.633.733	3.134.792	-16,0%
Vendas mesmas lojas (SSS)	-12,9%	3,1%	-15,9 p.p.
Vendas mesma área (SAS)	-9,6%	4,5%	-14,1 p.p.
Aluguéis mesmas lojas (SSR)	-26,5%	6,4%	-32,8 p.p.
Aluguéis mesma área (SAR)	-27,1%	4,6%	-31,7 p.p.
Custo de Ocupação (% das vendas)	11,5%	12,6%	-1,1 p.p.
Taxa de Ocupação	94,1%	93,7%	0,4 p.p.
Inadimplência líquida	3,7%	2,9%	0,8 p.p.

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

Principais Indicadores Operacionais

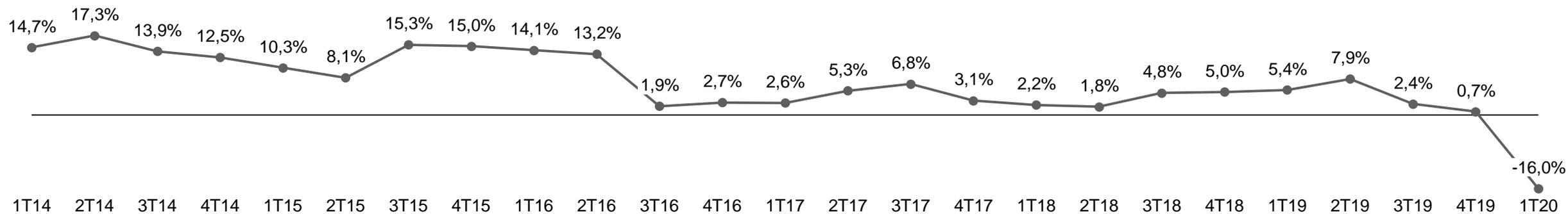
Indicadores de Performance	2019	2018	Var. %
ABL Total (m²)	709.989	757.355	-6,3%
ABL Própria (m²)	452.934	458.567	-1,2%
ABL Própria Média (m²)	457.135	448.700	1,9%
ABL Total Shopping (m²)	671.118	718.484	-6,6%
ABL Própria Shopping (m²)	420.641	426.273	-1,3%
Total Shoppings ⁽¹⁾	16	18	-11,1%
Vendas Totais (R\$ mil)	14.217.600	13.690.536	3,8%
Vendas mesmas lojas (SSS)	4,8%	1,5%	3,3 p.p.
Vendas mesma área (SAS)	6,1%	3,2%	2,9 p.p.
Aluguéis mesmas lojas (SSR)	7,3%	2,7%	4,6 p.p.
Aluguéis mesma área (SAR)	5,7%	4,4%	1,3 p.p.
Custo de Ocupação (% das vendas)	11,7%	12,0%	-0,4 p.p.
Taxa de Ocupação	93,0%	94,6%	-1,5 p.p.
Inadimplência líquida	0,8%	2,0%	-1,2 p.p.

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

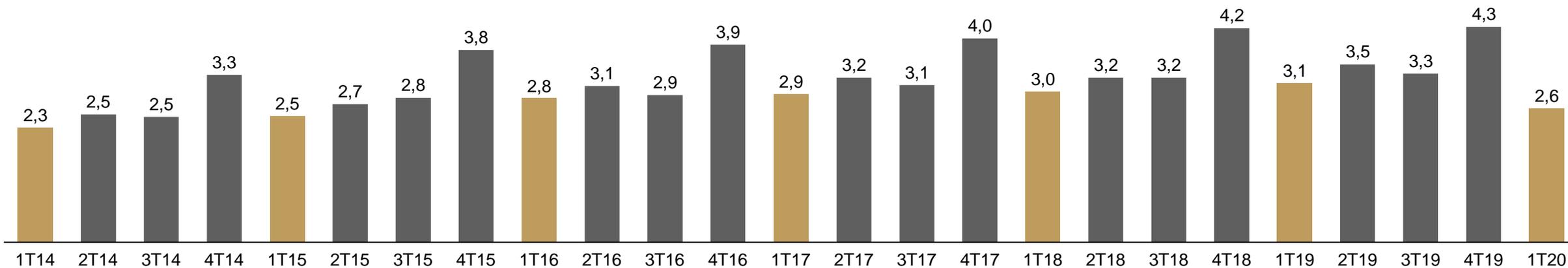
Indicadores Operacionais

Vendas totais

(Crescimento % ano contra ano)



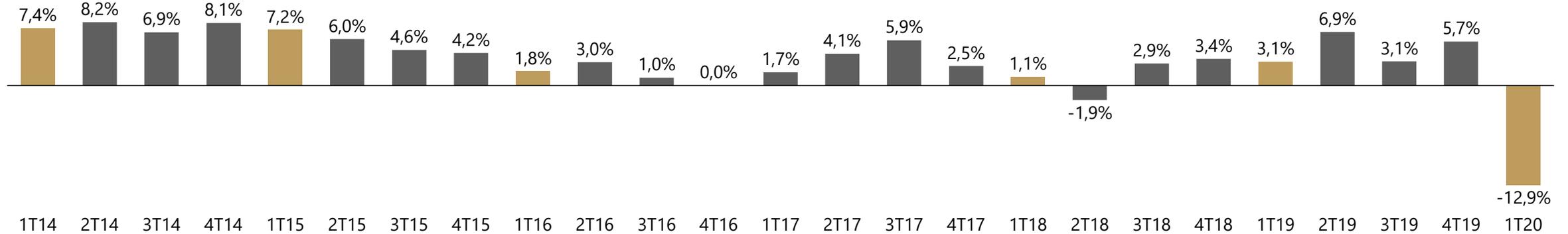
(Em R\$ bilhões)



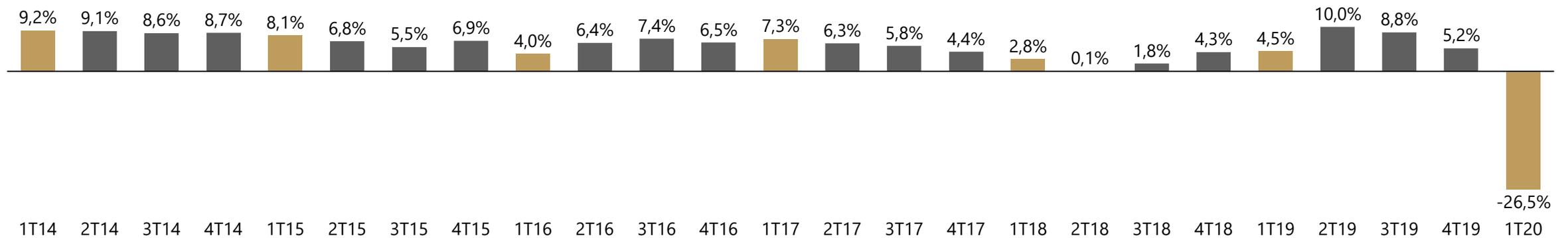
Indicadores Operacionais

Indicadores mesmas lojas

SSS



SSR

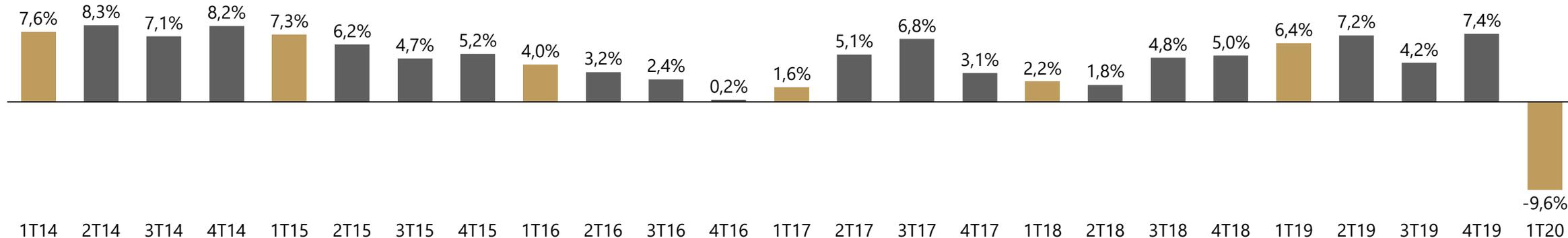


(1) Same-Store Rent líquido de desconto.

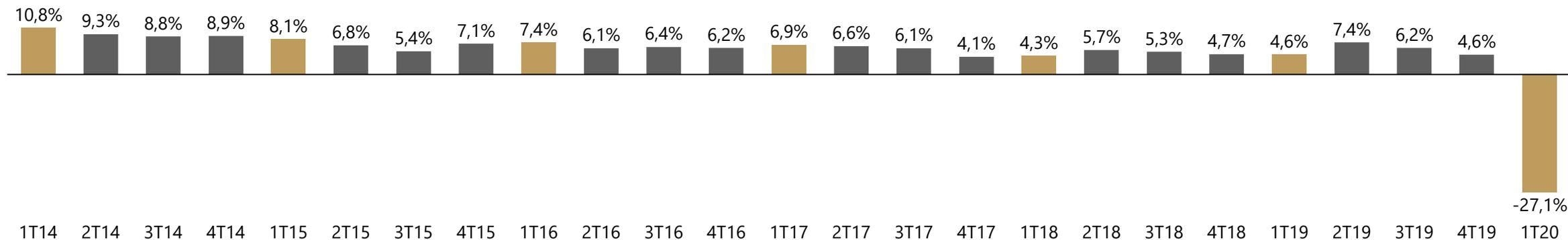
Indicadores Operacionais

Indicadores mesmas áreas

SAS



SAR⁽¹⁾

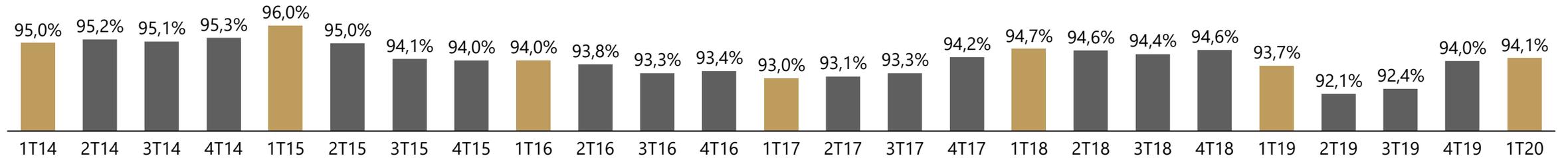


(1) Same-Area Rent líquido de desconto.

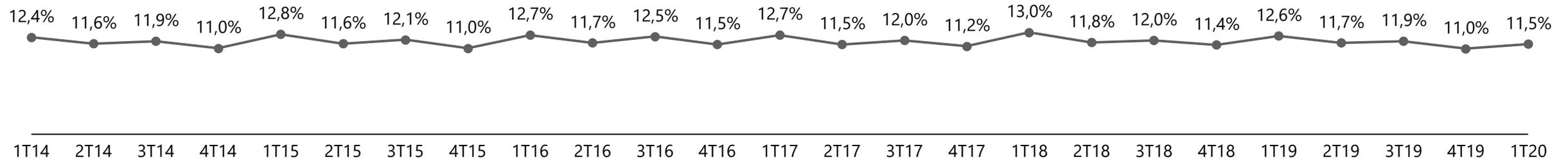
Indicadores Operacionais

Ocupação e inadimplência

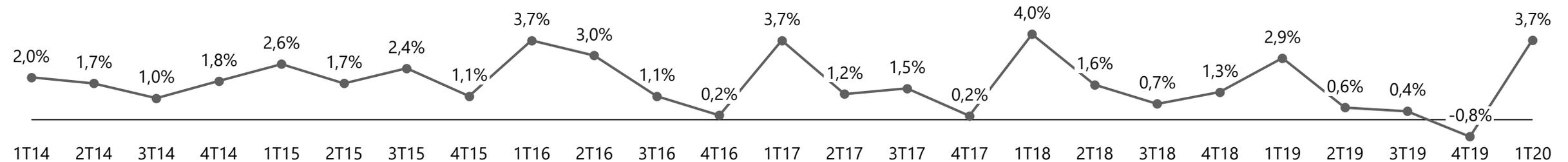
Taxa de ocupação



Custo de ocupação⁽¹⁾



Inadimplência líquida



(1) Custo de Ocupação líquido de desconto.

Demonstração de Resultados

DRE Consolidada (R\$ mil)	1T20	1T19	Var. %
Receita Bruta	204.843	197.009	4,0%
Impostos e descontos	-48.048	-24.016	100,1%
Receita Líquida	156.795	172.993	-9,4%
Custos e Despesas	-51.235	-48.521	5,6%
Outras Receitas (Desp.) Operacionais	-2.984	4.636	-164,4%
Resultado de Equivalência Patrimonial	336	305	10,2%
EBITDA	102.912	129.413	-20,5%
<i>Margem EBITDA</i>	<i>65,6%</i>	<i>74,8%</i>	<i>-9,2 p.p.</i>
Depreciação e Amortização	-37.005	-31.104	19,0%
EBIT	65.907	98.309	-33,0%
<i>Margem EBIT</i>	<i>42,0%</i>	<i>56,8%</i>	<i>-14,8 p.p.</i>
Receitas (Despesas) Financeiras	-25.187	-27.852	-9,6%
IR e CSLL	-28.267	-15.004	88,4%
Lucro Líquido	12.453	55.453	-77,5%
<i>Margem Líquida</i>	<i>7,9%</i>	<i>32,1%</i>	<i>-24,1 p.p.</i>
FFO	49.458	86.557	-42,9%
<i>Margem FFO</i>	<i>31,5%</i>	<i>50,0%</i>	<i>-18,5 p.p.</i>

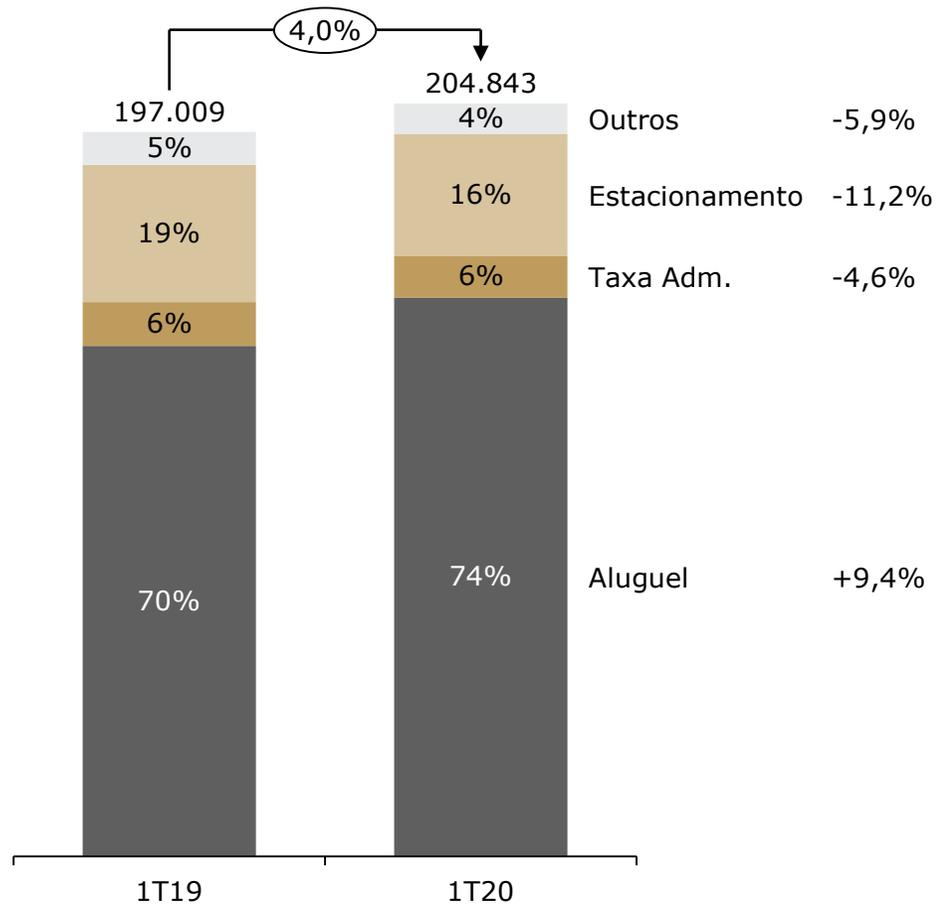
Demonstração de Resultados

DRE Consolidada (R\$ mil)	2019	2018	Var. %
Receita Bruta	861.528	826.143	4,3%
Impostos e descontos	-107.258	-104.616	2,5%
Receita Líquida	754.270	721.526	4,5%
Custos e Despesas	-220.173	-197.920	11,2%
Outras Receitas (Desp.) Operacionais	100.509	33.794	197,4%
Resultado de Equivalência Patrimonial	1.189	1.124	5,8%
EBITDA	635.795	558.524	13,8%
<i>Margem EBITDA</i>	<i>84,3%</i>	<i>77,4%</i>	<i>6,9 p.p.</i>
EBITDA ajustado	575.095	558.524	3,0%
<i>Margem EBITDA ajustada</i>	<i>76,2%</i>	<i>77,4%</i>	<i>-1,2 p.p.</i>
Depreciação e Amortização	-128.022	-109.641	16,8%
EBIT	507.773	448.883	13,1%
<i>Margem EBIT</i>	<i>67,3%</i>	<i>62,2%</i>	<i>5,1 p.p.</i>
Receitas (Despesas) Financeiras	-107.331	-119.377	-10,1%
IR e CSLL	-86.141	-69.180	24,5%
Lucro Líquido	314.301	260.326	20,7%
<i>Margem Líquida</i>	<i>41,7%</i>	<i>36,1%</i>	<i>5,6 p.p.</i>
FFO	442.323	369.967	19,6%
<i>Margem FFO</i>	<i>58,6%</i>	<i>51,3%</i>	<i>7,4 p.p.</i>

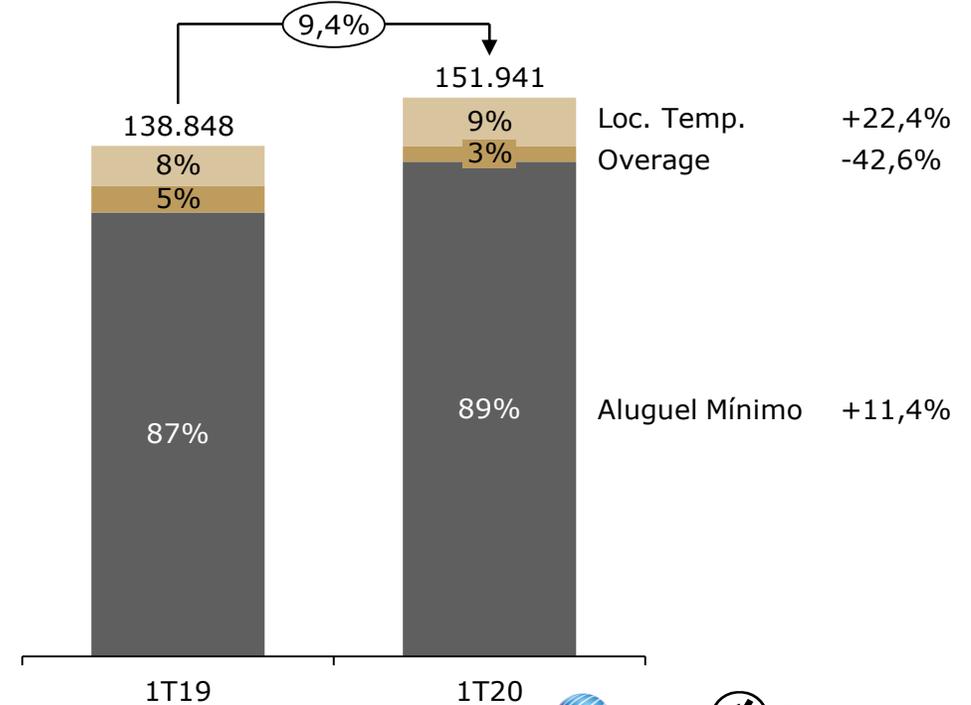
(1) EBITDA e margem ajustados pelas vendas do Iguatemi Caxias e Iguatemi Florianópolis.

Receita Bruta e Receita de Aluguel

Receita Bruta (R\$ milhões)

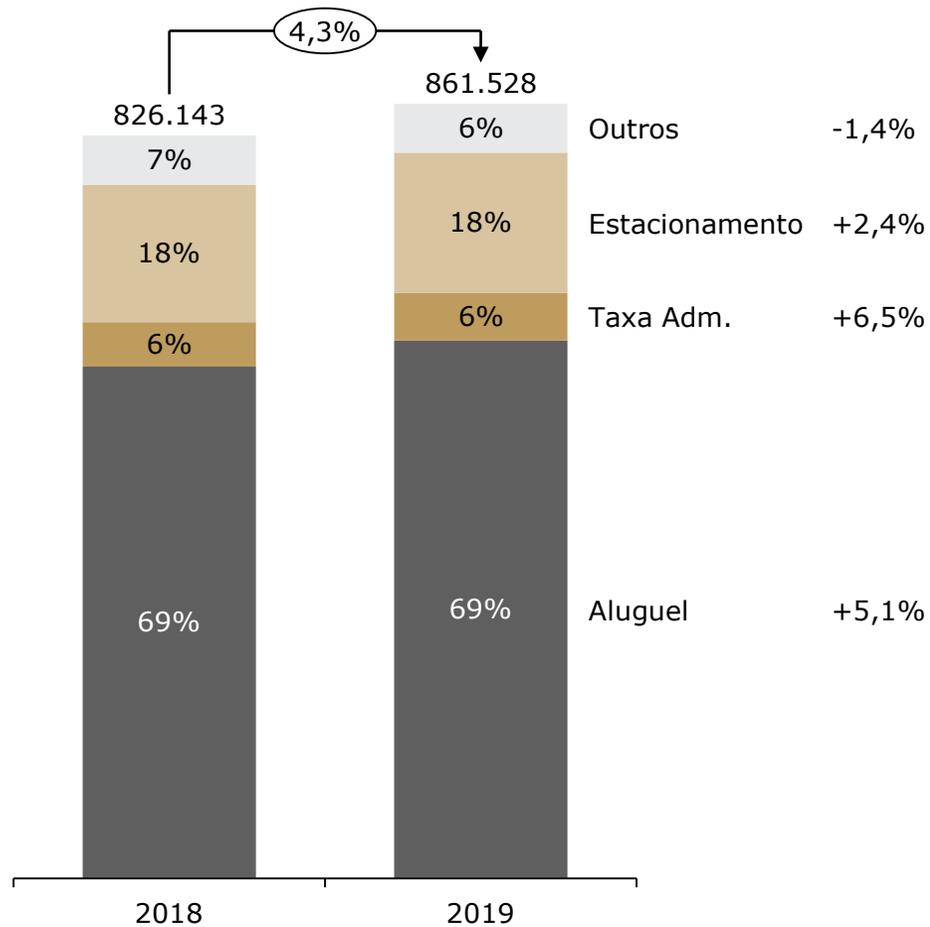


Receita de Aluguel (R\$ milhões)

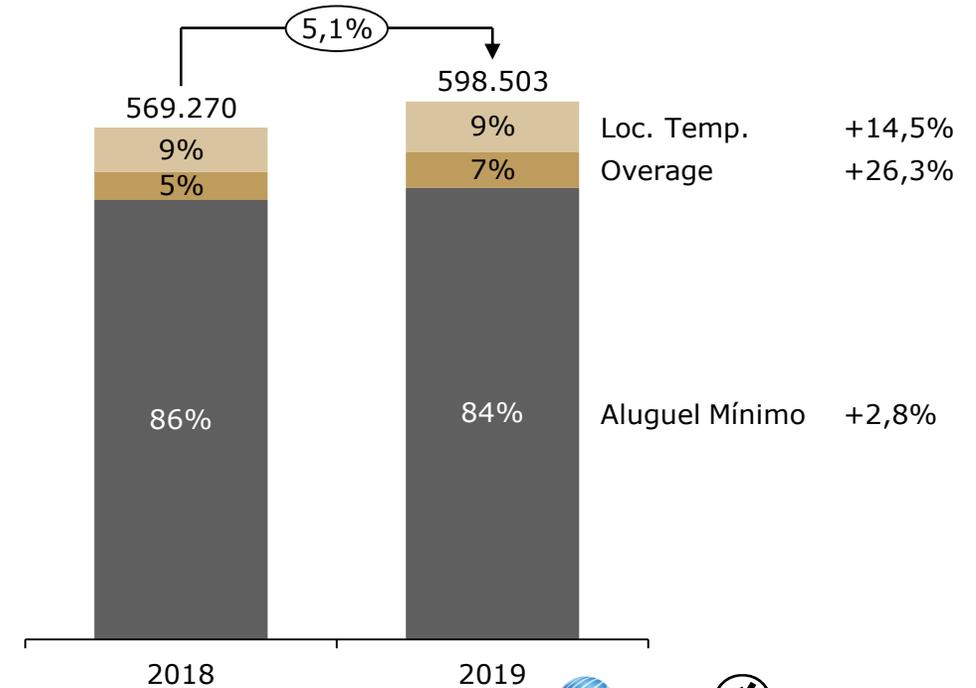


Receita Bruta e Receita de Aluguel

Receita Bruta (R\$ milhões)

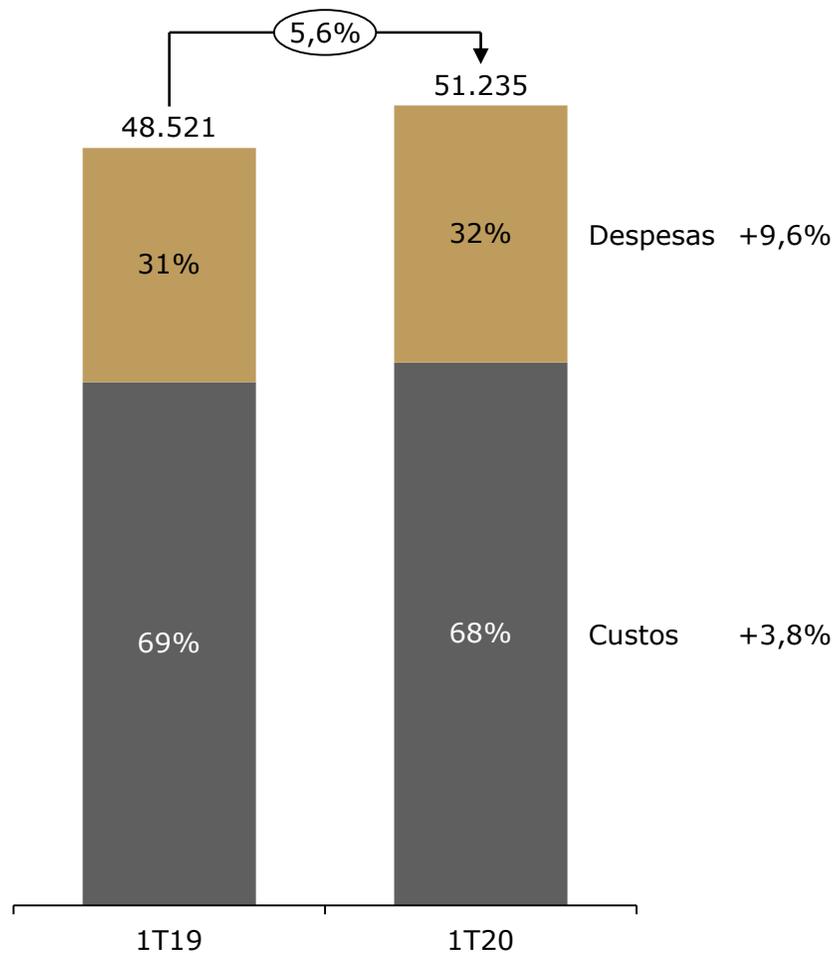


Receita de Aluguel (R\$ milhões)

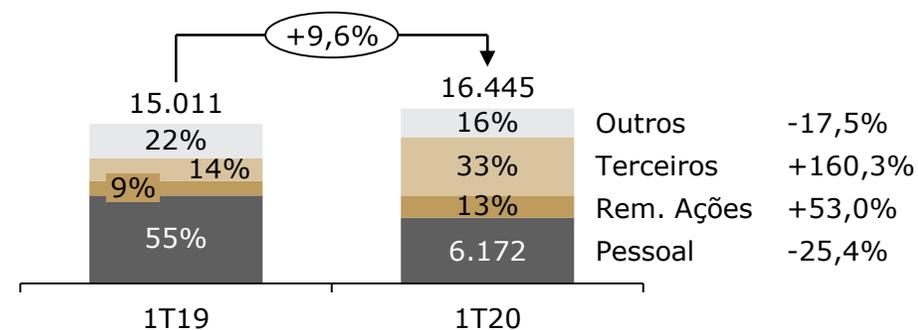


Custos e Despesas

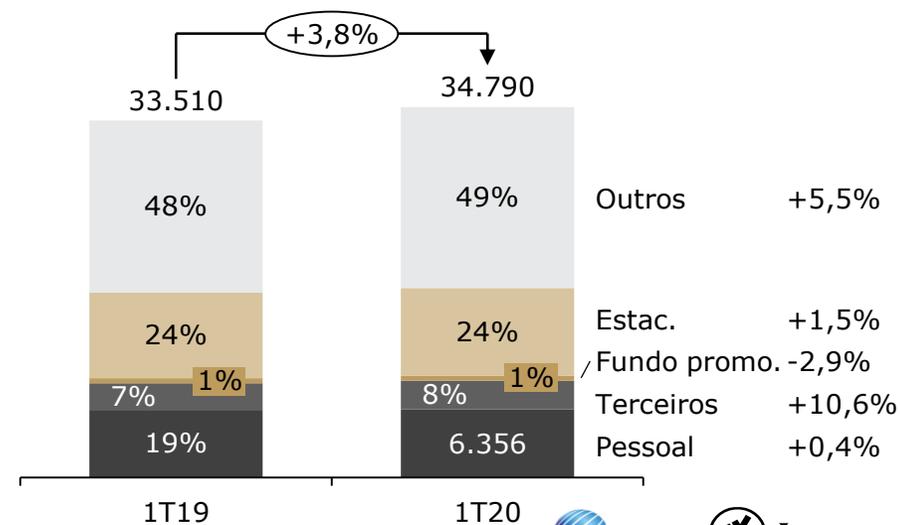
Custos e Despesas (R\$ milhões)



Despesas (R\$ milhões)



Custos (R\$ milhões)

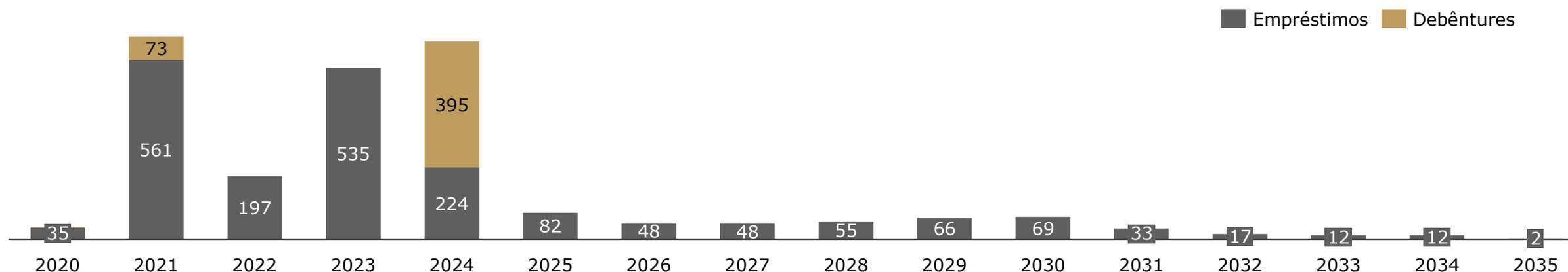


(1) Não inclui depreciação e amortização.

Endividamento (1/2)

Dados Consolidados (R\$ mil)	31/03/2020	31/12/2019	Var. %
Dívida Total⁽¹⁾	2.464.241	2.315.664	6,4%
Disponibilidades	960.736	1.022.560	-6,0%
Dívida Líquida	1.503.505	1.293.104	16,3%
EBITDA (LTM)	609.294	635.795	-4,2%
Dívida Líquida/EBITDA	2,47x	2,03x	0,43
Custo da Dívida (% CDI)	118,4%	110,9%	7,4 p.p.
Prazo da Dívida (anos)	3,9	3,9	-0,1

Cronograma de amortização da dívida (R\$ milhões)⁽²⁾

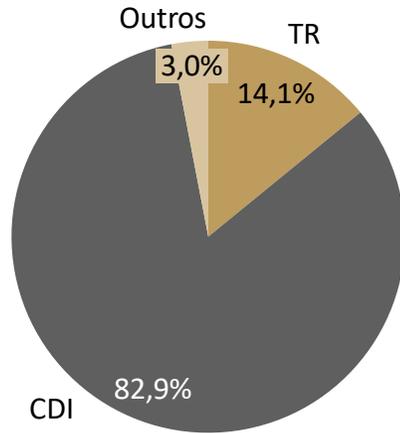


(1) Dívida Total líquida do instrumento financeiro derivativo (swap) contabilizado no Ativo Não Circulante, cujo montante em 31/03/2020 foi de R\$ 66,5 milhões.

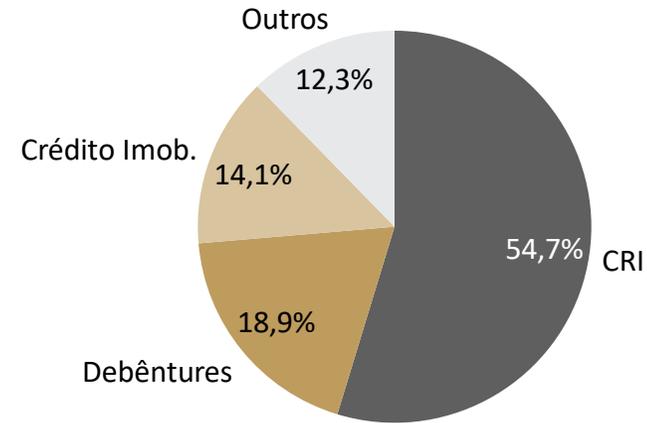
(2) Em 31/03/2020.

Endividamento (2/2)

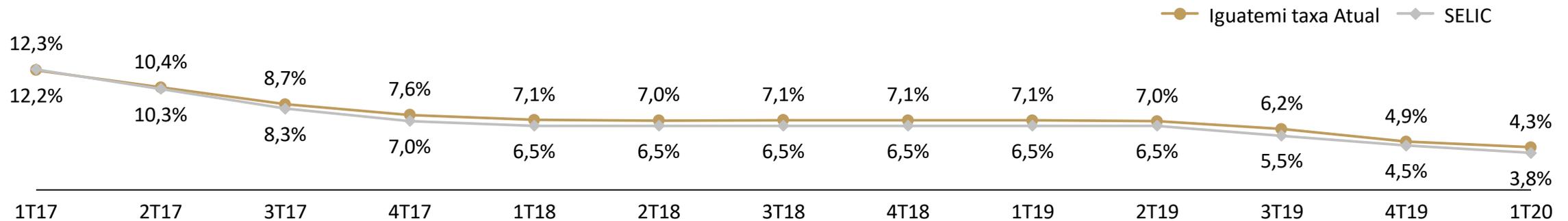
Perfil da Dívida por Indexador



Perfil da Dívida por Modalidade



Custo da dívida

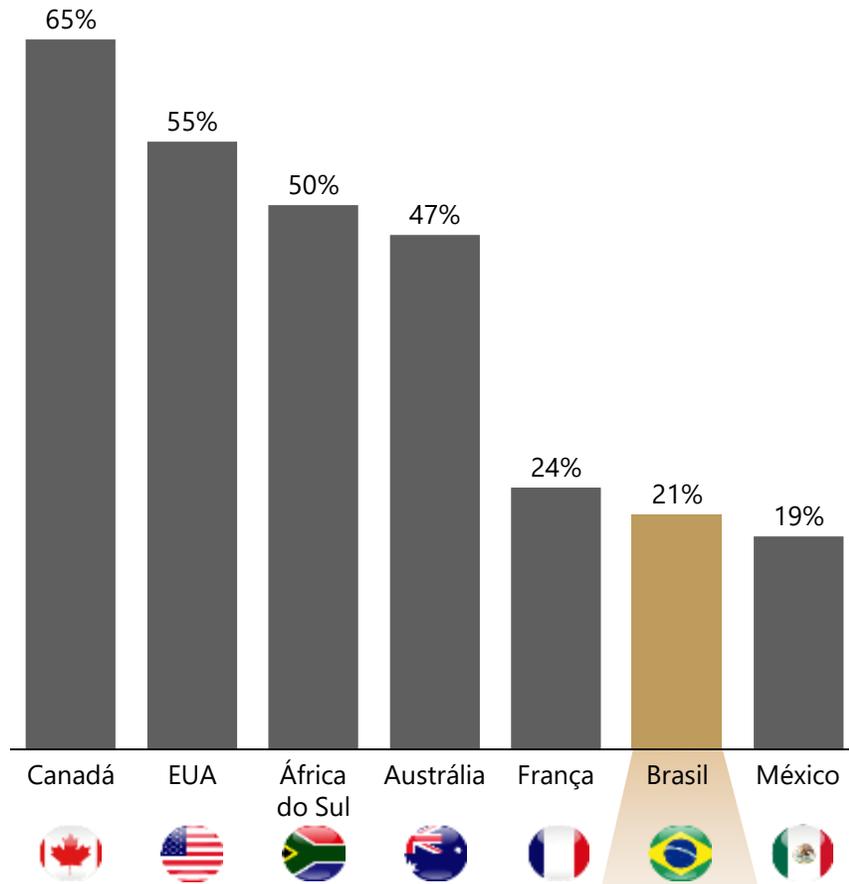


ÍNDICE

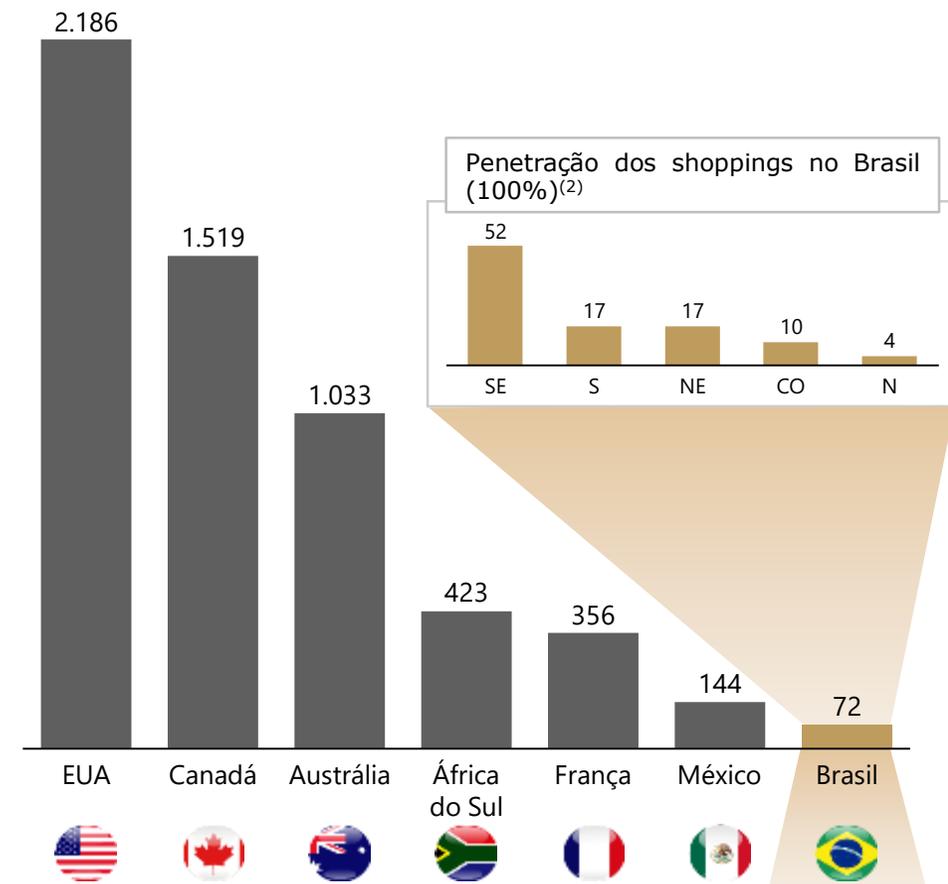
1. Visão Geral
2. Entregando crescimento lucrativo desde o IPO
3. Como a Iguatemi crescerá nos próximos anos
4. Destaques operacionais e financeiros
- 5. Apêndice**
 - **Dinâmicas do mercado**
 - Leis Brasileiras que regulam o setor
 - Key Performance Indicators
 - Programas Socioambientais
 - Mercado de capitais
 - Ficha técnica dos shoppings

O mercado brasileiro ainda é sub-penetrado

Participação dos shoppings nas vendas totais do varejo⁽¹⁾



Penetração dos shoppings (ABL/mil habitantes)⁽¹⁾

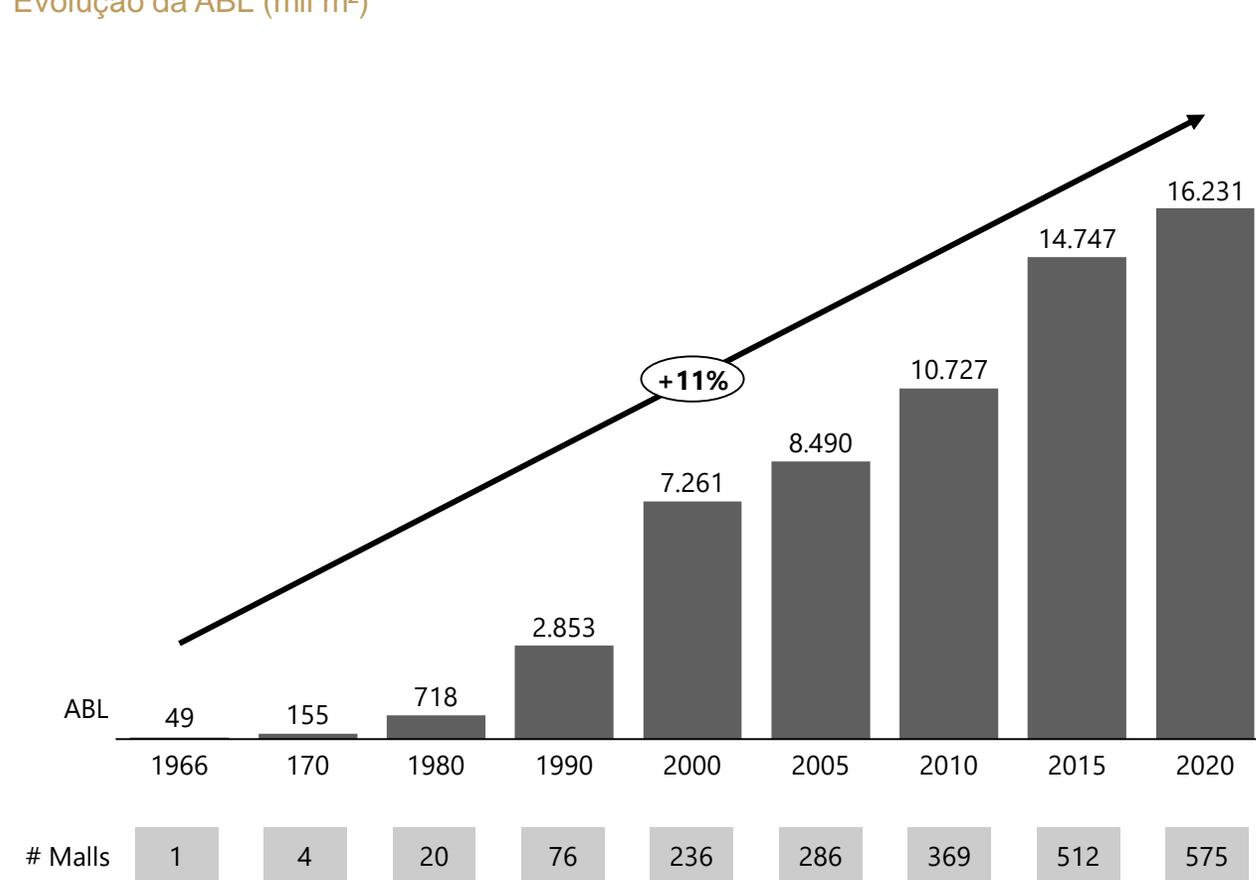


(1) Fonte: International Council of Shopping Centers - ICSC (Research – Country Fact Sheet, último dado disponível para cada país).

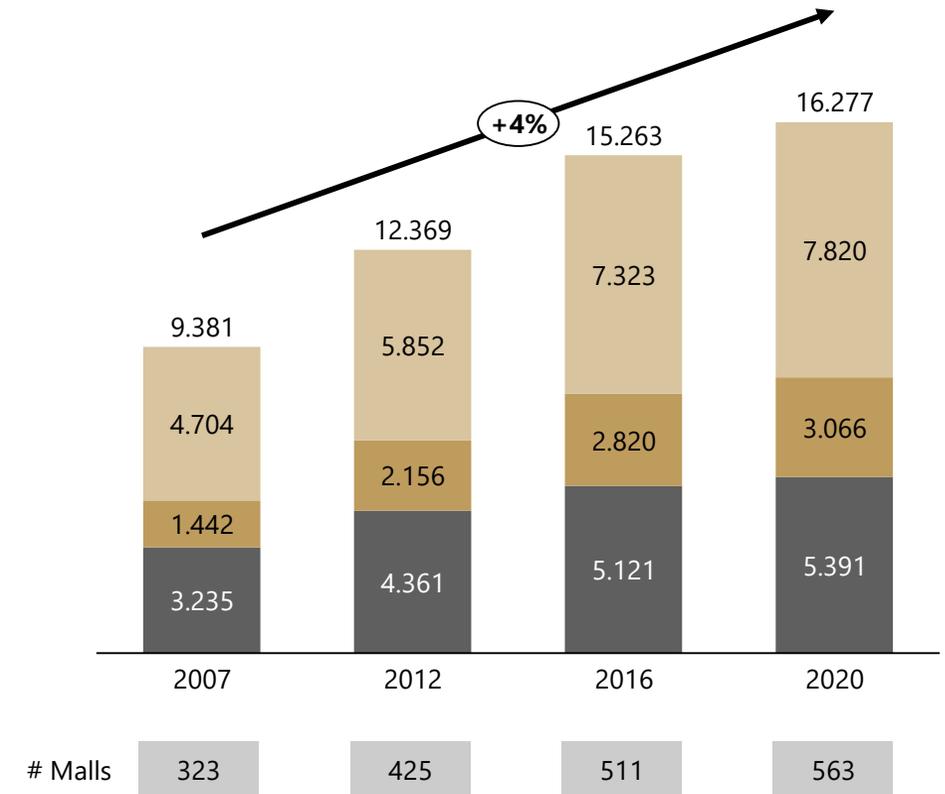
(2) Fonte: Abrasce (Mai/2019).

O setor de shopping centers apresentou forte crescimento nos últimos anos

Evolução da ABL (mil m²)



Top 7 players Outros players importantes Demais



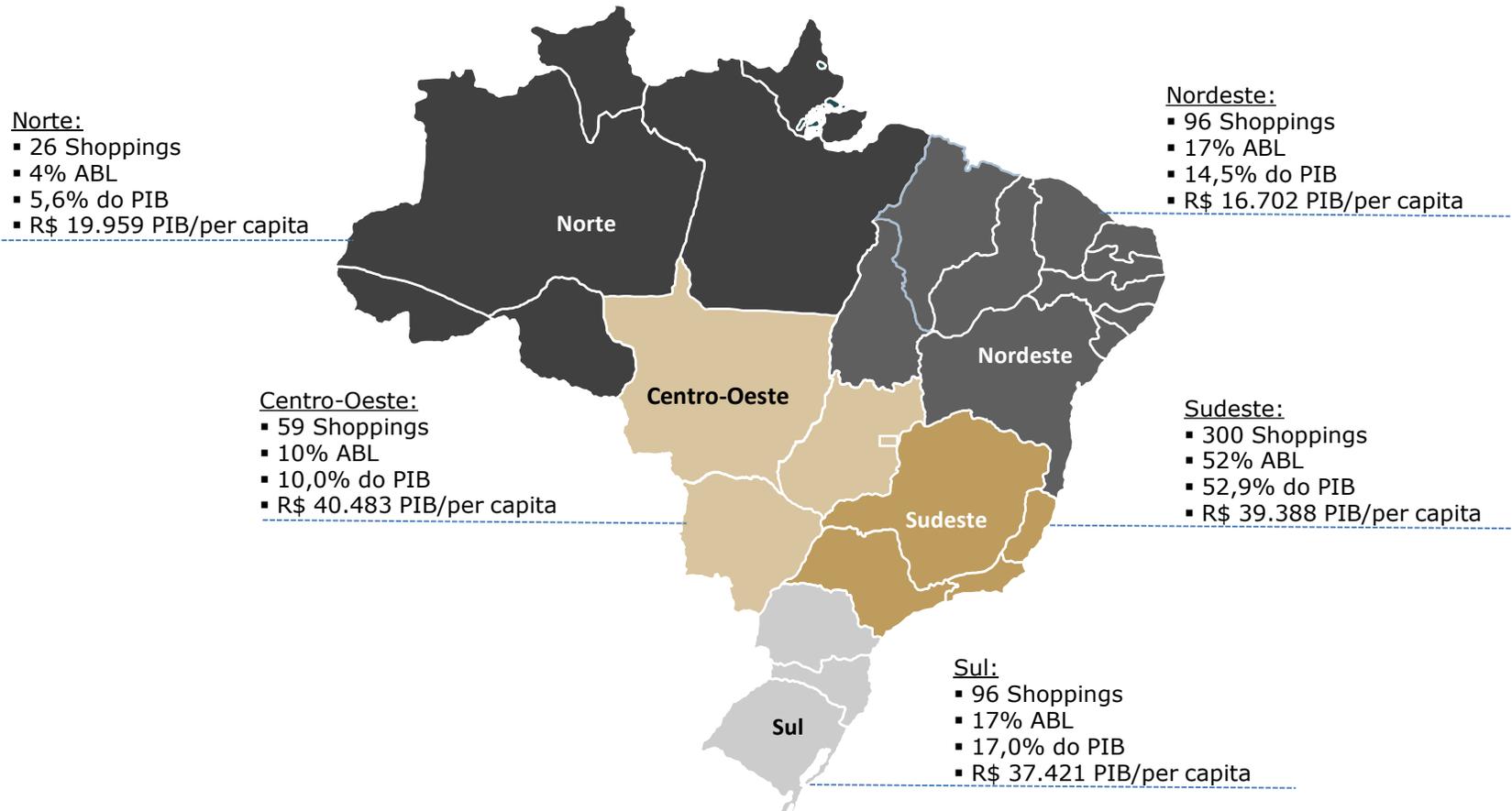
Fonte: Abrasce, censo 2020/2019.

(1) Top 7 players: Iguatemi, Br Malls, Multiplan, Alianse Sonae Sierra, General Shopping, JCPM, Ancar Ivanhoe.

(2) Outros Importantes: Airaz Administradora, Almeida Junior, Ccp - Cyrela Commercial Properties, Gazit Brasil, Grupo North Empreendimentos, Grupo Soifer, Jhsf, Lumine Soluções Em Shopping Centers, Participa, Sa Cavalcante, Savoy Imobiliária E Construtora, Sbc Administração E Participações, Tacla, Tenco Shopping Centers, Terral.

...atingindo, em 2019, um total de 577 shoppings com mais de 16,8 milhões de m² de ABL

Distribuição de Shopping Centers e ABL



ÍNDICE

1. Visão Geral
2. Entregando crescimento lucrativo desde o IPO
3. Como a Iguatemi crescerá nos próximos anos
4. Destaques operacionais e financeiros
- 5. 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.

ÍNDICE

1. Visão Geral
2. Entregando crescimento lucrativo desde o IPO
3. Como a Iguatemi crescerá nos próximos anos
4. Destaques operacionais e financeiros
- 5. 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*

ÍNDICE

1. Visão Geral
2. Entregando crescimento lucrativo desde o IPO
3. Como a Iguatemi crescerá nos próximos anos
4. Destaques operacionais e financeiros
- 5. 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 I Fashion Outlet Santa Catarina, 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.

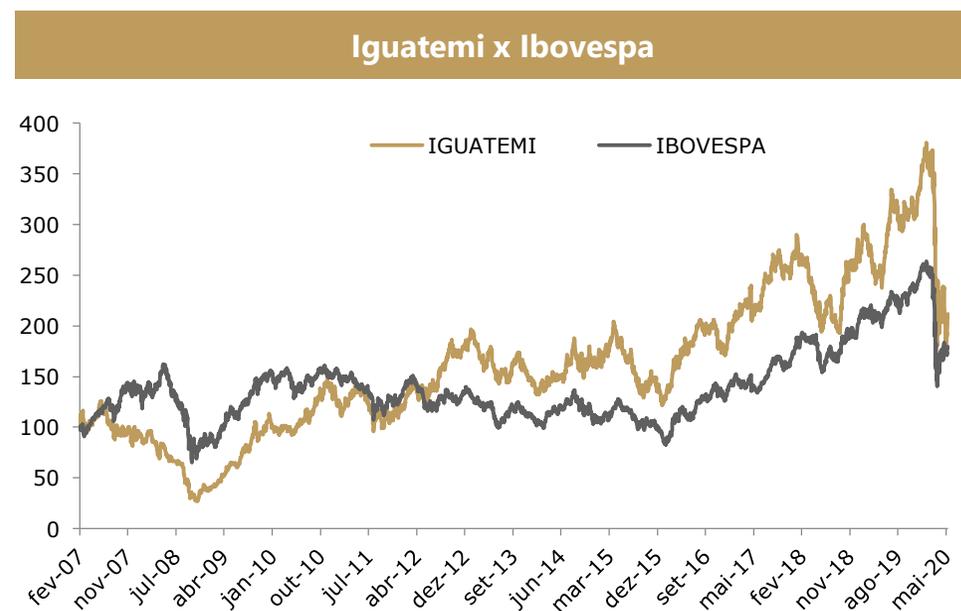
ÍNDICE

1. Visão Geral
2. Entregando crescimento lucrativo desde o IPO
3. Como a Iguatemi crescerá nos próximos anos
4. Destaques operacionais e financeiros
- 5. 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 ⁽¹⁾	Número de ações (mil)	%
Jereissati Participações	89.445.270	50,65%
Tesouraria	447.923	0,25%
Outros	86.718.385	49,10%
Total	176.611.578	100,00%

IGTA ⁽²⁾	
Preço Final (31/03/2020)	R\$ 31,25
Maior Preço do 1T20	R\$ 57,08
Menor Preço do 1T20	R\$ 26,97
Valorização no 1T20	-40,93%
Valorização em 2020	-40,93%
Número de ações	176.611.578
Market Cap (31/03/2020)	R\$ 5.519.111.813
Média diária de Liquidez no 1T20	R\$ 86.191.624

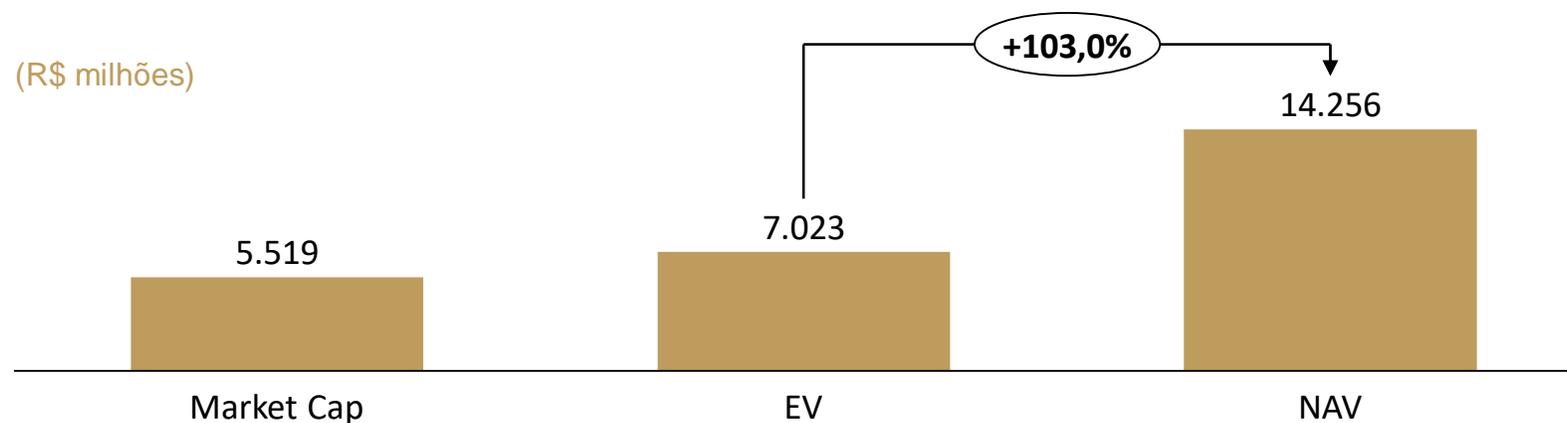


(1) Data base: 31/03/2020.

(2) Fonte: Bloomberg, 31/03/2020.

Propriedades para investimento

	2010	2011	2012 ⁽²⁾	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	1T20 ⁽¹⁾
Valor 100% shopping (R\$ MM)	7.340	8.678	10.531	11.401	12.613	14.955	16.406	19.328	21.830	24.780	24.780
Participação Iguatemi (R\$ MM)	4.181	5.258	6.118	6.862	7.647	8.287	9.027	10.534	11.872	13.996	14.256
ABL total (mil m ²)	672	704	704	768	773	746	746	746	757	710	711
ABL própria (mil m ²)	420	451	434	470	484	454	455	455	459	453	471
Quantidade de Ações (mil)	79.255	79.255	158.510	176.612	176.612	176.612	176.612	176.612	176.612	176.612	176.612
Preço da Ação Final do Ano (R\$)	40,32	34,32	25,5	22,32	27,25	18,91	26,67	39,93	41,6	52,9	31,25
NAV por Ação (R\$)	52,75	66,34	38,60	38,85	43,30	46,92	51,11	59,65	67,22	79,25	80,72



(1) Data base do NAV: 31/03/2020. Premissas: (i) taxa real de desconto de 6,1% p.a.; e (ii) taxa de crescimento perpétuo de 2,0%. Valores incluem apenas shoppings em operação e expansões inauguradas até então, além das aquisições realizadas no período. Não inclui greenfields/expansões a serem inaugurados futuramente.

(2) Stock Split em 2012.

(3) Data base do Market Cap e EV: 31/03/2020.

ÍNDICE

1. Visão Geral
2. Entregando crescimento lucrativo desde o IPO
3. Como a Iguatemi crescerá nos próximos anos
4. Destaques operacionais e financeiros

5. Apêndice

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

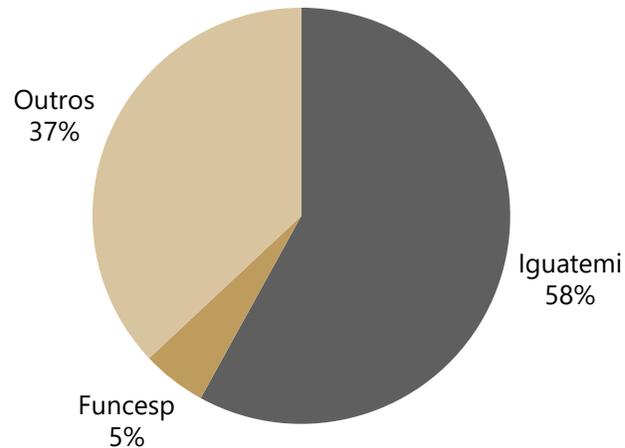
Iguatemi São Paulo

Destaques Financeiros e Operacionais

ABL Total	49.329 m ²
ABL Própria	28.897 m ²
Receita Anual ⁽¹⁾	R\$ 249 milhões
Receita/m ² ⁽¹⁾	R\$ 5.055/m ²



Estrutura Societária



Principais Marcas



(1) Data base: 31 de dezembro de 2019. Inclui Aluguel Mínimo + *Overage* + Aluguel Temporário e Estacionamento.

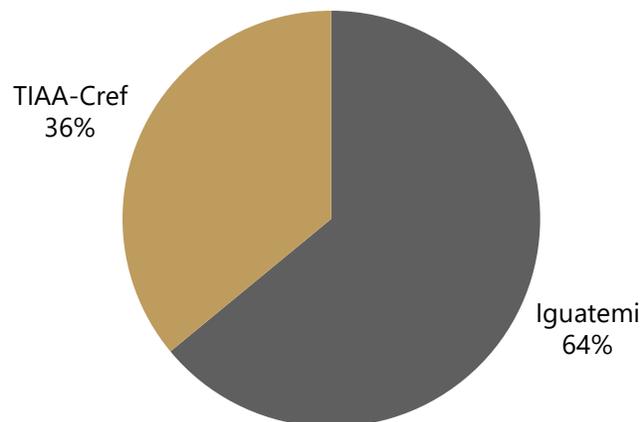
JK Iguatemi

Destaques Financeiros e Operacionais

ABL Total	34.358 m ²
ABL Própria	21.989 m ²
Receita Anual ⁽¹⁾	R\$ 116 milhões
Receita/m ² ⁽¹⁾	R\$ 3.386/m ²



Estrutura Societária



Principais Marcas



(1) Data base: 31 de dezembro de 2019. Inclui Aluguel Mínimo + *Overage* + Aluguel Temporário e Estacionamento.

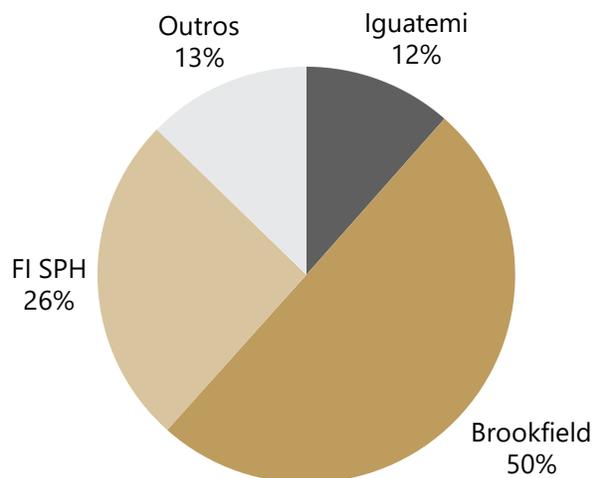
Pátio Higienópolis

Destaques Financeiros e Operacionais

ABL Total	33.363 m ²
ABL Própria	3.850 m ²
Receita Anual ⁽¹⁾	R\$ 124 milhões
Receita/m ² ⁽¹⁾	R\$ 3.755/m ²



Estrutura Societária



Principais Marcas



(1) Data base: 31 de dezembro de 2019. Inclui Aluguel Mínimo + *Overage* + Aluguel Temporário e Estacionamento.

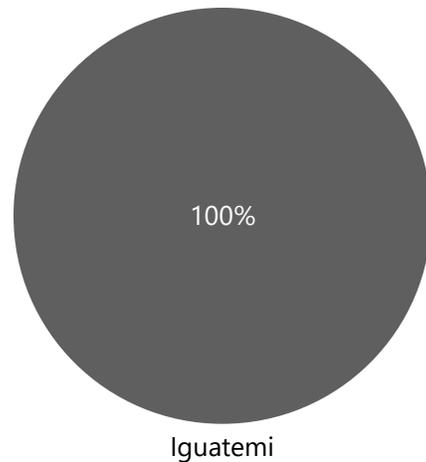
Market Place

Destaques Financeiros e Operacionais

ABL Total	26.882 m ²
ABL Própria	26.882 m ²
Receita Anual ⁽¹⁾	R\$ 51 milhões
Receita/m ² ⁽¹⁾	R\$ 1.903/m ²



Estrutura Societária



Principais Marcas



(1) Data base: 31 de dezembro de 2019. Inclui Aluguel Mínimo + *Overage* + Aluguel Temporário e Estacionamento.

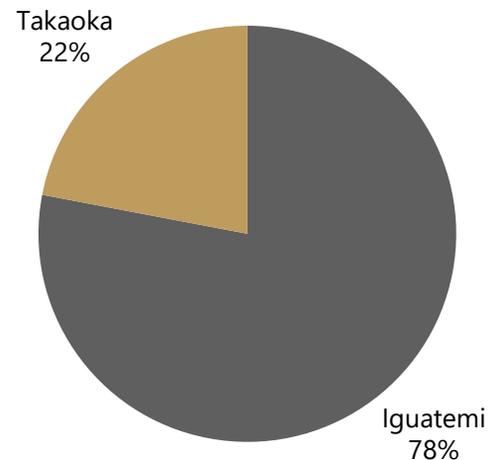
Iguatemi Alphaville

Destaques Financeiros e Operacionais

ABL Total	31.147 m ²
ABL Própria	24.295 m ²
Receita Anual ⁽¹⁾	R\$ 51 milhões
Receita/m ² ⁽¹⁾	R\$ 1.646/m ²



Estrutura Societária



Principais Marcas



(1) Data base: 31 de dezembro de 2019. Inclui Aluguel Mínimo + *Overage* + Aluguel Temporário e Estacionamento.

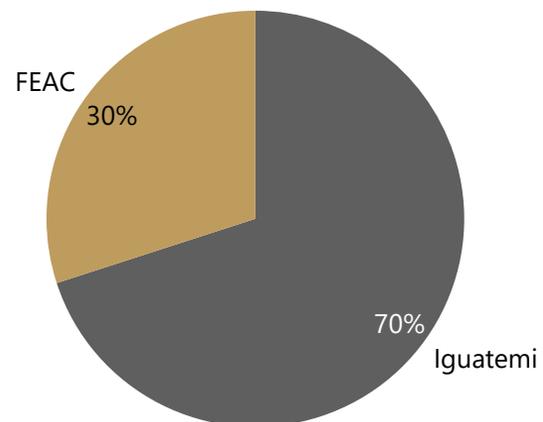
Iguatemi Campinas

Destaques Financeiros e Operacionais

ABL Total	72.725 m ²
ABL Própria	50.908 m ²
Receita Anual ⁽¹⁾	R\$ 156 milhões
Receita/m ² ⁽¹⁾	R\$ 2.139/m ²



Estrutura Societária



Principais Marcas



(1) Data base: 31 de dezembro de 2019. Inclui Aluguel Mínimo + Overage + Aluguel Temporário e Estacionamento.

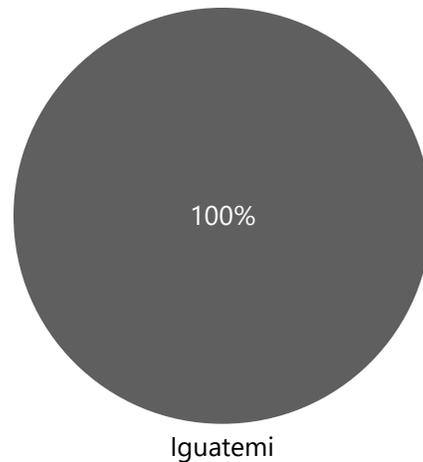
Galleria

Destaques Financeiros e Operacionais

ABL Total	33.142 m ²
ABL Própria	33.142 m ²
Receita Anual ⁽¹⁾	R\$ 33 milhões
Receita/m ² ⁽¹⁾	R\$ 979/m ²



Estrutura Societária



Principais Marcas



(1) Data base: 31 de dezembro de 2019. Inclui Aluguel Mínimo + *Overage* + Aluguel Temporário e Estacionamento.

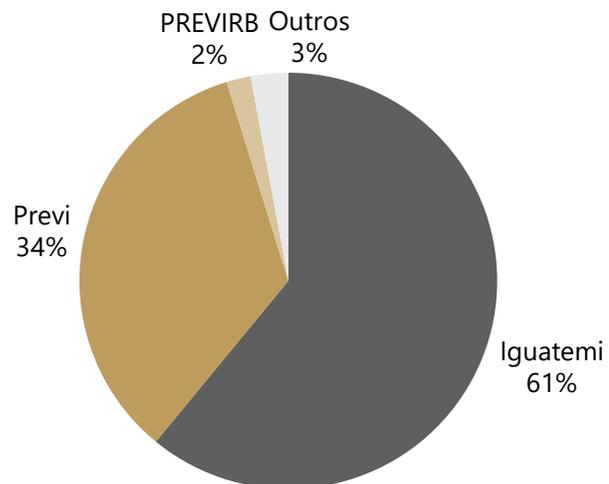
Iguatemi Esplanada

Destaques Financeiros e Operacionais

ABL Total	64.809 m ²
ABL Própria	39.491 m ²
Receita Anual ⁽¹⁾	R\$ 93 milhões
Receita/m ² ⁽¹⁾	R\$ 1.435/m ²



Estrutura Societária⁽²⁾



Principais Marcas



(1) Data base: 31 de dezembro de 2019. 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.

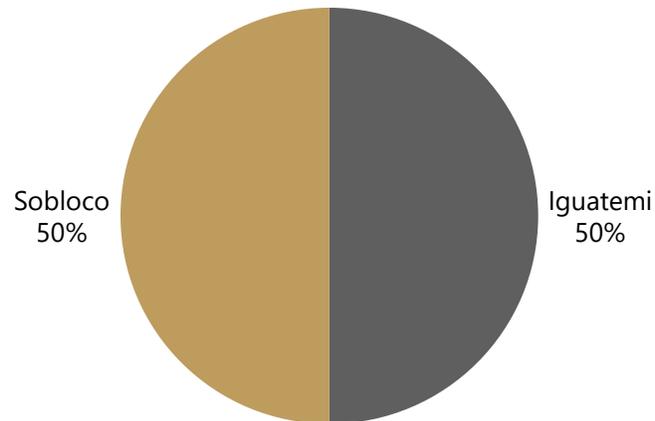
Iguatemi São Carlos

Destaques Financeiros e Operacionais

ABL Total	22.334 m ²
ABL Própria	11.167 m ²
Receita Anual ⁽¹⁾	R\$ 17 milhões
Receita/m ² ⁽¹⁾	R\$ 769/m ²



Estrutura Societária



Principais Marcas



(1) Data base: 31 de dezembro de 2019. Inclui Aluguel Mínimo + *Overage* + Aluguel Temporário e Estacionamento.

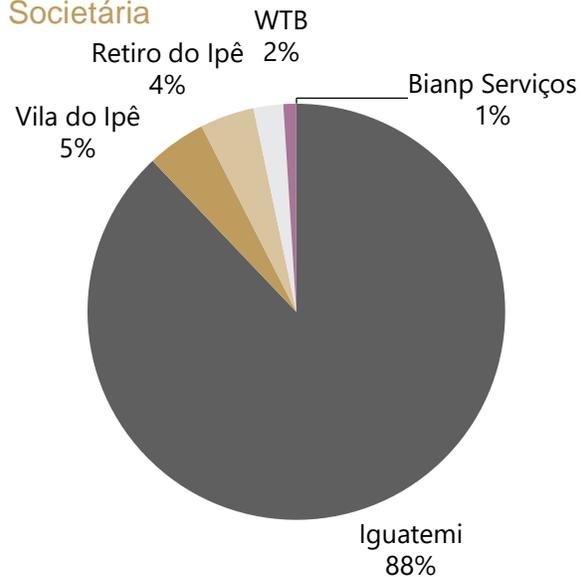
Iguatemi Ribeirão Preto

Destaques Financeiros e Operacionais

ABL Total	43.288 m ²
ABL Própria	38.093 m ²
Receita Anual ⁽¹⁾	R\$ 28 milhões
Receita/m ² ⁽¹⁾	R\$ 637/m ²



Estrutura Societária



Principais Marcas



(1) Data base: 31 de dezembro de 2019. Inclui Aluguel Mínimo + *Overage* + Aluguel Temporário e Estacionamento.

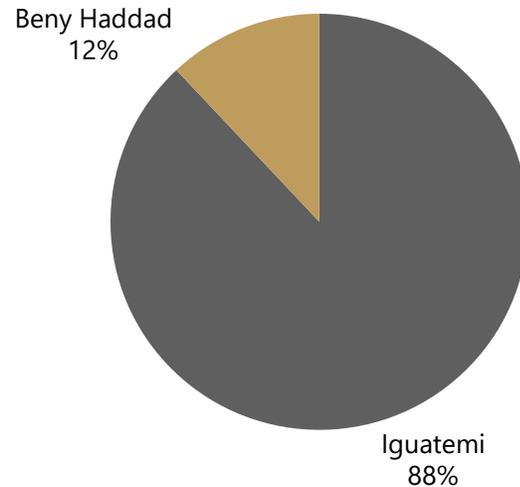
Iguatemi São José do Rio Preto

Destaques Financeiros e Operacionais

ABL Total	43.550 m ²
ABL Própria	38.324 m ²
Receita Anual ⁽¹⁾	R\$ 35 milhões
Receita/m ² ⁽¹⁾	R\$ 811/m ²



Estrutura Societária



Principais Marcas



(1) Data base: 31 de dezembro de 2019. Inclui Aluguel Mínimo + *Overage* + Aluguel Temporário e Estacionamento.

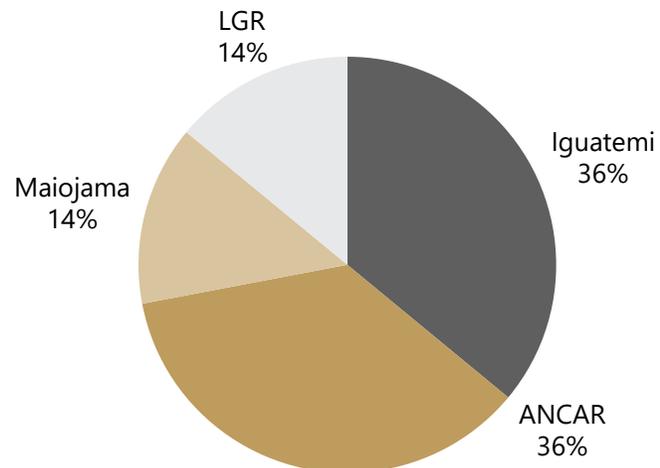
Iguatemi Porto Alegre

Destaques Financeiros e Operacionais

ABL Total	64.253 m ²
ABL Própria	27.359 m ²
Receita Anual ⁽¹⁾	R\$ 158 milhões
Receita/m ² ⁽¹⁾	R\$ 2.463/m ²



Estrutura Societária



Principais Marcas



(1) Data base: 31 de dezembro de 2019. Inclui Aluguel Mínimo + Overage + Aluguel Temporário e Estacionamento.
ABL Própria considera a participação indireta de 6,58% no ativo via Maiojama Participações, onde a Companhia detém uma participação de 47%.

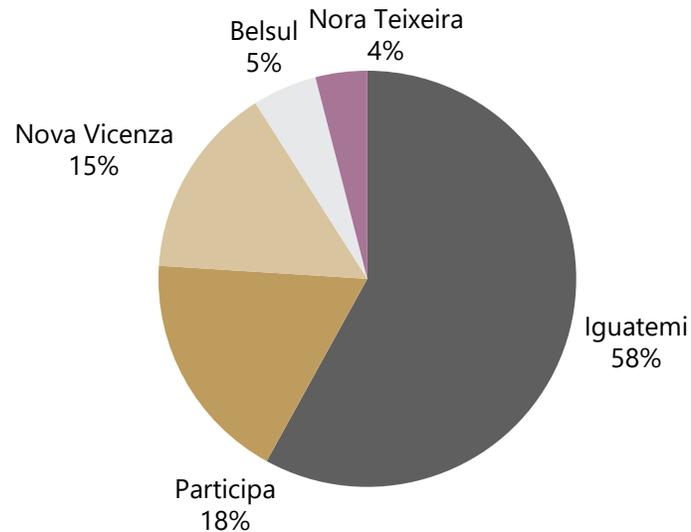
Praia de Belas

Destaques Financeiros e Operacionais

ABL Total	44.683 m ²
ABL Própria	25.715 m ²
Receita Anual ⁽¹⁾	R\$ 75 milhões
Receita/m ² ⁽¹⁾	R\$ 1.679/m ²



Estrutura Societária



Principais Marcas



(1) Data base: 31 de dezembro de 2019. Inclui Aluguel Mínimo + *Overage* + Aluguel Temporário e Estacionamento.

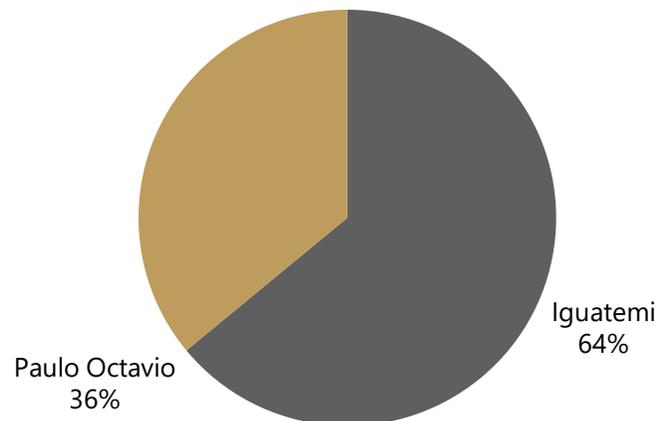
Iguatemi Brasília

Destaques Financeiros e Operacionais

ABL Total	34.446 m ²
ABL Própria	22.045 m ²
Receita Anual ⁽¹⁾	R\$ 54 milhões
Receita/m ² ⁽¹⁾	R\$ 1.604/m ²



Estrutura Societária



Principais Marcas



(1) Data base: 31 de dezembro de 2019. Inclui Aluguel Mínimo + *Overage* + Aluguel Temporário e Estacionamento.

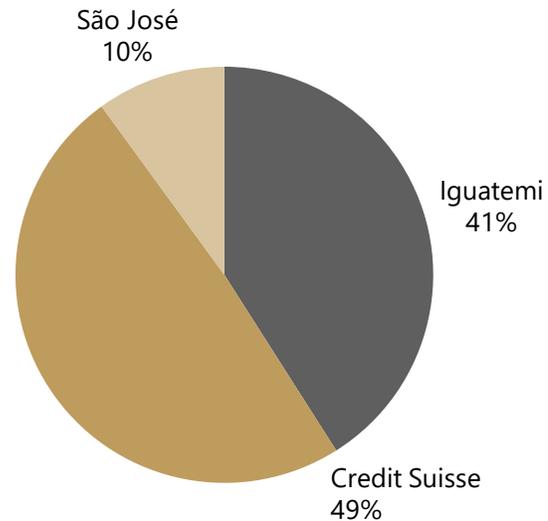
I Fashion Outlet Novo Hamburgo

Destaques Financeiros e Operacionais

ABL Total	20.056 m ²
ABL Própria	8.223 m ²
Receita Anual ⁽¹⁾	R\$ 13 milhões
Receita/m ² ⁽¹⁾	R\$ 637/m ²



Estrutura Societária



Principais Marcas



(1) Data base: 31 de dezembro de 2019. Inclui Aluguel Mínimo + *Overage* + Aluguel Temporário e Estacionamento.

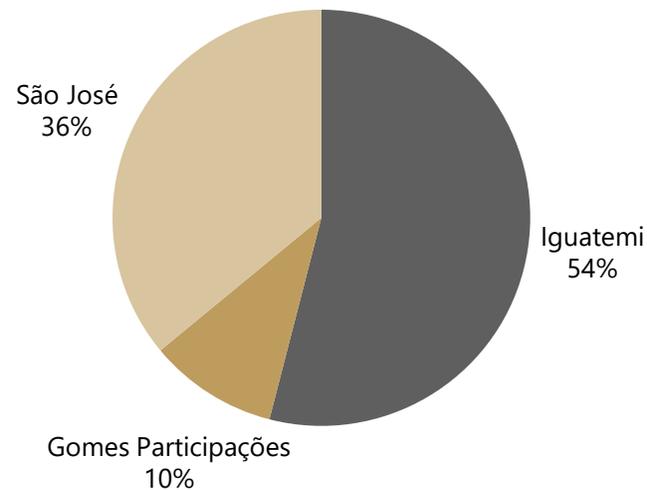
I Fashion Outlet Santa Catarina⁽¹⁾

Destaques Financeiros e Operacionais

ABL Total	19.838 m ²
ABL Própria	10.713 m ²
Receita Anual ⁽¹⁾	R\$ 5 milhões
Receita/m ² ⁽¹⁾	R\$ 260/m ²



Estrutura Societária



Principais Marcas



(1) Data base: 31 de dezembro de 2019. Inclui Aluguel Mínimo + *Overage* + Aluguel Temporário e Estacionamento.

Contato do time de RI

Cristina Betts

CFO e Diretora de Relações com Investidores

Carina Carreira

Gerente de RI

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

E-mail: ri@iguatemi.com.br

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.