



Operadora:

Bom dia, e obrigada por aguardarem. Sejam bem-vindos à teleconferência da Iguatemi Empresa de Shopping Centers S.A. para discussão dos resultados referentes ao 3T07. Estão presentes hoje conosco o Sr. Carlos Jereissati, Diretor-Presidente; e o Sr. Pedro Jereissati, Diretor Financeiro e de Relações com Investidores.

Informamos que este 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 assistência durante a audioconferência, 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, 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 Iguatemi, 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:

Primeiramente, bom dia a todos. É um prazer tê-los conosco em mais essa teleconferência sobre os resultados da Iguatemi, referentes ao 3T07. A gente, como usual, vai dar início à apresentação dando uma visão geral sobre a Iguatemi, principalmente para aquelas pessoas que estão participando pela primeira vez de uma conferência nossa.

A Iguatemi é uma das maiores empresas na área de shopping centers do Brasil. É uma empresa considerada modelo *full service*: ela atua na prospecção, concepção, planejamento, desenvolvimento, comercialização e administração de shoppings regionais e complexos imobiliário de uso misto, portanto está presente em todas as atividades principais do negócio da cadeia de shopping centers.

Durante o 3T07 a gente seguiu adiante com a implementação do nosso plano de crescimento, que tem como foco a aquisição, desenvolvimento e expansão de propriedades de excelente qualidade e de sólidos fundamentos, como tem sido a história da empresa.

Ao longo do trimestre a gente investiu o montante total de R\$170 milhões, sendo a maior parte alocada na aquisição de participação em shopping centers. O investimento acumulado no ano já totaliza R\$355 milhões, o que corresponde aproximadamente a 65% dos recursos



que nós levantamos no IPO da empresa. Nesse trimestre a gente aumentou a nossa participação no Shopping Center Iguatemi de São Paulo, considerado o principal centro de compras do país, para 50,1% desse empreendimento, o que representou para nós e para a empresa um movimento importante e estratégico, uma vez que ele é o principal shopping no país. Além disso a gente também teve um aumento de participação no shopping de Esplanada, em Sorocaba, e no Iguatemi Florianópolis, sobre o qual mais para frente eu vou dar um pouco mais de detalhes.

A gente conta atualmente no portfólio da Companhia com 14 shopping centers, sendo 11 em operação e três em construção. Juntos, estes shoppings totalizam, como escrito no slide, 353 mil m² de área bruta locável, em que a nossa participação consolidada corresponde a 161,4 mil m². O crescimento de 41,2% na nossa ABL própria no 3T07 evidencia o empenho da Companhia em continuar crescendo em várias vertentes através principalmente da aquisição de ativos de alta qualidade e com perspectivas de geração de valor e crescimento tanto no médio como no longo prazo, indo muito além dos efeitos imediatos que essas ações têm no resultado da Companhia.

No slide seguinte, o slide quatro, a gente tem a distribuição geográfica do nosso portfólio, de 14 shopping centers, como eu mencionei, e a gente tem reforçado a missão estratégica da companhia de crescer focando em um primeiro momento as áreas de maior poder aquisitivo e de potencial de consumo do país, que estão representadas na área Sul e Sudeste, uma vez que elas concentram o público de maior poder aquisitivo, e nossos empreendimentos então têm como alvo as classes média e de alta renda que estão caracterizadas nestas regiões.

Os estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Santa Catarina, Rio Grande do Sul e Brasília, onde estamos presentes ou temos investimentos acontecendo no momento, juntos concentram 40% da população brasileira e quase 60% do PIB do país. Só o Estado de São Paulo, por exemplo, responde por 22% da população e tem quase 1/3 do PIB total, e é aí que temos o nosso maior destaque de investimentos para os próximos anos, com dois projetos *green field* no Iguatemi Alphaville, na região de Alphaville, que é uma região que tem ganhado muito destaque pela sua grande diversificação, e o Complexo JK, no coração da cidade de São Paulo.

Iguatemi São Paulo, como eu destaquei, é um dos shoppings mais importantes da América Latina; ele ano após ano tem recebido a nota de propriedade de maior valor de aluguel por m², além de outras propriedades nossas que recebem grande destaque e por isso, como eu mencionei, tem sido foco a manutenção desse tipo de propriedade nos próximos anos.

No slide cinco a gente tem o histórico das aquisições realizadas desde agosto de 2006, período em que a gente investiu o montante total de R\$361 milhões, o que proporcionou o aumento da nossa ABL própria em 56 mil m², conforme vocês podem ver na tabela no slide cinco.

Essas aquisições realizadas tiveram o cuidado, como eu destaquei no primeiro slide, de proporcionarem uma taxa interna de retorno real, ou seja, acima da inflação, que variaram entre o mínimo de 13,1% ao máximo de 34,4% ao ano. Algo que a gente tem pontuado nas nossas apresentações é a preocupação com a despesa financeira ao avaliar e realizar as aquisições de participações não somente em shoppings detidos por instituições de terceiros, mas também ao adquirir participações adicionais em shopping centers que nós já detínhamos participação.



Essa disciplina financeira é algo que a gente tem como objetivo gerar valor para os nossos acionistas no tempo, de forma sustentada e não apenas em uma visão de curto prazo, mas sim um conseqüente trabalho de geração de valor no médio e longo prazo também.

Outro ponto importante que deve ser destacado é a análise de viabilidade dessas aquisições. O método que nós temos utilizado é um método de fluxo de caixa descontado, com período de 19 anos, e o crescimento médio da perpetuidade utilizada tem sido com uma taxa de por volta de 2,8%.

No 3T07 nós concluímos três aquisições de participações adicionais, como eu comentei que iria detalhar. Essas aquisições foram 2,4% no Esplanada Shopping Center, 11% do Iguatemi de São Paulo e 10% do Shopping Iguatemi de Florianópolis, com uma TIR média de 13,2% ao ano no caso de Florianópolis. No caso do Iguatemi São Paulo, a TIR utilizada foi de 13,1% ao ano em termos reais. É importante mencionar também que a aquisição da participação adicional no Iguatemi São Paulo gera um ágio no valor de R\$122 milhões e que poderá ser deduzido do nosso lucro tributável, o que para nós foi um ponto bastante importante na análise deste negócio em particular, porque gera uma significativa economia de Imposto de Renda.

O outro ponto importante é as premissas que nós temos utilizado, são bastante conservadoras na análise do negócio, especialmente Iguatemi São Paulo, que tem tido uma média de crescimento de 9% ao ano em termos reais nos últimos quatro anos, período compreendido entre os anos 2002 e 2006.

No slide seis a gente tem uma tabela que demonstra a evolução de portfólio nos shopping centers da empresa ano a ano. Eles refletem aquisições comentadas por mim no slide anterior, onde a gente encerra setembro de 2007 com uma ABL total de 353,4 mil m², o que é 26% maior do que a posição de setembro de 2006, e a nossa ABL própria de 161,4 mil m², o que representa uma expansão de 41% sobre o mesmo período, e equivale, na última linha, a uma participação de 45,7% sobre a ABL total, mostrando o crescimento de participação nos empreendimentos como um todo. Anteriormente, como vocês podem ver na linha acima, em setembro de 2006 eleva de 40,7%.

No slide sete, onde a gente trata das expansões, temos o descritivo dos seis projetos de expansão que se encontram em andamento. O conjunto dessas expansões deve somar à nossa ABL própria o equivalente a 12,7 mil m² ao longo dos próximos 24 meses, e vão demandar da Companhia o investimento total de R\$62,7 milhões. A taxa interna de retorno média desses projetos é de 9% ao ano, considerando termos reais e desalavancados.

Ainda detalhando um pouco essa parte de expansões, nós temos a previsão para término ainda em novembro de 2007 a conclusão dos projetos envolvendo Iguatemi São Carlos e Market Place. No Iguatemi São Carlos a gente fez um investimento para criação de uma nova área, que compreende o espaço principal para uma loja âncora nova e quatro novas lojas satélite de 1.300 m² de ABL nova. E no Market Place a gente investiu na readequação da área que antes era ocupada por um parque de diversões e está sendo ocupada por um conjunto de novas lojas dentre as principais lojas do mercado; como Hering, Maria Bonita, Lita Mortari, Bayard e outras, além de uma alameda de serviço, e foi utilizada a construção de duas lajes, fechamento de duas lajes, o que representou uma ABL adicional de 2.000 m² na ABL total do shopping.



Os outros três projetos serão concluídos ainda em 2008. O primeiro deles é o investimento do Iguatemi Porto Alegre, um investimento de R\$7,5 milhões para criação de uma área de lazer e entretenimento, com a inauguração de seis salas novas de cinema no conceito mais atual de padrão *stadium multiplex*; vão ser adicionados 3.100 m² de ABL ao shopping, com a previsão de conclusão no mês de maio do ano que vem.

O maior projeto em investimento é o projeto da construção de um prédio adjacente ao Iguatemi São Paulo; um investimento da ordem de R\$22,7 milhões. Prevê a adição de novos restaurantes, quatro novos andares de escritórios de alto padrão e dez andares de estacionamento, com 500 novas vagas para o empreendimento como um todo. Esse projeto contribui com uma ABL nova de 7.300 m² e tem a previsão de final de 2008 para estar concluído. As obras já estão em andamento, e agora estamos fazendo o subsolo desse novo prédio. Outro movimento em que a Companhia decidiu investir, dado o crescimento de um empreendimento nosso do Sul, que é o Shopping Praia de Belas: nós tínhamos pensado uma expansão um pouco menor, nós revisamos o projeto e estamos considerando uma expansão maior. Nós vamos fazer uma expansão da ordem de 14.800 m² em vez dos 5.500 m² previstos anteriormente, vamos dar ocupação total do terceiro andar do shopping.

A previsão de inauguração desse investimento é de setembro de 2009. Serão investidos R\$22,2 milhões versus R\$7,7 milhões anteriormente anunciados para o aproveitamento desse terceiro piso, com oito salas de cinema, cerca de 50 novas lojas, restaurantes, entre outras coisas. Também está prevista a construção de uma torre de escritório de seis andares, além do aumento natural e necessário de número de vagas.

Por último, a gente dá início no mês de novembro a um projeto de expansão do Shopping Iguatemi de Caxias, em Caxias do Sul, no Rio Grande do Sul, cujo investimento demandado da nossa parte é de R\$2,8 milhões; também terá uma adição importante de área de lojas. São 13.200 m² de nova ABL, com inauguração prevista para outubro de 2008. Então, estes são os empreendimentos, são várias etapas em vários investimentos e na expansão de projetos já existentes.

No slide oito a gente tem uma visão geral dos três novos projetos. O Iguatemi Alphaville será um empreendimento de uso misto, tem sido foco da empresa também pela grande geração tráfego que esses projetos já nascem em função da composição do uso misto. O shopping está localizado na Avenida Rio Negro e Xingu, a principal e melhor localização da região do Alphaville, a porta de entrada do Alphaville; uma região que, como eu comentei, tem grande destaque, inclusive noticiado nessa última Veja Imobiliária dessa semana, pela grande verticalização em que essa área se encontra. A previsão de inauguração é para setembro de 2009, é um shopping de 32.479 m² de ABL, com cerca de 230 lojas, um misto comercial que privilegia as lojas satélite, há 81% de lojas satélite e 19% de lojas âncoras. É um shopping focado para o mercado de alta renda, como eu mencionei, dentro do foco nosso nesse primeiro movimento.

É um projeto onde a gente vai investir cerca de R\$108 milhões, no total de R\$180 milhões, mais ou menos o que o projeto demanda, em parceria com a Odebrecht, Y. Takaoka e JAG.

Obviamente o projeto tem nossa administração; ele já se encontra em processo de aprovação na prefeitura de Barueri, e com as obras previstas para início de março do ano que vem. A gente estima um resultado operacional para o primeiro ano de operação do



shopping em cerca de R\$24,3 milhões, representando um NOI por m² mensal da ordem de R\$59 m² a R\$60 o m². A taxa interna de retorno estimado para esse projeto real e desalavancada é de 18% ao ano.

O outro projeto *green field* da empresa também em curso é o JK Iguatemi, projeto que tem parceria com o grupo Walter Torre, já tem parte dele em andamento; a parte de garagem. O lançamento desse shopping é em março do ano que vem. É um projeto localizado na esquina da Av. Presidente Juscelino Kubitschek com a Av. das Nações Unidas. Na verdade, ele prevê um complexo de três torres fora o shopping center, onde você tem duas torres de escritórios Triple A e um hotel cinco estrelas, onde só o conjunto dessas torres e o hotel prevê a circulação de quase 12 mil pessoas diariamente naquele site, sem considerar todo o desenvolvimento que já existe na região.

A gente está antecipando a previsão de inauguração deste projeto, que era previsto inicialmente para abril de 2010, para outubro de 2009, dado o andamento de todas as obras e tudo que já está em andamento.

A ABL total do empreendimento inicial é de 28.800 m², mas deve crescer, ainda. Tem um *mix* comercial de 87% de lojas satélite e 13% de lojas âncora, também pelo foco no mercado de alta renda.

A nossa participação no projeto é de 50% e o nosso investimento estimado é de R\$93,6 milhões, no total de R\$183 milhões do investimento no shopping. Nós estimamos o resultado operacional para o primeiro ano de operação no valor de R\$25,6 milhões, representado um NOI por m² de R\$71,1. A taxa interna estimada para este projeto é de 21,6% ao ano, também considerada taxa de investimento como real e desalavancada.

O terceiro projeto de *green field* da empresa é o Iguatemi Brasília, projeto que já está bastante adiantado e também aprovado em prefeitura, no caso de Brasília no GDF. É um projeto em parceria com o grupo Paulo Octávio Empreendimentos Imobiliários, que terá administração da Iguatemi e cuja nossa participação é 74%. O pré-lançamento do empreendimento está marcado para 21 de novembro deste ano; é um projeto que tem a previsão de inauguração para setembro de 2009, uma ABL de 31.000 m² e 257 lojas como um todo. Foi investimento da ordem de R\$116 milhões da nossa parte, e um total de R\$182 milhões.

Nós estimamos para esse projeto um resultado operacional para o primeiro ano de operação de R\$19,2 milhões, representa um NOI por m² mensal de R\$50, aproximadamente. A taxa interna estimada considerada neste projeto é de 14,9%, considerada também como real e desalavancada.

Antes de passar a palavra para o nosso Diretor Financeiro para que ele comente a performance operacional e financeira desse 3T, a gente tem na página 11 algumas fotos que mostram não só as obras atualmente mas também os projetos, e algumas das perspectivas dos projetos, a localização, como a entrada do Alphaville, as obras já em andamento no JK, e o terreno em Brasília.

Pedro, por favor.



Pedro Jereissati:

Obrigado. Bom dia a todos. No slide 12 nós temos aqui os detalhes da evolução de receita. A nossa receita bruta de aluguel e de serviços atingiu R\$35,7 milhões no 3T; um crescimento de 31% em relação ao ano passado. No acumulado do ano a receita bruta totalizou R\$102 milhões, e isso reflete um crescimento de 25% quando nós comparamos com os 9M06. As receitas de aluguéis, estacionamento e taxa de cessão cresceram 36%, acumulando R\$30 milhões no trimestre, o que equivale a 84% da receita bruta total. Os demais 16% são receitas que advêm da prestação de serviços, como administração do shopping, administração do estacionamento e dos outros condomínios.

Ainda nesse slide, no lado direito temos a quebra da receita bruta nos primeiros nove meses. A receita de aluguel representou 72% da receita total, sendo que destes 72%, 86% vêm de aluguel mínimo, 8% da cobrança do aluguel percentual, o *overage*, que é incidente sobre as vendas dos lojistas, e os demais 6% são provenientes de receita de merchandising, mídia e locação temporária no mall.

Com relação à composição da receita bruta, então voltando, os outros 15% vieram da prestação de serviços e 12% da exploração dos estacionamentos nos shoppings, que é feita pelo próprio condomínio em cada um dos shoppings.

Aqui embaixo temos uma tabela que indica a exposição do Iguatemi aos aluguéis. Na verdade, a idéia é apenas mostrar que não há nenhum locatário que é responsável pela parcela significativa da nossa receita, portanto o risco é muito diluído. Nós podemos ver aqui que o maior locatário responde por apenas 0,7% da receita total da Iguatemi.

No slide 13 temos o *build-up* da receita bruta. Como nós podemos ver, o aumento significativo dessa receita é resultado da implementação de estratégia de crescimento, não se baseia somente em aquisição, mas também no crescimento orgânico do shopping e nas suas expansões. Dessa forma, quando a gente olha como foi composto esse crescimento, as aquisições, que no fundo aquele crescimento de 41% de ABL que o Carlos já comentou foi responsável por um crescimento de R\$16 milhões na receita bruta. Em relação ao 3T, o crescimento orgânico contribuiu com R\$8,4 milhões, um crescimento de 10,3% quando comparado ao mesmo período do ano anterior. A tabela embaixo mostra cada aquisição que foi efetuada nos últimos meses e quanto cada uma dessas aquisições contribuiu para esse crescimento na comparação dos 9M07 com os 9M06, chegando àquele valor total de R\$16 milhões, que é a contribuição das aquisições.

E como eu já comentei nos outros trimestres, aquela redução de R\$4,3 milhões foram atividades encerradas no 3T, que é basicamente o parque de diversões, o Fantasy Place, que anteriormente era operado pela Companhia, e no ano passado, em 2006, quando foi decidido pela expansão do shopping, o parque deixou de operar. Então há um efeito negativo aqui por uma atividade que foi encerrada no 3T06.

No slide 14 nós temos a evolução da receita líquida. A receita líquida atingiu R\$31,7 milhões no 3T, um crescimento de 22% sobre o mesmo período do ano anterior. No ano passado houve contabilização de créditos de PIS/COFINS de natureza não-recorrente, por isso há uma pequena distorção na comparação do trimestre, mas afeta apenas o ano de 2006, não o ano de 2007.



Durante os 9M07 a receita líquida totalizou R\$90,8 milhões, crescimento de 24% em relação ao mesmo período do ano anterior.

No gráfico da direita nós vemos os custos. Estes totalizaram R\$9,8 milhões, um aumento de apenas 2% na comparação ano a ano; portanto, em termos reais, até um decréscimo dos custos. Podemos ver, principalmente quando pegamos os custos como percentual da receita líquida, que estes caíram 6 p.p., passando de 37% da receita líquida para 31%, que é basicamente em função de economias de escala, de melhor eficiência na gestão e dos aumentos de participação nos shoppings.

No período de 9M os custos de aluguéis acumularam R\$30,7 milhões, também um crescimento nominal de apenas 2%. E em relação à receita líquida, também caiu 7 p.p., passando de 41% para 34% da receita líquida.

Quando nós olhamos aqui, então, em função tanto da expansão da receita líquida como da queda real dos custos de aluguéis, o reflexo e o resultado disso é o que o NOI do 3T cresceu 56% quando comparado ao ano anterior, atingindo R\$27,2 milhões, e nos 9M07, acumulado do ano, totalizou R\$73 milhões, um crescimento de 42% em relação ao acumulado dos 9M06.

E, finalmente, o último gráfico: o FFO no 3T atingiu R\$23 milhões, um crescimento de 90% em relação ao 3T06, e no acumulado totalizou R\$64,5 milhões, mais que o dobro do valor registrado em 2006 no mesmo período.

Indo agora para o slide 15. Neste slide nós temos algumas informações de EBITDA da Companhia: o EBITDA ajustado do 3T e aquele ajustado apenas por conta de debêntures do Esplanada. Nós compramos 25% do Shopping Esplanada, esse investimento através de debêntures permutáveis e propriedade imobiliária, então, no fundo, é um resultado operacional. Então quando a gente considera isso no EBITDA, ele totalizou R\$23,4 milhões, representando um crescimento de 46% em relação ao 3T.

A margem EBITDA também cresceu bastante, atingindo 73,7% sobre a receita líquida; um crescimento de mais de 10 p.p. na comparação com o ano anterior. E no acumulado o EBITDA atinge R\$65 milhões, um crescimento de 53% em relação aos 9M06, e a margem EBITDA também cresceu bastante, atingindo 71,9%, um crescimento de quase 14 p.p. em relação ao mesmo período de 2006.

O lucro líquido no 3T atingiu R\$17,9 milhões, 124% superior ao mesmo período de 2006. Esse lucro líquido é ajustado, porque aqui já tem uma pequena amortização de ágio por conta da aquisição da participação no Iguatemi São Paulo, que o Carlos já comentou, aquele ágio gerado na aquisição, então tem um efeito positivo de economia de Imposto de Renda e de redução de lucro tributado. Quando ajustado pelo efeito e desconsiderado esse ágio, o lucro chega a R\$17,9 milhões.

E no acumulado dos 9M o lucro líquido ajustado chega a R\$49,4 milhões, quase duas vezes o valor que foi apurado nos 9M06, mostrando a solidez e o crescimento forte da Companhia.

Obviamente, além da substancial expansão da receita líquida e da redução dos custos, nós tivemos um resultado financeiro líquido basicamente impulsionado pelo caixa que foi



acumulado ao longo desses meses pós-IPO, e isso também contribui para o resultado líquido da Companhia com uma forte receita financeira.

E na parte de baixo, acho que aqui é uma informação mais em função de como nós já implementamos, nos últimos 12 meses, 13 aquisições; nós achamos que seria importante dar alguma idéia de como seria o efeito dessas aquisições se elas fossem contabilizadas desde 1 de janeiro deste ano.

Portanto, o que a gente vê neste gráfico é que o EBITDA de R\$23,4 milhões passaria a R\$25 milhões no 3T; e no acumulado do ano o EBITDA de R\$65,3 milhões chegaria a R\$75,3 milhões.

E finalmente nesta página, apenas para dar uma idéia do portfólio que nós temos hoje, nós damos uma informação de que caso não houvesse mais qualquer adição de ABL, portanto se não houvesse adição nenhuma, nenhuma aquisição, expansão, etc., apenas com aqueles 161 mil m² de ABL que nós temos hoje, após a nossa rodada de orçamento nós já vemos que esse resultado do ano que vem aponta para um EBITDA de R\$131 milhões, sobre uma receita de R\$181 milhões.

Obviamente isso aqui, apenas fazendo o *disclosure*, trata-se da posição que nós temos hoje caso não sofresse nenhuma alteração, o que nós sabemos que não é a realidade, mas já dá uma sensibilidade de como está o ano de 2008, no mínimo.

Indo para o slide 16 nós temos um pouco do detalhamento do investimento: o investimento no 3T chegou a R\$170 milhões, e no acumulado do ano atingiu R\$355 milhões, o que é basicamente cinco vezes superior ao mesmo período do ano anterior, sendo que mais de 80% deste investimento foi alocado em aquisições de participação.

Os demais 11% foram para o desenvolvimento dos projetos *green field*, que ainda é basicamente só a compra do terreno de Brasília; e os outros 7% ao longo destes 9M dedicados às expansões.

No gráfico abaixo nós temos a evolução da posição de caixa líquido. Em 30 de setembro totalizava R\$194 milhões de caixa líquido, eu acho que vale a pena notar a evolução: desde o nosso IPO, que aconteceu em fevereiro, no final do 1T nós tínhamos um caixa líquido da ordem de R\$450 milhões, no 2T foi reduzido para R\$310 milhões, hoje se encontra em R\$194 milhões em função de todos estes investimentos que foram implementados.

A última informação deste slide: neste gráfico da direita nós temos um *breakdown* de como se comporta a dívida bruta do ponto de vista de indexadores. 75% dessa dívida está atrelada ao CDI, basicamente em função das debêntures que foram emitidas e de outras contas a pagar remuneradas pelo CDI; uma parte delas, IPC, e a outra, BNDES.

Vale a pena mencionar que como para 2008-2009 nós já temos, só para os nossos projetos de *green field*, quase R\$300 milhões de investimentos já *committed* para estes três projetos, e grande parte deste investimento - aproximadamente 70% - em novos projetos pode ser financiado pelo BNDES; nós provavelmente vamos ter um crescimento destes empréstimos relacionados a TJLP e com *exposure* a BNDES.



Descendo para o slide 17 nós temos algumas informações de performance de venda nos shoppings. Nós vemos que a venda total dos shoppings cresceu 32%, passando a R\$1,16 bilhão no 3T e R\$3 bilhões nos 9M07.

Obviamente, a informação mais relevante neste slide é a do gráfico da direita, que reflete as vendas mesmas lojas; estas vendas mesmas lojas por m^2 teve um crescimento de 13% no trimestre e 14% no acumulado do ano. Isso é uma informação bastante positiva e importante, porque em última análise, o aluguel que nós podemos cobrar ao longo do tempo é em função das vendas dos lojistas. Então, com essas vendas neste ritmo de crescimento acelerado cresce a nossa capacidade de renegociar aluguéis e capturar parte deste ganho.

E, finalmente, a taxa de ocupação, que tem se comportado de maneira muito estável, se mantendo em 96,5% de ocupação.

O slide 18 é o último slide da nossa apresentação: aluguéis mesmas lojas crescendo 8% no trimestre, chegando a R\$62 por m^2 e crescendo 7% no acumulado do ano, atingindo R\$60 por m^2 ; o custo de ocupação caindo, de 10,9% no ano passado para 10,3%. Isso é reflexo desse crescimento forte nas vendas. Quando a gente vê esta informação, o que nós podemos ver é que à medida que este custo vai caindo, como eu já disse anteriormente, nós temos maior chance de repassar o aumento de aluguel.

E o NOI por m^2 crescendo 20%, chegando a R\$67 no 3T e R\$73 no acumulado do ano. E, finalmente, o EBITDA por m^2 também crescendo, 12%, atingindo R\$52 no 3T e crescendo 22% no acumulado do ano, atingindo quase R\$54 por m^2 .

Acho que isso era a apresentação que nós tínhamos preparado. Neste momento nós abrimos para as perguntas e eventuais dúvidas que os senhores possam ter. Obrigado.

Tomás Awad, Itaú:

Bom dia. A primeira coisa, Pedro: quando a gente olha resultado financeiro trimestre contra trimestre em relação ao 2T, teve uma piora um pouco mais significativa. Você consumiu um pouco de caixa, dá para ver pelo número de dívida líquida, mas não tanto caixa assim, me pareceu uma queda de resultado financeiro um pouco mais forte que o ajuste no caixa. Teve algum evento durante o trimestre que justificasse esse resultado financeiro um pouco mais forte, ou não, tudo é consequência do movimento de caixa?

Pedro Jereissati:

Bom dia. Não, é basicamente movimento do caixa e da implementação do crescimento da Companhia. No 2T as aquisições também foram feitas no fim do trimestre, então teve uma acumulação de caixa forte ao longo de todo o trimestre, e esse é basicamente o efeito, nada que valha a pena ser mencionado que cause estranheza à Administração.

Tomás Awad:

OK. Só mais uma pergunta: na parte operacional, na hora em que a gente olha os aluguéis em mesmas lojas, você citou também NOI por m^2 . Estes números vieram bastante bons, até quando a gente vê trimestre contra trimestre, principalmente na conta do aluguel por m^2 , ele subiu 2,3% trimestre contra trimestre. Você comentou que é um resultado do movimento



das lojas, você consegue renegociar. Olhando em uma base anual, que número você acha razoável? Vocês falam em alguma coisa entre 2,5% e 4%? Você acha que a atividade econômica está boa o suficiente para você ter um ou dois anos de crescimento mesmas lojas um pouco mais forte? Porque o momento do trimestre parece bastante forte.

Pedro Jereissati:

O que a gente tem visto com esse crescimento de vendas, da ordem de 14% no acumulado do ano, e os aluguéis mesmas lojas crescendo 7% no acumulado do ano, a gente está bastante confiante não só por conta do aluguel percentual que nós temos, então isso contribui muito positivamente para a receita, e achamos que todo esse movimento de final de ano vai ser muito bom, nós estamos muito animados.

Os movimentos dos lojistas estão como há muito tempo nós não víamos, finalmente elogiando e dizendo que a economia está realmente aquecida, então o sentimento é reflexo nos números. E nós achamos que um crescimento orgânico da ordem de 5% real ou 6% real é totalmente viável e é um número que a gente trabalha e vai buscar.

Tomás Awad:

Está bom. Obrigado.

Rodrigo Monteiro, UBS Pactual:

Bom dia a todos. Eu tenho uma pergunta rápida: na verdade estou querendo entender um número – não sei se vocês têm esse número – de CAPEX feito para aquisição desde o início do ano, quanto que já foi desembolsado para as aquisições. E no lado dos projetos de *green field*, o que já foi feito também de investimento em terreno, infra-estrutura? Só queria ter uma idéia desde o início do ano até agora, o acumulado, para a gente entender o que ainda falta para completar o ano em termos de programa de investimento. Obrigado.

Pedro Jereissati:

Bom dia, Rodrigo. Do ponto de vista de CAPEX para aquisição no ano, foram R\$289 milhões em aquisições; para *green field* nós tivemos aproximadamente R\$38 milhões, desses R\$38 milhões, R\$34 milhões referentes ao terreno de Brasília; e os outros R\$3 milhões são os gastos iniciais com projeto, mobilização e até parte da obra que já se iniciou, por exemplo no JK Iguatemi.

Então, com relação a aquisições, R\$289 milhões, e R\$38 milhões em *green field*. Este é o acumulado no ano.

Rodrigo Monteiro:

Perfeito. Obrigado.

Marcello Milman, Santander:

Bom dia a todos, parabéns pelos resultados. Eu tenho algumas dúvidas: a primeira dúvida é naquele slide em que vocês falam do histórico de aquisições, slide cinco. A minha dúvida é



nesse cálculo de TIR do DCF, se já tem implícita aí alguma melhora significativa em aluguéis ou não, como é que a curva do NOI implícita nesta TIR, por exemplo?

Pedro Jereissati:

Bom dia, Marcelo. Não, aqui o que a gente considera em todas as aquisições é um crescimento conservador, até o comentário que o Carlos fez, por exemplo, no Iguatemi São Paulo, que apesar de o shopping ter constantemente crescido 9% ao ano, nós usamos premissas em linha com o crescimento econômico.

O único caso onde nós temos um crescimento um pouco mais acelerado do que esse é no caso do Shopping Galeria. O Shopping Galeria foi uma aquisição que nós fizemos, é um shopping de 24.000 m² de ABL, que rendia aproximadamente R\$5 milhões, então um rendimento por ABL muito baixo e uma vacância da ordem de 14%.

Como este caso era o único que era realmente passivo de um grande *turnaround*, e principalmente por haver área vaga, nós fomos um pouco mais ousados nas premissas e consideramos um crescimento real para os primeiros três anos da ordem de 7% ao ano; e nós já estamos refletindo neste orçamento para o ciclo orçamentado que já está sendo preparado para 2008, isso vem acontecendo, vem se materializando. Para você ter uma idéia, o shopping acabou com 13 lojas vagas e o orçamento para o ano que vem é que ele termine com duas.

Nós já estamos levando operações importantes aqui de São Paulo para o shopping, então as nossas premissas iniciais estão sendo mais do que superadas. Mas este foi o único caso em que nós fomos mais agressivos, considerando 7% ao ano para os primeiros três anos.

Rodrigo Monteiro:

Está certo. Se eu puder fazer mais uma pergunta: a gente vê que o *ownership* médio do portfólio de vocês atualmente está em torno de 46%. A gente consegue falar, óbvio que teria de ser caso a caso, mas quanto ao *ownership* médio do portfólio, quem são os detentores do resto? Em média, fundo de pensão teria quanto, empreendedores locais teriam quanto? A gente consegue falar nesse número, ou não?

Pedro Jereissati:

Sinceramente, não tenho essa informação neste momento, mas consigo informar e disponibilizar também no site, para todos os interessados.

Rodrigo Monteiro:

Está legal. Muito obrigado, foi muito bom.

Tomás Awad, Itaú:

De novo, vou aproveitar um pouco a possibilidade: como é que vocês estão vendo o movimento... Você já falou do CAPEX que você fez até agora, os R\$289 milhões mais o que



you are doing in *green field*. O que você acha que existe mais para acontecer até o final deste ano; e como é que vocês estão vendo o nível de investimentos para 2008?

Pedro Jereissati:

Nos últimos dois trimestres o nível de CAPEX da Companhia foi da ordem de R\$160 milhões, \$170 milhões no trimestre. Nós não achamos que esse trimestre vai ser diferente, a gente ainda acha que as coisas que estão no *pipeline* estão condizentes com os últimos trimestres e consistentes, portanto acho que a gente deve continuar nesse mesmo ritmo de investimento.

Para 2008, o que eu posso adiantar é que, como eu já mencionei, para os *green fields* já tem aproximadamente R\$150 milhões para 2008 e R\$150 milhões para 2009. Tem também o *breakdown* de expansões, que também está aberto para 2008 e 2009, basicamente R\$30 milhões para cada um dos anos. E aquisições: nós continuamos avaliando todas as oportunidades, essas 13 aquisições que foram realizadas nos últimos 12 meses foram aquisições importantes, e nós continuamos avaliando e procurando oportunidades que façam sentido ao portfólio do grupo como um todo.

Então eu não queria dar um *guidance* de CAPEX, mas diria que o valor mínimo está na ordem de R\$200 milhões, porque é o que já está em produção, e acima disso tem sempre as possibilidades de aquisição, que nós estamos olhando e perseguindo com afinco.

Tomás Awad:

Está bom. Obrigado.

Marcello Milman:

Também aproveitando a oportunidade de fazer mais uma pergunta, só uma questão mais direta: quanto teve de ágio nesse trimestre?

Pedro Jereissati:

R\$1,679 milhão de amortização.

Marcello Milman:

E só uma última pergunta: naquele *guidance* meio informal que vocês deram, que assumindo que o portfólio fique constante a receita líquida seria R\$181 milhões, o que está implícito ali de crescimento de receita por m², mais ou menos, ou aluguel por m²?

Pedro Jereissati:

É uma informação um pouco difícil de dar, porque na verdade isso daqui já é resultado de um ciclo orçamentário, então cada shopping tem o seu comportamento diferente. Mas olhando uma informação que deve ser útil para você, olhando no consolidado, tem da ordem de um crescimento 5% real, como eu comentei durante a apresentação, que para a gente é um número que está bastante factível trabalhar com essa premissa e buscar de produção de aluguel mesmas lojas um crescimento real.



Marcello Milman:

Está certo. Obrigado.

Operadora:

Não havendo mais perguntas, retornamos a palavra ao Sr. Carlos Jereissati para as suas considerações finais. Sr. Carlos, pode prosseguir.

Carlos Jereissati:

Eu agradeço pela participação de todos nesta teleconferência da manhã, e qualquer dúvida adicional pode ser esclarecida com a nossa equipe de Relações com Investidores, vocês têm todos os dados em tela. Obrigado.

Operadora:

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