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 2T11. Estão presentes hoje conosco o senhor Carlos Jereissati Filho, Diretor Presidente; e a senhora Cristina Betts, Vice-Presidente de Finanças e Diretora 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 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, 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, 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 Filho, que iniciará a apresentação de hoje. Por favor, Sr. Carlos, pode prosseguir.

Carlos Jereissati Filho:

Bom dia a todos. É um prazer mais uma vez recebê-los em nosso *call* do 2T da Iguatemi. Começamos este *call* no slide dois, com os *highlights* do trimestre, onde a receita líquida da Companhia bateu R$80,6 milhões, com crescimento expressivo de 20,9% em relação ao mesmo trimestre de 2010; o lucro líquido atingiu R$43 milhões, crescimento de 14%, o EBITDA da Companhia foi de R$57,7 milhões, com margem de 71,6%.

As vendas dos nossos shoppings subiram 19,6%, se comparadas ao 1T10 elas tiveram crescimento mesma área de 13,6%. Tivemos ainda um crescimento de alugueis mesma área de 12,9%, mostrando a mudança cada vez mais para melhores operações, com crescimentos expressivos, e alugueis mesmas lojas de 11,6% em relação ao mesmo período de 2010.

Tivemos ainda a inauguração do Iguatemi Alphaville, que eu detalharei um pouco mais à frente. Ele é o 13º projeto da Companhia, foi inaugurado dia 28 de abril, e recentemente eleito entre os quatro melhores shoppings da Cidade de São Paulo pelo jornal Estado de São Paulo.

Tivemos também assinatura da permuta do terreno de Ribeirão Preto, um VGV de R$10,7 milhões, que impactaram positivamente o resultado da Companhia no 2T.

Como eventos subsequentes, como eu mencionei, um trabalho constante da Iguatemi ao ver que dos quatro melhores shoppings da Cidade de São Paulo pelo ranking do Estado de São Paulo, tivemos três. Isso está de acordo com a nossa visão de ter os melhores e mais admirados shoppings nos mercados em que atuamos, mostra a consistência e o trabalho da Iguatemi, a qualidade de entrega de todo o nosso time e, obviamente, da percepção que isso traz dos consumidores.

Tivemos ainda o anúncio do projeto do Iguatemi Ribeirão, projeto que sofreu uma ampliação em sua área total, passando para 44.200 m³ de ABL. É importante, e também vou detalhar um pouco mais à frente, que esse projeto nasce no maior e mais sofisticado bairro planejado de Ribeirão, no vetor certo de crescimento da região de alto poder aquisitivo da cidade. Nasce como um complexo, como eu já mencionei, com duas torres incluídas. Acho que fortalece bastante o início desse projeto, que é o próximo projeto de lançamento da Companhia.

E também, passamos a divulgar um novo *guidance* para o mercado. A Iguatemi tem tido uma previsibilidade muito grande em seus números, e a Companhia, então, sente-se confortável em dar metas financeiras de longo prazo, onde esperamos atingir um EBITDA entre R$400 milhões e R$500 milhões em 2014.

No slide quatro, temos um *overview* do portfólio da Iguatemi, com os 13 shoppings que eu mencionei, já incluindo o Iguatemi Alphaville, que abriu no mês de abril.

Temos no slide seguinte, cinco, os cinco projetos *greenfield* em andamento da Iguatemi, além dos dois projetos de expansão. São eles: Iguatemi JK, projeto que está com a abertura para março de 2012, também detalharei em seguida; Ribeirão, como eu falei; Iguatemi Esplanada, projeto também bastante ambicioso em um dos principais pólos de crescimento do Estado de São Paulo; Iguatemi Jundiaí, Iguatemi

Rio Preto, além das expansões do Praia de Belas e Galleria, que eu detalho um pouco mais à frente.

No slide seis, como eu falei, todos os projetos já anunciados pela Companhia fazem com que atinjamos 427.000 m² de ABL para 2014. Acho que sempre vale destacar a regularidade e previsibilidade que eu falei, não só em termos de ABL, mas também nos outros *guidances* que a Companhia tem dado.

Pré-IPO tínhamos uma ABL em 2006 de 123.000 m² de ABL própria, atualmente é mais que o dobro, atingindo 266.000, e com os projetos anunciados temos, já para 2014, 427.000 m², e obviamente anunciaremos novos projetos que farão com que atinjamos o *guidance* de chegar próximo dos 520.000 m² de ABL no total em 2014.

Em relação às inaugurações, temos no slide oito a inauguração do Iguatemi Alphaville. Como eu mencionei, um shopping que já nasce bem redondo, inclusive muito bem avaliado pelo público e por um jornal importante, que é o Estado de São Paulo, que ranqueia anualmente os melhores empreendimentos. Ele nasceu com 95% da ABL locada, com as melhores marcas nacionais, tem tido um ótimo desempenho em relação à nossa previsão para o empreendimento.

Tem algumas fotos no slide nove que mostram o interior e a fachada do empreendimento. Vale uma visita *in loco* para quem puder estar aqui em São Paulo. Acho que vale ver um empreendimento da Iguatemi que já nasce bem redondo, e dentro de uma região que se adensa brutalmente. Vale observar o entorno da região do Iguatemi Alphaville para ver a enormidade de prédios comerciais, além dos residenciais próximos que estão sendo construídos, o que mostra o futuro desse empreendimento em termos de fluxo e receita nos próximos anos.

Vale destacar também, no slide dez, a abertura da expansão do Iguatemi São Paulo, um shopping bastante consolidado, o principal shopping do País, referência para o nosso mercado, que abriu sua expansão. Foi um enorme sucesso. Só para ter uma ideia, tivemos no mês de junho 14% de fluxo a mais de veículos, o que é, para um shopping consolidado na região de São Paulo, algo bastante surpreendente.

Os dois restaurantes já estão enormemente consolidados, o fluxo de gente, tanto de almoço como de jantar, é espetacular, e ajudou o empreendimento como um todo, e reforça a tese de que o Iguatemi continuará investindo na diferenciação e em novas aberturas no ano que vem, como já anunciamos a academia e outras atividades.

No slide 12, falando um pouco sobre os projetos em andamento, temos a abertura do Iguatemi JK prevista para março de 2012. Vocês têm fotos aqui que mostram o andamento da obra, próxima de sua conclusão. O shopping deve estar quase que

totalmente construído em dezembro, e aí as operações entram para fazer sua construção até março de 2012.

Teremos nesse empreendimento cerca de 30 marcas exclusivas e inéditas, o que reforça a força e o desempenho que esse projeto terá. É importante que ele tenha não só o mercado brasileiro, mas a entrada de diversas operações internacionais no Brasil. E ele tem uma ABL já comercializada de 85%.

No slide 13, uma ficha técnica mostrando um pouco do que é o projeto Ribeirão. Como eu falei, um projeto que foi ampliado, que já nasce como um complexo, na verdade, com duas torres comerciais acopladas a ele, o que garante um público cativo importante desde o seu início.

Vocês devem ter visto no nosso release todo o projeto de desenvolvimento do bairro, este bairro planejado deverá ter a quantidade de residenciais, comerciais, hotéis, enfim, tudo aquilo, assim como está, para quem conhece o mercado de Ribeirão, todos os projetos que estão sendo desenvolvidos atrás do projeto do Iguatemi são grandes complexos, Alphaville, enfim.

O que demonstra o cuidado que a Iguatemi tem de crescer com qualidade de ativos, com projetos que, não obstante o fato de altas e baixas de mercado, eles são projetos para serem dominantes em seus mercados, navegando com tranquilidade nos bons e maus momentos dos mercados que é absolutamente natural no mercado, que é absolutamente natural no ciclo de qualquer negócio.

Na página 14 você tem o status da Iguatemi Esplanada, um empreendimento que vai ser lançado em outubro desse ano, o Ribeirão será lançado em setembro, comercialmente Esplanada em outubro; Jundiaí finalizando assim como Rio Preto as aprovações junto às prefeituras locais.

Só para dar um status de andamento, você tem aqui fotos que mostram o status de andamento da expansão do Praia de Belas, com a realização do cinema, dando possibilidade para dar início a fase três do projeto, que será a construção de *decking* mais o terceiro andar completo. E o status do Galleria, também já com as obras iniciadas, com entrega prevista para o início do ano que vem.

Então, eu acho que essas são fotos que espelham bem o andamento dos projetos da Companhia, e reforça a nossa tranquilidade na entrega dos projetos e dos resultados ao longo dos próximos anos.

E então eu passo a palavra para Cristina, com detalhes do resultado do trimestre, para trazer andamento no slide de número 19.

Cristina Betts:

Bom dia a todos, obrigada pela participação. Vou pular direto para o slide 19 e falar um pouco dos indicadores operacionais da Companhia.

Então, aqui nós passamos para uma ABL total, já nesse 2T11, para 469.000 m², com crescimento de 8.7%, e ABL própria em 265.000 m², com crescimento de 12%. O total de shoppings, agora com o Alphaville, em 13, e, como o Carlos falou, uma venda total no trimestre de quase R$1.8 bilhões, um crescimento de quase 20% em relação ao ano passado; vendas mesmas lojas chegando a R$1.456, um crescimento de 10%, vendas mesmas áreas crescendo 13.6%, quase 14%.

É sempre importante ressaltar que na medida em que temos o indicador de mesma área melhor do que de mesmas lojas, significa que estamos trocando lojistas de maneira a aumentar positivamente o nosso rendimento por m².

A mesma coisa se repete no aluguel, mesmas lojas crescendo 11.6%, aluguéis mesma área crescendo 12.9%; custo de ocupação praticamente estável em 11.2%, taxa de ocupação também bastante estável em praticamente 97%, e a inadimplência também no mesmo patamar do 2T do ano passado.

Passando para o slide 20, nós falamos um pouco da demonstração de resultados da Companhia. Então, como o Carlos já falou, a nossa receita crescendo cerca de 20%, receita bruta chegando a R$90 milhões; o nosso EBITDA chegando a praticamente R$58 milhões, um crescimento de 16% em relação ao trimestre anterior, com uma margem total de 71.6%.

Nosso EBIT chegando em R$51.7 milhões, crescimento de 17%, e o nosso lucro líquido chegando em R$43 milhões. Nosso FFO em R$48 milhões, então a margem FFO de bastante saudável de 61%.

Quebrando um pouco a receita no slide 21, nós temos a quebra da receita bruta, então conseguimos ver o mesmo tipo de composição das receitas, comparando o 2T10 com o 2T11, o aluguel perfazendo 70% do total de receita, estacionamento em 16%, e taxa de administração e outros com 14%.

Crescimento bastante saudável também, na mesma ordem, da receita bruta total, com destaque em estacionamento, dado que estamos cobrando, em relação ao trimestre anterior, vários shoppings que antes não tinham cobrança de estacionamento, e que fazem esse resultado aumentar.

Quando quebramos, no lado direito do slide, a receita de aluguel, nós vemos o mesmo tipo de composição no aluguel, aluguel mínimo crescendo 15%, mas o destaque

realmente pra parte de locações temporárias com 36% de crescimento, ou seja, toda a parte de merchandising, quiosques, assim por diante, que nós comercializamos dentro dos shoppings centers, e também um destaque para o nosso aluguel percentual que cresceu 27%, basicamente em função das vendas terem crescido acima do *breakeven point* dos contratos, então, aumentando 27% trimestre contra trimestre.

Olhando o slide 22, com detalhamento do EBITDA e do lucro líquido, como eu tinha mencionado, nós temos o crescimento do EBITDA absoluto em 16.2% chegando a R$57.7 milhões no 2T11, e no lucro líquido um crescimento absoluto de 14%, uma margem de 53.3%.

Quando nós olhamos no slide 23 o nosso posicionamento de balanço, nós vemos que nesse trimestre, a primeira vez em vários trimestres que nós mostramos uma dívida líquida como eu já havia mencionado nos trimestres anteriores; quer dizer, esse é um posicionamento que nós vamos ao longo do tempo aumentar um pouco. Então fechamos esse trimestre com uma dívida líquida de R$38 milhões, um caixa total de quase R$1 bilhão, uma dívida praticamente igual, quer dizer, uma dívida líquida praticamente zerada, mas que ao longo dos próximos trimestres isso deve aumentar.

Lembrando que a nossa dívida está contratada, ela é uma dívida referente à construção, então, à medida que formos construindo os nossos novos *greenfields*, as nossas expansões, essa dívida vai entrando no balanço.

Nossa expectativa é de, no ponto máximo de dívida líquida sobre o EBITDA, chegar a um índice de mais ou menos uns 2, e não passando muito mais disso. Quando olhamos o cronograma de amortização de dívida também bastante tranquilo. Nós temos a amortização mais próxima à primeira série de debêntures, começando daqui a um ano. E nós temos 2015 e 2016 com a amortização da segunda série das debêntures, e a parte mais azul escura da amortização referente à parte de financiamento das construções.

Quando olhamos o perfil da dívida, no lado direito inferior do slide, nós vemos ainda, no gráfico de pizza, uma predominância da nossa dívida estar indexada a CDI, mas tudo que entra de dívida de construção, tanto de BNDES, quanto de crédito imobiliário em cada TJLP e TR, respectivamente, então essas partes azuis mais claras do nosso gráfico de pizza devem aumentar ao longo do tempo, sendo predominante em relação ao CDI mais para frente. Então também é uma posição bastante tranquila e bastante saudável em relação ao balanço e à parte de dívida.

Por fim, fechar a nossa apresentação com o *guidance.* Na página 25 nós reiteramos o nosso *guidance* de 2011, então um crescimento de receita líquida de 25% a 30% de receita líquida, e a manutenção da nossa margem no ano de 70% a 72%.

A política de dividendos, como já tínhamos anunciado no ano passado, é continuar com a distribuição mínima de R$0,73 por ação, que daria um total de distribuição no ano de R$50 milhões, ou como dividendo ou como JCP.

Acho que a novidade no nosso *guidance* que soltamos esse ano, nesse trimestre agora, é que começamos a dar um *guidance* de EBITDA de longo prazo. Então, como o Carlos falou no começo da apresentação, nós temos sido bastante previsíveis, nossos resultados, nós temos uma visão bastante clara de onde queremos chegar e como queremos chegar, então estamos bastante tranquilos em soltar esse *guidance* de EBITDA, que mostra que devemos chegar em 2014 com um EBITDA entre R$450 milhões a R$500 milhões, que seria um crescimento similar ao que temos apresentado no histórico inteiro da Iguatemi, que é um crescimento real de 25% a 27% ao ano.

Com isso encerramos a nossa apresentação, agradeço a todos pela presença e estamos abertos agora a perguntas e respostas.

Leonardo Liborio, Raymond James:

Olá. Bom dia a todos. Eu tenho duas perguntas. A minha primeira pergunta é em relação ao *guidance* de longo prazo. Se vocês pudessem dar uma noção de margem, o que vocês estão esperando em termos de projetos para chegar nesses R$450 milhões, R$500 milhões em 2014.

E a minha segunda é em relação ao novo plano para o Iguatemi Ribeirão, podemos ver que teve um aumento no CAPEX por m², se vocês pudessem comentar também um pouco sobre isso. Essas são as minhas perguntas. Obrigado.

Cristina Betts:

Oi, Leonardo. Eu vou responder às duas perguntas, e aí eu deixo os comentários para o Carlos no final. Mas em termos de margens, o nosso *guidance* para 2014, achamos que a nossa margem deve ficar ao longo do tempo chegando próximo vamos dizer aos *mid 70s*. Então, estamos dando *guidance* nesses anos de 70% a 72%, devemos superar 72% ao longo dos anos porque na medida em que crescemos vamos amortizando, diluindo o nosso custo fixo. Então, a margem percentual deve ser maior ao longo do tempo, mas chegando por volta desses *mid 70s*.

Na parte do Ribeirão, realmente o CAPEX cresceu bastante, há duas coisas aqui nesse CAPEX de Ribeirão. Primeiro, obviamente, a inflação, quer dizer, as coisas mudaram de preço e está incluído nessa perspectiva do CAPEX para até o lançamento do shopping.

Segunda coisa dentro desse CAPEX, eu não sei você reparou no nosso Release, mas começamos o shopping com 44.000 m², mas vamos chegar em 2018 a ter 51.000 m². Então, ele já nasce com uma expansão prevista para 2018. Para que isso aconteça, já estamos preparando nessa primeira fase toda a estrutura necessária para essa expansão.

Então, tem fundação reforçada, várias coisas que serão necessárias que não precisaremos fazer lá na frente. Então, esse CAPEX já inclui um pedaço disso, que seria a preparação para esses 7.000 m² adicionais.

Carlos, eu não sei se você quer acrescentar alguma coisa.

Carlos Jereissati Filho:

Não, eu acho que você explicou tudo. Só lembrar que temos um aumento de quase 2.000 m² de ABL, que tem essa preparação já para essa expansão prevista para 2018 de 7.000 m², obviamente você tem um *shell*, não é um *shell* total mas você tem toda a fundação e preparação deixada para essa área, com pé direito e enfim, o que obviamente melhora a taxa de retorno da expansão quando ela vier em 2018.

Então, eu acho que o projeto comporta, é um shopping muito regional, é um shopping que pega toda aquela região e eu tenho certeza que tem tudo para ter um desempenho bastante forte no mercado de Ribeirão.

Leonardo Liborio:

Está OK. Muito obrigado.

Marcello Milman, BTG Pactual:

Bom dia a todos. A minha pergunta, o balanço, quando olhamos voltando do contas a receber dos clientes de vocês, teve um aumento bem substancial nesse trimestre em relação ao anterior e até quando comparado com o final do ano passado. Olhando em mais detalhes, vemos uma conta no balanço de vocês aumentando que é de coparticipação e a receber que teria pulado de R$3 milhões para R$30 milhões. Se vocês pudessem só esclarecer o que é isso? Que linha de receita é essa que está gerando um aumento de recebíveis tão grande? Isso seria bom. Obrigado.

Cristina Betts:

Oi, Milman. Bom dia. Então, essa parte de coparticipação na realidade tende a crescer mais ainda. O que está acontecendo aqui? Você vê que os alugueis a receber fica, obviamente quando você olha até no ITR, você vê que o de dezembro é mais alto

porque tem dezembro, é aquele aluguel dobrado, então você tem um contas que fica no balanço pendurado para o mês seguinte, fica um aluguel mais alto.

A parte de coparticipação é basicamente em relação, à medida que vamos assinando contratos dos novos empreendimentos, temos sempre essa parte de à receber de coparticipação que é quebrado de zero a 24 meses, depende do contrato.

Então, na medida em que vamos empilhando projetos a inaugurar, e abrimos comercialização, vamos tendo essa coparticipação aumentado de valor e ela cresce mais rápido do que vamos recebendo.

Vai chegar um momento em que inauguramos toda a comercialização de todos os shoppings que devemos abrir, e aí iremos amortizar, mas enquanto isso ela está entrando mais rápido do que vamos amortizando.

Marcello Milman:

Sim, mas a coparticipação em si, Cristina, em que consiste? Quer dizer, luvas normalmente até a contabilidade é ao contrário, você recebe, vai para aquele passivo lá de resultados futuros e depois vocês vão reconhecendo na medida do contrato. O que seria a coparticipação propriamente dita?

Cristina Betts:

Isso sim, uma coisa, isso aqui, na realidade, a coparticipação a receber é o que o lojista nos paga pelo espaço que vamos entregar. Então, isso aqui está pendurado como coparticipação a receber ainda dos shoppings que já foram inaugurados.

Marcello Milman:

É como se fosse uma luva então, se eu entendi direito?

Cristina Betts:

Sim.

Marcello Milman:

OK. Que vocês ainda não receberam no caso.

Cristina Betts:

Isso.

Carlos Jereissati Filho:

Cris, acho que vale comentar também o VGV do terreno.

Cristina Betts:

É, o VGV também está aqui, mas ele não fica na coparticipação, ele está em baixo, naquela outra linha. Ele está na linha outras.

Marcello Milman:

Está legal. Obrigado.

Bruno Brandão, Citigroup:

Bom dia a todos. Eu só tenho uma pergunta. Essas outras receitas operacionais que vocês tiveram líquidas de R$8,5 milhões, vocês foram beneficiados principalmente por essa permuta no valor líquido de R$10,7 milhões. Eu queria só saber o que vocês estão vendo nos próximos trimestres em termos de outras permutas ou outros valores que vocês possam realizar no futuro. Obrigado.

Cristina Betts:

Oi, Bruno. Eu começarei respondendo e aí o Carlos pode complementar. É o seguinte, então, até estávamos dando indicação dele em nosso Release, não sei se você reparou, que temos bastante espaço no entorno dos nossos shoppings para verticalização, sem comer o potencial de expansão dos shopping centers.

Como o nosso foco são empreendimentos de público A e B, então ele casa muito bem com essas torres comerciais e obviamente é um efeito sinérgico porque abastece o shopping de demanda, e quem trabalha prédio comercial e que tem um shopping em baixo sabe a conveniência que é.

Realmente faz muito sentido já nascer os empreendimentos com essas torres em cima, principalmente quando elas são torres comerciais. Então, ele deve ser, eu não vou dizer que haverá todo o trimestre permuta, mas ele é de certa forma recorrente, devemos ter isso em todos os nossos empreendimentos. Exatamente quando durante o ano isso vai acontecer, depende muito durante as negociações, mas que isso deve ser em todos os anos uma coisa, no curso do ano, bastante recorrente.

Carlos Jereissati Filho:

Cris, eu queria reforçar esse ponto. Eu acho que é importante observar que todos os nossos projetos hoje não são projetos únicos e exclusivos de shopping centers, mas são grandes complexos. Existe um potencial, pelo tamanho dos terrenos que temos hoje, como a Cris falou, que não impede de termos crescimento da área de varejo, da parte de shopping, mas possibilita que verticalizemos pela qualidade dos terrenos que temos.

Então, há essa possibilidade de fazer complexo de uso misto onde basicamente estamos falando de complexos comerciais, torres de escritórios, mas podendo também ter outros usos, mas fundamentalmente isso.

Então, vai ser recorrente em todos os anos, como a Cris destacou, é difícil precisar qual o trimestre, mas ao longo dos anos essa será sim uma fórmula recorrente da Companhia e na medida em que a Companhia cresça vocês vão ver isso acontecendo mais e mais nos projetos, principalmente nesses projetos relacionados ao interior de São Paulo.

Bruno Brandão:

Está bem. Obrigado.

Marcelo Motta, JPMorgan:

Oi. Bom dia a todos. São duas perguntas. Ainda continuando sobre essa parte de *land swaps*, eu entendo que talvez não seja recorrente todo *quarter* mas é recorrente todo ano. Haveria alguma indicação de quanto esse valor poderia somar em cada ano?

E a outra pergunta seria sobre o CAPEX dos shoppings, vimos que houve a revisão do CAPEX de Ribeirão, eu queria saber se o CAPEX para os outros *greenfields*, o quão alinhados estão com o que vocês esperam, e se nós talvez pudéssemos esperar um aumento também nesse CAPEX dos próximos *greenfields*.

Cristina Betts:

Bom dia. Nós normalmente não damos *guidance* individualizado nos itens individuais. Então, nós damos *guidance* na receita líquida total e na margem EBITDA. Acho que o que nós combinamos no ano passado, quando demos *guidance* para 2011, é que fôssemos dar *guidance* para o ano da receita total, sem falar “Exceto isso, com isso, sem aquilo”. Porque quando começamos a falar “*adjusted* alguma coisa”, começa a dar muita confusão.

Então, decidimos que nosso *guidance* para o ano é *all inclusive*, tem tudo dentro. Então, toda vez que dermos *guidance* no ano já está incluído o que nós imaginamos ter de permuta de VGV e crescimento de EBITDA também.

Então, quando damos nosso *guidance* de 2014 também está incluído nesse crescimento de 25% a 28% ao ano o que imaginamos também ter de permuta para frente.

A segunda pergunta, sobre o CAPEX. Quando divulgamos também em nosso *release* o CAPEX, lembra que divulgamos sempre líquido de 'luvas' o que estamos recebendo no caixa efetivamente, descontado o que estamos gastando em termos de construção.

Então, se temos inflação quando divulgamos no lado da construção, também temos o efeito na parte de 'luvas'. Nosso contrato de coparticipação, assim como os aluguéis também são ajustados por índices inflacionários, então ele tem o mesmo acompanhamento. Então, quando você vê em nosso *release*, você vê pouca movimentação porque tem movimento para os dois lados.

Marcelo Motta:

OK, perfeito. Obrigado.

Bianca Cassarino, Goldman Sachs:

Bom dia a todos. Queria pedir para vocês comentarem um pouco sobre a taxa efetiva de imposto, que nesse trimestre veio menor do que a média histórica, se isso deve ser sustentado daqui para frente ou não.

E minha segunda pergunta é à respeito do *same-store rent*, que nós vimos um dos maiores níveis na Companhia, e qual a expectativa de vocês para o resto de 2011? Obrigada.

Cristina Betts:

Oi Bianca, bom dia. Referente ao imposto, na realidade a Iguatemi é, como todas as empresas de *real estate*, uma consolidação de várias SPEs que carregam os empreendimentos diferentes. Então, quando temos abertura de novos shoppings, dependendo do faturamento de cada SPE e tal, acabamos caindo no lucro presumido.

Lucro presumido acaba dando um efeito, para nós, no consolidado de Imposto de Renda, uma taxa efetiva de imposto menor. Então, por exemplo, com a inauguração

do Alphaville, isso teve esse efeito e possivelmente nós tenhamos efeitos positivos também indo um pouco mais para frente, com a inauguração de novos shoppings.

Então, depende um pouco dessa abertura. Mas via de regra nós devemos ter sempre um efeito positivo comendo, dependendo do tamanho do empreendimento e de como as SPEs estão sendo inauguradas.

Na segunda parte do *same-store rent* e do *same-area rent*, acho que tivemos realmente um trimestre muito favorável. Tivemos ocupação de espaços, troca de lojistas muito pertinentes, e devemos ter – você lembra que o 2S é sempre mais forte do que o 1S. Tivemos um 2T10 razoável, mas acho que também tivemos um 2S muito forte no ano passado. Então, acho que possivelmente não vejamos um número percentual de aumento tão forte quanto vimos nesse trimestre, mas um número também bastante expressivo.

Carlos, você quer complementar em termos da ocupação?

Carlos Jereissati Filho:

Acho que é isso que você falou. Está bem dito.

Bianca Cassarino:

Perfeito. Obrigada.

David Lawant, Itaú:

Bom dia a todos. Tenho, na verdade, duas perguntas bem rápidas: a primeira, queria saber com quanto conforto vocês estão com relação ao *guidance* de crescimento de receita, dado que não tem mais expansão de área relevante para entrar no ano, acho que só o Praia de Belas no final? E o crescimento de receita do 1S11 contra o 1S10 está um pouco abaixo do *guidance* de 25% a 30%. Então, queria entender como está o conforto de vocês para chegar nesse *guidance* específico do ano. Esta é a primeira pergunta.

E a segunda, também rapidamente, sobre a questão da permuta: queria só entender um pouco, Cris, se você poderia falar sobre como é o recebimento caixa desse valor? Ele é ao longo do fluxo de caixa do projeto, é uma permuta financeira e vem entrando ao longo do fluxo de caixa do projeto? Ou tem alguma coisa diferente? Obrigado.

Carlos Jereissati Filho:

Cris, deixa só eu responder a primeira rapidamente, depois te deixo na segunda. Vale lembrar que a Iguatemi tem cinco estratégias de crescimento, não só aquelas que têm mais visibilidade, como *greenfields* e expansão, mas temos duas ou três que incluem, inclusive, aquisição de participação. Então, acho que isso tudo tem que ser levado em consideração para que possamos atingir esse número.

Então, como eu disse desde o começo, acho que esta tem sido a máxima da Companhia nesses últimos quatro anos: o grande barato e o grande segredo desta Companhia é a previsibilidade dela e o compromisso com o *guidance* dado. Então, se eu te respondi, acho que você lembra sempre das cinco estratégias que a Companhia tem para crescer, que com certeza temos esses movimentos para fazer que garantem que cheguemos lá no resultado previsto da Companhia para o ano.

E eu passo para a Cris, para responder a segunda. Obrigado.

Cristina Betts:

Oi David, bom dia. Esse negócio da permuta de VGV, realmente até pelas normas contábeis, quando fechamos o contrato somos obrigados a reconhecer a receita dentro da competência dela. Então, reconhecemos a receita no ato em que fechamos o contrato. Mas o fluxo de caixa difere.

De fato, o fluxo de caixa acompanha a entrada da venda, vamos dizer assim, das Torres lá na frente. Então, ele fica 'pendurado' como um recebível e aí depende muito da negociação. Cada negociação varia, mas via de regra ela acompanha o fluxo de caixa do empreendimento mesmo.

David Lawant:

OK. Obrigado.

Caimi Reis, Deutsche Bank:

Bom dia a todos. Vocês poderiam atualizar com está o projeto Iguatemi Jundiaí, como estão as negociações com a prefeitura local, por favor? Obrigado.

Carlos Jereissati Filho:

Caimi, é o seguinte: sobre o nosso projeto de Jundiaí, que é talvez um dos maiores e também dos grandes projetos que a Companhia tem, que tem uma visibilidade muito grande, ele tem um problema de origem que está muito próximo da rodovia, então tem

todo um trabalho de acessibilidade dele e construção de marginais, o que inclui, inclusive, previsão de um sistema viário com viadutos e tal.
Existe uma discussão muito grande em relação ao desenho desse sistema viário, com uma indefinição por parte da prefeitura, o que tem atrasado e dificultado a aprovação desse projeto. Ele está sendo negociado, acho que temos avançado, mas não temos uma previsão ainda bem definida para o início desse projeto. Então, temos esse pequeno problema em relação a Jundiaí, que acredito que consigamos solucionar entre o final deste ano e o início do ano que vem.

Caimi Reis:

OK. Mas só uma continuação: se a prefeitura não topar fazer essa alça de acesso, vocês fariam ou como ficaria a situação?

Carlos Jereissati Filho:

O projeto vai ser feito. Obviamente que, a partir do tempo que o projeto demora ele vai sendo modificado. O Iguatemi tem um redesenho bastante interessante para esse projeto. Não prejudica, ele vai ser feito. Apenas eu diria que ele vai perdendo a prioridade em relação a outros projetos. Talvez vejamos um projeto ainda na frente dele, uma vez que não tenhamos o projeto aprovado junto à prefeitura. Então, como temos um *pipeline* bastante representativo de projetos, vamos alterando as prioridades. Mas não acho que ele seja prejudicado na execução de forma alguma.

Caimi Reis:

OK. Obrigado.

Guilherme Mazzilli, Ashmore:

Bom dia. Primeiro, parabéns pelos resultados. Minha pergunta é com relação ao *same-store sales* de vocês: queria saber se você viu alguma desaceleração em julho, de conversar com os lojistas, se eles estão demonstrando algum tipo de preocupação com relação ao cenário de consumo para frente? Se você puder abrir isso entre âncora e satélite, seria interessante. Obrigado.

Carlos Jereissati Filho:

Na verdade, tivemos um junho fantástico. É claro que em relação à Copa do ano passado, sempre foi algo que acabou prejudicando um pouco o fluxo, então um junho fantástico; julho, nós tivemos um movimento muito bom em todos os nossos empreendimentos. Não houve nenhuma questão, pelo contrário; para quem olha o

mundo e os resultados que estão falando para nós, o mundo real aqui está trabalhando bastante diferente, um crescimento expressivo em várias áreas.

Obviamente que existe uma movimentação natural, e essa é a beleza do nosso negócio: algumas categorias vão melhores do que outras, nós vemos talvez uma redução em eletroeletrônicos mas vemos um crescimento na categoria de joalherias, calçados e vestuário, que vieram bem fortes, tanto em junho quanto em julho. Então, a movimentação natural dos números dentro do negócio.

Então, eu diria talvez que com números um pouco antagônicos, algumas melhores, outras piores, mas nada que indique uma desaceleração, nada que indique uma preocupação para nós em termos de resultado para o final do ano. O mercado continua bastante aquecido. É claro que tem movimentações, como eu falei, nas categorias, o que é natural, de um ano para outro, mas nós não temos nenhuma visualização nos nossos empreendimentos e nenhuma dificuldade em relação ao consumo interno.

Guilherme Mazzilli:

OK, muito obrigado.

Marcello Milman, BTG Pactual:

Se eu puder fazer mais uma pergunta, voltar ao ponto da permuta. Só para entender, talvez na época que vocês tenham feito isso pela primeira vez eu não tenha entendido corretamente; vocês estão tendo várias receitas, várias rodadas de reconhecimento de receita nessa operação por que, mesmo?

Normalmente seria uma vez só ou continuamente ao longo do projeto. Vocês estão tendo algumas receitas de R$10 milhões, R$11 milhões. Queria entender como é a contabilidade disso.

Cristina Betts:

É o seguinte. Na parte do VGV, especificamente para o VGV, nós temos varas permutas em terrenos diferentes. Então, por exemplo, no 2T10 nós tivemos a permuta referente a um pedaço do Praia de Belas. Não era nem anexo ao shopping, mas era um terreno que é próximo ao Praia de Belas, e no 3T nós tivemos na frente do shopping Praia de Belas, uma outra permuta.

Nesse trimestre, nós estamos tendo uma permuta...

Carlos Jereissati Filho:

Acho que vale reforçar, porque existe um erro de compreensão: Praia de Belas foi um projeto, agora estamos falando de outro projeto. Então, eu vi até na sua observação falando sobre o projeto Praia de Belas, acho que vale destacar que nós temos três permutas diferentes, agora Ribeirão é uma outra. Só para deixar claro, porque acho que não está...

Marcello Milman:

Não estava claro aqui. Obrigado.

Cristina Betts:

Tudo bem. Então, o que acontece? Como nós estamos vendo essa possibilidade interessante de verticalizar nossos projetos, e nós temos espaço. Como o Carlos falou quando ele respondeu para o David, que nós temos terrenos muito grandes, nós conseguimos fazer essas permutas em terrenos diferentes, shoppings diferentes, que fortalecem os empreendimentos.

Então, para cada permuta dessa estamos falando de uma permuta diferente, via de regra, em um shopping diferente. é que o Praia de Belas, na realidade, eram dois terrenos separados, mas que estão no entorno do Praia de Belas. Esse é de Ribeirão, OK?

Marcello Milman:

OK, ficou claro. Obrigado.

João Arruda, Votorantim Corretora:

Bom dia. Em relação ao *guidance* de 520 mil m², eu queria saber, tem várias possibilidades, mas até, especialmente para o *greenfield*, até quando vocês acham que é um prazo considerado razoável para conseguir entregar isso até 2014, para nós vermos o anúncio desses projetos.

E eu queria perguntar também sobre o *guidance* de EBITDA para 2014, se vocês já consideram esses 520 mil m² no início do ano, ou podemos ver isso ainda entregue no decorrer de 2014, e mantendo esse *guidance* de EBITDA que foi dado. Obrigado.

Cristina Betts:

Bom dia. Referente ao *guidance*, é o seguinte. Nós já temos, com tudo que está anunciado, por volta de 430 mil m², seriam 90 mil m² a anunciar, e estamos falando que disso mais ou menos metade seria expansão, metade seria *greenfield.*

Mas a verdade é que ao longo do tempo, como nós temos um portfólio de projetos que nunca morre, pode haver algum tipo de alteração nessa composição entre expansões e *greenfield*, ou até mesmo aquisições.

Mas nós pretendemos chegar, então, até esses 520 mil m² em 2014, e nós estamos falando sempre no final do ano.

Agora, como os 520 mil m², estávamos conversando na Companhia, dá margem a muita discussão com os analistas sobre como isso rentabiliza e não rentabiliza. E a verdade é que estamos sempre buscando rentabilizar mais o m². E para fazer projeção talvez fosse mais interessante essa meta financeira.

Então, nós decidimos mudar o nosso *guidance* exatamente em função disso. Nós estamos bem tranquilos com os R$450 milhões, R$500 milhões de EBITDA para 2014. É uma meta e um número que nós tem dentro da Companhia, nós discutimos isso muito no Conselho, então é uma coisa que alinha todo mundo, todos os *stakeholders,* de uma forma mais uniforme. Então, estamos bem tranquilos com esse *guidance* de R$450 milhões, R$500 milhões de EBITDA.

João Arruda:

OK. Dá para dizer que seria uma mudança de métrica do *guidance*, então?

Cristina Betts:

Eu diria que é um complemento, porque só o ABL... Nós podemos dizer assim, posso adicionar o quanto ABL quiser, mas se ele rende pouco, o que isso quer dizer no *bottom line*, no dinheiro no bolso? Então fica essa discussão: vou abrir por abrir, vou abrir como? Então, acho que isso reforça um pouco o que temos dito nos últimos *calls*, que a nossa preocupação, na realidade, é adicionar projetos melhores do que nós temos.

Então, podemos dizer que vamos mais que dobrar o ABL da Companhia. É verdade, mas temos colocado projetos melhores do que a média do que temos no portfólio hoje.

Carlos Jereissati Filho:

Eu queria reforçar esse seu ponto, que eu acho importantíssimo que se perceba que esse novo *guidance* na verdade clarifica exatamente esse conceito de produtividade e qualidade de ativos que a Companhia tem, e várias dessas receitas que às vezes não estão visíveis com clareza, como é o caso, por exemplo, da verticalização dos projetos pela possibilidade e da qualidade dos terrenos que nós temos.

Quer dizer, se você olhar o projeto do Iguatemi Esplanada, do Rio Preto, você verá, mesmo a Galeria do Futuro, Iguatemi Campinas, que todos esses projetos têm enorme possibilidade de expansão do shopping existente, portanto varejo, mas também é uma possibilidade de verticalização e de receitas adicionais, seja para aluguel, seja para produção de VGV.

Então, acho que o *guidance* financeiro clarifica e demonstra com maior exatidão o potencial que a Companhia tem de gerar resultado com os ativos que tem. Mais do que só a ABL é percebida na comparação com o mercado.

João Arruda:

OK. Obrigado.

Operadora:

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

Carlos Jereissati Filho:

Mais uma vez, então, agradeço a participação de todos no *call* desse 2T da Iguatemi. Reforço que qualquer dúvida adicional pode ser esclarecida pelo pessoal de relações com investidores. Prazer, obrigado, e até a próxima.

Operadora:

Concluímos, 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."