



# IGUATEMI

Empresa de Shopping Centers SA

Transcrição da Teleconferência  
Resultados do 1T07  
16 de maio de 2007



## **Operadora:**

Bom dia e obrigada por aguardarem. Sejam bem vindos à teleconferência da Iguatemi Empresa de Shopping Centers S.A. para a discussão dos resultados referentes ao 1T07. Estão presentes hoje conosco o Sr. Carlos Jereissati, Diretor Presidente e Sr. Pedro Jereissati, Diretor Financeiro e de Relações com Investidores.

Informamos que esse evento está sendo gravado e que todos os participantes estarão apenas ouvindo a teleconferência durante a apresentação da Companhia. Em seguida iniciaremos a sessão de perguntas e respostas, quando maiores instruções serão fornecidas. Caso algum dos senhores necessite de alguma assistência durante a conferência, queiram, por favor, solicitar a ajuda de um operador digitando \*0.

Esse evento também está sendo transmitido simultaneamente via *webcast*, podendo ser acessado no site de Relações com Investidores da Iguatemi, no endereço [www.iguatemi.com.br/ri](http://www.iguatemi.com.br/ri), onde a apresentação está disponível para *download*. A seleção dos slides será controlada pelos senhores.

Antes de prosseguir, gostaríamos de esclarecer que eventuais declarações que possam ser feitas durante essa teleconferência, relativas às perspectivas de negócios da IESC, projeções e metas operacionais e financeiras, constituem-se em crenças e premissas da diretoria da Companhia, bem como em informações atualmente disponíveis. Considerações futuras não são garantias de desempenho. Elas envolvem riscos, incertezas e premissas, pois se referem a eventos futuros e, portanto, dependem de circunstâncias que podem ou não ocorrer. Investidores devem compreender que condições econômicas gerais, condições da indústria e outros fatores operacionais, podem afetar o desempenho futuro da Iguatemi e podem conduzir a resultados que diferem, materialmente, daqueles expressos em tais considerações futuras.

Agora, gostaríamos de passar a palavra ao Sr. Carlos Jereissati, que iniciará a apresentação de hoje. Por favor, Sr.. Carlos, pode prosseguir.

## **Carlos Jereissati:**

Bom dia a todos. É um prazer tê-los, de novo, em mais uma teleconferência da Iguatemi, agora sobre os resultados do 1T07.

No primeiro slide, no slide três, estamos dando uma visão geral sobre o papel geral da Companhia. A IESC atua na prospecção, concepção, planejamento, desenvolvimento, comercialização e administração de shopping centers regionais e complexos imobiliários de uso misto.

Em 2007 até a presente data, a gente destaca, principalmente, as aquisições de participações adicionais e a condução de novos projetos, seja na parte de expansão de shoppings como em investimentos em novos projetos (*greenfield*). Um deles, que a gente destaca, é a parceria que nós realizamos com a Walter Torre, no empreendimento Walter



**IGUATEMI**

Empresa de Shopping Centers SA

Transcrição da Teleconferência  
Resultados do 1T07  
16 de maio de 2007



Torre São Paulo Empreendimento que e vai ser desenvolvido aqui em São Paulo na região da Juscelino.

Nosso portfólio atual é composto por dez shopping centers em que detemos participação. Juntos, esses shoppings totalizam 319 mil m<sup>2</sup> de área bruta locável, sendo que a nossa participação consolidada corresponde a 144 mil m<sup>2</sup>. Atualmente, são nove shopping centers sob a nossa administração, além do Shopping Curitiba, no qual a gente não detém participação. Isso dá uma importância para o grupo, que administra cerca de 3.000 contratos com os principais lojistas do Brasil tanto regional, nacional, como internacional.

O slide quatro busca mostrar a distribuição geográfica dos shoppings da Iguatemi. Eles estão localizados predominantemente nas regiões Sul e Sudeste, que correspondem a, aproximadamente, 2/3 do PIB nacional. Você vê em São Paulo o Iguatemi, o Market Place, no estado, o Iguatemi Campinas, São Carlos e, agora, como a gente vai ter a oportunidade de detalhar um pouco mais a frente o Shopping Galeria, outro shopping na cidade de Campinas, além dos Iguatemis do Rio, Florianópolis, recém inaugurado em abril, Porto Alegre, Caxias do Sul, Praia de Belas, em Porto Alegre também, e o Shopping Curitiba, em que temos a administração.

No próximo slide, na próxima tela, temos os detalhes do IPO, concluído em fevereiro deste ano, que foi um dos principais acontecimentos do trimestre. A nossa oferta compreendeu a emissão de 18,2 milhões de ações e resultou na captação de R\$549 milhões com *float* em 30% do capital.

Mais adiante, na outra tela, a gente repassa aqui os tópicos dos negócios realizados até então, na tela sete. Eu vou dar uma rápida repassada nos investimentos que foram feitos durante o ano passado, mais especificamente, a partir de agosto de 2006, para que a gente possa ter uma visão do incremento de ABL, e depois entrar já no começo deste ano.

Em agosto de 2006, a gente adquiriu 20% do Shopping Iguatemi Florianópolis, um shopping que estava em construção e que tem uma ABL de 20 mil m<sup>2</sup>. Adquirimos, da Petros, uma participação adicional no Iguatemi Campinas de 10%, chegando aos atuais 65% que a Iguatemi detém nesse empreendimento. Em outubro, nós adquirimos, no Praia de Belas, 13,8% das Fundações FUNCEF e SISTEL, passando a deter 38% daquele empreendimento. E, também, aumentamos a participação do Iguatemi São Paulo em 5,4% em novembro de 2006, passando a deter 38,2% desse shopping.

Já em 2007, continuaram as aquisições e, no slide seguinte, a gente mostra um detalhe das aquisições do Iguatemi São Paulo, em março de 2007, com mais 0,9%, chegando a 39% do empreendimento. Em abril, nós compramos uma participação adicional no Iguatemi do Rio de Janeiro, da Previ, de 30%, perfazendo agora um total de 58% nesse shopping.



**IGUATEMI**

Empresa de Shopping Centers SA

Transcrição da Teleconferência  
Resultados do 1T07  
16 de maio de 2007



Em 11 de maio, portanto bastante recente, de fato, foi divulgado há pouco, nós compramos 50% da participação no Shopping Galleria, localizado em Campinas, reforçando a nossa posição naquele mercado. Um shopping que possui 24 mil m<sup>2</sup> de ABL, portanto, adicionando, 12 mil m<sup>2</sup> de nova ABL à rede da Iguatemi.

Nós, portanto, nos colocamos aí com uma posição acho que de bastante avanço e de conforto em relação ao papel de negócios também realizados e a realizar. Temos diversos projetos em análise, tanto em novas aquisições como também em novos projetos greenfield.

No slide nove, a gente vê os projetos de expansão que estão em andamento. Temos projetos de expansão de shoppings nossos, existentes no Iguatemi São Paulo, no Market Place, também em São Paulo, no Iguatemi de Porto Alegre, no Praia de Belas, que é outro empreendimento nosso em Porto Alegre e no Iguatemi São Carlos. Os projetos de expansão devem adicionar em torno de 14 mil m<sup>2</sup> de nova área bruta locável, demandando um investimento da nossa parte em um valor próximo a R\$52 milhões.

No Praia de Belas, nós vamos investir cerca de R\$20 milhões, em um total de R\$54 milhões, para a utilização de um terceiro piso já existente, com a construção de novas salas de cinemas, adição de restaurantes e lazer infantil. Também será construída uma torre de escritórios, de 16 andares, tornando um empreendimento de uso misto, fortalecendo a sua presença naquele mercado e gerando um mercado cativo de clientes com essa nova torre. Esse projeto contribuirá também, no térreo, com uma adição de 5.500 m<sup>2</sup> de ABL ao total do shopping e está previsto para ser concluído no final de 2008.

O maior projeto, que nós estamos investindo é a construção de uma ampliação para o Iguatemi São Paulo, um investimento de R\$22 milhões, com a adição de novos restaurantes, quatro andares de escritórios de alto padrão e 10 andares de estacionamento, fortalecendo a sensibilidade do empreendimento com 500 novas vagas, metade delas destinadas ao novo estacionamento Valet Park. Somente este projeto contribuirá com cerca de 1.687 m<sup>2</sup> de ABL nova, também previsto para o final de 2008.

No Market Place, serão também necessários investimentos da ordem de R\$18 milhões, dos quais R\$6 milhões serão investidos por nós, para a readequação de uma área que era antes ocupada por um parque infantil, e que está prevista a conclusão já para o final deste ano e vai adicionar cerca de 2.000 m<sup>2</sup> de ABL, e cerca de 30 novas operações, fortalecendo o empreendimento na região que cresce tanto na questão comercial quanto residencial.

No Iguatemi Porto Alegre, nós estamos com um investimento de R\$2 milhões, de um total de R\$ 5 milhões, para a readequação de uma área de entretenimento e lazer, com novas salas de cinema no padrão *stadium*, a partir de uma atualização das salas atuais deste shopping. São quase 3.000 m<sup>2</sup> a mais de ABL, também neste shopping.



**IGUATEMI**

Empresa de Shopping Centers SA

Transcrição da Teleconferência  
Resultados do 1T07  
16 de maio de 2007



E no Iguatemi São Carlos, nós vamos investir R\$2 milhões, de um total de R\$ 4 milhões, para criar espaço para uma nova loja âncora que está se instalando no shopping até o final deste ano.

No slide seguinte, nós gostaríamos de mencionar dois novos movimentos: um deles foi a aquisição de um terreno em Brasília, de 81 mil m<sup>2</sup>, pra desenvolvimento de um novo projeto. Um projeto que nós já estamos desenvolvendo a parte de projeto, definição de *mix*, e imaginamos a inauguração para o 2S09, em um dos melhores pontos comerciais de Brasília na região norte da cidade. Asa norte, lado norte.

Também, como eu mencionei, nós acordamos com o grupo Walter Torre o uso de um shopping center localizado na Av. Presidente Juscelino Kubitschek, que fica de frente para a Marginal, sabidamente um dos melhores pontos, um dos terrenos de melhor visibilidade e qualidade de densidade no mercado de São Paulo, principal mercado do país, certamente um dos projetos que mais despertou interesse de todo mercado de shoppings centers nos últimos tempos. É um investimento da ordem de R\$150 milhões, sendo que o Iguatemi vai ser responsável por 50% deste investimento.

Na tela seguinte, a ABL da Iguatemi, portanto, aumentou em 18% entre o 1T06 e o 1T07, passando de 101 mil m<sup>2</sup> para 121 mil m<sup>2</sup>, o que mais ou menos equivale a uma participação média de 43,7% na ABL total dos nossos shoppings.

Após a inauguração de Florianópolis, que se deu agora em abril último, e da aquisição adicional de 30% do Iguatemi Rio, também em abril, e mais recente, agora, como eu mencionei, no dia 11, com a aquisição de 50% do Shopping Galleria, nós passamos a contar com a ABL de 144 mil m<sup>2</sup>, portanto, um crescimento de 20% em relação à nossa posição em março.

Eu acho que esse era o detalhe que eu queria dar nesse primeiro momento e eu aproveito agora para passar a palavra para o Pedro, o nosso Diretor Financeiro, que vai conversar sobre a performance operacional e financeira do 1T07.

**Pedro Jereissati:**

Obrigado. Bom dia a todos. No slide 13, nós temos um gráfico com a composição e evolução da receita bruta de aluguéis, que nesse 1T07 totalizou R\$32 milhões, sendo 13% maior do que o valor obtido no 1T06.

As receitas do negócio de shopping, que são aquelas receitas de aluguéis, estacionamentos e outras receitas do negócio de shopping center, movimentaram 83% da nossa receita bruta, enquanto os outros 17% são provenientes da prestação de serviços ao shopping: são as taxas de administração, prestação de condomínio, estacionamento, etc.

Indo para o slide 14, temos a análise do crescimento da receita bruta e como ela foi composta. Como no primeiro trimestre a receita de R\$31,5 milhões foi 20% superior à



# IGUATEMI

Empresa de Shopping Centers SA



receita bruta recorrente do 1T06, foi R\$26 milhões, após a exclusão de alguns itens não-recorrentes no valor de R\$1,6 milhão, afetaram apenas a receita em 2006. Então, são efeitos não-recorrentes. No ano passado, foram excluídos aqui para que a comparação fosse possível, em melhores bases.

Os aumentos de participação nos Shopping Iguatemi São Paulo, Praia de Belas e Campinas, que foram realizados ao longo do 2S06, contribuíram com uma receita bruta adicional de aproximadamente R\$2 milhões, enquanto a consolidação das empresas, prestadoras de serviços que não estavam na estrutura da Iguatemi, que são a Leasing Mall, a Mídia Mall e a Shopping Interiores do Brasil, que faz a administração, essas empresas agregaram mais R\$2,1 milhões em relação à nossa receita bruta. Além disso, o crescimento orgânico das receitas adicionou mais R\$1,3 milhão à receita bruta. Então essa é a decomposição.

Agora indo para o slide 15, nós verificamos o crescimento de 15% da receita líquida no primeiro trimestre quando comparados ao 1T06, e uma redução de 8% dos custos de aluguéis e serviços. A receita líquida no primeiro trimestre totalizou R\$28 milhões, sendo que seu aumento reflete a expansão da receita bruta e um ganho nas reduções de impostos e contribuições, que foram menores do que o ano passado em função de algumas receitas que são aferidas através de subsidiárias e regime de lucro presumido, que tem um melhor tratamento fiscal. Já os custos de aluguéis e serviços totalizaram R\$10 milhões no primeiro trimestre, uma redução de aproximadamente R\$1 milhão, resultado, principalmente, de gastos menores com manutenção e conservação do shopping. Dessa forma, esses custos, como percentual da receita líquida, decresceram de 44% no 1T06 para 35,6% da receita líquida no 1T07.

O slide seguinte, slide 16, tem as análises do crescimento do EBITDA da Companhia, que pulou de R\$13 milhões, no 1T06, para R\$19,7 milhões no 1T07, e representa um crescimento de 50,2% em relação aquele valor obtido em 2006. A margem EBITDA no 1T07 foi de 70%, 16 p.p, a mais do que a margem registrada no 1T06.

A redução dos custos no primeiro trimestre, que eu já mencionei no slide anterior, contribuiu com um aumento de R\$ 900 mil no nosso EBITIDA, os aumentos de ABL dos shoppings contribuíram com R\$ 2 milhões no EBITIDA, nesse 1T07, enquanto a consolidação das empresas agregaram mais R\$2 milhões. O crescimento orgânico dos shoppings contribuiu com mais R\$ 1,6 milhão ao nosso EBITIDA do primeiro trimestre.

No slide 17, nós temos a evolução do lucro líquido, na verdade, o lucro líquido ajustado que passou de R\$4 milhões para R\$13 milhões no 1T07. Aqui, o conceito de lucro líquido ajustado não considera as despesas extraordinárias com o IPO, que foi concluído em fevereiro de 2007, foram despesas da ordem de R\$30 milhões. Então, o lucro líquido ajustado, ele está levando isso em conta como sendo despesas não-recorrentes e por isso que a gente apresenta esse resultado de R\$ 3 milhões. Se for considerar as despesas com o IPO, foi registrado um prejuízo líquido de R\$7,5 milhões no trimestre.



**IGUATEMI**

Empresa de Shopping Centers SA

Transcrição da Teleconferência  
Resultados do 1T07  
16 de maio de 2007



E no slide 18, que é o próximo slide, nós abrimos aqui a composição da nossa dívida bruta. A dívida bruta caiu de R\$129 milhões, no período anterior, pra R\$110 milhões nesse trimestre, sendo que 87% dessa dívida é de longo prazo.

Também aqui ao lado direito, no gráfico do lado direito, a gente pode observar o *breakdown* da nossa dívida, que atualmente tem 50% indexado ao CDI, 19% junto ao BNDES, que são os projetos de expansão de shopping, 17% indexadas à TR, crédito imobiliário, decorrente da aquisição de participações, e também algumas contas à pagar indexadas ao IPC.

E no próximo slide, o slide 19, dá um pouquinho de detalhe da nossa posição de liquidez. No final do ano passado, 31 de dezembro, nós estávamos com posição de dívida líquida de aproximadamente R\$70 milhões, R\$69,6 milhões. Em março deste ano, obviamente esse valor agora já contempla o recebimento dos recursos do IPO, então nós passamos uma posição de caixa líquido de R\$457 milhões.

Os investimentos totalizaram R\$12,5 milhões no trimestre, acima dos R\$3,5 no 1T06. Entretanto, se a gente for considerar, saindo um pouco do primeiro trimestre e ver o que já foi implementado agora, até hoje, 15 de maio, nós estamos falando de R\$99,8 milhões, que levam em consideração outras aquisições de participação que não ocorreram no primeiro trimestre, e sim nos meses de abril e maio.

E no slide 20, finalmente, eu gostaria de concluir, isso aqui é realmente um resumo de tudo aquilo que foi dito e reflete o resultado da Companhia, um resultado bastante satisfatório da administração, um crescimento de 18% da ABL própria, uma receita bruta crescendo 13% e a líquida crescendo 15%, um EBITDA que atingiu R\$20 milhões no 1T, que é 50% a mais do que o EBITDA que nós tivemos no ano passado, no 1T06 e uma margem de 70%, quando a nossa margem no 1T06 foi de 54%.

O lucro líquido ajustado, aqui, de novo, que exclui as despesas não-recorrentes, as despesas de R\$ 32 milhões, o lucro líquido atingiu R\$ 13 milhões, que é quase o triplo do valor registrado no mesmo período de 2006. E finalmente, o que eu acabei de dizer, um caixa líquido de R\$457 milhões, que é a posição atual da Companhia, como ela terminou o trimestre.

Agora, a administração se coloca disponível às perguntas que os senhores tenham. Estamos à disposição. Obrigado.

### **Marcos Suzaki, Bradesco:**

Bom dia a todos. Belo resultado aí, Pedro.

Primeira pergunta, na verdade, são três. Eu queria uma ajuda de vocês. Primeira pergunta, os efeitos sazonais do primeiro trimestre, mesmo com esses efeitos, vocês tiveram uma margem EBITDA aí de 70%.



**IGUATEMI**

Empresa de Shopping Centers SA

Transcrição da Teleconferência  
Resultados do 1T07  
16 de maio de 2007



E aí a minha pergunta, quais são os melhores trimestres pra vocês e o que dá pra projetar de margem EBITDA daqui para frente? E uma outra pergunta, que eu também não sei se você pode responder, mas é uma informação importante pra gente, qual é o tipo de *yield* com o qual você trabalha para expansão e até para novas aquisições? Muito obrigado.

**Pedro Jereissati:**

Com relação às margens e à sazonalidade, sem dúvida, o quarto trimestre, que considera o efeito do Natal, onde você tem vendas maiores e também um aluguel que, geralmente, na maioria dos shoppings, a maioria dos lojistas tem um aluguel pago em dobro, você tem uma margem maior, as suas despesas também não acompanham na mesma proporção. Então o quarto trimestre corresponde a, aproximadamente, 30% do resultado do ano, com uma margem maior do que os demais trimestres.

Com relação à receita, os outros três trimestres se dividem quase que igualmente. Então seria 30% no quarto trimestre e uma distribuição quase que homogênea nos outros três trimestres.

Com relação à margem, ela é maior do que isso, ela é maior no 4T, exatamente por este efeito das receitas que são maiores do que as despesas, que não acompanham a mesma proporção.

Com relação a *yield*, nas aquisições, eu acho que são basicamente três frentes que a gente tem trabalhado, são aquisições, expansões e projetos *greenfield*. Os projetos *greenfield*, a gente tem tido a oportunidade de encontrar bons projetos e começando a desenvolvê-los. Nós estamos procurando algo... Temos visto entre 18% e 21%, em termos reais, esse é o *yield* projetado, digo real e desalavancados.

Com relação às aquisições, a gente está trabalhando com o *target* de 15% real. E as expansões, dependendo do shopping, dependendo do conceito, variam entre 18% e 25% de *yield* real e desalavancado.

**Marcos Suzaki:**

Então você vai ter um *mix* aí de crescimento, quanto mais expansão você tiver, eventualmente seria até melhor, não é, Pedro?

**Pedro Jereissati:**

Sim, com certeza. Lembrar que nas expansões você geralmente não tem o custo do terreno, você precisa de uma ancoragem menor, então você consegue ser mais produtivo e eficiente nos seus aluguéis, você já conhece a demanda daquele público do shopping, então você tem uma produtividade maior nesses m<sup>2</sup>,



**IGUATEMI**

Empresa de Shopping Centers SA



**Marcos Suzaki:**

Legal. Muito obrigado e boa sorte para os próximos trimestres.

**Tomás Awad, Itaú Corretora:**

Bom dia Carlos, bom dia Pedro. Eu tenho mais de uma pergunta. Eu vou tentar aqui... Primeiro, este projeto em Brasília... Tem alguma coisa que você possa dar maiores detalhes, qual que é o *deadline* ou qual é o *schedule* para ele. Como vocês vão, se vocês vão sozinhos ou tem parcerias locais? Você poderia acrescentar alguma cor a mais nesse projeto?

A segunda pergunta que eu queria fazer, voltando um pouco ao ponto do Marcos, olhando os números do primeiro trimestre, a única coisa que me chamou um pouco a atenção foi a parte de custos. Em relação ao 1T06 está *flat*, em relação ao quarto trimestre ele foi mais alto, o COG está R\$10 milhões contra R\$8,5 milhões do quarto trimestre.

Tem alguma sazonalidade na distribuição de custos, que vocês de repente fazem mais a manutenção, algumas coisas mais pesadas no primeiro trimestre que não são feitas no quarto trimestre, pelo forte fluxo de vendas no quarto trimestre? Tem alguma coisa diferente nessa parte de custos em relação à sazonalidade ou não? Esse patamar de R\$10 milhões, que é consequência da consolidação de participações que vocês não tinham, e o que deve se esperar para frente?

**Carlos Jereissati:**

Bom dia. Eu vou falar um pouco sobre Brasília, esse novo projeto nosso no mercado de Brasília, depois vou deixar o Pedro discorrer um pouco mais sobre essa questão do custo.

Brasília é um projeto, é uma praça que a gente já vem olhando com muito cuidado nos últimos anos. A gente vem observando a oportunidade, vem estudando aquele mercado, sabe que o vetor de crescimento da cidade é todo para a região norte, a região sul do eixo principal de Brasília já está bastante desenvolvida. Essa região norte já tem um poder aquisitivo bastante próximo da região sul, mas uma densidade ainda menor do que o setor sul de Brasília e que vem atravessando com projetos novos, como o projeto todo de crescimento da asa norte, do noroeste da cidade de Brasília. E o projeto é exatamente para pegar esse público, como zona primária, zona principal de influência. Mas como é um projeto regional, é um empreendimento que vai ter próximo de 35 mil m<sup>2</sup> de ABL. Ele é um shopping regional, portanto, para pegar a cidade de Brasília como um todo.

É uma região bastante carente em diversos segmentos de varejo. A gente vai estar, com certeza, o *mix*, trabalhando para trazer essa atratividade para essa região. É uma parceria local, com o principal empreendedor de Brasília, o grupo Paulo Otávio. Nós



**IGUATEMI**

Empresa de Shopping Centers SA

Transcrição da Teleconferência  
Resultados do 1T07  
16 de maio de 2007



estamos bastante confiantes do sucesso desse projeto. O cronograma dele está, mais ou menos, definido pra abertura no 2S09. Portanto, iniciando obras pra ser lançado no final desse ano e com início de obras em 2008.

**Pedro Jereissati:**

Respondendo a sua pergunta com relação aos custos. Da forma como a Companhia está estruturada agora, é como a gente... Estar convicto que ela vai, digamos assim, que deve ser o projetado para o futuro, com base nesse primeiro trimestre.

Com relação ao quarto trimestre, a Companhia, no ano passado, estava fazendo uma série de alterações e se preparando pro IPO, reestruturações sustentáveis, etc., que também afetam, de certa maneira, os números do quarto trimestre. Então, o número do primeiro trimestre agora, o número que a gente está confortável, que vai ser a tendência, e não é um efeito de sazonalidade. O primeiro trimestre é um número que deveria ser seguido e usado como parâmetro daqui pra frente.

**Tomás Awad:**

O número de COG, os R\$10 milhões, é isso, não é?

**Pedro Jereissati:**

Isso.

**Tomás Awad:**

Desculpa abusar um pouco, mais uma pergunta..A parceira com o Paulo Otávio você poderia falar se é meio a meio, como é que seria, eu não sei se você tem esse número, se pode falar, qual é o CAPEX projetado para Brasília.

E a segunda coisa, como é que vocês vêem o crescimento orgânico? Olhando o número do *press release*, de 26, você teria ali um crescimento orgânico que você separa no *press release* de R\$1,3 milhões, seria aproximadamente 5% de crescimento orgânico. Como é que vocês estão vendo a tendência para o ano como um todo, na parte orgânica?

**Pedro Jereissati:**

Brasília, eu diria primeiro Brasília, nós temos 64% do terreno, e o investimento total previsto é de, aproximadamente, R\$130 milhões. Isso para shopping todo, pra 100%.

**Tomás Awad:**

R\$130 milhões inclui o terreno, ou não?



**IGUATEMI**

Empresa de Shopping Centers SA

Transcrição da Teleconferência  
Resultados do 1T07  
16 de maio de 2007



**Pedro Jereissati:**

Não, o terreno aproximadamente R\$32 milhões, já estão contabilizados aqui como investimentos.

**Tomás Awad:**

Está bom.

**Carlos Jereissati:**

Então, essa primeira pergunta, eu diria 64% da IESC, um investimento total para o shopping todo de R\$130 milhões, aproximadamente.

**Pedro Jereissati:**

Com relação a crescimento orgânico, nosso o *guidance* de crescimento orgânico, a estimativa, sempre foi por volta de 2% a 3% real, isso é o que a gente sente confortável. A gente está sempre trabalhando para aumentar. As vendas estão vindo bem, estão começando, isso dá mais espaço pra gente reajustar, renegociar aluguéis ao longo do tempo. Mas o número que a gente trabalha como piso é um crescimento real, da ordem de 2% ou 3% mínimo, que daria aí esses 5% ou 6% de crescimento orgânico aproximadamente.

**Tomás Awad:**

Está ótimo. Obrigado.

**Operadora:**

Senhoras e senhores, não havendo mais perguntas retornamos a palavra ao Sr. Carlos Jereissati, para as suas considerações finais. Sr. Carlos, pode prosseguir.

**Carlos Jereissati:**

Eu agradeço a todos que participaram de mais essa teleconferência em relação aos resultados do 1T07, e me coloco à disposição para qualquer dúvida adicional, principalmente podendo ser atendido pelo pessoal de Relações com Investidores. Obrigado e bom dia a todos.

**Operadora:**

Concluimos assim a teleconferência da Iguatemi. Obrigado pela participação. Os senhores podem desconectar agora.