



## **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 2T08.

Estão presentes hoje conosco o Sr. Carlos Jereissati Filho, Diretor Presidente; e a Sra. Cristina Betts, Vice-presidente de Finanças e Diretora 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 Iguatemi. 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, queira, por favor, solicitar a ajuda de um operador, digitando \*0.

Este 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](http://www.iguatemi.com.br), 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 esta 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 Filho, que iniciará a apresentação de hoje. Por favor, Sr. Carlos, pode prosseguir.

## **Carlos Jereissati Filho:**

Bom dia a todos. É um prazer recebê-los mais uma vez na nossa teleconferência sobre os resultados do Iguatemi referente ao 2T08. A gente inicia a apresentação no slide dois, onde temos os principais destaques do 2T08.

Dentre os principais, neste trimestre podemos “linkar” como destaque financeiro o crescimento da nossa receita bruta, de 45% em e comparação o ao 2T07. Ele decorre



de vários fatores, como o crescimento orgânico do nosso negócio, das aquisições realizadas e também da melhor performance do setor varejista.

Também atingimos um NOI de R\$41,9 milhões, um crescimento de 66,3%; e o EBITDA atingiu R\$31,4 milhões, um aumento de 40,6% em comparação ao 2T07. A margem, então, atingiu 69,6%.

Outro destaque do 2T08 foi a conclusão da aquisição do complexo do Market Place, onde a Companhia agora detém 100% de participação. O Market Place, como vocês bem sabem, é o segundo shopping que desenvolvemos aqui em São Paulo, e está localizado em uma das regiões que mais cresce em São Paulo.

Depois anunciamos dois novos acordos para a construção de mais dois shoppings no interior do Estado de São Paulo, um em Jundiaí e outro em Ribeirão Preto, o que consolida a posição da Iguatemi como líder no mercado do interior paulista.

E também achamos importante destacar que a Iguatemi foi classificada como 39ª marca mais valiosa do Brasil, o que reflete o trabalho da equipe toda ao longo desses anos, e que certamente vai ser reforçada com maior presença da Empresa nesses novos mercados.

No slide seguinte, o slide três, temos todos os nossos shoppings em operação e em construção, onde detemos uma participação média de 55%; e na seqüência, no próximo slide, detalhamos os projetos em expansão.

São quatro projetos em expansão, sendo dois deles já em ritmo acelerado de obras, que são o Iguatemi São Paulo e o Iguatemi Caxias; temos também o Iguatemi Porto Alegre, que já está na fase final da ampliação, com a abertura prevista para final deste ano; e o Praia de Belas, que está em fase final de aprovação junto à Prefeitura de Porto Alegre da sua expansão do terceiro andar.

No slide cinco, temos o status dos projetos *green field* em andamento. Temos um projeto em Alphaville, onde já estamos efetuando a parte de terraplanagem e esperamos lançá-lo comercialmente no início do 3T. Temos também o JK, que já tem obras avançadas na parte de subsolo; e o Iguatemi Brasília, que já está também na parte de fundação.

Os slides seguintes mostram um pouco desta realidade, onde você tem o Iguatemi Alphaville já com fotos da parte de terraplanagem, indo para a parte de fundação; no Iguatemi Brasília, no slide seguinte, onde vocês já vêem fotos da parte de terraplanagem sendo realizada e também do início de fundação, o shopping também já está em fase de comercialização avançada; e o JK Iguatemi, no slide seguinte, slide oito, onde vocês vêem a parte do subsolo já em etapa de conclusão.



Na parte de novos projetos, em projetos *green field*, temos no slide nove alguns detalhes dos dois novos projetos que anunciamos neste trimestre. Ambos os projetos têm o perfil muito parecido, como tem sido a realidade estratégia de crescimento da Iguatemi; nosso portfólio tem uma consistência tanto de produto quanto de localização estratégica, geográfica. Então esses projetos, como eu mencionei, tem um tamanho muito parecido, e eu terei um investimento da ordem de R\$120 milhões em média em cada um deles.

No slide seguinte, o slide dez, a gente tem a ABL atual da companhia, que é de 205.000 m<sup>2</sup>, e também aloca todos os projetos que já estão em andamento e os projetos que já foram anunciados, o que nos leva a atingir uma ABL, no final de 2011, com 16 empreendimentos, de 325.000 m<sup>2</sup>, praticamente dobrando o nível, tendo um crescimento expressivo do tamanho da Companhia.

Eu passo a palavra agora para Cristina, para ela dar a seqüência, comentando as performances operacionais e financeiras do 2T.

### **Cristina Betts:**

Obrigada. Bom dia a todos. Passando já para o próximo slide, slide 11, temos os principais indicadores financeiros da Empresa. Como o Carlos já mencionou, destacamos o crescimento da receita de 45% trimestre contra trimestre, e o EBITDA que aumentou 40%. Nosso lucro apresentou uma redução devida principalmente ao resultado financeiro. Comentaremos um pouco mais adiante sobre o perfil de endividamento da Empresa.

Mas olhando os indicadores de performance dos shoppings, também vemos um crescimento sólido, com o *same-store sales* chegando a R\$1,062 mil por m<sup>2</sup>, um crescimento de 3,5%; e o *same-store rent* de R\$63,3 por m<sup>2</sup>, também um aumento de 3,6% em comparação ao mesmo período. Mesmo olhando o seqüencial, comparado com o 1T, temos um aumento de *same-store sales* de 16% e o *same-store rent* aumentando 9%, também mostrando um forte crescimento no 2T.

Passando para o slide 12, temos a evolução da nossa receita bruta, que atingiu praticamente R\$51 milhões no 2T08, de novo, aumentando 45% em comparação ao 2T07.

A nossa receita de aluguel representou 77% da receita total, e as receitas de estacionamento 14%, em comparação com 11% no mesmo período de 2007. Isso é devido basicamente a aumentos de participação em shoppings de que praticam a cobrança de estacionamento. No absoluto então, a receita de estacionamento aumenta praticamente 90%.



As receitas com prestação de serviços recuaram 30%, chegando a R\$3,3 milhões no 2T08, basicamente também explicado também pelo aumento da participação em shoppings onde somos administradores. E, por fim, outras receitas são 7% da receita total.

Passando para o slide 13, damos um foco no nosso *breakdown* de receita de aluguel. 84% desta receita de aluguel foi obtido através de cobrança de aluguel mínimo, 9% pela cobrança do aluguel complementar e 7% restantes representado pelas receitas de merchandising e de aluguel temporário. É nossa estratégia cobrar um aluguel mínimo alto, garantindo o caixa da Companhia.

Passando então para o slide 14, apresentamos novamente, como a gente fez no trimestre anterior, nossa receita por shopping; receita de aluguel e de estacionamento por shopping.

Quando olhamos o total do portfólio por m<sup>2</sup> vemos um aumento de 5,1% na receita por m<sup>2</sup>. É importante destacar que esse crescimento ocorre mesmo com a entrada de novos shoppings com posicionamento diferente, ou seja, estamos diversificando nosso risco onde há potencial de aumento de receita substancial. Mesmo assim, apresentamos um crescimento de 5,1%.

No próximo slide, slide 15, estamos apresentando o NOI de cada shopping, considerando não a nossa participação, mas o resultado de 100% do shopping. Aqui, então, destacamos o crescimento do NOI comparativo do 2T08 comparado com o 2T07, aumentando 39% da margem, atingindo 87% no 2T08.

Seguindo agora para slide 16, olhando nossos custos e despesas, vemos que aumentamos o total dos custos e despesas em 25%, basicamente por causa da depreciação, que aumenta 40% em função do aumento de nossa participação nos shoppings, do aumento do nosso imobilizado; e 69% em relação a pessoal. Essa contratação de novas pessoas reforçando nossa equipe já é a preparação para o aumento de nosso portfólio nos anos que virão.

Passando então para slide 17, temos nossos indicadores financeiros. De novo, olhando nossa expansão de receita líquida no 2T, apresentamos 66% de NOI superior ao 2T07, atingindo praticamente R\$42 milhões; o EBITDA no 2T08 também totalizou R\$31,4 milhões, 40% maior em relação ao 2T07, e a margem EBITDA atingiu 69,6%, uma queda de 2.2 p.p. na comparação ano a ano, devida principalmente ao aumento de custo de pessoal. O lucro líquido atingiu R\$12,4 milhões em comparação a R\$17,5 milhões no 2T07, resultante essa queda basicamente do resultado financeiro da Iguatemi.



Este resultado financeiro a gente já consegue analisar no slide 18, olhando um pouco os dados do nosso balanço. A queda na disponibilidade que a gente vê neste slide é basicamente devida ao pagamento do Market Place, que se deu no 2T, à compra do terreno em Sorocaba e aos desembolsos referentes às expansões e às obras dos *green fields*. Nosso endividamento basicamente composto das debêntures; o comparativo aqui obviamente produzindo um resultado financeiro mais oneroso que o do 2T07.

Passo, para o encerramento, a palavra de volta para o Carlos, para terminarmos nossa exposição.

**Carlos Jereissati Filho:**

Aqui no nosso último slide, slide 19, temos uma tela que mostra um planejamento estratégico. Realizamos nesse último trimestre nosso planejamento estratégico, e reforçamos então a nossa crença através de um mapeamento grande que fizemos em relação a todo o mercado, de que nós temos condições claras de expandir nossa ABL até 2013 para 400.000 m<sup>2</sup>, chegar a atingir o patamar de 20 shoppings.

Estamos realmente focados em *green fields* por várias razões, dentre elas a qualidade e a preocupação em ter shoppings dominantes no mercado em que estamos presentes, e com forte potencial de crescimento; temos tranquilidade em relação aos custos e despesas da Companhia, com a clara crença de que podemos manter margens e praticar redução de despesas através das grandes sinergias que este portfólio, quando completo, vai trazer à Empresa.

E também acelerar e deixar claro o nosso foco de crescimento nas principais regiões do país, que são as regiões Sul e Sudeste. A Iguatemi tem feito isso sistematicamente, mostrando essa consistência estratégica e a crença de que o crescimento vai se dar de demanda qualificada nessas classes A e B, e a gente então persegue esse foco e este tipo de produto até 2013.

Acho que isso é o que eu tinha para falar até agora. Vou agora abrir para as perguntas.

**Guilherme Vilazante, UBS Pactual:**

Bom dia. Minha pergunta é relacionada ao reajuste de aluguel, na verdade ao aumento real de aluguel ano contra ano. Se a gente pega o número da Iguatemi, ela está dentre os mais altos, se não o mais alto dos competidores, com 13,5%, 13,6% de aumento nominal no aluguel por m<sup>2</sup> ano contra ano. Por outro lado, ela tem uma desvantagem, ou na verdade ela não se beneficia de uma discrepância de IGP, ou seja, o índice de inflação para Iguatemi ainda é predominantemente o IPCA.



Isso está sinalizando que a Iguatemi está conseguindo repassar, ter ganhos reais de aluguel nos contratos renovados. Eu queria saber se isso é uma tendência, se a gente pode esperar que isso vá continuar ao longo do próximo semestre. Como está na margem, ou nos aluguéis renovados recentemente, essa possibilidade de ter ganho acima da inflação?

**Cristina Betts:**

Bom dia, Vilazante. O aumento, na realidade, se dá basicamente porque estamos melhorando o *mix* dos nossos shoppings. Então, quando falamos que no nosso portfólio temos amplo espaço para a melhoria de resultado, isso é um dos grandes resultados. São shoppings como Market Place, Galeria, em que a gente vem mudando o *mix*, a gente vem colocando lojas de perfil superior. Isso puxa aluguel por m<sup>2</sup>, obviamente produzindo esse efeito.

Isso é um processo que continua. Ainda temos muito espaço, inclusive nesses dois shoppings, então devemos observar uma tendência continuando acima da inflação.

**Guilherme Vilazante:**

OK. Obrigado.

**David Lawant, Itaú:**

Bom dia, e parabéns pelos resultados. Eu tenho duas perguntas rápidas. A primeira é se vocês poderiam comentar um pouco sobre os *green fields* e expansão, se já há alguma coisa na fase de comercialização. Eu vi aqui que o de Brasília já está 35% vendido; se vocês poderiam falar como estão sentindo a demanda, tanto para expansão como para *green field* dos projetos novos.

**Carlos Jereissati Filho:**

Bom dia, David. A receptividade dos nossos projetos tem sido muito grande. Até mencionei no início do *call* a questão da Iguatemi ter sido a única empresa de shopping centers a ter a marca avaliada como uma das principais do país, e isso é um valor.

Então a chegada de um Iguatemi nesses mercados todos não é a chegada de mais um shopping, mas é a chegada de um shopping esperado pela população, e isso também é fato com os nossos lojistas. Então, estamos tendo uma excelente receptividade no projeto de Brasília.



Em setembro vamos fazer o lançamento comercial de Alphaville, também há uma expectativa muito grande tanto do mercado local quanto do mercado e lojistas; e tenho certeza que os projetos que a gente vai fazer, tanto de expansão, como são os projetos do Iguatemi de São Paulo, Porto Alegre já foi, o Praia de Bela também, que está em uma região que está crescendo muito, um projeto muito bonito, a gente não vê nenhum problema na receptividade e na facilidade de locação desse projetos.

**David Lawant:**

OK. Obrigado. E só mais uma pergunta rápida, se vocês me permitirem, sobre as despesas financeiras. Elas vieram em R\$14 milhões, e se a gente tirar o impacto da Resolução da CVM, 11.638, daria uns R\$12 milhões mais ou menos, para uma dívida média de R\$260 milhões. Houve alguma coisa não recorrente neste número, ou nada de mais é tudo pagamento de juros mesmo?

**Cristina Betts:**

David, se você quiser depois a gente pode repassar; na realidade, tem uma nota explicativa dentro do ITR, que abre que dentro desse número não entra só o juros em cima dos valores, mas também variação cambial e outros efeitos. A gente pode lhe passar isso off-line depois.

**David Lawant:**

OK. Obrigado.

**Chiara Quintão, Agência Estado:**

Bom dia. A minha dúvida também é relativa às despesas financeiras: por que houve este aumento de R\$1,769 milhão para R\$14,652 milhões? Se vocês puderem detalhar o que está embutido aqui. É a mesma dúvida do colega que fez a pergunta anterior.

**Cristina Betts:**

Chiara, na realidade, como o David falou, basicamente gente teve dois grandes efeitos. O primeiro é que a gente teve uma queda de disponibilidade. No 2T07 a gente tinha acabado de fazer o IPO e o dinheiro estava em caixa, rendendo então receita financeira. Do outro lado, captamos a debênture também no 2T07, que os juros entraram no comparativo; não tinha juros no 2T08, e agora tem os juros da debênture no 2T08.



Mas, além disso, a gente tem outros efeitos que variação cambial, algumas variações de correção monetária de depósitos em juízo etc., que também dão certa distorção no número.

**Chiara Quintão:**

Correção monetária de...?

**Cristina Betts:**

Temos correção monetária de algumas aplicações e temos variação monetária em cima de alguns depósitos em juízo. Mas isso ta dentro do ITR também, a gente pode detalhar mais tarde.

**Chiara Quintão:**

OK. Agora, para o 3T vai haver esse efeito no balanço também, desse peso maior das despesas financeiras, e de novo o lucro pode cair em decorrência disso?

**Cristina Betts:**

De novo, como o efeito maior vem da queda de disponibilidade, sendo que a gente já utilizou o dinheiro do IPO para fazer as aquisições e as debêntures ficam no comparativo, vai haver um efeito similar, mas no 3T07 a gente já tinha essas debêntures rodando, então ameniza no comparativo.

**Chiara Quintão:**

A base é deferente.

**Cristina Betts:**

Isso.

**Chiara Quintão:**

Obrigada.

**Operadora:**

Encerramos neste momento a sessão de perguntas e respostas. Gostaria de devolver a palavra ao Sr. Carlos Jereissati Filho para suas considerações finais. Sr. Carlos, pode prosseguir.



**Carlos Jereissati Filho:**

Eu agradeço mais uma vez a participação de todos nesta teleconferência. Obrigado, bom dia a todos, e até a próxima.

**Operadora:**

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

"Este documento é uma transcrição produzida pela MZ. A MZ faz o possível para garantir a qualidade (atual, precisa e completa) da transcrição. Entretanto, a MZ não se responsabiliza por eventuais falhas, já que o texto depende da qualidade do áudio e da clareza discursiva dos palestrantes. Portanto, a MZ não se responsabiliza por eventuais danos ou prejuízos que possam surgir com o uso, acesso, segurança, manutenção, distribuição e/ou transmissão desta transcrição. Este documento é uma transcrição simples e não reflete nenhuma opinião de investimento da MZ. Todo o conteúdo deste documento é de responsabilidade total e exclusiva da empresa que realizou o evento transcrito pela MZ. Por favor, consulte o website de relações com investidor (e/ou institucional) da respectiva companhia para mais condições e termos importantes e específicos relacionados ao uso desta transcrição."