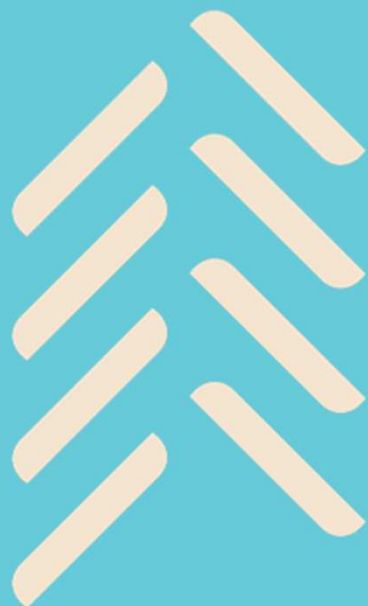


# brMalls

## Relatório de Resultados



4º TRI  
2019



# Índice

4º TRI  
2019

Relatório de  
Resultados



1.	MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO	3
2.	PRINCIPAIS INDICADORES FINANCEIROS E OPERACIONAIS	6
3.	COMENTÁRIOS SOBRE OS RESULTADOS	8
4.	RECEITA	9
5.	CUSTOS	11
6.	NOI	12
7.	DETALHAMENTO DAS PRINCIPAIS VARIAÇÕES	14
8.	DESPESAS COM VENDAS, GERAIS E ADMINISTRATIVAS	15
9.	EBITDA	17
10.	RESULTADO FINANCEIRO	18
11.	IMPOSTOS	19
12.	LUCRO LÍQUIDO E FFO	20
13.	ESTRUTURA DE CAPITAL	21
14.	DESEMPENHO FINANCEIRO HISTÓRICO	22
15.	INDICADORES OPERACIONAIS	23
16.	DESEMPENHO OPERACIONAL	26
17.	ATIVIDADE COMERCIAL	28
18.	PROJETOS EM DESENVOLVIMENTO	29
19.	MERCADO DE CAPITAIS	30
20.	EVENTOS SUBSEQUENTES	32
21.	ESTUDO DE CASO MÍDIAMALLS	33
22.	INICIATIVAS ESG	34
23.	ANEXOS	35

# A brMalls ANUNCIA OS RESULTADOS DO QUARTO TRIMESTRE DE 2019

Rio de Janeiro, 12 de março  
de 2020 – A BRMALLS  
Participações S.A. (B3:  
BRML3), anuncia hoje seus  
resultados referentes ao  
quarto trimestre de 2019.



Time  
excelente



Dono



Colaboração



Clientes



Resultados  
hoje e sempre

## ✍ Mensagem da Administração

O ano de 2019 representou para a brMalls importante momento para a consolidação dos resultados e para a estratégia de longo prazo.

Apresentamos importante melhoria na geração de resultados operacionais, com crescimento de NOI de 7,3% e Ebitda Ajustado 26,6% (base ex-shoppings vendidos), evolução expressiva nos indicadores do portfólio de shoppings, com métricas de Vendas/m<sup>2</sup> e NOI/m<sup>2</sup> 12,4% e 12,8% superiores 4T19 *versus* 4T18. Obtivemos um dos melhores resultados nos últimos anos em taxa de ocupação, inadimplência líquida, crescimento de vendas totais e *leasing spreads*. Estes progressos foram possíveis em função da melhoria de portfólio, disciplina na execução e melhoria do ambiente econômico.

Apoiados pelos esforços de *liability management*, atingimos resultados financeiros expressivos, com destaque para o AFFO por ação, principal métrica de geração de valor aos acionistas, que registrou crescimento de 22,1% ante 2018 e se consolidou como o maior AFFO/ação da história da Companhia. O compromisso com retorno aos acionistas também ficou demonstrado na distribuição em agosto 2019 de aproximadamente R\$ 700 MM de dividendos e juros sobre capital próprio, em decorrência da venda do portfólio *non-core* de ativos.

Não obstante a evolução das métricas operacionais e financeiras em 2019, as evoluções mais relevantes da Companhia foram aquelas relacionadas aos objetivos de longo prazo:

**Fortalecimento do portfólio** – ao longo de 2019 realizamos passos importantes para “esculpir” o portfólio, ampliando participações em ativos dominantes em cidades de maior porte e portanto de maior qualidade: nos shoppings Del Rey (+15,0%), Iguatemi Caxias (+25,5%) e em fevereiro de 2020, Villa-Lobos (+5,0%) e Shopping Piracicaba (+38,4%). Ao mesmo tempo, reduzimos exposição a ativos e cidades menores através da alienação integral dos Shoppings Sete Lagoas, Ilha Plaza, Casa & Gourmet, Plaza Macaé, Londrina Norte, Osasco Plaza, Shopping Contagem e Capim Dourado.

Em relação aos projetos de *retrofits*, estamos avançando com mais ritmo em 5 dos principais ativos – NorteShopping, Tijuca, Plaza Niterói, Villa-Lobos e Center Shopping Uberlândia. O impacto positivo das obras já está sendo observado pelos consumidores e o NPS nesses shoppings registrou constante evolução desde o início das obras. Os projetos de *retrofits* do Shopping Tamboré, Metrô Santa Cruz, Shopping Estação, Jardim Sul e Del Rey também estão caminhando para entregas sólidas para 2021 e 2022.

**Orientação a clientes e Relacionamento Comercial** – acreditamos na importância de escala e dos benefícios de efeitos de rede. O perfil mais homogêneo e de maior qualidade dos nossos shoppings, em conjunto com o aumento da intensidade dos esforços da área comercial, permitiram que atingíssemos negociações melhores com principais varejistas e anunciantes de mídia. Buscamos através da melhoria de atendimento não apenas gerar mais receitas, mas aumentar o nível de fidelização. Há um longo caminho a ser percorrido mas estamos satisfeitos com avanços recentes, medidos através de aumento expressivo no NPS e *feedbacks* dos varejistas e anunciantes.

# A brMalls ANUNCIA OS RESULTADOS DO QUARTO TRIMESTRE DE 2019

Rio de Janeiro, 12 de março  
de 2020 – A BRMALLS  
Participações S.A. (B3:  
BRML3), anuncia hoje seus  
resultados referentes ao  
quarto trimestre de 2019.



Time  
excelente



Dono



Colaboração



Clientes



Resultados  
hoje e sempre

## ✍ Mensagem da Administração

**Balanco Sólido e Alocação de Capital** – em 2019 mudamos o perfil de endividamento, possibilitando que a partir de 2020 capturemos mais benefícios do patamar de juros mais baixos e hoje possuímos uma estrutura de capital robusta que nos traz flexibilidade e mais oportunidades de investimentos. Também consolidamos internamente governança e processos visando otimizar alocação de capital, relevante atributo dado a natureza capital-intensiva do negócio.

**Gente e Cultura** – cultura e pessoas são ainda mais importantes em um mundo em rápida transformação e aqui reside nosso principal diferencial. Em 2019 aprofundamos iniciativas de transformação cultural, visando adaptar o comportamento dos colaboradores na direção de mais inovação e melhorias no longo prazo para stakeholders ao DNA que já possuímos de alta performance na execução. A resposta do time, que possui perfil jovem e empreendedor, tem sido promissora: obtivemos nossa maior pontuação histórica em pesquisa de engajamento, com destaque para atributos de (i) autonomia, agilidade e inovação (ii) identificação com propósito e cultura (iii) foco no cliente. Ainda possuímos uma longa jornada pela frente e reforçamos o compromisso que a evolução cultural continuará sendo um dos principais objetivos estratégicos da brMalls.

**Inovação e Novas Soluções** – aceleramos em 2019 o ritmo de inovação através do lançamento de novas soluções digitais. Ampliamos significativamente o time de Transformação Digital, responsável por desenvolver novas formas de relacionar e engajar com lojistas e consumidores. Abrimos um canal promissor de vendas para conectar a demanda dos grandes *marketplaces* de *ecommerce* com shoppings. O piloto entre Mercado Livre e Delivery Center visa criar uma nova categoria, de *same-day delivery*, através dos shoppings como hub de distribuição local. Em 2019 a Delivery Center ganhou reforço e fortaleceu efeitos de rede com a entrada da Multiplan e Cyrella Commercial Properties como acionistas e após o 4T19, nos comprometemos com novo investimento na Delivery Center em conjunto com a Multiplan. Na direção oposta, de trazer *sellers online* para lojas físicas, no 4T19 inauguramos o Trama Lab no Shopping Tijuca. Mais do que apenas oferecer real estate, Trama Lab opera serviços incluindo gestão de estoque, mão de obra, visual merchandising em um formato *retail-as-a-service* que ajudará na convergência entre varejo online e físico e criará uma nova categoria de demanda para os shoppings.

Além disso, acreditando no modelo de mídia digital como o futuro da mídia OOH (Out of Home), evoluímos nossa estratégia de negócio criando a Mídia Malls, que passou a comercializar mídia também em shoppings de terceiros, reforçando o efeito de rede. Nesta apresentação trouxemos maiores detalhes sobre o progresso de mídia digital.

**Redução de riscos** – implementamos medidas ao longo dos últimos meses que reduziram o patamar de risco da Companhia: (I) maior qualidade do portfólio, que se torna mais atrativo para os lojistas e resiliente aos ciclos (ii) melhor carteira de lojistas, apresentando maiores vendas, inadimplência líquida negativa e custo de ocupação saudável (iii) balanço forte e com alta liquidez (iv) forte governança corporativa, com maior nível de rating da ISS e reforçada área de gestão de riscos (v) cultura adaptativa e novas soluções digitais, adaptabilidade importante para mudanças estruturais de mercado.

# A brMalls ANUNCIA OS RESULTADOS DO QUARTO TRIMESTRE DE 2019

Rio de Janeiro, 12 de março  
de 2020 – A BRMALLS  
Participações S.A. (B3:  
BRML3), anuncia hoje seus  
resultados referentes ao  
quarto trimestre de 2019.



Time  
excelente



Dono



Colaboração



Clientes



Resultados  
hoje e sempre

## ✍ Mensagem da Administração

Após uma longa recessão, o país está em momento passível para uma retomada, com destaque para impacto do patamar inédito de juros nos planos expansionistas de varejistas e estamos prontos para capturar os benefícios decorrentes. Neste cenário, poderemos acelerar planos de investimentos e crescimento futuro.

Estamos alertas aos impactos do novo Coronavírus (2019-nCoV), adotando medidas visando proteger a saúde dos colaboradores e clientes. Não obstante, os fundamentos do nosso negócio e estratégias de longo prazo seguem inalteradas e estamos entusiasmados com as oportunidades futuras.

Agradecemos a confiança e parceria dos nossos clientes, acionistas e a dedicação de todos os colaboradores da brMalls.

**Ruy Kameyama, CEO da brMalls**

## Principais Indicadores Financeiros

	4T19	4T18	%	4T18 Ex Vendas <sup>1</sup>	%	2019	2018	%	2018 Ex Vendas <sup>1</sup>	%
<b>Receita Líquida</b>	<b>349.942</b>	<b>351.668</b>	<b>-0,5%</b>	<b>320.429</b>	<b>9,2%</b>	<b>1.322.710</b>	<b>1.266.267</b>	<b>4,5%</b>	<b>1.213.897</b>	<b>9,0%</b>
Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas	(59.876)	(63.223)	-5,3%	*	*	(192.791)	(195.304)	-1,3%	*	*
Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas (% Rec. Líq.)	17,1%	18,0%	-0,9 p.p.	*	*	14,6%	15,4%	-0,8 p.p.	*	*
<b>NOI</b>	<b>317.619</b>	<b>316.879</b>	<b>0,2%</b>	<b>296.031</b>	<b>7,3%</b>	<b>1.179.629</b>	<b>1.125.546</b>	<b>4,8%</b>	<b>1.092.051</b>	<b>8,0%</b>
margem %	88,5%	87,3%	1,2 p.p.	88,5%	-	88,2%	87,6%	0,6 p.p.	88,2%	-
<b>Lucro Bruto</b>	<b>311.928</b>	<b>306.417</b>	<b>1,8%</b>	<b>*</b>	<b>*</b>	<b>1.173.171</b>	<b>1.110.113</b>	<b>5,7%</b>	<b>*</b>	<b>*</b>
margem %	89,1%	87,1%	2,0 p.p.	*	*	88,7%	87,7%	1,0 p.p.	*	*
EBITDA	725.754	1.070.668	-32,2%	*	*	2.010.005	1.685.042	19,3%	*	*
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>267.257</b>	<b>234.973</b>	<b>13,7%</b>	<b>211.069</b>	<b>26,6%</b>	<b>991.856</b>	<b>913.975</b>	<b>8,5%</b>	<b>876.722</b>	<b>13,1%</b>
margem %	76,4%	66,8%	9,6 p.p.	65,9%	10,5 p.p.	75,0%	72,2%	2,8 p.p.	72,2%	2,8 p.p.
Lucro do Período	407.638	727.734	-44,0%	*	*	1.246.405	1.014.087	22,9%	*	*
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>171.413</b>	<b>162.837</b>	<b>5,3%</b>	<b>*</b>	<b>*</b>	<b>678.200</b>	<b>563.159</b>	<b>20,4%</b>	<b>*</b>	<b>*</b>
margem %	49,0%	46,3%	2,7 p.p.	*	*	51,3%	44,5%	6,8 p.p.	*	*
FFO	412.855	732.357	-43,6%	*	*	1.267.332	1.031.489	22,9%	*	*
<b>FFO Ajustado</b>	<b>176.630</b>	<b>167.460</b>	<b>5,5%</b>	<b>*</b>	<b>*</b>	<b>699.127</b>	<b>580.561</b>	<b>20,4%</b>	<b>*</b>	<b>*</b>
margem %	50,5%	47,6%	2,9 p.p.	*	*	52,9%	45,8%	7,1 p.p.	*	*
FFO Ajustado por ação	0,21	0,20	5,4%	*	*	0,83	0,68	22,1%	*	*

<sup>1</sup> Para análises do 4T18 e 2018 ex vendas, excluímos os 7 shoppings vendidos em agosto/19 e também o Shopping Sete Lagoas, vendido em fevereiro/19. Ressaltamos que, em outubro de 2018, inauguramos o Shopping Estação Cuiabá, e ao longo de 2019, aumentamos nossa participação no Shopping Del Rey e Shopping Iguatemi Caxias, em 15,0% e 25,5%, respectivamente. Estes acontecimentos impactaram o resultado a partir da data de cada evento.

## Principais Indicadores Operacionais

	4T19	4T18	%	2019	2018	%
ABL Total (m <sup>2</sup> ) <sup>1</sup>	1.304.896	1.492.642	-12,6%	1.304.896	1.492.642	-12,6%
ABL Total Portfólio Core (m <sup>2</sup> ) <sup>1</sup>	1.197.568	1.197.568	0,0%	1.197.568	1.197.568	-
ABL Próprio (m <sup>2</sup> ) <sup>1</sup>	829.122	949.639	-12,7%	829.122	949.639	-12,7%
ABL Próprio Portfólio Core (m <sup>2</sup> ) <sup>1</sup>	794.976	781.688	1,7%	794.976	781.688	1,7%
ABL Ajustada (m <sup>2</sup> ) <sup>2</sup>	1.085.061	1.333.567	-18,6%	1.081.166	1.294.760	-16,5%
Vendas Mesmas Lojas	3,7%	3,7%	-	3,1%	2,0%	1,1 p.p.
Vendas Totais (R\$ milhões) <sup>2</sup>	6.245	6.543	-4,6%	21.216	20.799	2,0%
Vendas Totais Portfólio Core (R\$ milhões) <sup>2</sup>	5.984	5.631	6,3%	19.274	17.867	7,9%
Vendas / m <sup>2</sup>	1.838	1.635	12,4%	1.442	1.339	7,7%
Aluguel Mesmas Lojas	6,9%	4,9%	2,0 p.p.	7,5%	2,0%	5,5 p.p.
Aluguel / m <sup>2</sup>	112	100	12,0%	101	88	14,8%
NOI / m <sup>2</sup>	132	117	12,8%	119	102	16,7%
Custo de Ocupação (% das vendas)	10,0%	10,0%	-	10,9%	10,7%	0,2 p.p.
(+) Aluguel (% vendas)	6,2%	6,2%	0,0 p.p.	6,3%	6,2%	0,1 p.p.
(+) Condomínio e Fundo de Promoção (% vendas)	3,8%	3,8%	0,0 p.p.	4,6%	4,5%	0,1 p.p.
Ocupação (média mensal)	97,3%	96,7%	0,6 p.p.	97,0%	96,4%	0,6 p.p.
Inadimplência Líquida	-0,5%	0,4%	-0,9 p.p.	1,1%	2,1%	-1,0 p.p.
Pagamentos em Atraso (média mensal)	3,8%	6,1%	-2,3 p.p.	5,6%	7,6%	-2,0 p.p.
Turnover das lojas	7,2%	7,6%	-0,4 p.p.	7,2%	7,6%	-0,4 p.p.

<sup>1</sup> Entre o 4T18 e 4T19, inauguramos o Shopping Estação Cuiabá, vendemos o Shopping Sete Lagoas, adquirimos 15,0% de participação no Shopping Del Rey e 25,5% de participação no Shopping Iguatemi Caxias do Sul e vendemos nossa participação integral nos shoppings Ilha Plaza, Casa & Gourmet Shopping, Shopping Plaza Macaé, Londrina Norte Shopping, Osasco Plaza Shopping, Shopping Contagem e Capim Dourado.

<sup>2</sup> Considera apenas lojas que reportam vendas. Esse valor é utilizado para o cálculo do indicador Vendas/m<sup>2</sup>.

\* Conforme divulgado na Teleconferência e Apresentação do dia 05/08/2019, a partir do 3º trimestre de 2019, excluimos o Shopping Araguaia, Vía Brasil Shopping e São Luís Shopping de todos os indicadores operacionais apresentados acima, com exceção da ABL Total e ABL Próprio, tanto para os resultados do trimestre (4T19) quanto para os resultados acumulados (2019).

\*\* "Portfólio Core" se refere ao portfólio da Companhia ao final do 4T19, excluindo o Shopping Araguaia, Vía Brasil Shopping e São Luís Shopping.

## brMalls

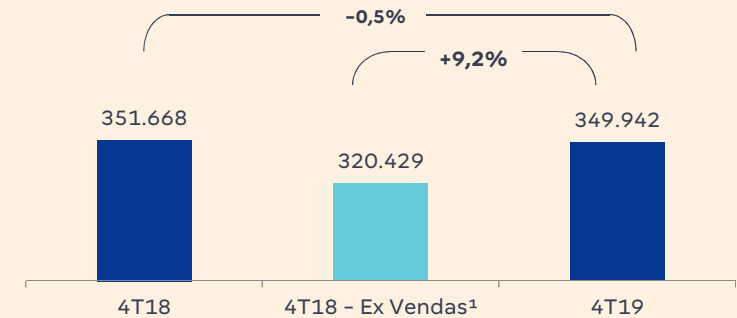
As informações financeiras e operacionais a seguir, exceto onde indicado ao contrário, são apresentadas de forma consolidada e em milhares de reais (R\$), e as comparações referem-se ao 4º trimestre de 2018 (4T18). Estas informações financeiras são apresentadas conforme as práticas adotadas no Brasil, através dos Comitês de Pronunciamento Contábeis (CPC's) emitidos e aprovados pela Comissão de Valores Mobiliários – CVM, e normas internacionais de contabilidade – IFRS, exceto quanto aos efeitos da adoção dos pronunciamentos CPC 19 (R2) e CPC 36 (R3) – IFRS 10 e 11.

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

## Comentários Sobre os Resultados do 4T19

### RECEITA LÍQUIDA

A receita líquida no 4T19 totalizou R\$ 349,9 milhões, apresentando um crescimento de 9,2% quando excluídos os shoppings vendidos<sup>1</sup>. Considerando o portfólio completo do 4T18, a variação foi negativa em 0,5%.



### ALUGUEL MÍNIMO

O aluguel mínimo totalizou R\$ 195,0 milhões no trimestre, variação positiva em 7,7% quando excluídos os shoppings vendidos<sup>1</sup>, em comparação ao mesmo trimestre do ano anterior. Considerando o portfólio completo do 4T18, registramos redução de 0,1% no aluguel mínimo. Dentre os fatores que contribuíram para o crescimento da receita de aluguel está o reajuste dos índices de inflação (IGP-DI e IGP-M) em parte da base de contratos da Companhia, a continuidade da redução na concessão de descontos, os aumentos de participação nos shoppings Del Rey e Iguatemi Caxias do Sul realizados em 2019 e a boa maturação do Shopping Estação Cuiabá.

O maior equilíbrio entre oferta e demanda por ABL, observado pelo aumento da taxa de ocupação entre os trimestres, também contribuiu para a melhoria gradual nos níveis de *leasing spreads*.

### MALL & MÍDIA

No 4T19, Mall & Mídia totalizou R\$ 49,6 milhões, variação positiva de 12,1% em relação ao 4T18 quando excluídos os shoppings vendidos<sup>1</sup>. Considerando o portfólio completo do 4T18, a variação foi de 2,4%.

Neste trimestre, a receita de Mall apresentou crescimento de 3,8% quando excluídos os shoppings vendidos<sup>1</sup>. A receita de Mídia apresentou crescimento de 24,9% quando excluídos os shoppings vendidos<sup>1</sup>, impulsionada pelo avanço na estratégia de mídia digital, com a digitalização de mais shoppings do portfólio ao longo do trimestre, totalizando 21 shoppings da brMalls digitalizados. Considerando o portfólio completo do 4T18, o crescimento na receita de mídia foi de 16,4%. Neste relatório de resultados, incluímos uma seção com o *case study* da mídiaMALLS, onde nos aprofundamos na estratégia de mídia digital e mostramos o resultado de alguns shoppings após sua integração no circuito digital, como o Shopping Tijuca e Shopping Curitiba. Estes ativos apresentaram, respectivamente, crescimento de 59,4% e 65,0% na receita de mídia entre 2017 e 2019.

<sup>1</sup> Para análises do 4T18 e 2018 ex vendas, excluímos os 7 shoppings vendidos em agosto/19 e também o Shopping Sete Lagoas, vendido em fevereiro/19. Ressaltamos que, em outubro de 2018, inauguramos o Shopping Estação Cuiabá, e ao longo de 2019, aumentamos nossa participação no Shopping Del Rey e Shopping Iguatemi Caxias, em 15,0% e 25,5%, respectivamente. Estes acontecimentos impactaram o resultado a partir da data de cada evento.

## / Receita

Abertura da Receita de Aluguel (R\$ mil)	4T19	4T18	%	4T18 Ex Vendas <sup>1</sup>	%	2019	2018	%	2018 Ex Vendas <sup>1</sup>	%
Aluguel Mínimo	194.984	195.109	-0,1%	181.076	7,7%	773.191	754.322	2,5%	730.059	5,9%
Mall & Mídia	49.631	48.489	2,4%	44.279	12,1%	160.303	144.016	11,3%	137.360	16,7%
Aluguel Percentual	24.644	26.055	-5,4%	22.365	10,2%	71.749	69.177	3,7%	64.098	11,9%
<b>Aluguéis</b>	<b>269.259</b>	<b>269.653</b>	<b>-0,1%</b>	<b>247.720</b>	<b>8,7%</b>	<b>1.005.243</b>	<b>967.515</b>	<b>3,9%</b>	<b>931.517</b>	<b>7,9%</b>
Abertura da Receita Bruta (R\$ mil)	4T19	4T18	%	4T18 Ex Vendas <sup>1</sup>	%	2019	2018	%	2018 Ex Vendas <sup>1</sup>	%
Aluguéis	269.259	269.653	-0,1%	247.720	8,7%	1.005.243	967.515	3,9%	931.517	7,9%
Estacionamento	81.762	80.496	1,6%	74.854	9,2%	295.869	278.737	6,1%	268.817	10,1%
Prestação de Serviços	27.177	29.221	-7,0%	26.156	3,9%	107.943	101.946	5,9%	96.495	11,9%
Taxa de Cessão	4.446	6.772	-34,3%	6.337	-29,8%	21.007	23.781	-11,7%	22.884	-8,2%
Taxa de Transferência	2.690	3.607	-25,4%	3.603	-25,3%	8.886	7.355	20,8%	7.322	21,4%
Outras	813	2.283	-64,4%	2.019	-59,7%	6.038	7.799	-22,6%	7.391	-18,3%
<b>Receita Bruta</b>	<b>386.147</b>	<b>392.032</b>	<b>-1,5%</b>	<b>360.689</b>	<b>7,1%</b>	<b>1.444.986</b>	<b>1.387.133</b>	<b>4,2%</b>	<b>1.334.426</b>	<b>8,3%</b>
(-)Impostos e Contribuições	(36.205)	(40.364)	-10,3%	(40.260)	-10,1%	(122.276)	(120.866)	1,2%	(120.529)	1,4%
<b>Receita Líquida</b>	<b>349.942</b>	<b>351.668</b>	<b>-0,5%</b>	<b>320.429</b>	<b>9,2%</b>	<b>1.322.710</b>	<b>1.266.267</b>	<b>4,5%</b>	<b>1.213.897</b>	<b>9,0%</b>

<sup>1</sup> Para análises do 4T18 e 2018 ex vendas, excluímos os 7 shoppings vendidos em agosto/19 e também o Shopping Sete Lagoas, vendido em fevereiro/19.

## Receita

% da Receita Bruta	4T19	4T18	%	2019	2018	%
Aluguel Mínimo	50,5%	49,8%	0,7 p.p.	53,5%	54,4%	-0,9 p.p.
Mall & Mídia	12,9%	12,4%	0,5 p.p.	11,1%	10,4%	0,7 p.p.
Aluguel Percentual	6,4%	6,6%	-0,2 p.p.	5,0%	5,0%	-
<b>Aluguéis</b>	<b>69,8%</b>	<b>68,8%</b>	<b>1,0 p.p.</b>	<b>69,6%</b>	<b>69,8%</b>	<b>-0,2 p.p.</b>

% da Receita Bruta	4T19	4T18	%	2019	2018	%
Aluguéis	69,8%	68,8%	1,0 p.p.	69,6%	69,8%	-0,2 p.p.
Estacionamento	21,1%	20,5%	0,6 p.p.	20,4%	20,1%	0,3 p.p.
Prestação de Serviços	7,0%	7,5%	-0,5 p.p.	7,5%	7,3%	0,2 p.p.
Taxa de Cessão	1,2%	1,7%	-0,5 p.p.	1,5%	1,7%	-0,2 p.p.
Taxa de Transferência	0,7%	0,9%	-0,2 p.p.	0,6%	0,5%	0,1 p.p.
Outras	0,2%	0,6%	-0,4 p.p.	0,4%	0,6%	-0,2 p.p.
<b>Receita Bruta</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>-</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>-</b>

### ALUGUEL PERCENTUAL

Totalizando R\$ 24,6 milhões no 4T19, a receita de aluguel percentual apresentou crescimento de 10,2% em relação ao mesmo período do ano anterior quando excluídos os shoppings vendidos<sup>1</sup>. O crescimento de vendas no trimestre (6,3% no portfólio Core) contribuiu positivamente para a receita de aluguel percentual, com destaque para a boa performance dos cinemas no último trimestre do ano. Considerando o portfólio completo do 4T18, o aluguel percentual apresentou redução de 5,4%.

### ESTACIONAMENTO

O incremento na receita de estacionamento de 9,2%, excluindo os shoppings vendidos<sup>1</sup>, é explicado pelo aumento da tarifa na maioria dos nossos shoppings, pelo crescimento de 4,6% do fluxo de veículos no trimestre e pelo aumento do tempo de permanência médio dos consumidores devido aos grandes eventos do final do ano como Black Friday e Natal.

### PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

Apresentamos uma receita de prestação de serviços de R\$ 27,2 milhões no 4T19, crescimento de 3,9% ao excluir os shoppings vendidos<sup>1</sup>, reflexo da veiculação de mídia para terceiros e de uma boa performance do portfólio remanescente e administrados pela Companhia. Considerando o portfólio completo do 4T18, esta linha apresentou redução de 7,0% em relação ao 4T18.

### TAXA DE CESSÃO

A taxa de cessão somada da linearização, no 4T19, foi de R\$ 4,4 milhões, o que representa uma redução de 29,8% quando comparado ao 4T18, excluindo os shoppings vendidos<sup>1</sup>. A variação no trimestre está associada ao maior volume de CDU registrado pelo Shopping Estação Cuiabá, inaugurado em outubro de 2018.

### TAXA DE TRANSFERÊNCIA

Observamos uma redução de 25,4% no trimestre, resultando em uma receita total de R\$ 2,7 milhões. A variação na taxa de transferência se deu, principalmente, pela comercialização de lojas que ocorreram no Shopping Tijuca no 4T18, que tiveram uma receita de aproximadamente R\$ 0,9 milhões no mesmo trimestre do ano passado.

<sup>1</sup> Para análises do 4T18 e 2018 ex vendas, excluímos os 7 shoppings vendidos em agosto/19 e também o Shopping Sete Lagoas, vendido em fevereiro/19. Ressaltamos que, em outubro de 2018, inauguramos o Shopping Estação Cuiabá, e ao longo de 2019, aumentamos nossa participação no Shopping Del Rey e Shopping Iguatemi Caxias, em 15,0% e 25,5%, respectivamente. Estes acontecimentos impactaram o resultado a partir da data de cada evento.

## / Custos

Neste trimestre, os custos da Companhia totalizaram R\$ 38,0 milhões, 16,0% abaixo do apresentado no 4T18. Ao excluir os shoppings vendidos<sup>1</sup>, os custos apresentaram redução de 0,5%. As principais variações nos custos foram decorrentes dos seguintes fatores:

	4T19	4T18	%	2019	2018	%
Custos com Pessoal	(6.997)	(8.264)	-15,3%	(29.136)	(30.957)	-5,9%
Diversos Serviços	(4.363)	(5.537)	-21,2%	(17.933)	(17.011)	5,4%
Custos Condominiais	(11.412)	(14.396)	-20,7%	(46.701)	(55.803)	-16,3%
Custos com Fundo de Promoções	(2.806)	(2.780)	0,9%	(11.401)	(9.550)	19,4%
Demais Custos	(12.436)	(14.274)	-12,9%	(44.368)	(42.833)	3,6%
<b>Custos</b>	<b>(38.014)</b>	<b>(45.251)</b>	<b>-16,0%</b>	<b>(149.539)</b>	<b>(156.154)</b>	<b>-4,2%</b>
<b>Custos Ex Vendas <sup>1</sup></b>	<b>(38.014)</b>	<b>(38.205)</b>	<b>-0,5%</b>	<b>(149.539)</b>	<b>(142.814)</b>	<b>4,7%</b>

### CUSTOS COM PESSOAL

Verificamos uma redução de 15,3% em custos com pessoal, que totalizaram R\$ 7,0 milhões no 4T19. A melhora esta associada a venda dos 8 shoppings no ano de 2019. Excluindo os shoppings vendidos<sup>1</sup>, houve crescimento de 7,0%, o principal efeito foi o dissídio dos auditores de lojas. Também contribuiu para o aumento a entrada do shopping Estação Cuiabá na base, que inaugurou em outubro de 2018.

### CUSTOS COM FUNDO DE PROMOÇÕES

Os custos com fundo de promoções apresentaram crescimento de 0,9%. Este crescimento está associado, principalmente, as iniciativas de marketing em ações promovidas no Shopping Tijuca e Vila Velha.

### CUSTOS CONDOMINIAIS

Os custos condominiais apresentaram redução de 20,7% em relação ao 4T18. A melhora esta associada a redução do aporte condominial por conta da venda dos 8 shoppings no ano de 2019. Excluindo os shoppings vendidos<sup>1</sup>, a variação foi de 5,8%, o principal efeito foi a entrada do shopping Estação Cuiabá na base, que inaugurou em outubro de 2018, excluindo o Cuiabá a variação seria negativa em 2,3%.

### DEMAIS CUSTOS

Ao longo do trimestre, os demais custos totalizaram R\$ 12,4 milhões, redução de 12,9% em comparação com o 4T18. A melhora esta associada a venda dos 8 shoppings no ano de 2019.

<sup>1</sup> Para análises do 4T18 e 2018 ex vendas, excluímos os 7 shoppings vendidos em agosto/19 e também o Shopping Sete Lagoas, vendido em fevereiro/19. Ressaltamos que, em outubro de 2018, inauguramos o Shopping Estação Cuiabá, e ao longo de 2019, aumentamos nossa participação no Shopping Del Rey e Shopping Iguatemi Caxias, em 15,0% e 25,5%, respectivamente. Estes acontecimentos impactaram o resultado a partir da data de cada evento.

No trimestre, apresentamos um NOI de R\$ 317,6 milhões, o que representa um crescimento de 7,3% quando excluídos os shoppings vendidos<sup>1</sup> e uma margem de 88,5%. Considerando o portfólio completo do 4T18, o crescimento foi de 0,2% em relação ao 4T18.

	4T19	4T18	%	2019	2018	%
<b>Receita Bruta</b>	<b>386.147</b>	<b>392.032</b>	<b>-1,5%</b>	<b>1.444.986</b>	<b>1.387.133</b>	<b>4,2%</b>
(-) Prestação de Serviços	(27.177)	(29.221)	-7,0%	(107.943)	(101.946)	5,9%
(+) Custos	(38.014)	(45.251)	-16,0%	(149.539)	(156.154)	-4,2%
(+) Debêntures do Araguaia	2.200	1.786	23,2%	8.058	6.328	27,3%
(-) Crédito PIS/COFINS	(5.537)	(2.467)	124,4%	(15.933)	(9.815)	62,3%
<b>NOI</b>	<b>317.619</b>	<b>316.879</b>	<b>0,2%</b>	<b>1.179.629</b>	<b>1.125.546</b>	<b>4,8%</b>
Margem %	88,5%	87,3%	1,2 p.p.	88,2%	87,6%	0,6 p.p.
<b>NOI Ex Vendas <sup>1</sup></b>	<b>317.619</b>	<b>296.031</b>	<b>7,3%</b>	<b>1.179.629</b>	<b>1.092.051</b>	<b>8,0%</b>
Margem %	88,5%	88,5%	-	88,2%	88,2%	-

<sup>1</sup> Para análises do 4T18 e 2018 ex vendas, excluímos os 7 shoppings vendidos em agosto/19 e também o Shopping Sete Lagoas, vendido em fevereiro/19. Ressaltamos que, em outubro de 2018, inauguramos o Shopping Estação Cuiabá, e ao longo de 2019, aumentamos nossa participação no Shopping Del Rey e Shopping Iguatemi Caxias, em 15,0% e 25,5%, respectivamente. Estes acontecimentos impactaram o resultado a partir da data de cada evento.

		Visão Consolidada						Visão 100%			
		NOI 4T19 <sup>1</sup>	NOI 4T18 <sup>1</sup>	%	NOI 2019 <sup>1</sup>	NOI 2018 <sup>1</sup>	%	NOI 4T19	NOI 2019	NOI/m <sup>2</sup> 4T19 <sup>1</sup>	Aluguel/m <sup>2</sup> 4T19 <sup>1</sup>
1	Plaza Niterói	33.614	29.898	12,4%	119.240	113.952	4,6%	33.614	119.240	254	222
2	Tijuca	27.139	29.611	-8,3%	103.768	105.339	-1,5%	27.139	103.768	254	247
3	NorteShopping	24.038	25.488	-5,7%	90.800	89.631	1,3%	39.857	150.557	138	119
4	Tamboré	20.584	19.534	5,4%	75.631	69.604	8,7%	20.584	75.631	138	108
5	Uberlândia	18.950	17.215	10,1%	67.641	64.457	4,9%	18.950	67.641	235	186
6	Londrina	16.070	15.730	2,2%	57.981	56.021	3,5%	17.279	62.345	91	75
7	Shopping Recife	13.696	13.475	1,6%	48.681	48.231	0,9%	44.425	157.905	197	170
8	Mooca	13.198	13.010	1,4%	46.021	42.467	8,4%	21.997	76.701	175	115
9	Campo Grande	12.273	12.111	1,3%	43.756	41.219	6,2%	17.631	62.858	147	107
10	Estação	11.782	12.150	-3,0%	43.073	43.251	-0,4%	11.782	43.073	72	65
11	Villa-Lobos	11.122	10.623	4,7%	39.677	39.346	0,8%	19.042	67.930	237	176
12	Del Rey	10.983	8.004	37,2%	33.848	27.554	22,8%	13.729	45.259	124	95
13	Campinas Shopping	9.426	9.151	3,0%	35.694	34.085	4,7%	9.426	35.694	91	66
14	Estação BH	9.398	7.984	17,7%	33.567	29.192	15,0%	9.398	33.567	154	141
15	Metrô Santa Cruz	8.817	9.900	-10,9%	38.441	36.745	4,6%	8.817	38.441	153	196
16	Independência Shopping	8.561	8.278	3,4%	28.679	27.716	3,5%	8.561	28.679	143	110
17	Jardim Sul	8.089	6.781	19,3%	27.001	23.552	14,6%	13.482	45.001	146	107
18	São Bernardo	8.060	7.197	12,0%	27.865	24.194	15,2%	13.434	46.442	104	62
19	Shopping Estação Cuiabá	7.009	1.928	263,5%	21.508	1.928	1015,6%	9.345	26.896	66	63
20	Maringá	6.764	6.518	3,8%	23.806	21.866	8,9%	6.764	23.806	70	59
21	Iguatemi Caxias	6.379	3.445	85,2%	16.763	12.463	34,5%	8.985	31.808	99	76
22	Goiânia	5.164	5.022	2,8%	19.323	17.164	12,6%	10.603	39.677	160	138
23	Shopping Piracicaba	4.865	4.540	7,2%	17.139	16.116	6,3%	13.188	46.462	101	79
24	Amazonas Shopping	4.289	4.336	-1,1%	15.316	14.748	3,9%	15.033	53.684	123	112
25	Rio Anil	3.997	3.637	9,9%	13.874	14.158	-2,0%	7.994	27.750	71	61
26	Shopping Curitiba	3.986	3.814	4,5%	15.153	14.092	7,5%	8.135	30.927	118	105
27	Top Shopping	3.505	3.751	-6,6%	15.648	12.359	26,6%	7.010	31.296	91	108
28	Vila Velha	2.743	1.669	64,3%	7.620	3.346	127,7%	5.487	15.240	25	51
29	Shopping ABC	160	50	220,0%	786	536	46,6%	12.564	61.807	89	103
<b>TOTAL PORTFÓLIO CORE</b>		<b>314.661</b>	<b>294.850</b>	<b>6,7%</b>	<b>1.128.300</b>	<b>1.045.332</b>	<b>7,9%</b>	<b>454.255</b>	<b>1.650.085</b>	<b>126</b>	<b>109</b>
Shoppings Vendidos <sup>3</sup>		-	20.848	-	-	33.495	-	-	-	-	-
Outros <sup>4</sup>		2.958	1.181	150,5%	51.329	46.719	9,9%	11.455	114.734	-	-
<b>Total</b>		<b>317.619</b>	<b>316.879</b>	<b>0,2%</b>	<b>1.179.629</b>	<b>1.125.546</b>	<b>4,8%</b>	<b>465.710</b>	<b>1.764.819</b>	<b>119</b>	<b>103</b>
<b>TOTAL EX-VENDAS DE PART.</b>		<b>317.619</b>	<b>296.031</b>	<b>7,3%</b>	<b>1.179.629</b>	<b>1.092.051</b>	<b>8,0%</b>	<b>465.710</b>	<b>1.764.819</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

<sup>1</sup> NOI Linearizado (NOI + Linearização de Aluguel Mínimo + Linearização de CDU) na consolidação brMalls.

<sup>2</sup> Aluguel mínimo linearizado + aluguel percentual + mall + média, líquido de descontos.

<sup>3</sup> Para análises do 4T18 e 2018 ex vendas, excluímos os 7 shoppings vendidos em agosto/19 e também o Shopping Sete Lagoas, vendido em fevereiro/19.

<sup>4</sup> Referente ao resultado do Shopping Araguaia, Via Brasil Shopping e São Luís Shopping.

\* O crescimento acima da média no Del Rey e Iguatemi Caxias se deu pelos aumentos de participação no 2T19 e 3T19, respectivamente, enquanto o crescimento do Estação Cuiabá é referente a sua inauguração, que ocorreu ao final de outubro/19, impactando a base comparativa.

## Detalhamento das Principais Variações<sup>1</sup>

**(+) Plaza Niterói:** O shopping apresentou forte crescimento em receitas de mídia, com destaque para alguns grandes anunciantes. Além disso, o crescimento das receitas comerciais e redução de descontos contribuíram positivamente para o resultado do 4T19.

**(+) Uberlândia:** O shopping foi positivamente impactado pelo crescimento das receitas de mídia e receitas comerciais em função da adesão de novos contratos. Além disso, a linha de aluguéis também foi impactada positivamente pelo aumento de vendas, e pelos novos contratos assinados.

**(+) Estação BH:** O resultado do shopping foi impactado positivamente pela assinatura de novos contratos de *mall*. Além disso, as receitas de mídia foram impulsionadas principalmente pela implantação do shopping no nosso circuito digital de mídia. A redução de descontos e o crescimento de 8,5% em vendas também colaborou para o resultado do trimestre.

**(+) Jardim Sul:** O resultado do shopping no período foi impactado principalmente por uma otimização na operação de estacionamento, que gerou redução de custos. Além disso, a manutenção da taxa de ocupação acima da média da companhia, de 98,3%, alinhada a melhora do *mix* de lojistas foi responsável pelo crescimento da linha de aluguel e pela redução de custos condominiais.

**(+) Piracicaba:** O resultado do 4T19 foi impulsionado por um crescimento na linha de aluguel mínimo devido a normalização de alguns contratos especiais que estavam vigentes em 2018. Além disso, a maior otimização no processo de auditoria no shopping levou a redução no custo de pessoal.

**(-) Tijuca:** O principal impacto no período vem da redução em taxas de transferência, que beneficiaram fortemente o resultado do 4T18. Este impacto, no 4T18, foi de R\$ 0,9 milhões.

**(-) NorteShopping:** O shopping faz parte do projeto de *retrofit* da Companhia, e parte da obra contempla a movimentações de lojistas e readequação da ABL. No trimestre, o ativo foi impactado principalmente por distratos comerciais com o intuito de viabilizar as transformações no ativo. Este efeito, apesar de temporário, impactou o resultado do shopping em R\$ 1,0 milhão no trimestre.

**(-) Shopping Estação:** O shopping apresentou gastos não recorrentes devido a estratégia de otimização do *mix* de lojistas, além de apresentar redução na receita de aluguéis advinda da readequação do número de pontos de mall no shopping, em linha com a estratégia de melhorar a experiência do consumidor.

**(-) Metrô Santa Cruz:** Neste trimestre, o shopping deu sequência à sua estratégia comercial, visando melhorar a experiência do consumidor, com ênfase na otimização do *mix* de lojistas e readequação do número de pontos de mall. Isto, por sua vez, gerou gastos não recorrentes que impactaram seu resultado.

**(-) Amazonas:** O resultado do shopping foi impactado principalmente pela redução em receitas comerciais, além de redução na taxa de ocupação que totalizou 98,1% no trimestre, redução de 0,7p.p. *versus* 4T18.

<sup>1</sup> Variações na visão participação brMalls.

## Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas

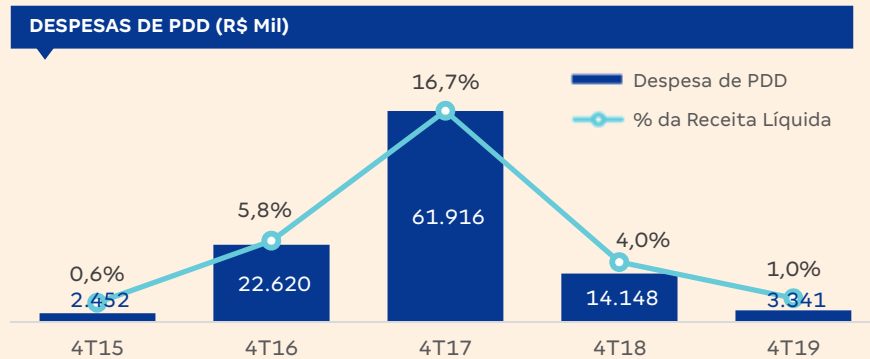
Registramos despesas com vendas, gerais e administrativas de R\$ 59,9 milhões no 4T19, redução de 5,3% quando comparado ao 4T18. As principais variações estão explicitadas a seguir:

	4T19	4T18	%	2019	2018	%
Despesas com Vendas	(9.830)	(21.329)	-53,9%	(47.010)	(66.942)	-29,8%
Despesas Gerais & Administrativas	(50.046)	(41.894)	19,5%	(145.781)	(128.362)	13,6%
<b>Despesas com Vendas, Gerais &amp; Administrativas</b>	<b>(59.876)</b>	<b>(63.223)</b>	<b>-5,3%</b>	<b>(192.791)</b>	<b>(195.304)</b>	<b>-1,3%</b>

### DESPESAS COM VENDAS

As despesas com vendas totalizaram R\$ 9,8 milhões no trimestre, apresentando uma redução de 53,9%, ou R\$ 11,5 milhões, quando comparado ao 4T18. O resultado de PDD apresentou uma contração de 76,4%, enquanto as despesas com comissões sobre comercialização reduziram 9,6%.

	4T19	4T18	%	2019	2018	%
PCLD (PDD) e Perdão de Dívida	(3.341)	(14.148)	-76,4%	(21.402)	(41.663)	-48,6%
Comissões sobre Comercialização	(6.489)	(7.181)	-9,6%	(25.608)	(25.279)	1,3%
<b>Despesas com Vendas</b>	<b>(9.830)</b>	<b>(21.329)</b>	<b>-53,9%</b>	<b>(47.010)</b>	<b>(66.942)</b>	<b>-29,8%</b>



### PCLD (PDD) E PERDÃO DE DÍVIDA

Em relação ao 4T18, a PDD apresentou redução de 76,4% no trimestre e de 48,6% no ano. Atribuímos essa melhora, sobretudo, a maior qualidade da carteira de lojistas no portfólio, após a implementação da estratégia de reciclagem de portfólio e otimização de *mix*, ao crescimento de vendas do portfólio *core* de 6,3% no trimestre e a redução da inadimplência líquida de 0,4% no 4T18 para -0,5% no 4T19, menor inadimplência líquida da história da Companhia.

### COMISSÕES SOBRE COMERCIALIZAÇÃO

As comissões sobre comercialização apresentaram redução de 9,6% em comparação ao 4T18, principalmente em razão da venda dos 8 ativos em 2019 e do menor número de projetos *greenfield*.

## Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas

### DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS

Totalizando R\$ 50,0 milhões, as despesas gerais e administrativas do quarto trimestre apresentaram crescimento de 19,5% ante o 4T18. No acumulado do ano, houve incremento de 13,6%, principalmente devido a migração da folha de funcionários relacionados ao Backoffice. Abaixo, destacamos os principais impactos na linha de despesas gerais & administrativas:

	4T19	4T18	%	2019	2018	%
<b>Despesas Administrativas</b>	<b>(30.914)</b>	<b>(24.706)</b>	<b>25,1%</b>	<b>(103.477)</b>	<b>(89.615)</b>	<b>15,5%</b>
<i>Despesa com Salários, encargos e benefícios</i>	<i>(15.990)</i>	<i>(16.260)</i>	<i>-1,7%</i>	<i>(68.605)</i>	<i>(62.332)</i>	<i>10,1%</i>
<i>Participação nos lucros (PLR)</i>	<i>(14.924)</i>	<i>(8.446)</i>	<i>76,7%</i>	<i>(34.872)</i>	<i>(27.283)</i>	<i>27,8%</i>
<b>Despesa de Remuneração Baseada em Ações</b>	<b>(6.470)</b>	<b>(2.680)</b>	<b>141,4%</b>	<b>(10.314)</b>	<b>(6.870)</b>	<b>50,1%</b>
<b>Serviços Contratados</b>	<b>(4.043)</b>	<b>(5.069)</b>	<b>-20,2%</b>	<b>(13.184)</b>	<b>(14.429)</b>	<b>-8,6%</b>
<b>Outras Despesas</b>	<b>(8.619)</b>	<b>(9.439)</b>	<b>-8,7%</b>	<b>(18.806)</b>	<b>(17.448)</b>	<b>7,8%</b>
<i>Despesas com Contingências</i>	<i>(5.835)</i>	<i>(7.248)</i>	<i>-19,5%</i>	<i>(7.241)</i>	<i>(8.815)</i>	<i>-17,9%</i>
<i>Outras Despesas</i>	<i>(2.784)</i>	<i>(2.191)</i>	<i>27,1%</i>	<i>(11.565)</i>	<i>(8.633)</i>	<i>34,0%</i>
<b>Despesas Gerais &amp; Administrativas</b>	<b>(50.046)</b>	<b>(41.894)</b>	<b>19,5%</b>	<b>(145.781)</b>	<b>(128.362)</b>	<b>13,6%</b>

### DESPESAS ADMINISTRATIVAS

As despesas administrativas apresentaram crescimento de 25,1% no trimestre. As despesas com salários, encargos e benefícios tiveram redução de 1,7% quando comparadas ao 4T18, e no acumulado do ano, crescimento de 10,1% por conta da migração da folha de funcionários do Backoffice e do aumento do quadro de funcionários para a área de transformação digital no ano. O principal impacto em despesas administrativas no trimestre ocorreu em razão do crescimento de 76,7% em participação nos lucros devido o atingimento de metas da Companhia.

### DESPESA DE REMUNERAÇÃO BASEADA EM AÇÕES

O crescimento de 141,4% em despesas de remuneração baseada em ações é explicado principalmente pela performance da ação da Companhia no período – crescimento de 47,7% no ano de 2019, que gerou maior provisionamento do plano de incentivo de longo prazo. No acumulado do ano, o crescimento da despesa é explicado não apenas pela melhor performance da ação mas também pela emissão do 3º Programa do Plano de Performance Shares, que abrangerá 1.276.466 ações, podendo, na hipótese de atingimento do Fator Performance Máximo, ser equivalente à 1.595.583 ações.

### SERVIÇOS CONTRATADOS

As despesas com serviços contratados apresentaram redução de 20,2%, ou R\$ 1,0 milhão no trimestre, quando comparado ao 4T18. Esta redução é explicada, principalmente, pela contratação de consultoria em 2018 para auxiliar no plano estratégico de longo prazo da Companhia que não ocorreu no exercício de 2019.

### OUTRAS DESPESAS

A variação entre o 4T19 e o 4T18 em outras despesas é explicada principalmente por uma despesa não recorrente no 4T18 referente a constituição de contingências, tanto cível quanto trabalhista que impactaram negativamente as despesas em aproximadamente R\$ 7,2 milhões.

## / EBITDA

Neste trimestre, o EBITDA Ajustado alcançou R\$ 267,3 milhões, incremento de 26,6% ante o 4T18 quando excluídos os shoppings vendidos<sup>1</sup>, o que representa uma margem EBITDA Ajustado de 76,4%, 10,5 p.p. acima da margem do 4T18. Desconsiderando esse efeito, o crescimento do EBITDA Ajustado foi de 13,7%.

	4T19	4T18	%	2019	2018	%
<b>Receita Líquida</b>	<b>349.942</b>	<b>351.668</b>	<b>-0,5%</b>	<b>1.322.710</b>	<b>1.266.267</b>	<b>4,5%</b>
(+) Custos e Despesas	(103.107)	(113.097)	-8,8%	(363.257)	(368.860)	-1,5%
(+) Depreciação e Amortização	5.217	4.623	12,8%	20.927	17.402	20,3%
(+) Outros Resultados Operacionais	462.389	830.972	-44,4%	1.023.165	772.312	32,5%
(+) Equivalência Patrimonial	11.313	(3.498)	-423,4%	6.460	(2.079)	-410,7%
<b>EBITDA</b>	<b>725.754</b>	<b>1.070.668</b>	<b>-32,2%</b>	<b>2.010.005</b>	<b>1.685.042</b>	<b>19,3%</b>
(+) Debêntures do Araguaia	2.200	1.786	23,2%	8.058	6.328	27,3%
(-) Ajuste de Outros Resultados Operacionais <sup>2</sup>	(460.697)	(837.481)	-45,0%	(1.026.207)	(777.395)	32,0%
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>267.257</b>	<b>234.973</b>	<b>13,7%</b>	<b>991.856</b>	<b>913.975</b>	<b>8,5%</b>
Margem %	76,4%	66,8%	9,6 p.p.	75,0%	72,2%	2,8 p.p.
<b>EBITDA Ajustado Ex Vendas <sup>1</sup></b>	<b>267.257</b>	<b>211.069</b>	<b>26,6%</b>	<b>991.856</b>	<b>876.722</b>	<b>13,1%</b>
Margem %	76,4%	65,9%	10,5 p.p.	75,0%	72,2%	2,8 p.p.

<sup>1</sup> Para análises do 4T18 e 2018 ex vendas, excluímos os 7 shoppings vendidos em agosto/19 e também o Shopping Sete Lagoas, vendido em fevereiro/19. Ressaltamos que, em outubro de 2018, inauguramos o Shopping Estação Cuiabá, e ao longo de 2019, aumentamos nossa participação no Shopping Del Rey e Shopping Iguatemi Caxias, em 15,0% e 25,5%, respectivamente. Estes acontecimentos impactaram o resultado a partir da data de cada evento.

<sup>2</sup> Os valores apresentados em Equivalência Patrimonial se referem exclusivamente a operação do Delivery Center.

<sup>3</sup> No 4T19, este valor se refere integralmente a Propriedade para Investimento.

## Resultado Financeiro

O resultado financeiro caixa registrou uma despesa líquida de R\$ 50,2 milhões, 14,3% acima do apresentado no 4T18. Os principais fatores responsáveis por este impacto estão descritos abaixo:

### APLICAÇÕES FINANCEIRAS

A receita de aplicações financeiras apresentou redução de 33,0%, atingindo o valor de R\$ 11,1 milhões. Essa variação está associada a redução de 16,5% do caixa da Companhia, decorrente da aquisição adicional de 15,0% do Shopping Del Rey e 25,5% do Shopping Iguatemi Caxias do Sul, do pagamento da segunda das três parcelas referentes a aquisição de 30% da Alvear, do maior dispêndio de CAPEX com a inauguração do Shopping Estação Cuiabá, das revitalizações e dos R\$ 901 milhões distribuídos em forma de juros sobre capital próprio e dividendos entre 2018 e 2019.

### EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS

As despesas com empréstimos e financiamentos reduziram 15,8%, atingindo o valor de R\$ 56,8 milhões. Em março, a Companhia concluiu a emissão de uma debênture no montante de R\$ 600 milhões, a 107,5% do CDI e com prazo de 6 anos. Os recursos foram em sua maioria utilizados para pré pagar entre março e maio R\$ 461,7 milhões em dívidas em TR, em linha com os esforços de “*liability management*” que a Companhia vem realizando. Além disso, o refinanciamento de um CRI no valor de R\$ 536,8 milhões possibilitou redução de seu custo de TR+9,31% no 4T18 para TR+5,90% ao final do 4T19. Em linha com a nossa estratégia de “*liability management*”, negociamos no final de outubro de 2019 a alteração de taxa do CRI Tijuca de TR+8,34% para 113,55% do CDI e alongamento da dívida de fevereiro de 2025 para outubro de 2026. O saldo devedor desta dívida ao final do 4T19 era de R\$ 609,8 milhões. Após esta mudança reduzimos a nossa exposição a dívida em TR de 42,5% para 19,8%.

### SWAP NA CURVA

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

### OUTRAS DESPESAS FINANCEIRAS

O crescimento apresentado nessa linha se refere, principalmente, ao efeito não recorrente de conclusão de acordo judicial atrelado ao processo de Massa Falida de um banco, que totalizou R\$ 4,6 milhões no trimestre.

Receitas	4T19	4T18	%	2019	2018	%
Aplicações Financeiras	11.122	16.590	-33,0%	63.824	86.303	-26,0%
Variações Cambiais	13	28	-53,6%	106	5.842	-98,2%
Swap na Curva	-	-	-	-	736	-
Swap a Mercado (MTM)	-	2.494	-	2.795	5.507	-49,2%
Outros	5.606	9.208	-39,1%	14.193	19.521	-27,3%
<b>Total</b>	<b>16.741</b>	<b>28.320</b>	<b>-40,9%</b>	<b>80.918</b>	<b>117.909</b>	<b>-31,4%</b>

Despesas	4T19	4T18	%	2019	2018	%
Empréstimos e Financiamentos	(56.787)	(67.456)	-15,8%	(267.885)	(298.476)	-10,2%
Variações Cambiais	(21)	(52)	-59,6%	(91)	(129)	-29,5%
Swap na Curva	-	(386)	-	(5.889)	(13.516)	-56,4%
Swap a Mercado (MTM)	-	(1.529)	-	(18)	(5.116)	-99,6%
Outros	(10.128)	(1.859)	444,8%	(16.411)	(11.664)	40,7%
<b>Total</b>	<b>(66.936)</b>	<b>(71.282)</b>	<b>-6,1%</b>	<b>(290.294)</b>	<b>(328.901)</b>	<b>-11,7%</b>

<b>Resultado Financeiro</b>	<b>(50.195)</b>	<b>(42.962)</b>	<b>16,8%</b>	<b>(209.376)</b>	<b>(210.992)</b>	<b>-0,8%</b>
<b>Resultado Financeiro - Caixa</b>	<b>(50.195)</b>	<b>(43.927)</b>	<b>14,3%</b>	<b>(212.153)</b>	<b>(211.383)</b>	<b>0,4%</b>

## Impostos

Neste trimestre, os impostos da Companhia totalizaram R\$ 174,7 milhões, 26,9% abaixo do apresentado no 4T18. As principais variações foram decorrentes dos seguintes fatores:

	4T19	4T18	%	2019	2018	%
Receita Bruta	386.147	392.032	-1,5%	1.444.986	1.387.133	4,2%
Provisão para IR/ CSLL	(16.883)	(8.397)	101,1%	(74.943)	(87.327)	-14,2%
Imposto Diferido	(157.809)	(230.485)	-31,5%	(321.865)	(265.616)	21,2%

### PROVISÃO PARA IR/CSLL

As provisões para IRPJ/CSLL cresceram no trimestre *versus* 4T18 devido principalmente ao descasamento do pagamento de juros sobre capital próprio dedutível ao longo dos anos de 2018 e 2019. Em 2018 o pagamento ocorreu exclusivamente em dezembro enquanto em 2019 foram efetuados durante os trimestres do mesmo ano. No acumulado do ano as despesas de IRPJ/CSLL reduziram 14,2% o que demonstra a estratégia de estrutura ótima de capital da Companhia que tem como objetivo maximizar retorno para o acionista .

### IMPOSTO DIFERIDO

Neste trimestre, o registro de imposto passivo diferido no trimestre reduziu 31,5% principalmente em razão da atualização da avaliação a valor justo dos nossos shoppings uma vez que, no 4T19, houve valorização menor do que a registrada no 4T18.

## Lucro Líquido e FFO

O lucro líquido ajustado do 4T19 foi de R\$ 171,4 milhões, crescimento de 5,3% ante o lucro líquido ajustado do 4T18. Os principais impactos que contribuíram para o crescimento do lucro líquido ajustado foram: a redução de 76,4% em PDD e as ações de *liability management* executadas ao longo dos últimos 12 meses, que contribuíram para redução do custo de dívida em 1,8 p.p.

No mesmo período, alcançamos um FFO ajustado (AFFO) de R\$ 176,6 milhões, crescimento de 5,5% quando comparado ao mesmo trimestre do ano anterior, com margem AFFO de 50,5%, 2,9 p.p. acima da margem do 4T18. Abaixo, exibimos os principais efeitos que explicam a diferença entre o crescimento do AFFO e o crescimento de 26,6% do EBITDA Ajustado ex vendas no trimestre.

- **Resultado Financeiro:** apresentamos redução de receita de aplicações financeiras em 2019, conforme explicado na seção de Resultado Financeiro, adicionalmente, realizamos a venda de 7 ativos do nosso portfólio no 3T19, captando R\$ 696,4 milhões que foram integralmente distribuídos como dividendos e juros sobre capital próprio, e por consequência não geraram receita financeira adicional.
- **Impostos:** no 4T18, distribuímos R\$ 70,0 milhões via juros sobre capital próprio, reduzindo as despesas de IR/CSLL no trimestre. Este fato não se repetiu no 4T19, uma vez que a distribuição de juros sobre capital próprio no ano de 2019 foi feita em trimestres anteriores.

Mesmo com os efeitos apresentados acima, no acumulado do ano, obtivemos crescimento de 20,4% no AFFO, atingindo o maior AFFO/ação da história da companhia, impulsionado pelas ações de *liability management*, redução de PDD e distribuição de juros sobre capital próprio no ano. Sendo uma das principais métricas de geração de valor para nossos acionistas, o AFFO por ação apresentou crescimento de 5,4% no trimestre, atingindo R\$ 0,21. No acumulado do ano, a variação foi positiva em 22,1%, atingindo o valor de R\$ 0,83.

	4T19	4T18	%	2019	2018	%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>407.638</b>	<b>727.734</b>	<b>-44,0%</b>	<b>1.246.405</b>	<b>1.014.087</b>	<b>22,9%</b>
(+) Swap a Mercado (MTM)	-	(965)	-	(2.777)	(391)	610,2%
(+) Imposto Não Caixa <sup>1</sup>	150.634	229.374	-34,3%	373.272	289.087	29,1%
(-) Participação de Minoritários (Prop. para Inv.)	73.838	44.175	67,1%	87.507	37.771	131,7%
(-) Ajuste de Outros Resultados Operacionais <sup>2</sup>	(460.697)	(837.481)	-45,0%	(1.026.207)	(777.395)	32,0%
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>171.413</b>	<b>162.837</b>	<b>5,3%</b>	<b>678.200</b>	<b>563.159</b>	<b>20,4%</b>
Margem %	49,0%	46,3%	2,7 p.p.	51,3%	44,5%	6,8 p.p.
(+) Depreciação e Amortização	5.217	4.623	12,8%	20.927	17.402	20,3%
<b>FFO (Lucro Líquido + Depreciação e Amortização)</b>	<b>412.855</b>	<b>732.357</b>	<b>-43,6%</b>	<b>1.267.332</b>	<b>1.031.489</b>	<b>22,9%</b>
<b>FFO Ajustado</b>	<b>176.630</b>	<b>167.460</b>	<b>5,5%</b>	<b>699.127</b>	<b>580.561</b>	<b>20,4%</b>
Margem %	50,5%	47,6%	2,9 p.p.	52,9%	45,8%	7,1 p.p.
<b>AFFO por ação</b>	<b>0,21</b>	<b>0,20</b>	<b>5,4%</b>	<b>0,83</b>	<b>0,68</b>	<b>22,1%</b>

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

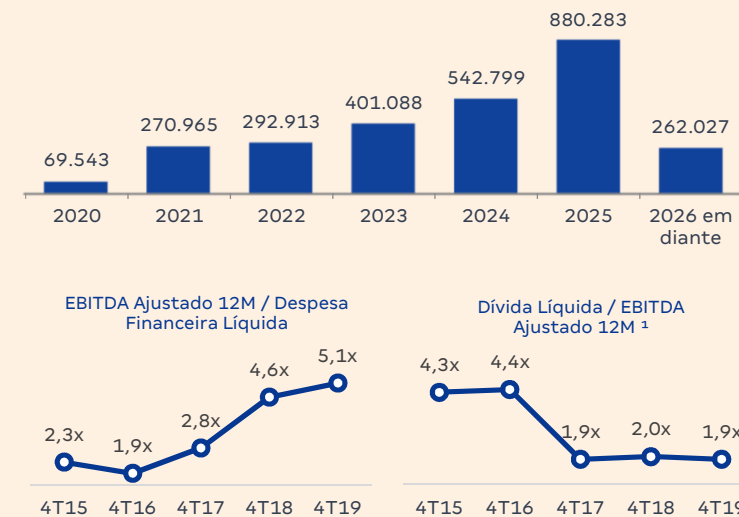
<sup>2</sup> O Ajuste de Outros Resultados Operacionais se refere a alienações realizadas no período, baixa de projeto descontinuado e propriedade para investimento.

## Estrutura de Capital

	4T19	3T19	4T18
Caixa, Equivalentes de Caixa e Títulos e Valores Mobiliários	786.679	740.073	935.319
Remuneração Média no Trimestre (% CDI)	93,1%	100,0%	100,4%
Dívida Bruta (R\$ mil)	2.719.618	2.720.597	2.796.551
Prazo Médio (anos)	3,8	3,7	3,1
Custo Médio	7,0%	7,7%	8,8%
Dívida Líquida (R\$ mil)	1.932.939	1.980.524	1.861.232
Dívida Líquida / EBITDA Ajustado trimestre anualizado	1,8x	2,0x	2,0x
Dívida Líquida / EBITDA Ajustado 12M	1,9x	2,1x	2,0x
EBITDA Ajustado 12M / Despesa Financeira Líquida	5,1x	5,1x	4,6x

Indexador	Custo médio ao ano (Dívidas e Swaps)	Exposição por Indexador (% do Total)	Saldo Devedor (R\$ mil)	Prazo Médio (Anos)
TR	5,9%	19,8%	539.463	3,9
CDI +	7,1%	5,3%	144.811	3,9
CDI (%)	6,4%	59,6%	1.619.386	4,0
IPCA	11,0%	15,3%	415.958	3,2
<b>Total</b>	<b>7,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>2.719.618</b>	<b>3,8</b>

### CRONOGRAMA DE AMORTIZAÇÃO DA DÍVIDA (R\$ 000')



Ao final do quarto trimestre de 2019, nossa dívida bruta era de R\$ 2.719,6 milhões, redução de 2,8% versus ano anterior e em linha com o valor apresentado no 3T19, apresentando redução marginal. Esta redução está associada a estratégia de “*liability management*” realizada ao longo do último ano pela Companhia.

A Companhia encerrou o quarto trimestre com uma posição de caixa de R\$ 786,7 milhões, redução de 15,9% ante o 4T18 e crescimento de 5,5% ante o 3T19. Em relação a variação anual, os principais motivos para a redução de caixa foram: o pagamento antecipado de parte da dívida em TR mencionada acima, a aquisição adicional de 15,0% do Shopping Del Rey e 25,5% do Shopping Iguatemi Caxias do Sul, o pagamento da segunda das três parcelas referentes a aquisição de 30% da Alvear, o maior dispêndio de CAPEX com a inauguração do Shopping Estação Cuiabá, as revitalizações e os R\$ 901 milhões distribuídos em forma de juros sobre capital próprio e dividendos.

Assim, apresentamos uma dívida líquida de R\$ 1.932,9 milhões ao final do 4T19, o que representa redução de 2,4% ante o 3T19, mantendo o indicador Dívida Líquida / EBITDA Aj. 12M em 1,9x no 4T19.

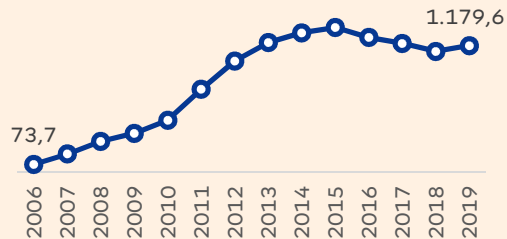
Em linha com a nossa estratégia de “*liability management*”, negociamos no trimestre, ao final de out/19 a alteração de taxa do CRI Tijuca de TR + 8,34% para 113,55% do CDI e alongamento da dívida de fev/25 para out/26. O saldo devedor desta dívida ao final do 4T19 era de R\$ 609,8 milhões. Após esta mudança reduzimos a nossa exposição a dívida em TR de 42,5% para 19,8%.

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

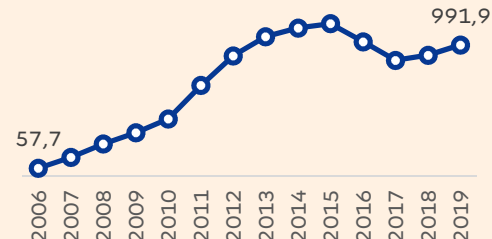
## Desempenho Financeiro Histórico

R\$ Milhões	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	CAGR ('06 - '19)	4T19
<b>Receita Bruta</b>	97,4	222,7	350,0	439,3	595,2	931,5	1.220,2	1.411,7	1.508,1	1.566,1	1.480,5	1.458,5	1.387,1	1.445,0	23,1%	386,1
Prestação de Serviços	6,3	25,2	28,0	35,1	51,1	74,9	85,8	94,5	95,4	98,4	89,3	100,3	101,9	107,9	24,4%	27,2
<b>Receita Líquida</b>	<b>91,1</b>	<b>207,0</b>	<b>319,0</b>	<b>392,6</b>	<b>546,4</b>	<b>861,5</b>	<b>1.123,6</b>	<b>1.303,7</b>	<b>1.395,2</b>	<b>1.446,8</b>	<b>1.370,3</b>	<b>1.348,0</b>	<b>1.266,3</b>	<b>1.322,7</b>	<b>22,9%</b>	<b>349,9</b>
<b>NOI</b>	<b>73,7</b>	<b>171,2</b>	<b>287,6</b>	<b>362,1</b>	<b>485,9</b>	<b>772,8</b>	<b>1.035,2</b>	<b>1.207,2</b>	<b>1.297,3</b>	<b>1.348,0</b>	<b>1.255,2</b>	<b>1.200,2</b>	<b>1.125,5</b>	<b>1.179,6</b>	<b>23,8%</b>	<b>317,6</b>
Margem NOI	80,9%	86,7%	90,4%	91,9%	89,3%	90,2%	91,3%	91,7%	91,8%	91,8%	90,2%	88,4%	87,6%	88,2%	*	88,5%
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>57,7</b>	<b>140,5</b>	<b>242,5</b>	<b>327,0</b>	<b>430,9</b>	<b>684,8</b>	<b>910,0</b>	<b>1.055,4</b>	<b>1.120,4</b>	<b>1.152,8</b>	<b>1.016,2</b>	<b>876,0</b>	<b>914,0</b>	<b>991,9</b>	<b>24,5%</b>	<b>267,3</b>
Margem EBITDA Ajustado	63,4%	67,8%	74,9%	75,3%	81,4%	79,5%	81,0%	81,0%	80,3%	79,7%	74,2%	65,0%	72,2%	75,0%	*	76,4%
<b>FFO Ajustado</b>	<b>39,7</b>	<b>78,8</b>	<b>139,2</b>	<b>233,0</b>	<b>285,0</b>	<b>331,0</b>	<b>420,2</b>	<b>497,0</b>	<b>469,5</b>	<b>413,2</b>	<b>299,3</b>	<b>425,9</b>	<b>580,6</b>	<b>699,1</b>	<b>24,7%</b>	<b>176,6</b>
Margem FFO Ajustado	43,6%	38,1%	43,6%	59,3%	52,2%	38,4%	37,4%	38,1%	33,7%	28,6%	21,8%	31,6%	45,8%	52,9%	*	50,5%
FFO Ajustado por ação	-	0,17	0,28	0,43	0,47	0,50	0,62	0,73	0,65	0,60	0,43	0,52	0,68	0,83	14,1%	0,21
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>32,1</b>	<b>-3,0</b>	<b>56,3</b>	<b>284,4</b>	<b>263,7</b>	<b>308,9</b>	<b>409,5</b>	<b>487,0</b>	<b>459,3</b>	<b>402,9</b>	<b>279,9</b>	<b>409,1</b>	<b>563,2</b>	<b>678,2</b>	<b>26,4%</b>	<b>171,4</b>
Margem Lucro Líquido Ajustado	35,2%	-1,4%	17,6%	72,4%	48,3%	35,9%	36,4%	37,4%	32,9%	27,8%	20,4%	30,3%	44,5%	51,3%	*	49,0%
ABL Total (m <sup>2</sup> )	212.776	872.336	984.131	1.032.586	1.197.146	1.433.524	1.620.625	1.688.603	1.690.953	1.638.072	1.645.672	1.445.536	1.492.642	1.304.896	15,0%	1.304.896
ABL Adicionado (m <sup>2</sup> )	-	659.560	111.795	48.455	164.560	236.378	187.101	67.978	2.351	-52.881	7.600	-200.136	47.106	-187.746	*	0

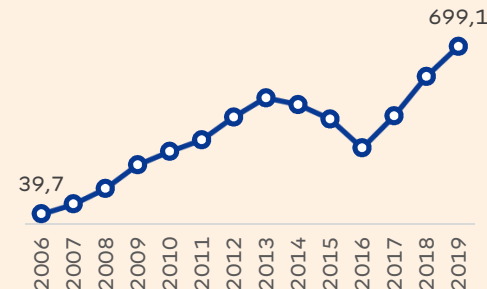
## NOI



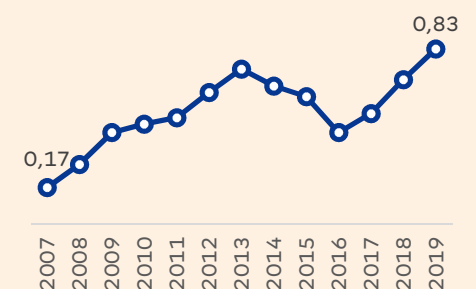
## EBITDA AJUSTADO



## FFO AJUSTADO



## AFFO POR AÇÃO

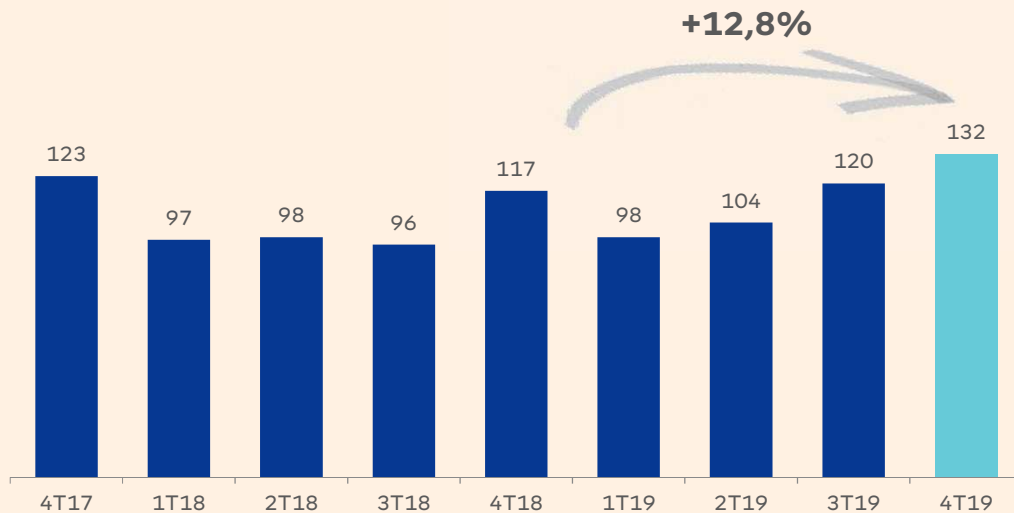


## Indicadores Operacionais

### NOI POR m<sup>2</sup> <sup>1</sup>

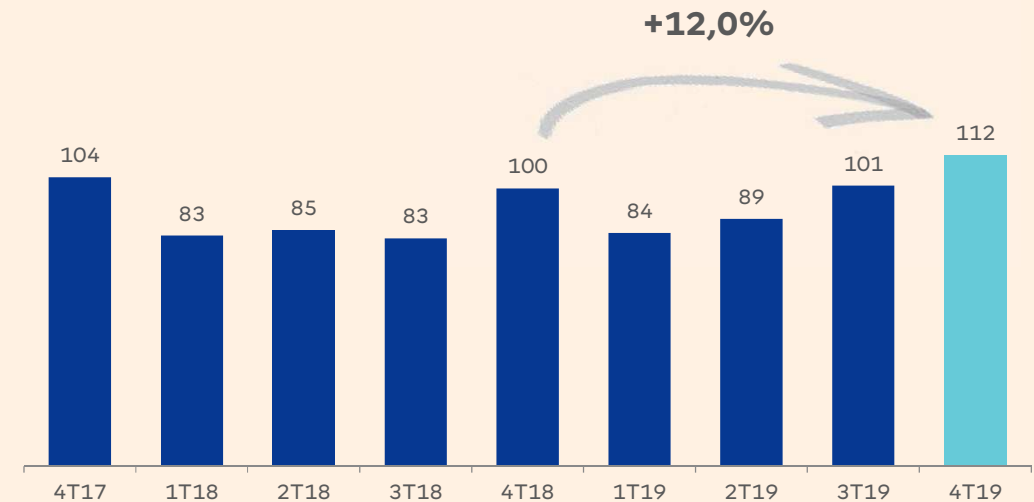
O NOI por m<sup>2</sup> do nosso portfólio apresentou crescimento de 12,8% em relação ao 4T18, alcançando uma média de R\$ 132/m<sup>2</sup> na visão consolidada da Companhia. Esta variação está principalmente associada a estratégia de reciclagem de portfólio, com a venda dos 8 ativos *non-core* no ano de 2019, além da melhoria de NOI do portfólio core, que cresceu 6,7% no trimestre.

Maiores explicações sobre a variação de NOI dos shoppings estão disponíveis na seção de detalhamento das principais variações deste relatório.



### ALUGUEL POR m<sup>2</sup> <sup>1</sup>

Considerando efeitos de linearização, apresentamos um aluguel por m<sup>2</sup> no 4T19 de R\$ 112 na visão consolidada da Companhia, aumento de 12,0% quando comparado ao 4T18. Esta variação está principalmente associada a estratégia de reciclagem de portfólio, com a venda de 8 ativos *non-core* no ano de 2019, além da melhoria de aluguel do portfólio *core* no trimestre.



<sup>1</sup> Valores na visão consolidada da Companhia.

## Indicadores Operacionais

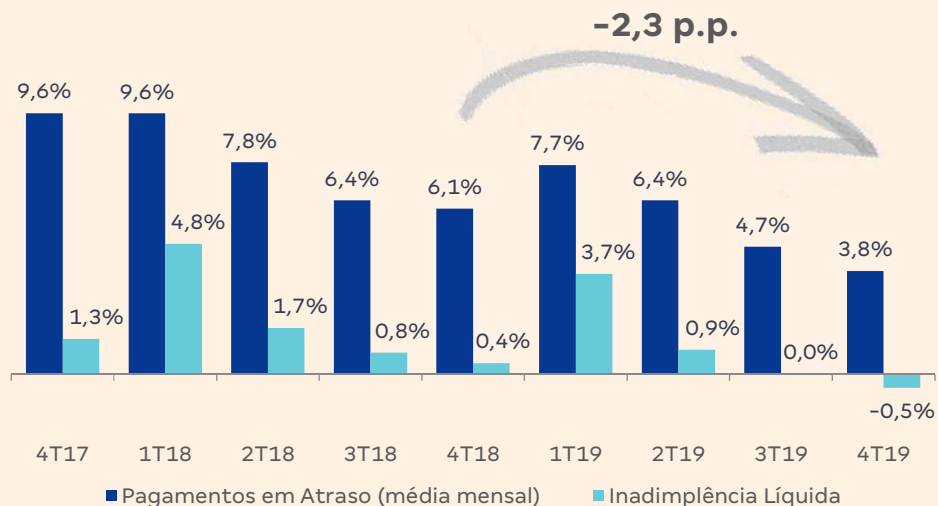
### INADIMPLÊNCIA BRUTA/LÍQUIDA

A inadimplência líquida apresentou redução de 0,9 p.p. quando comparada com o número apresentado no 4T18, totalizando 0,5% negativo, melhor nível de inadimplência líquida apresentado na história da Companhia.

O nível de pagamentos em atraso manteve tendência de redução, totalizando 3,8%, ou 2,3 p.p. abaixo do valor registrado no 4T18, melhor nível desde o 3T14.

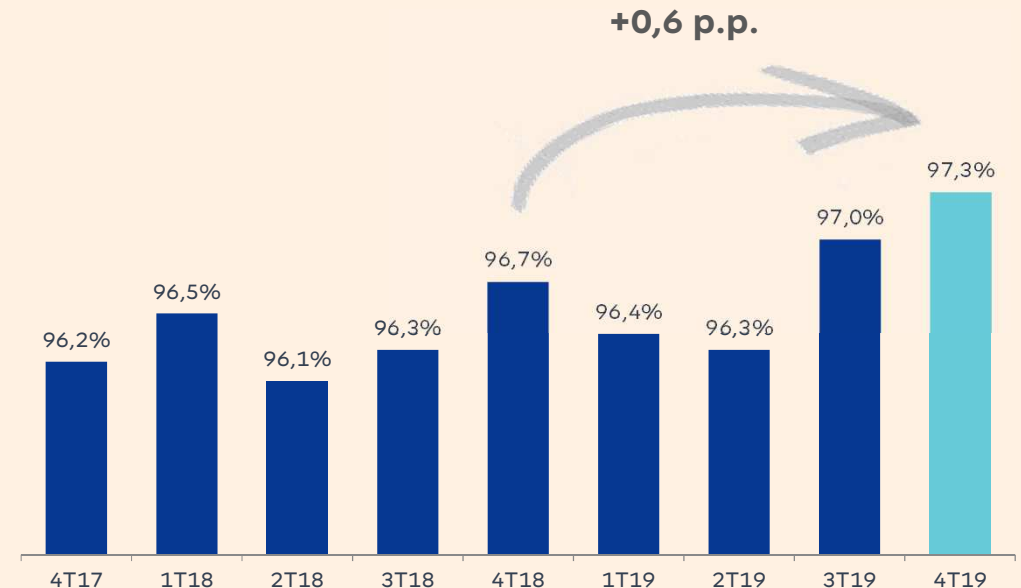
Associamos a melhora nos indicadores a melhoria do *mix* de lojistas, ao melhor desempenho de vendas dos mesmos nos últimos trimestres e aos esforços de cobrança da equipe de recuperação de crédito.

O nível de pagamentos em atraso tem um processo mais lento de redução, tendo em vista que cobramos os boletos em atraso mais antigos primeiro. Acreditamos que, com a recuperação das vendas dos nossos lojistas, a redução ocorrerá gradualmente nos próximos trimestres.



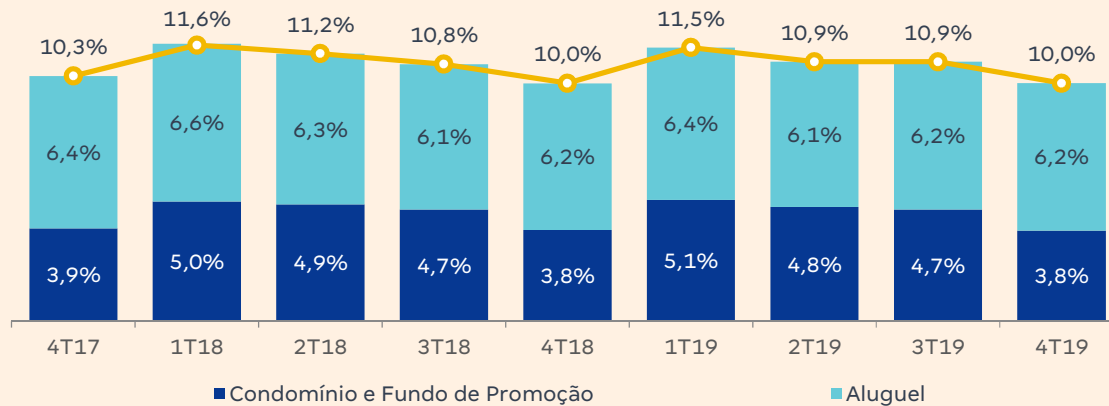
### TAXA DE OCUPAÇÃO

Neste trimestre, a taxa de ocupação média dos nossos ativos aumentou em 0,6 p.p. em relação ao 4T18, atingindo 97,3%, a melhor taxa de ocupação desde o 4T14.



## Indicadores Operacionais

### CUSTO DE OCUPAÇÃO



O custo de ocupação como percentual das vendas dos nossos lojistas se manteve no mesmo patamar do 4T18, de 10,0%, em linha com níveis apresentados em períodos pré-recessão.

	4T16	1T17	2T17	3T17	4T17	1T18	2T18	3T18	4T18	1T19	2T19	3T19	4T19	Média 4T 2016-18	Δ
SSS (%)	-0,6%	0,4%	5,3%	4,6%	1,6%	2,7%	-1,3%	2,5%	3,7%	1,5%	4,6%	2,2%	3,7%	1,6%	2,1 p.p.
SSR (%)	5,3%	6,5%	7,5%	4,3%	1,7%	0,4%	-1,1%	3,3%	4,9%	5,7%	9,9%	7,6%	6,9%	4,0%	2,9 p.p.
Vendas/m <sup>2</sup>	1.546	1.144	1.249	1.233	1.583	1.200	1.241	1.266	1.635	1.218	1.307	1.379	1.838	1.588	15,7%
Aluguel/m <sup>2</sup>	108	91	89	88	104	83	85	83	100	84	89	101	112	104	7,7%
NOI/m <sup>2</sup>	129	106	102	102	123	97	98	96	117	98	104	120	132	123	7,3%
Custo de Ocupação (% das Vendas)	10,7%	11,8%	11,2%	11,2%	10,3%	11,6%	11,2%	10,8%	10,0%	11,5%	10,9%	10,9%	10,0%	10,3%	-0,3 p.p.
Pagamentos em Atraso (média mensal)	12,8%	13,9%	10,8%	9,5%	9,6%	9,6%	7,8%	6,4%	6,1%	7,7%	6,4%	4,7%	3,8%	9,5%	-5,7 p.p.
Inadimplência Líquida	5,5%	7,3%	1,6%	1,7%	1,3%	4,8%	1,7%	0,8%	0,4%	3,7%	0,9%	0,0%	-0,5%	2,4%	-2,9 p.p.
Ocupação (%)	96,2%	96,1%	94,7%	95,2%	96,2%	96,5%	96,1%	96,3%	96,7%	96,4%	96,3%	97,0%	97,3%	96,4%	0,9 p.p.
Turnover de lojas	6,6%	7,0%	7,4%	8,0%	9,1%	8,5%	7,6%	8,8%	7,6%	8,1%	7,7%	7,3%	7,2%	8,3%	-1,1 p.p.

## Desempenho Operacional

		Vendas 4T19	Vendas 4T18	%	Vendas 2019	Vendas 2018	%	Vendas/m <sup>2</sup> 4T19 <sup>1</sup>	Taxa de Ocupação 4T19 <sup>2</sup>
1	Plaza Niterói	348.018	334.568	4,0%	1.103.395	1.093.476	0,9%	2.914	98,3%
2	Tijuca	307.581	302.277	1,8%	996.884	973.077	2,4%	3.142	99,4%
3	NorteShopping	429.133	429.807	-0,2%	1.395.913	1.383.284	0,9%	2.263	98,3%
4	Tamboré	254.306	242.481	4,9%	808.831	777.049	4,1%	1.798	98,2%
5	Uberlândia	241.434	234.980	2,7%	801.878	777.015	3,2%	1.551	97,1%
6	Londrina	242.005	230.008	5,2%	774.426	736.409	5,2%	1.480	96,9%
7	Shopping Recife	526.821	503.860	4,6%	1.696.327	1.624.476	4,4%	2.339	98,6%
8	Mooca	229.042	220.673	3,8%	716.574	644.797	11,1%	1.916	99,7%
9	Campo Grande	205.910	193.657	6,3%	658.775	609.589	8,1%	1.813	98,6%
10	Estação	125.120	124.287	0,7%	420.460	404.206	4,0%	1.569	98,7%
11	Villa-Lobos	198.426	174.335	13,8%	628.932	602.999	4,3%	2.423	96,7%
12	Del Rey	174.949	162.808	7,5%	543.804	511.454	6,3%	1.645	97,7%
13	Campinas Shopping	102.889	102.927	0,0%	339.942	335.198	1,4%	1.360	94,3%
14	Estação BH	162.194	149.446	8,5%	518.376	481.831	7,6%	1.573	98,2%
15	Metrô Santa Cruz	130.716	128.236	1,9%	466.003	449.221	3,7%	2.476	98,9%
16	Independência Shopping	117.005	106.652	9,7%	363.605	339.458	7,1%	1.735	97,6%
17	Jardim Sul	169.834	164.194	3,4%	553.523	526.594	5,1%	2.104	98,3%
18	São Bernardo	144.209	136.629	5,5%	453.600	434.664	4,4%	1.196	96,4%
19	Shopping Estação Cuiabá	168.495	88.168	91,1%	501.610	88.168	468,9%	1.321	93,2%
20	Maringá	139.949	124.051	12,8%	445.063	381.605	16,6%	1.447	98,2%
21	Iguatemi Caxias	144.357	135.946	6,2%	462.369	429.153	7,7%	1.710	98,7%
22	Goiânia	153.878	140.969	9,2%	504.895	454.908	11,0%	2.092	98,8%
23	Shopping Piracicaba	182.295	175.308	4,0%	594.848	563.625	5,5%	1.497	94,1%
24	Amazonas Shopping	248.094	240.735	3,1%	799.642	755.976	5,8%	2.345	98,1%
25	Rio Anil	151.910	150.033	1,3%	498.820	488.885	2,0%	1.498	97,8%
26	Shopping Curitiba	96.638	97.313	-0,7%	335.403	305.755	9,7%	1.561	98,3%
27	Top Shopping	128.442	116.281	10,5%	398.673	369.894	7,8%	1.772	86,6%
28	Vila Velha	259.511	232.681	11,5%	852.896	712.365	19,7%	1.321	96,9%
29	Shopping ABC	200.741	187.493	7,1%	638.249	612.036	4,3%	1.689	97,5%
<b>TOTAL PORTFÓLIO CORE</b>		<b>5.983.902</b>	<b>5.630.803</b>	<b>6,3%</b>	<b>19.273.716</b>	<b>17.867.167</b>	<b>7,9%</b>	<b>1.838</b>	<b>97,3%</b>
Shoppings Vendidos <sup>3</sup>		-	649.029	-	-	1.209.084	-	-	-
Outros <sup>4</sup>		260.950	263.258	-0,9%	1.942.781	1.722.700	12,8%	-	-
<b>Total brMalls</b>		<b>6.244.852</b>	<b>6.543.090</b>	<b>-4,6%</b>	<b>21.216.497</b>	<b>20.798.951</b>	<b>2,0%</b>	<b>1.778</b>	<b>96,9%</b>
Total ex-vendas de part.		6.244.852	5.894.061	6,0%	21.216.497	19.589.867	8,3%	-	-

\* Vendas estão na visão 100%.

<sup>1</sup> ABL Ajustada utilizada disponível na página 5.

<sup>2</sup> Média mensal da Taxa de Ocupação apresentada no trimestre.

<sup>3</sup> Para análises do 4T18 e 2018 ex vendas, excluímos os 7 shoppings vendidos em agosto/19 e também o Shopping Sete Lagoas, vendido em fevereiro/19.

<sup>4</sup> Referente ao resultado do Shopping Araguaia, Via Brasil Shopping e São Luís Shopping.

## Desempenho Operacional

### VENDAS MESMAS LOJAS E ALUGUÉIS POR SEGMENTO

Categoria	4T19		4T18		Δ	
	SSS	SSR	SSS	SSR	Δ SSS	Δ SSR
Âncora	2,7%	4,4%	4,1%	1,8%	-1,4 p.p.	2,6 p.p.
Semi Âncora	0,0	7,2%	1,7%	3,0%	-1,7 p.p.	4,2 p.p.
Megaloja	-1,2%	8,8%	2,9%	7,4%	-4,1 p.p.	1,4 p.p.
Satélite	5,8%	7,3%	4,1%	5,5%	1,7 p.p.	1,8 p.p.
<b>Total</b>	<b>3,7%</b>	<b>6,9%</b>	<b>3,7%</b>	<b>4,9%</b>	<b>-</b>	<b>2,0 p.p.</b>

As categorias de Satélites e Âncoras foram, novamente, os destaques positivos do trimestre, com crescimento de 5,8% e 2,7%, respectivamente, impulsionados principalmente pelos segmentos de telefonia, artigos esportivos e conveniência e serviço. Os segmentos de Semi Âncora e Megaloja apresentaram variações de 0,0% e -1,2%, respectivamente, devido ao desempenho abaixo da média de artigos infantis, livrarias e eletrodomésticos.

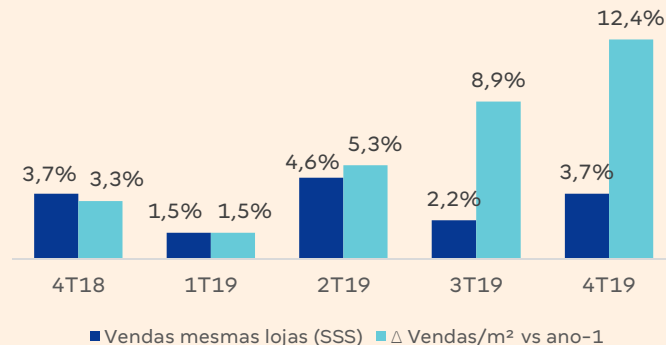
O aluguel mesmas lojas (SSR) da Companhia cresceu 6,9% no 4T19. A aceleração do indicador se deve principalmente pelo desempenho de supermercados, artigos esportivos e conveniência e serviço.

### VENDAS

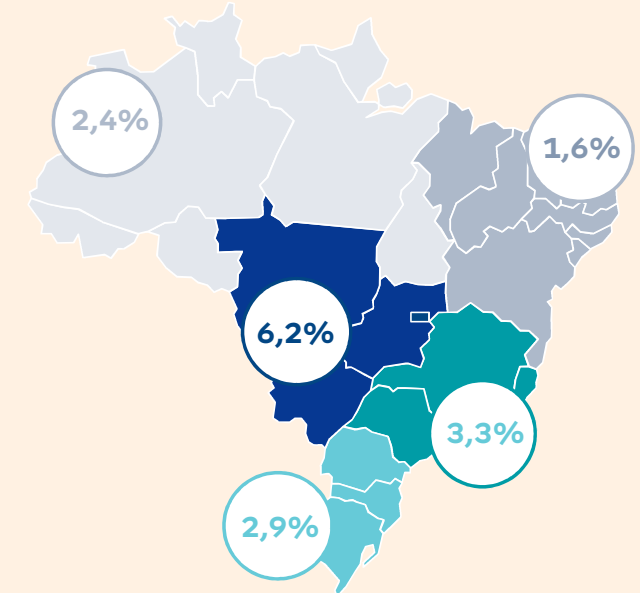
O indicador de vendas totais, excluindo os shoppings vendidos<sup>1</sup>, registrou crescimento de 6,0% comparado ao 4T18. Se considerarmos o portfólio core<sup>2</sup> o crescimento de vendas foi de 6,3% no período.

As vendas/m<sup>2</sup> registraram crescimento de 12,4% versus 4T18 principalmente pelo efeito da venda de ativos<sup>1</sup>. As vendas mesmas lojas cresceram 3,7% no trimestre.

A diferença entre o crescimento de vendas/m<sup>2</sup> e o SSS se deve principalmente pela maior produtividade de novos lojistas, pela venda de ativos com produtividade abaixo da média da Companhia e pelo fato de que quando há realocação de lojistas para outro local dentro do shopping, de acordo com nosso critério, os mesmos não são considerados no SSS, mas ainda assim contribuem para vendas totais.



### VENDAS MESMAS LOJAS POR REGIÃO GEOGRÁFICA



O destaque de vendas mesmas lojas durante o 4T19 foi a região Centro-Oeste, com crescimento de 6,2%, seguido pela região Sudeste, com crescimento de 3,3%.

<sup>1</sup> Para análises do 4T18 e 2018 ex vendas, excluímos os 7 shoppings vendidos em agosto/19 e também o Shopping Sete Lagoas, vendido em fevereiro/19. Ressaltamos que, em outubro de 2018, inauguramos o Shopping Estação Cuiabá, que impactou o resultado a partir da data de inauguração.

<sup>2</sup> "Portfólio Core" se refere ao portfólio da Companhia ao final do 4T19, excluindo o Shopping Araguaia, Via Brasil Shopping e São Luís Shopping.

## Atividade Comercial

Comercializamos no trimestre 224 novas lojas nos shoppings existentes, variação negativa de 30,4% em relação ao 4T18. Renovamos contrato com 120 lojas, 23,6% a menos do que no 4T18.

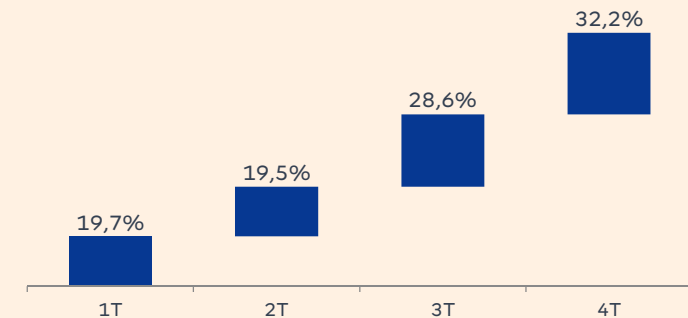
Na comercialização dos projetos em desenvolvimento, alcançamos um total de 13 contratos assinados, redução de 64,9% quando comparado ao 4T18. Essa redução está associada a inauguração do Shopping Estação Cuiabá, que ocorreu no 4T18 e, ao longo do ano de 2018, teve sua comercialização intensificada.

A redução no nível de comercialização no trimestre é principalmente explicada pela redução da vacância ao longo dos últimos trimestres, que agora se aproxima de patamares pré crise. Além disso, a venda de participação em 8 ativos ao longo do ano de 2019 contribuiu para a redução no número de lojas comercializadas.

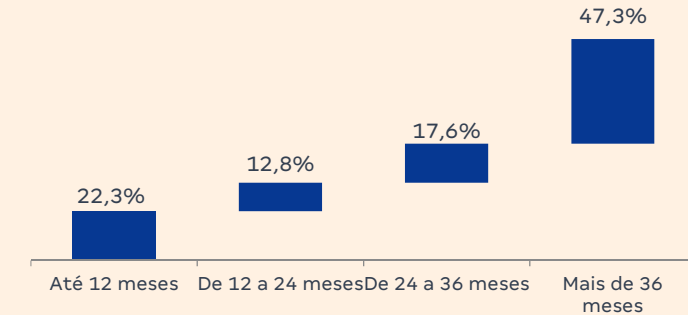
Se considerarmos os contratos assinados nas novas lojas em shoppings existentes, contratos renovados e contratos em expansões e *greenfields*, encerramos o trimestre com um total de 357 contratos assinados, uma redução de 30,8% frente ao 4T18.

Resumo da Atividade Comercial (# de lojas) <sup>1</sup>	4T19	4T18	%	4T18 Ex Vendas <sup>2</sup>	%
Novas Lojas em Shopping Existentes	224	322	-30,4%	267	-16,1%
Renovações	120	157	-23,6%	121	-0,8%
Projetos em Desenvolvimento	13	37	-64,9%	37	-64,9%
<b>Total</b>	<b>357</b>	<b>516</b>	<b>-30,8%</b>	<b>425</b>	<b>-16,0%</b>
<b>ABL Total (m²)</b>	<b>34.496</b>	<b>47.954</b>	<b>-28,1%</b>	<b>44.212</b>	<b>-22,0%</b>

Série Histórica de Vencimento de Contratos  
(% do ABL)



Cronograma de Vencimento dos Contratos  
(% do ABL)



<sup>1</sup> No 4T18, a atividade comercial do Shopping Estação Cuiabá estava classificada como "Projetos em Desenvolvimento". A partir do 1T19, os novos contratos assinados no Shopping Estação Cuiabá passaram a ser classificados em "Novas Lojas em Shoppings Existentes", enquanto renovações de contrato serão classificadas em "Renovações".

<sup>2</sup> Para análises do 4T18 e 2018 ex vendas, excluímos os 7 shoppings vendidos em agosto/19 e também o Shopping Sete Lagoas, vendido em fevereiro/19. Ressaltamos que, em outubro de 2018, inauguramos o Shopping Estação Cuiabá, e ao longo de 2019, aumentamos nossa participação no Shopping Del Rey e Shopping Iguatemi Caxias, em 15,0% e 25,5%, respectivamente. Estes acontecimentos impactaram o resultado a partir da data de cada evento.

## Projetos em Desenvolvimento

Atualmente, temos um projeto *greenfield* em desenvolvimento, o Shopping Cascavel, que está em fase de comercialização. As suas obras serão reiniciadas a partir de um estágio mais avançado de comercialização. Prestaremos maiores informações no momento de reinício das obras.

### CAPEX

Ao longo do trimestre, a Companhia investiu um total de R\$ 135,0 milhões, alocados principalmente em revitalizações & manutenção. Foi investido um total de R\$ 103,8 milhões, que foram compostos principalmente pelas entregas parciais dos projetos de *retrofit* nos shoppings NorteShopping, Villa Lobos, Tijuca, Plaza Niterói e Uberlândia.

A Companhia também destinou parte destes recursos ao investimento em processos e sistemas internos, como na implantação do *Oracle Cloud*, e nos esforços de Transformação Digital.

Conforme anunciado no brMalls Day 2019, atualmente temos 5 expansões mapeadas que serão entregues entre 2020 e 2021, além de outros 4 projetos em estudo. Os investimentos em expansões, no trimestre, se referem principalmente ao NorteShopping, cujo projeto inclui uma alameda gourmet e um parque outdoor, com previsão de inauguração em 2020.

CAPEX Total (R\$ mil)	Investimento 4T19	Investimento 4T18	Peso 4T19 (%)	Investimento 2019	Investimento 2018	Peso 2019 (%)
Aquisições	46	-	0,0%	163.037	-	32,8%
Expansões	9.015	984	6,7%	10.375	9.842	2,1%
Revitalizações & Manutenção <sup>1</sup>	103.761	49.765	76,8%	247.245	115.016	49,8%
Projetos Greenfield	920	38.223	0,7%	3.864	195.203	0,8%
TI & Diversos	21.301	5.842	15,8%	71.818	26.714	14,5%
<b>Total</b>	<b>135.043</b>	<b>94.814</b>	<b>100,0%</b>	<b>496.339</b>	<b>346.775</b>	<b>100,0%</b>

<sup>1</sup> Considera os *retrofits*

## Mercado de Capitais e Desempenho da Ação

A brMalls tem sua ação ordinária negociada no Novo Mercado da B3 sob o código BRML3. A Companhia também possui um programa de ADR nível I sob o código BRMLL. Em relação a nossa ação (BRML3), esta encerrou o 2019 sendo transacionada a R\$ 18,06, uma valorização de 47,7% comparado ao preço de fechamento em 2018.

No trimestre, o volume financeiro médio apresentou aumento de 17,1% em relação ao 4T18, totalizando R\$ 111,9 milhões. Nosso número médio de negócios foi de 17.859 ordens diárias, 9,7% abaixo do 4T18.

Em março/2019 encerrou-se o programa de recompra de ações da Companhia. O programa teve duração de 12 meses e podia chegar até 4,76% do total de ações em circulação no mercado, representando um valor de aproximadamente R\$ 500,0 milhões. Ao final de 2019, a Companhia detinha em tesouraria 29.604.000 ações de sua própria emissão, que foram adquiridas por investimento de R\$ 303,0 milhões a um preço médio de R\$ 10,24 por ação.

	4T19	4T18	%
Ações em Circulação (Ex-Tesouraria)	843.124.028	842.262.078	0,1%
Preço Médio da Ação (R\$)	15,72	11,28	39,3%
Preço Final da Ação (R\$)	18,06	12,23	47,7%
Valor de Mercado (R\$ milhões)	15.227	10.301	47,8%
Volume Médio Diário Negociado (R\$ mil)	111.853	95.537	17,1%
Número de Negócios Médio	17.859	19.772	-9,7%

BRML3 - Peso nos Principais Índices (dez/19)								
IBOVESPA	IBrX-50	IBrX	IGC-NM	ITAG	MLC	IMOB	MSCI Brazil	ICO2
0,8%	0,8%	0,7%	1,2%	0,7%	0,8%	18,8%	1,0%	1,7%

## Mercado de Capitais e Desempenho da Ação

No quarto trimestre de 2019, nossa base de investidores continuou a apresentar uma diversificação por regiões de origem.

Região	4T19	4T18	4T17	4T16
Estados Unidos	29,5%	25,5%	27,2%	29,5%
Brasil	44,4%	45,3%	41,2%	36,7%
Europa	14,6%	10,2%	11,4%	12,1%
Canada	1,8%	9,9%	10,6%	10,7%
Ásia	8,2%	7,9%	7,6%	8,1%
Outros	1,5%	1,2%	2,0%	2,9%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

## CONTATO E EQUIPE DE RI

**Frederico Villa**  
CFO

**Derek Tang**  
Diretor de Finanças & RI

**Marina Coelho**  
Gerente de Finanças & RI

**Antonio Velloso**  
Especialista

**Isabela Nauenberg**  
Estagiária

[ri@brmalls.com.br](mailto:ri@brmalls.com.br)

Tel.: +55 21 3138-9900

## Eventos Subsequentes

Após o fechamento do trimestre, anunciamos dois aumentos de participação, de 5,0% e de 38,4% no Shopping Villa-Lobos e Shopping Piracicaba, respectivamente. Essas transações reforçam o compromisso da Companhia com a estratégia de fortalecimento do portfólio e alocação de capital de forma a gerar valor aos seus acionistas. Abaixo, destacamos as principais informações referentes a cada transação e principais marcas que compõem o *mix* de cada shopping.

### SHOPPING VILLA-LOBOS

#### Villa-Lobos: Principais dados da operação

Anúncio da Transação	03/02/2020
ABL Total	26.806 m <sup>2</sup>
Participação Após Aquisição	63,4%
ABL Próprio	17.000 m <sup>2</sup>
ABL Adquirido	1.340 m <sup>2</sup>
NOI 2020 (ABL Adquirido)	R\$ 3,5 milhões
<b>Cap Rate de Entrada</b>	<b>7,3%</b>



Projeto nova fachada

### SHOPPING PIRACICABA

#### Piracicaba: Principais dados da operação

Anúncio da Transação	14/02/2020
ABL Total	43.431 m <sup>2</sup>
Participação Após Aquisição	75,4%
ABL Próprio	32.723 m <sup>2</sup>
ABL Adquirido	16.697 m <sup>2</sup>
NOI 2020 (ABL Adquirido)	R\$ 18,7 milhões
<b>Cap Rate de Entrada</b>	<b>9,2%</b>



Fachada

## Estudo de Caso - mídiaMALLS

A crescente oportunidade de geração de receita adicional para a indústria de shopping centers, a partir da captação de investimento publicitário, torna necessária a consolidação desses ativos como um importante veículo de mídia OOH (Out of Home).

**R\$ 147 bi**<sup>1</sup> **0,47%**<sup>1</sup> **577**<sup>2</sup>

movimentados em valores brutos através de compra de espaços de mídia em 2018

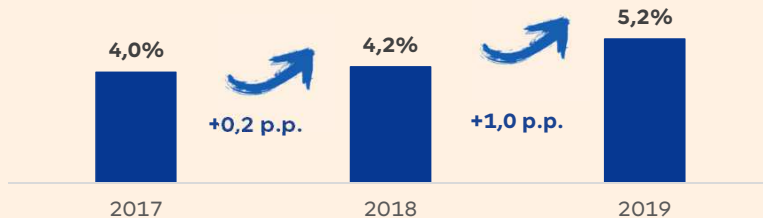
destinado para shoppings centers

shoppings no Brasil  
Compra de audiência fragmentada

Nós acreditamos na importância de escala e dos benefícios de efeitos de rede e por isso, com o objetivo de aumentar a relevância do setor através da compra da audiência centralizada, a mídiaMALLS, empresa do grupo brMalls, foi criada em maio de 2019 e possui em seu portfólio mais de 60 shoppings entre brMalls e outros parceiros. Em dezembro de 2019, com apenas 7 meses de atuação, a mídiaMALLS ganhou o prêmio de veículo do ano na categoria de mídia indoor, na premiação dos Melhores da Propaganda Mineira do ano. Além disso, marcas internacionais renomadas, como Amazon, Google e Facebook, se consolidaram como novos anunciantes no veículo, realçando a atratividade da mídia digital.

O foco da mídiaMALLS é proporcionar um modelo de comercialização de mídia favorável aos empreendedores, possibilitando o acesso dos shoppings aos produtos digitais e visando incrementar a receita de mídia no resultado.

### Impacto de mídia no NOI - brMalls



<sup>1</sup> Fonte: Kantar Ibope Media, 2018

<sup>2</sup> Fonte: Abrasce, 2019

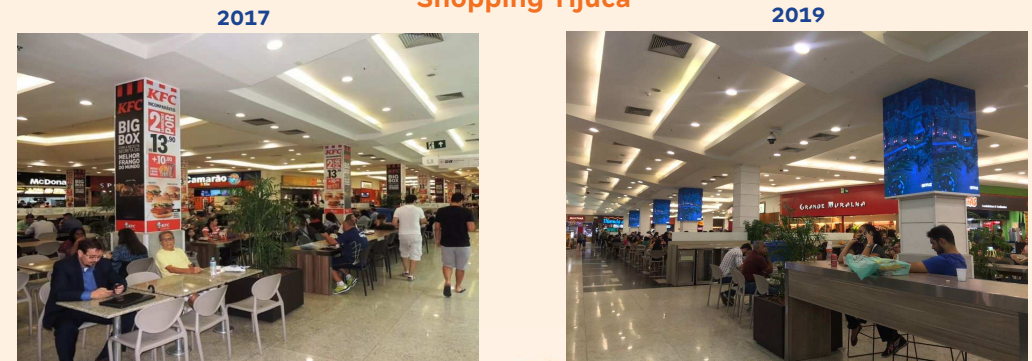
### Shopping Curitiba



3,4% do NOI proveniente da receita de mídia → 5,7% do NOI proveniente da receita de mídia

**Crescimento de +65,0% na receita de mídia**

### Shopping Tijuca



3,5% do NOI proveniente da receita de mídia → 5,9% do NOI proveniente da receita de mídia

**Crescimento de +59,4% na receita de mídia**

## 📌 Iniciativas ESG

### AMBIENTAL

#### Gestão Energética

Ao longo dos anos, desenvolvemos projetos que aperfeiçoam continuamente a eficiência energética, como:

- Utilização de claraboias em 21 shoppings, a fim de reduzir a necessidade de iluminação artificial;
- A troca da iluminação convencional por iluminação de LED em 96% de nossos shoppings, sendo 25 deles 100% equipados com as lâmpadas de alta eficiência; e
- A automação da CAG (Central de Água Gelada), em 13 shoppings, facilitando o controle do funcionamento dos equipamentos dos shoppings e reduzindo o consumo de recursos.

#### Gestão da Água

Ao longo dos anos, desenvolvemos projetos que aperfeiçoam continuamente a eficiência da água, como:

- O controle de consumo diário efetivo com análise crítica das informações em 100% dos shoppings;
- Sistema de reuso, em 5 shoppings, contribuindo para uma operação mais sustentável; e
- Sistema de captação da água, em 3 shoppings, reduzindo o consumo de água vinda das concessionárias.

#### Gestão de Emissões

A brMalls, em parceria com a Draxos Consultoria e Gestão Ambiental Ltda, produziu o Inventário de Emissões de Gases do Efeito Estufa (GEE) referente ao ano de 2019 – desenvolvido de acordo com as especificações do Programa Brasileiro GHG Protocol. A Companhia integra o ICO2 (Índice Carbono Eficiente da B3) e investe em diferentes ações sustentáveis, como, por exemplo, a disponibilização de vagas para carros elétricos, com estrutura para os mesmos serem recarregados, em 7 shoppings do portfólio.

### SOCIAL

#### Resultados Compilados

Mais de 109 ações de cunho social nos shoppings:

- 77 instituições beneficiadas;
- 3,6 toneladas de alimentos;
- 460 peças de roupas;
- Mais de 6.000 brinquedos;
- R\$ 809.000 arrecadados.

#### Projetos Destaques

- **Instituto Shopping Recife:** projeto que atua nos pilares de educação, profissionalização, cultura, esporte, lazer e conveniência comunitária e já impacta 48.100 pessoas nos seus 10 anos de atuação.
- **Campanha Solidária de Natal:** iniciativa adotada por 10 shoppings, em que clientes puderam ser o Papai Noel de uma criança ou apadrinhar uma criança em uma das instituições carentes participantes. Com essa campanha, 12 instituições de caridade foram impactadas e mais de 500 pessoas foram beneficiadas.
- **Doação de Brinquedos Disney Dia das Crianças:** campanha realizada por 16 shoppings da brMalls no dia das crianças, na qual 6.039 brinquedos foram doados e 19 instituições de caridade foram beneficiadas.
- **Apoio Brumadinho:** bombeiros civis dos Shoppings Estação BH, Del Rey e Contagem se deslocaram para a cidade de Brumadinho/MG com o intuito de atuarem como voluntários, um dia depois da tragédia do rompimento da barragem. Eles atuaram na cidade realizando atividades de triagem de doações, conforto a familiares e apoio às equipes de resgate. Além disso, os shoppings se uniram no recolhimento de doativos que foram destinados posteriormente as vítimas da tragédia.

### GOVERNANÇA

#### Avaliação e Controle de Riscos

- A Companhia possui mecanismos de avaliação e controle de riscos, como, por exemplo, o programa de integridade, um canal de denúncias e um comitê de auditoria interna órgão independente do Conselho de Administração.
- Desde agosto de 2016, a Governança da brMalls é avaliada com nota 1 pelo ISS – Corporate Solutions, o que representa o menor nível de risco para o investidor.

#### Gestão

- O Conselho de Administração da brMalls conta com sete membros, dos quais seis são independentes.
- A Diretoria Executiva é composta por seis executivos, eleitos pelo Conselho de Administração com mandato de três anos.

#### Compliance

- A brMalls possui área de Compliance e de Auditoria Interna e um Comitê de Ética e Compliance independente, composto pela Diretoria Executiva e membros por ela designados. Utilizamos como referência a Política de Gestão de Consequência da Companhia.
- O Conselho Fiscal da brMalls conta com três membros, dos quais todos são independentes.

## ／ Anexo I - Nossos Shoppings: 4T19

Ao final do 4T19, detínhamos participação em 32 shopping centers, totalizando 1.304,9 mil m<sup>2</sup> de ABL total e 829,1 mil m<sup>2</sup> em ABL próprio, com uma participação média no portfólio de 63,5%.

Detínhamos participação de 100% em 7 shoppings do nosso portfólio. Prestávamos serviços para 27 dos nossos 32 ativos. Dos shoppings em que detínhamos participação, 27 são comercializados, 27 são administrados e temos 25 para os quais o Backoffice (BO) presta serviços. Somados, nossos shoppings apresentam aproximadamente 6 mil lojas, que atraem milhões de visitantes anualmente.

Shopping	Estado	Ano de Inauguração	ABL Total	%	ABL Próprio	Serviços Prestados
Amazonas Shopping	AM	1991	34.214	34,1%	11.667	Admin./ Comerc./BO
Shopping Vila Velha	ES	2014	71.768	50,0%	35.884	Admin./ Comerc./BO
Goiânia Shopping	GO	1995	22.252	49,2%	10.941	Admin./ Comerc./BO
Araguaia Shopping	GO	2001	21.758	50,0%	10.879	-
São Luís Shopping	MA	1999	54.890	15,0%	8.234	-
Rio Anil	MA	2010	37.760	50,0%	18.880	Admin./ Comerc.
Center Shopping Uberlândia	MG	1992	52.686	51,0%	26.870	Admin./ Comerc./BO
Shopping Del Rey	MG	1991	37.032	80,0%	29.626	Admin./ Comerc./BO
Independência Shopping	MG	2008	23.941	83,4%	19.967	Admin./ Comerc./BO
Estação BH	MG	2012	33.982	60,0%	20.389	Admin./ Comerc./BO
Shopping Campo Grande	MS	1989	39.213	70,9%	27.808	Admin./ Comerc./BO
Shopping Estação Cuiabá	MT	2018	47.106	75,0%	35.330	Admin./ Comerc./BO
Shopping Recife	PE	1980	75.213	31,1%	23.357	Adm. Compartilhada/ Comerc.
Shopping Estação	PR	1997	54.716	100,0%	54.716	Admin./ Comerc./BO
Catuai Shopping Londrina	PR	1990	63.089	93,0%	58.672	Admin./ Comerc./BO
Shopping Curitiba	PR	1996	22.920	49,0%	11.231	Admin./ Comerc./BO
Catuai Shopping Maringá	PR	2010	32.329	100,0%	32.329	Admin./ Comerc./BO
Plaza Niterói	RJ	1986	44.049	100,0%	44.049	Admin./ Comerc./BO
Shopping Tijuca	RJ	1996	35.565	100,0%	35.565	Admin./ Comerc./BO
Norteshopping	RJ	1986	77.908	74,5%	58.041	Admin./ Comerc./BO
Top Shopping	RJ	1996	25.768	50,0%	12.884	-
Via Brasil Shopping	RJ	2011	30.680	49,0%	15.033	-
Shopping Iguatemi Caxias do Sul	RS	1996	30.324	71,0%	21.530	Admin./ Comerc./BO
Shopping Tamboré	SP	1992	49.835	100,0%	49.835	Admin./ Comerc./BO
Shopping Metrô Santa Cruz	SP	2001	19.165	100,0%	19.165	Admin./ Comerc./BO
Campinas Shopping	SP	1994	34.566	100,0%	34.566	Admin./ Comerc./BO
Shopping Villa-Lobos	SP	2000	26.806	58,4%	15.660	Admin./ Comerc./BO
Shopping Piracicaba	SP	1987	43.431	36,9%	16.026	Admin./ Comerc./BO
Mooca Plaza Shopping	SP	2011	41.964	60,0%	25.178	Admin./ Comerc./BO
Jardim Sul	SP	1990	30.800	60,0%	18.480	Admin./ Comerc./BO
Shopping ABC	SP	1996	46.285	1,3%	602	-
São Bernardo Plaza Shopping	SP	2012	42.880	60,0%	25.728	Admin./ Comerc./BO
			<b>1.304.896</b>	<b>63,5%</b>	<b>829.122</b>	

## ／ Anexo II – Nossos Shoppings: Portfólio Core

Ao final do 4T19, detínhamos participação em 32 shopping centers. No ano de 2019, adquirimos fração adicional de 25,5% do Shopping Iguatemi Caxias de 15,0% do Shopping Del Rey e vendemos participação integral em 8 shoppings.

O ciclo de reciclagem do portfólio da Companhia prevê ainda, além dos shoppings já vendidos em 2019, a venda nos próximos trimestres de dois shoppings não-administrados, o São Luís Shopping e Via Brasil Shopping.

Em decorrência dessas deliberações, a partir da divulgação de resultados do terceiro trimestre de 2019, nos releases de resultados, passamos a excluir dos indicadores operacionais os resultados destes dois shoppings non-core, assim como o Araguaia Shopping, no qual a Companhia detém participação através de um instrumento financeiro. Com isso, considerando o portfólio core da Companhia, detemos participação em 29 shopping centers, totalizando 1.197,6 mil m<sup>2</sup> de ABL total e 795,0 mil m<sup>2</sup> em ABL própria, com uma participação média no portfólio de 66,4%.

Shopping	Estado	Ano de Inauguração	ABL Total	%	ABL Próprio	Serviços Prestados
Amazonas Shopping	AM	1991	34.214	34,1%	11.667	Admin./ Comerc./BO
Shopping Vila Velha	ES	2014	71.768	50,0%	35.884	Admin./ Comerc./BO
Goiânia Shopping	GO	1995	22.252	49,2%	10.941	Admin./ Comerc./BO
Rio Anil	MA	2010	37.760	50,0%	18.880	Admin./ Comerc.
Center Shopping Uberlândia	MG	1992	52.686	51,0%	26.870	Admin./ Comerc./BO
Estação BH	MG	2012	33.982	60,0%	20.389	Admin./ Comerc./BO
Independência Shopping	MG	2008	23.941	83,4%	19.967	Admin./ Comerc./BO
Shopping Del Rey	MG	1991	37.032	80,0%	29.626	Admin./ Comerc./BO
Shopping Campo Grande	MS	1989	39.213	70,9%	27.808	Admin./ Comerc./BO
Shopping Estação Cuiabá	MT	2018	47.106	75,0%	35.330	Admin./ Comerc./BO
Shopping Recife	PE	1980	75.213	31,1%	23.357	Adm. Compartilhada/ Comerc.
Catuai Shopping Londrina	PR	1990	63.089	93,0%	58.672	Admin./ Comerc./BO
Catuai Shopping Maringá	PR	2010	32.329	100,0%	32.329	Admin./ Comerc./BO
Shopping Curitiba	PR	1996	22.920	49,0%	11.231	Admin./ Comerc./BO
Shopping Estação	PR	1997	54.716	100,0%	54.716	Admin./ Comerc./BO
Norteshopping	RJ	1986	77.908	74,5%	58.041	Admin./ Comerc./BO
Plaza Niterói	RJ	1986	44.049	100,0%	44.049	Admin./ Comerc./BO
Shopping Tijuca	RJ	1996	35.565	100,0%	35.565	Admin./ Comerc./BO
Top Shopping	RJ	1996	25.768	50,0%	12.884	-
Shopping Iguatemi Caxias do Sul	RS	1996	30.324	71,0%	21.530	Admin./ Comerc./BO
Campinas Shopping	SP	1994	34.566	100,0%	34.566	Admin./ Comerc./BO
Jardim Sul	SP	1990	30.800	60,0%	18.480	Admin./ Comerc./BO
Mooça Plaza Shopping	SP	2011	41.964	60,0%	25.178	Admin./ Comerc./BO
São Bernardo Plaza Shopping	SP	2012	42.880	60,0%	25.728	Admin./ Comerc./BO
Shopping ABC	SP	1996	46.285	1,3%	602	-
Shopping Metrô Santa Cruz	SP	2001	19.165	100,0%	19.165	Admin./ Comerc./BO
Shopping Piracicaba	SP	1987	43.431	36,9%	16.026	Admin./ Comerc./BO
Shopping Tamboré	SP	1992	49.835	100,0%	49.835	Admin./ Comerc./BO
Shopping Villa-Lobos	SP	2000	26.806	58,4%	15.660	Admin./ Comerc./BO
			<b>1.197.568</b>	<b>66,4%</b>	<b>794.976</b>	

## ✍ Anexo III – Glossário

### A

ABL Médio (Aluguel/m<sup>2</sup>): ABL próprio médio do período. Não considera os 27.921 m<sup>2</sup> referentes ao Centro de Convenções do Shopping Estação. No cálculo do ABL médio do aluguel/m<sup>2</sup>, não consideramos os ABLs próprios do Araguaia Shopping, pois sua receita é contabilizada via pagamento de debêntures.

ABL Médio (NOI/m<sup>2</sup>): ABL próprio médio do período. Não considera os 27.921 m<sup>2</sup> referentes ao Centro de Convenções do Shopping Estação.

ABL Médio (Vendas/m<sup>2</sup>): ABL próprio médio do período que informa vendas. Não considera os 27.921 m<sup>2</sup> referentes ao Centro de Convenções do Shopping Estação.

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

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

### C

CPC: Comitê de Pronunciamentos Contábeis

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

### E

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

### F

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

### I

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

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

### L

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

### N

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

### P

Propriedade Para Investimento: As propriedades para investimento são representadas por terrenos e edifícios em Shopping Centers mantidos para auferir rendimento de aluguel e/ou para valorização do capital e são reconhecidas pelo seu valor justo. As avaliações foram feitas por especialistas considerando o histórico de rentabilidade e fluxo de caixa descontado a taxas praticadas pelo mercado. No mínimo semestralmente na data do balanço são feitas revisões para avaliar mudanças nos saldos reconhecidos. As variações de valor justo são reconhecidas diretamente no resultado, mas eliminados do EBITDA ajustado e FFO ajustado. Trimestralmente, a Companhia possui um processo de monitoramento de eventos que indiquem a necessidade das estimativas de valor justo serem revisadas, tais como, inauguração de projetos, aquisição de participação adicional ou alienação parcial em shoppings, variações significativas nas performances dos shoppings em comparação aos orçamentos, modificações no cenário macroeconômico, entre outras. Se identificados tais indicativos, a Companhia ajusta suas estimativas refletindo as eventuais variações no resultado de

cada período. As premissas do

cálculo do valor justo das propriedades para investimento foram revistas pela auditoria independente e pelo Comitê de Auditoria.

### S

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

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

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

### T

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

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

## ✍ Anexo IV – Tabela de Dívidas

Perfil da Dívida (R\$ mil) – Informações Financeiras Ajustadas					4T19			4T18		
	Índice	Taxa(%)	Vencimento	Curto Prazo	Longo Prazo	Total	Curto Prazo	Longo Prazo	Total	
Debêntures II - 2ª Série	IPCA	6,40%	a.a. fev-19	-	-	-	132.409	-	132.409	
Financiamento Recife	PRÉ	3,53%	a.a. mar-19	-	-	-	823	-	823	
CCB Expansão Niterói	TR	7,60%	a.a. jun-20	-	-	-	12.922	7.060	19.982	
CCB Contagem	TR	7,60%	a.a. jun-20	-	-	-	40.676	22.183	62.859	
CCB Cuiabá	TR	7,60%	a.a. jul-20	-	-	-	55.142	34.980	90.122	
Debênture V - 3ª Série	CDI	0,10%	a.a. mai-21	44	49.724	49.768	50	49.732	49.782	
CRI Itaú S.A.	TR	9,40%	a.a. out-21	-	-	-	19.394	44.035	63.429	
Financiamento Estação BH	TR	8,90%	a.a. abr-22	-	-	-	17.283	40.549	57.832	
Financiamento São Luís	TR	9,90%	a.a. mai-22	1.057	1.499	2.556	1.060	2.553	3.613	
Financiamento Mooca	TR	9,10%	a.a. jun-22	-	-	-	8.612	21.531	30.143	
CRI Expansão Tamboré	TR	9,40%	a.a. fev-23	-	-	-	15.893	64.593	80.486	
Financiamento São Bernardo	TR	9,15%	a.a. abr-23	-	-	-	14.362	55.897	70.259	
CRI Macaé	IGP-M	8,50%	a.a. abr-23	-	-	-	3.359	14.112	17.468	
Debênture VI - Serie Única	% do CDI	97,50%	a.a. set-23	3.808	397.135	400.943	5.899	395.238	401.137	
CRI Campinas e Estação 1	IPCA	6,34%	a.a. mar-24	36.439	150.671	187.110	20.118	188.251	208.369	
CRI Tijuca	% do CDI	113,55%	a.a. out-26	-	609.831	609.831	42.541	597.289	639.830	
CRI Itaú BBA	TR	5,90%	a.a. mar-25	840	536.066	536.906	1.648	534.680	536.328	
Debênture VII	% do CDI	107,50%	a.a. mar-25	9.635	598.977	608.612	-	-	-	
CRI Campinas e Estação 2	IPCA	6,71%	a.a. mar-26	6.128	67.295	73.423	7.737	72.395	80.132	
CRI Campinas e Estação 3	IPCA	7,04%	a.a. mar-29	11.131	144.294	155.425	15.041	140.741	155.782	
Debênture V - 1ª Série	CDI	1,75%	a.a. mai-31	461	94.583	95.044	499	95.267	95.766	
<b>Total</b>				<b>69.543</b>	<b>2.650.075</b>	<b>2.719.618</b>	<b>415.465</b>	<b>2.381.086</b>	<b>2.796.551</b>	

# Anexo V – Demonstrações Financeiras

## DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS - INFORMAÇÕES FINANCEIRAS CONTÁBEIS E AJUSTADAS

	Informações Financeiras Contábeis			Efeitos IFRS 10/11		Informações Financeiras Ajustadas		
	4T19	4T18	%	4T19	4T18	4T19	4T18	%
<b>Receita Bruta</b>	<b>369.593</b>	<b>370.466</b>	<b>-0,2%</b>	<b>16.554</b>	<b>21.566</b>	<b>386.147</b>	<b>392.032</b>	<b>-1,5%</b>
Aluguéis	287.044	288.140	-0,4%	12.922	17.340	299.966	305.480	-1,8%
Linearização de Aluguel	(29.531)	(34.097)	-13,4%	(1.176)	(1.730)	(30.707)	(35.827)	-14,3%
Taxa de Cessão	5.221	18.488	-71,8%	188	271	5.409	18.759	-71,2%
Linearização de CDU	(989)	(12.314)	-92,0%	26	327	(963)	(11.987)	-92,0%
Estacionamento	76.829	74.890	2,6%	4.933	5.606	81.762	80.496	1,6%
Taxa de Transferência	2.671	3.560	-25,0%	19	47	2.690	3.607	-25,4%
Prestação de Serviços	27.721	29.783	-6,9%	(544)	(562)	27.177	29.221	-7,0%
Outras	627	2.016	-68,9%	186	267	813	2.283	-64,4%
<b>(-)Impostos e Contribuições</b>	<b>(35.099)</b>	<b>(38.972)</b>	<b>-9,9%</b>	<b>(1.106)</b>	<b>(1.392)</b>	<b>(36.205)</b>	<b>(40.364)</b>	<b>-10,3%</b>
<b>Receita Líquida</b>	<b>334.494</b>	<b>331.494</b>	<b>0,9%</b>	<b>15.448</b>	<b>20.174</b>	<b>349.942</b>	<b>351.668</b>	<b>-0,5%</b>
<b>Custos</b>	<b>(34.278)</b>	<b>(39.557)</b>	<b>-13,3%</b>	<b>(3.736)</b>	<b>(5.694)</b>	<b>(38.014)</b>	<b>(45.251)</b>	<b>-16,0%</b>
Custos com Pessoal	(6.621)	(7.607)	-13,0%	(376)	(657)	(6.997)	(8.264)	-15,3%
Diversos Serviços	(4.064)	(5.102)	-20,3%	(299)	(435)	(4.363)	(5.537)	-21,2%
Custos Condominiais	(11.074)	(13.590)	-18,5%	(338)	(806)	(11.412)	(14.396)	-20,7%
Custos com Fundo de Promoções	(2.479)	(2.649)	-6,4%	(327)	(131)	(2.806)	(2.780)	0,9%
Demais Custos	(10.040)	(10.609)	-5,4%	(2.396)	(3.665)	(12.436)	(14.274)	-12,9%
<b>Resultado Bruto</b>	<b>300.216</b>	<b>291.937</b>	<b>2,8%</b>	<b>11.712</b>	<b>14.480</b>	<b>311.928</b>	<b>306.417</b>	<b>1,8%</b>
<b>Despesas com Vendas, Gerais &amp; Administrativas</b>	<b>(59.851)</b>	<b>(63.521)</b>	<b>-5,8%</b>	<b>(25)</b>	<b>298</b>	<b>(59.876)</b>	<b>(63.223)</b>	<b>-5,3%</b>
Despesas com Vendas	(9.814)	(21.840)	-55,1%	(16)	511	(9.830)	(21.329)	-53,9%
Despesas de Pessoal	(37.384)	(27.384)	36,5%	-	(2)	(37.384)	(27.386)	36,5%
Serviços Contratados	(4.029)	(5.052)	-20,2%	(14)	(17)	(4.043)	(5.069)	-20,2%
Outras Despesas	(8.624)	(9.245)	-6,7%	5	(194)	(8.619)	(9.439)	-8,7%
<b>Depreciação</b>	<b>(164)</b>	<b>(164)</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>(164)</b>	<b>(164)</b>	<b>-</b>
<b>Amortização</b>	<b>(5.053)</b>	<b>(4.459)</b>	<b>13,3%</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>(5.053)</b>	<b>(4.459)</b>	<b>13,3%</b>
<b>Resultado Financeiro</b>	<b>(50.332)</b>	<b>(42.478)</b>	<b>18,5%</b>	<b>137</b>	<b>(484)</b>	<b>(50.195)</b>	<b>(42.962)</b>	<b>16,8%</b>
Receitas Financeiras	17.435	28.111	-38,0%	(694)	209	16.741	28.320	-40,9%
Despesas Financeiras	(67.767)	(70.589)	-4,0%	831	(693)	(66.936)	(71.282)	-6,1%
<b>Resultado da Equivalência Patrimonial</b>	<b>94.890</b>	<b>12.872</b>	<b>637,2%</b>	<b>(83.577)</b>	<b>(16.370)</b>	<b>11.313</b>	<b>(3.498)</b>	<b>-423,4%</b>
<b>Outras Resultados Operacionais</b>	<b>384.542</b>	<b>812.963</b>	<b>-52,7%</b>	<b>77.847</b>	<b>18.009</b>	<b>462.389</b>	<b>830.972</b>	<b>-44,4%</b>
<b>Resultado Operacional</b>	<b>664.248</b>	<b>1.007.150</b>	<b>-34,0%</b>	<b>6.094</b>	<b>15.933</b>	<b>670.342</b>	<b>1.023.083</b>	<b>-34,5%</b>
<b>Resultado Antes Tributação/Participações</b>	<b>664.248</b>	<b>1.007.150</b>	<b>-34,0%</b>	<b>6.094</b>	<b>15.933</b>	<b>670.342</b>	<b>1.023.083</b>	<b>-34,5%</b>
Provisão para IR/CSLL	(15.617)	(6.515)	139,7%	(1.266)	(1.882)	(16.883)	(8.397)	101,1%
Impostos Diferidos	(153.006)	(216.454)	-29,3%	(4.803)	(14.031)	(157.809)	(230.485)	-31,5%
Participação de não-controladores	(87.987)	(56.447)	55,9%	(25)	(20)	(88.012)	(56.467)	55,9%
<b>Lucro do Período</b>	<b>407.638</b>	<b>727.734</b>	<b>-44,0%</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>407.638</b>	<b>727.734</b>	<b>-44,0%</b>

## Anexo VI – Demonstrações Financeiras

### DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS - INFORMAÇÕES FINANCEIRAS CONTÁBEIS E AJUSTADAS ACUMULADAS

	Informações Financeiras Contábeis			Efeitos IFRS 10/11		Informações Financeiras Ajustadas		
	2019	2018	%	2019	2018	2019	2018	%
<b>Receita Bruta</b>	<b>1.375.100</b>	<b>1.311.939</b>	<b>4,8%</b>	<b>69.886</b>	<b>75.194</b>	<b>1.444.986</b>	<b>1.387.133</b>	<b>4,2%</b>
Aluguéis	959.838	922.049	4,1%	51.431	53.993	1.011.269	976.042	3,6%
Linearização de Aluguel	(5.853)	(7.890)	-25,8%	(173)	(637)	(6.026)	(8.527)	-29,3%
Taxa de Cessão	15.882	27.427	-42,1%	752	1.452	16.634	28.879	-42,4%
Linearização de CDU	3.610	(5.920)	-161,0%	763	822	4.373	(5.098)	-185,8%
Estacionamento	276.281	258.637	6,8%	19.588	20.100	295.869	278.737	6,1%
Taxa de Transferência	8.702	7.158	21,6%	184	197	8.886	7.355	20,8%
Prestação de Serviços	111.194	103.292	7,7%	(3.251)	(1.346)	107.943	101.946	5,9%
Outras	5.446	7.186	-24,2%	592	613	6.038	7.799	-22,6%
<b>(-)Impostos e Contribuições</b>	<b>(117.736)</b>	<b>(115.731)</b>	<b>1,7%</b>	<b>(4.540)</b>	<b>(5.135)</b>	<b>(122.276)</b>	<b>(120.866)</b>	<b>1,2%</b>
<b>Receita Líquida</b>	<b>1.257.364</b>	<b>1.196.208</b>	<b>5,1%</b>	<b>65.346</b>	<b>70.059</b>	<b>1.322.710</b>	<b>1.266.267</b>	<b>4,5%</b>
<b>Custos</b>	<b>(131.252)</b>	<b>(134.623)</b>	<b>-2,5%</b>	<b>(18.287)</b>	<b>(21.531)</b>	<b>(149.539)</b>	<b>(156.154)</b>	<b>-4,2%</b>
Custos com Pessoal	(27.000)	(28.452)	-5,1%	(2.136)	(2.505)	(29.136)	(30.957)	-5,9%
Diversos Serviços	(16.502)	(15.406)	7,1%	(1.431)	(1.605)	(17.933)	(17.011)	5,4%
Custos Condominiais	(44.803)	(52.129)	-14,1%	(1.898)	(3.674)	(46.701)	(55.803)	-16,3%
Custos com Fundo de Promoções	(10.430)	(9.077)	14,9%	(971)	(473)	(11.401)	(9.550)	19,4%
Demais Custos	(32.517)	(29.559)	10,0%	(11.851)	(13.274)	(44.368)	(42.833)	3,6%
<b>Resultado Bruto</b>	<b>1.126.112</b>	<b>1.061.585</b>	<b>6,1%</b>	<b>47.059</b>	<b>48.528</b>	<b>1.173.171</b>	<b>1.110.113</b>	<b>5,7%</b>
<b>Despesas com Vendas, Gerais &amp; Administrativas</b>	<b>(192.623)</b>	<b>(192.730)</b>	<b>-0,1%</b>	<b>(168)</b>	<b>(2.574)</b>	<b>(192.791)</b>	<b>(195.304)</b>	<b>-1,3%</b>
Despesas com Vendas	(46.927)	(64.812)	-27,6%	(83)	(2.130)	(47.010)	(66.942)	-29,8%
Despesas de Pessoal	(113.785)	(96.470)	17,9%	(6)	(15)	(113.791)	(96.485)	17,9%
Serviços Contratados	(13.121)	(14.363)	-8,6%	(63)	(66)	(13.184)	(14.429)	-8,6%
Outras Despesas	(18.790)	(17.085)	10,0%	(16)	(363)	(18.806)	(17.448)	7,8%
<b>Depreciação</b>	<b>(656)</b>	<b>(628)</b>	<b>4,5%</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>(656)</b>	<b>(628)</b>	<b>4,5%</b>
<b>Amortização</b>	<b>(20.269)</b>	<b>(16.772)</b>	<b>20,9%</b>	<b>(2)</b>	<b>(2)</b>	<b>(20.271)</b>	<b>(16.774)</b>	<b>20,8%</b>
<b>Resultado Financeiro</b>	<b>(208.674)</b>	<b>(207.847)</b>	<b>0,4%</b>	<b>(702)</b>	<b>(3.145)</b>	<b>(209.376)</b>	<b>(210.992)</b>	<b>-0,8%</b>
Receitas Financeiras	80.452	117.421	-31,5%	466	7.763	80.918	117.909	-31,4%
Despesas Financeiras	(289.126)	(325.268)	-11,1%	(1.168)	(10.908)	(290.294)	(328.901)	-11,7%
<b>Resultado da Equivalência Patrimonial</b>	<b>141.811</b>	<b>34.619</b>	<b>309,6%</b>	<b>(135.351)</b>	<b>(36.698)</b>	<b>6.460</b>	<b>(2.079)</b>	<b>-410,7%</b>
<b>Outras Resultados Operacionais</b>	<b>913.656</b>	<b>755.384</b>	<b>21,0%</b>	<b>109.509</b>	<b>16.928</b>	<b>1.023.165</b>	<b>772.312</b>	<b>32,5%</b>
<b>Resultado Operacional</b>	<b>1.759.357</b>	<b>1.433.611</b>	<b>22,7%</b>	<b>20.345</b>	<b>23.037</b>	<b>1.779.702</b>	<b>1.456.648</b>	<b>22,2%</b>
<b>Resultado Antes Tributação/Participações</b>	<b>1.759.357</b>	<b>1.433.611</b>	<b>22,7%</b>	<b>20.345</b>	<b>23.037</b>	<b>1.779.702</b>	<b>1.456.648</b>	<b>22,2%</b>
Provisão para IR/CSLL	(68.929)	(79.096)	-12,9%	(6.014)	(8.231)	(74.943)	(87.327)	-14,2%
Impostos Diferidos	(307.652)	(250.925)	22,6%	(14.213)	(14.691)	(321.865)	(265.616)	21,2%
Participação de não-controladores	(136.371)	(89.503)	52,4%	(118)	(115)	(136.489)	(89.618)	52,3%
<b>Lucro do Período</b>	<b>1.246.405</b>	<b>1.014.087</b>	<b>22,9%</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>1.246.405</b>	<b>1.014.087</b>	<b>22,9%</b>

## ／ Balanço Patrimonial (Ativo)

Ativos	Informações Contábeis			Efeitos IFRS 10/11		Informações Financeiras Ajustadas		
	4T19	4T18	%	4T19	4T18	4T19	4T18	%
<b>Ativos</b>								
<b>Circulante</b>								
Disponibilidades	30.026	23.672	26,8%	1.085	1.913	31.111	25.585	21,6%
Títulos e Valores Mobiliários	751.198	907.277	-17,2%	4.370	2.457	755.568	909.734	-16,9%
Contas a Receber	249.904	247.597	0,9%	5.863	13.801	255.767	261.398	-2,2%
Impostos a Recuperar	51.048	65.953	-22,6%	283	174	51.331	66.127	-22,4%
Adiantamentos	23.715	23.098	2,7%	563	1.034	24.278	24.132	0,6%
Despesas Antecipadas	10.599	7.120	48,9%	-	(36)	10.599	7.084	49,6%
Outros Valores a Receber	12.425	30.325	-59,0%	2.702	1.093	15.127	31.418	-51,9%
<b>Total</b>	<b>1.128.915</b>	<b>1.305.042</b>	<b>-13,5%</b>	<b>14.866</b>	<b>20.436</b>	<b>1.143.781</b>	<b>1.325.478</b>	<b>-13,7%</b>
<b>Não Circulante</b>								
Clientes	44.816	34.661	29,3%	2.632	1.858	47.448	36.519	29,9%
Depósitos e cauções	67.228	60.277	11,5%	300	637	67.528	60.914	10,9%
Impostos a Recuperar	32.814	56.005	-41,4%	-	-	32.814	56.005	-41,4%
Adiantamento para futuro aumento de capital	-	16.332	-100,0%	-	(6.332)	-	10.000	-100,0%
Débito de Controladas e Coligadas	49.370	48.058	2,7%	(43.968)	(48.058)	5.402	-	-
Outros	17.146	32.287	-46,9%	-	6	17.146	32.293	-46,9%
<b>Total</b>	<b>211.374</b>	<b>247.620</b>	<b>-14,6%</b>	<b>(41.036)</b>	<b>(51.889)</b>	<b>170.338</b>	<b>195.731</b>	<b>-13,0%</b>
<b>Permanente</b>								
Investimentos	375.544	389.463	-3,6%	(353.197)	(387.821)	22.347	1.642	1261,0%
Propriedade para Investimento	16.830.590	16.094.695	4,6%	508.135	579.344	17.338.725	16.674.039	4,0%
Imobilizado	16.713	14.438	15,8%	1	-	16.714	14.438	15,8%
Intangível	127.295	79.778	59,6%	1	4	127.296	79.782	59,6%
<b>Total</b>	<b>17.350.142</b>	<b>16.578.374</b>	<b>4,7%</b>	<b>154.940</b>	<b>191.527</b>	<b>17.505.082</b>	<b>16.769.901</b>	<b>4,4%</b>
<b>Total Ativo</b>	<b>18.690.431</b>	<b>18.131.036</b>	<b>3,1%</b>	<b>128.770</b>	<b>160.074</b>	<b>18.819.201</b>	<b>18.291.110</b>	<b>2,9%</b>

## ／ Balanço Patrimonial (Passivo)

Passivos	Informações Contábeis			Efeitos IFRS 10/11		Informações Financeiras Ajustadas		
	4T19	4T18	%	4T19	4T18	4T19	4T18	%
<b>Passivos</b>								
<b>Circulante</b>								
Empréstimos e Financiamentos	69.543	412.109	-83,1%	-	3.356	69.543	415.465	-83,3%
Fornecedores	27.722	41.019	-32,4%	2.014	4.110	29.736	45.129	-34,1%
Impostos e Contribuições a Recolher	30.608	49.872	-38,6%	1.310	2.501	31.918	52.373	-39,1%
Salários e Encargos Sociais	64.808	49.328	31,4%	(22)	360	64.786	49.688	30,4%
Dividendos Mínimos Obrigatórios a Pagar	-	128.173	-100,0%	-	-	-	128.173	-100,0%
Impostos e Contribuições - parcelamentos	6.670	7.569	-11,9%	-	(93)	6.670	7.476	-10,8%
Provisão para Contingências	15.292	13.482	13,4%	187	253	15.479	13.735	12,7%
Obrigações a pagar por aquisição de shopping	205.224	201.346	1,9%	-	-	205.224	201.346	1,9%
Instrumentos Derivativos	-	5.452	-100,0%	-	-	-	5.452	-100,0%
Receita Diferida	15.102	17.152	-12,0%	826	830	15.928	17.982	-11,4%
Outros valores a pagar	32.999	23.071	43,0%	2.935	4.635	35.934	27.706	29,7%
<b>Total</b>	<b>467.968</b>	<b>948.573</b>	<b>-50,7%</b>	<b>7.250</b>	<b>15.952</b>	<b>475.218</b>	<b>964.525</b>	<b>-50,7%</b>
<b>Não Circulante</b>								
Empréstimos e Financiamentos	2.650.075	2.366.974	12,0%	-	14.112	2.650.075	2.381.086	11,3%
Provisão para Contingências	28.789	21.364	34,8%	26	10	28.815	21.374	34,8%
Impostos e Contribuições - a recolher	32.031	17.439	83,7%	-	-	32.031	17.439	83,7%
Impostos e Contribuições - parcelamentos	14.997	12.066	24,3%	1.440	2.594	16.437	14.660	12,1%
Obrigações a pagar por aquisição de shopping	275.810	454.628	-39,3%	-	-	275.810	454.628	-39,3%
Instrumentos Derivativos	-	15.714	-100,0%	-	-	-	15.714	-100,0%
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	3.578.373	3.277.798	9,2%	93.313	132.035	3.671.686	3.409.833	7,7%
Receita Diferida	44.995	50.928	-11,6%	706	2.621	45.701	53.549	-14,7%
Empréstimos de Empresas Ligadas	11.051	17.239	-35,9%	(10.967)	(17.239)	84	-	-
Outros Valores a Pagar	-	22.456	-100,0%	-	(22.456)	-	-	-
<b>Total</b>	<b>6.636.121</b>	<b>6.256.606</b>	<b>6,1%</b>	<b>84.518</b>	<b>111.677</b>	<b>6.720.639</b>	<b>6.368.283</b>	<b>5,5%</b>
<b>Patrimônio Líquido</b>								
<b>Participação dos não controladores</b>	<b>545.499</b>	<b>440.757</b>	<b>23,8%</b>	<b>11.060</b>	<b>6.501</b>	<b>556.559</b>	<b>447.258</b>	<b>24,4%</b>
Capital Social	10.404.891	10.399.934	0,0%	-	-	10.404.891	10.399.934	0,0%
Reservas de Capital	(121.314)	(128.041)	-5,3%	-	-	(121.314)	(128.041)	-5,3%
Reservas de Lucro	1.146.621	602.562	90,3%	25.942	25.944	1.172.563	628.506	86,6%
Ações em tesouraria	(303.256)	(303.256)	-	-	-	(303.256)	(303.256)	-
Lucros/Prejuízos Acumulados	-	-	-	-	-	-	-	-
Gastos com Emissão de Ações	(86.099)	(86.099)	-	-	-	(86.099)	(86.099)	-
<b>Total</b>	<b>11.586.342</b>	<b>10.925.857</b>	<b>6,0%</b>	<b>37.002</b>	<b>32.445</b>	<b>11.623.344</b>	<b>10.958.302</b>	<b>6,1%</b>
<b>Total Passivo e Patrimônio Líquido</b>	<b>18.690.431</b>	<b>18.131.036</b>	<b>3,1%</b>	<b>128.770</b>	<b>160.074</b>	<b>18.819.201</b>	<b>18.291.110</b>	<b>2,9%</b>

 Fluxo de Caixa

	Informações Financeiras Ajustadas	Informações Contábeis
	2019	2019 IFRS 10/11
<b>Lucro do Período dos Acionistas da Companhia</b>	<b>1.382.893</b>	<b>1.382.776</b>
<b>Ajustes para reconciliar o lucro líquido ao fluxo de caixa gerado pelas atividades operacionais</b>	<b>(378.748)</b>	<b>(424.029)</b>
Depreciações e amortizações	20.927	20.925
Atualização de empréstimos e financiamentos	211.967	211.967
Atualização de obrigações a pagar por aquisições de shopping	39.841	39.841
Rendimento de títulos e valores mobiliários	(63.825)	(63.578)
Ajuste de linearização da receita e ajuste a valor presente	1.171	1.768
Remuneração baseada em opções de ações	6.727	6.727
Provisões e encargos sociais sobre ações restritas	3.587	3.587
Provisão para processos judiciais, administrativos e obrigações legais	13.692	13.692
Ajuste a valor justo e resultado com derivativos	(2.777)	(2.777)
Variação no valor justo das propriedades para investimento	(967.270)	(858.639)
Imposto de renda e contribuição social diferidos	321.866	307.652
Ganho na venda de investimentos e propriedade para investimento	(71.817)	(71.817)
Baixa de propriedade para investimento	8.832	8.832
Equivalência patrimonial	(6.460)	(141.812)
Provisão para créditos de liquidação duvidosa	104.791	99.603
<b>(Aumento) redução nos ativos e aumento (redução) nos passivos operacionais</b>	<b>(107.942)</b>	<b>(98.871)</b>
Contas a receber	(125.639)	(125.205)
Impostos a recuperar	37.585	37.662
Adiantamentos	(1.001)	(1.472)
Despesas antecipadas	(3.522)	(3.486)
Depósitos e cauções	(6.614)	(6.951)
Instrumentos Derivativos	(18.389)	(18.389)
Fornecedores	(11.858)	(9.845)
Impostos e contribuições a recolher	51.829	53.136
Salários e encargos sociais	11.668	11.954
Provisão para contingências	(3.769)	(3.628)
Imposto de renda e contribuição social pagos	(54.476)	(54.125)
Outros	16.244	21.478
<b>Disponibilidades líquidas aplicadas nas atividades operacionais</b>	<b>896.203</b>	<b>859.876</b>
<b>Fluxo de caixa das atividades de investimentos</b>	<b>433.579</b>	<b>473.800</b>
Venda de títulos e valores mobiliários líquido	217.350	219.590
Aumento (redução) nos ativos imobilizados e intangíveis	(70.718)	(70.716)
Aquisição e construção de propriedades para investimento	(430.059)	(424.282)
Adiantamento para futuro aumento de capital	(4.247)	(4.247)
Alienação de investimentos	225.173	225.173
Alienação de propriedade para investimento	500.689	500.689
Operação com partes relacionadas	(2.310)	323
Dividendos recebidos	0	29.419
Caixa oriundo de operações de alienação e incorporação societária	(2.299)	(2.149)
<b>Fluxos de caixa das atividade de financiamentos</b>	<b>(1.324.256)</b>	<b>(1.327.322)</b>
Obtenção de empréstimos	600.000	600.000
Pagamento de juros sobre empréstimos	(181.082)	(181.081)
Pagamento de empréstimos	(691.724)	(690.351)
Pagamento de juros sobre obrigações a pagar por aquisições de shopping	(1.080)	(1.080)
Pagamento de obrigações a pagar por aquisições de shopping	(215.361)	(215.361)
Resgate sobre Garantia	7.097	7.097
Ações em tesouraria	0	0
Aumento de capital	4.957	4.957
Dividendos	(596.628)	(596.628)
Juros Sobre Capital Próprio	(235.000)	(235.000)
Dividendos pagos a acionistas não controladores	(15.435)	(19.875)
<b>Aumento/Redução de caixa e equivalentes de caixa, líquidos</b>	<b>5.526</b>	<b>6.354</b>
<b>Disponibilidades e valores equivalentes no início do período</b>	<b>25.585</b>	<b>23.672</b>
<b>Disponibilidades e valores equivalentes no final do período</b>	<b>31.111</b>	<b>30.026</b>
<b>Variação de caixa e equivalentes de caixa, líquidos</b>	<b>5.526</b>	<b>6.354</b>

## Indicadores Financeiros Trimestrais

Informações Contábeis				Informações Financeiras Ajustadas			
	4T19	4T18	%		4T19	4T18	%
<b>Receita Bruta</b>	<b>369.593</b>	<b>370.466</b>	<b>-0,2%</b>	<b>Receita Bruta</b>	<b>386.147</b>	<b>392.032</b>	<b>-1,5%</b>
(-) Prestação de Serviços	(27.721)	(29.783)	-6,9%	(-) Prestação de Serviços	(27.177)	(29.221)	-7,0%
(-) Custos	(34.278)	(39.557)	-13,3%	(-) Custos	(38.014)	(45.251)	-16,0%
(+) Debêntures do Araguaia	2.200	1.786	23,2%	(+) Debêntures do Araguaia	2.200	1.786	23,2%
(-) Crédito PIS/COFINS	(4.860)	(2.153)	125,7%	(-) Crédito PIS/COFINS	(5.537)	(2.467)	124,4%
<b>NOI</b>	<b>304.934</b>	<b>300.759</b>	<b>1,4%</b>	<b>NOI</b>	<b>317.619</b>	<b>316.879</b>	<b>0,2%</b>
Margem %	89,2%	88,3%	0,9 p.p	Margem %	88,5%	87,3%	1,2 p.p

Informações Contábeis				Informações Financeiras Ajustadas			
	4T19	4T18	%		4T19	4T18	%
<b>Receita Líquida</b>	<b>334.494</b>	<b>331.494</b>	<b>0,9%</b>	<b>Receita Líquida</b>	<b>349.942</b>	<b>351.668</b>	<b>-0,5%</b>
(+) Custos e Despesas	(99.346)	(107.701)	-7,8%	(+) Custos e Despesas	(103.107)	(113.097)	-8,8%
(+) Depreciação e Amortização	5.217	4.623	12,8%	(+) Depreciação e Amortização	5.217	4.623	12,8%
(+) Outros Resultados Operacionais	384.542	812.963	-52,7%	(+) Outros Resultados Operacionais	462.389	830.972	-44,4%
(+) Resultado de equivalência patrimonial	94.890	12.872	637,2%	(+) Resultado de equivalência patrimonial	11.313	(3.498)	-423,4%
<b>EBITDA</b>	<b>719.797</b>	<b>1.054.251</b>	<b>-31,7%</b>	<b>EBITDA</b>	<b>725.754</b>	<b>1.070.668</b>	<b>-32,2%</b>
(+) Propriedades para Investimento	(384.507)	(819.472)	-53,1%	(-) Ajuste de Outros Resultados Operacionais	(460.697)	(837.481)	-45,0%
(+) Ajuste Equivalência Patrimonial - PPI líquido de imposto	(65.760)	(4.009)	1540,3%	(+) Ajuste Equivalência Patrimonial - PPI líquido de imposto	-	-	-
(+) Debêntures do Araguaia	2.200	1.786	23,2%	(+) Debêntures do Araguaia	2.200	1.786	23,2%
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>271.730</b>	<b>232.556</b>	<b>16,8%</b>	<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>267.257</b>	<b>234.973</b>	<b>13,7%</b>
Margem %	81,2%	70,2%	11,0 p.p	Margem %	76,4%	66,8%	9,6 p.p

Informações Contábeis				Informações Financeiras Ajustadas			
	4T19	4T18	%		4T19	4T18	%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>407.638</b>	<b>727.734</b>	<b>-44,0%</b>	<b>Lucro Líquido</b>	<b>407.638</b>	<b>727.734</b>	<b>-44,0%</b>
(+) Depreciação e Amortização	5.217	4.623	12,8%	(+) Depreciação e Amortização	5.217	4.623	12,8%
<b>FFO</b>	<b>412.855</b>	<b>732.357</b>	<b>-43,6%</b>	<b>FFO</b>	<b>412.855</b>	<b>732.357</b>	<b>-43,6%</b>
(+) Swap a Mercado (MTM)	-	(965)	-100,0%	(+) Swap a Mercado (MTM)	-	(965)	-
(+) Ajuste Impostos Não Caixa	140.043	215.344	-35,0%	(+) Ajuste Impostos Não Caixa	150.634	229.374	-34,3%
(+) Propriedades para Investimento	(384.507)	(819.472)	-53,1%	(-) Ajuste de Outros Resultados Operacionais	(460.697)	(837.481)	-45,0%
(+) Ajuste Equivalência Patrimonial - PPI líquido de imposto	(65.760)	(4.009)	1540,3%	(+) Ajuste Equivalência Patrimonial - PPI líquido de imposto	-	-	-
(+) Participação Minoritária (Prop. para Inv.)	73.838	44.175	67,1%	(+) Participação Minoritária (Prop. para Inv.)	73.838	44.175	67,1%
<b>FFO Ajustado</b>	<b>176.469</b>	<b>167.430</b>	<b>5,4%</b>	<b>FFO Ajustado</b>	<b>176.630</b>	<b>167.460</b>	<b>5,5%</b>
Margem %	52,8%	50,5%	2,3 p.p	Margem %	50,5%	47,6%	2,9 p.p

## Indicadores Financeiros Acumulados

Informações Contábeis				Informações Financeiras Ajustadas			
	2019	2018	%		2019	2018	%
<b>Receita Bruta</b>	<b>1.375.100</b>	<b>1.311.939</b>	<b>4,8%</b>	<b>Receita Bruta</b>	<b>1.444.986</b>	<b>1.387.133</b>	<b>4,2%</b>
(-) Prestação de Serviços	(111.194)	(103.292)	7,7%	(-) Prestação de Serviços	(107.943)	(101.946)	5,9%
(-) Custos	(131.252)	(134.623)	-2,5%	(-) Custos	(149.539)	(156.154)	-4,2%
(+) Debêntures do Araguaia	8.058	6.328	27,3%	(+) Debêntures do Araguaia	8.058	6.328	27,3%
(-) Crédito PIS/COFINS	(14.324)	(8.611)	66,3%	(-) Crédito PIS/COFINS	(15.933)	(9.815)	62,3%
<b>NOI</b>	<b>1.126.388</b>	<b>1.071.741</b>	<b>5,1%</b>	<b>NOI</b>	<b>1.179.629</b>	<b>1.125.546</b>	<b>4,8%</b>
Margem %	89,1%	88,7%	0,4 p.p	Margem %	88,2%	87,6%	0,6 p.p

Informações Contábeis				Informações Financeiras Ajustadas			
	2019	2018	%		2019	2018	%
<b>Receita Líquida</b>	<b>1.257.364</b>	<b>1.196.208</b>	<b>5,1%</b>	<b>Receita Líquida</b>	<b>1.322.710</b>	<b>1.266.267</b>	<b>4,5%</b>
(+) Custos e Despesas	(344.800)	(344.753)	0,0%	(+) Custos e Despesas	(363.257)	(368.860)	-1,5%
(+) Depreciação e Amortização	20.925	17.400	20,3%	(+) Depreciação e Amortização	20.927	17.402	20,3%
(+) Outros Resultados Operacionais	913.656	755.384	21,0%	(+) Outros Resultados Operacionais	1.023.165	772.312	32,5%
(+) Resultado de equivalência patrimonial	141.812	34.619	309,6%	(+) Resultado de equivalência patrimonial	6.460	(2.079)	-410,7%
<b>EBITDA</b>	<b>1.988.957</b>	<b>1.658.858</b>	<b>19,9%</b>	<b>EBITDA</b>	<b>2.010.005</b>	<b>1.685.042</b>	<b>19,3%</b>
(+) Propriedades para Investimento	(858.639)	(760.345)	12,9%	(-) Ajuste de Outros Resultados Operacionais	(1.026.207)	(777.395)	32,0%
(+) Ajuste Equivalência Patrimonial - PPI líquido de imposto	(89.494)	(3.222)	2677,6%	(+) Ajuste Equivalência Patrimonial - PPI líquido de imposto	-	-	-
(+) Debêntures do Araguaia	8.058	6.328	27,3%	(+) Debêntures do Araguaia	8.058	6.328	27,3%
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>1.048.882</b>	<b>901.619</b>	<b>16,3%</b>	<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>991.856</b>	<b>913.975</b>	<b>8,5%</b>
Margem %	83,4%	75,4%	8,0 p.p	Margem %	75,0%	72,2%	2,8 p.p

Informações Contábeis				Informações Financeiras Ajustadas			
	2019	2018	%		2019	2018	%
<b>Lucro Líquido</b>	<b>1.246.405</b>	<b>1.014.087</b>	<b>22,9%</b>	<b>Lucro Líquido</b>	<b>1.246.405</b>	<b>1.014.087</b>	<b>22,9%</b>
(+) Depreciação e Amortização	20.925	17.400	20,3%	(+) Depreciação e Amortização	20.927	17.402	20,3%
<b>FFO</b>	<b>1.267.330</b>	<b>1.031.487</b>	<b>22,9%</b>	<b>FFO</b>	<b>1.267.332</b>	<b>1.031.489</b>	<b>22,9%</b>
(+) Swap a Mercado (MTM)	(2.777)	(391)	610,2%	(+) Swap a Mercado (MTM)	(2.777)	(391)	610,2%
(+) Ajuste Impostos Não Caixa	353.271	274.399	28,7%	(+) Ajuste Impostos Não Caixa	373.272	289.087	29,1%
(+) Propriedades para Investimento	(858.639)	(760.345)	12,9%	(-) Ajuste de Outros Resultados Operacionais	(1.026.207)	(777.395)	32,0%
(+) Ajuste Equivalência Patrimonial - PPI líquido de imposto	(89.494)	(3.222)	2677,6%	(+) Ajuste Equivalência Patrimonial - PPI líquido de imposto	-	-	-
(+) Participação Minoritária (Prop. para Inv.)	87.507	37.771	131,7%	(+) Participação Minoritária (Prop. para Inv.)	87.507	37.771	131,7%
<b>FFO Ajustado</b>	<b>757.198</b>	<b>579.699</b>	<b>30,6%</b>	<b>FFO Ajustado</b>	<b>699.127</b>	<b>580.561</b>	<b>20,4%</b>
Margem %	60,2%	48,5%	11,7 p.p	Margem %	52,9%	45,8%	7,1 p.p

## Nota Importante

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

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

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