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 primeiro trimestre de 2017. 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/ri e pela plataforma do Engage-X, onde a apresentação também 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 recebê-los na nossa teleconferência relativa ao 1T17. Como de costume, iniciaremos com os destaques do 1T.

Vale a pena relembrar, que no trimestre passado nós comentamos que o pior já havia passado, e nós imaginamos que esse era o contexto daquele final de ano. Também é válido dizer que esse 1T, principalmente no final, demonstrou uma expectativa de melhora, apesar de ainda não podermos criar um paradigma para o futuro, mas indica uma relativa recuperação do consumo, o que nos anima e aos lojistas. Esperamos que isso se confirme nos próximos trimestres.

Tivemos algumas indicações importantes, algumas ainda estão por vir, como essas reformas que geram flexibilidades para custo, como a Reforma Trabalhista, Lei de Terceirização e outras. Mas tem também essa parte que o governo lançou, como o saque do FGTS que anima o consumo, e veremos se isso é consistente para ajudar os próximos trimestres e as vendas dos nossos empreendimentos, que seja uma melhora para nós como um todo.

Nós tivemos a venda total atingindo R$2,9 bilhões no 1T17, um crescimento de 5.2% em relação ao ano anterior. Já as vendas das mesmas áreas cresceram 1.6%, e as vendas das mesmas lojas 1.7% no trimestre. Nós tivemos aluguéis das mesmas lojas, aumentando 7.3%, e o aluguel das mesmas áreas crescendo 6.9% no mesmo período.

Nossa receita líquida atingiu R$167,3 milhões, um crescimento de 4,3% e o EBITDA ficou em R$125,8 bilhões, uma queda de 2,5% em comparação ao trimestre passado, com uma margem ainda bastante significativa de 75,2%, que é um trabalho que nós sempre mencionamos dentro da Companhia, não só melhorando seus índices e tendo essa resiliência mesmo nesse período que foi difícil para o comércio como um todo, mas também um trabalho forte na manutenção e redução de despesas, que é consistente e irá continuar. Enfim, nós pretendemos continuar trabalhando firme para manter a mesma dinâmica ao longo do ano.

O lucro líquido atingiu R$50,6 milhões, 30,8% acima do 1T16, com algumas melhorias de despesas, como o evento que a Cris irá comentar. E o FFO atingiu R$77,1 milhões no trimestre, com 18,5% acima do 1T16. A alavancagem fechou no 1T em queda de 0,04, que tem sido um dos objetivos da Companhia, que é a desalavancagem para a abertura de balanço e oportunidades num futuro próximo. Nós fechamos a dívida líquida sobre o EBITDA em 3.19x, com queda de 0,08 em relação ao 1T16.

E como evento subsequente, nós tivemos a aprovação AGO, pagamento de dividendos de R$120 milhões, conforme anunciado, referente à 2016.

Com relação aos projetos na página seguinte ABL atual que é de 455 mil m^2, e tem uma previsão de chegar até 488 mil m^2 no final de 2019, são dois projetos que estão em andamento.

O primeiro deles está em construção, que é o Fashion Outlet, já começou com a parte das fundações e até o meio do ano as estruturas serão iniciadas e o projeto acelerado, uma vez que nós recebemos essa melhoria do mercado e um interesse maior pelo projeto e para a realização de investimentos. E o Fashion Outlet Nova Lima, também anunciado para 2019, são os projetos que estão no *pipeline* da Companhia para alcançarmos os 488 mil m^2 que eu mencionei.

No slide seguinte, temos o *highlight* desses dois empreendimentos, em relação a inauguração e a porcentagem de investimento da Companhia. A partir daqui eu passarei a palavra para a Cristina e ela dará sequência a apresentação.

Cristina Betts:

Bom dia a todos. Obrigada pela presença no nosso call.

Passando para o slide oito, falando dos principais indicadores operacionais, a nossa ABL total cresce mais ou menos 4,3%, chegando até 746 mil m^2, e a ABL própria chegando em 454 mil m^2, 2,5% basicamente contando com a expansão do Iguatemi Porto Alegre, que adicionou 20 mil m^2 em abril do ano passado, acho que ano que vem, estaremos neste indicador.

Olhando o total de shoppings são os mesmos 17, e vendas, como o Carlos já havia mencionado, R$2.9 bilhões. As vendas das mesmas lojas, o Carlos também já tinha comentado, 1,7% sobre 1,8%, praticamente *flat*, as vendas das mesmas áreas também 1,6%, em linha com o que foi venda mesmas lojas, e aluguéis das mesmas lojas 7,3% e mesma área 6,9%, também bastante saudável.

O custo de ocupação ficou *flat* na comparação trimestral, 12,7%, a taxa de ocupação também praticamente estável em 93%, e nossa inadimplência líquida bastante controlada em 3,7%, também *flat* contra o 1T16.

Olhando no slide nove a demonstração de resultado, a receita bruta vem em R$193 milhões, um crescimento de quase 7%, a receita líquida de R$167 milhões, um crescimento de 4,3%. Custos e despesas vieram praticamente estáveis, como no ano passado, um leve aumento de 1,6%, e como o Carlos mencionou, foi um trabalho muito

grande na parte de eficiência, especialmente no que tange ao *backoffice* e operação de holding. Lembrando que na parte de custos dessa área ainda tivemos um acréscimo em abril do ano passado.

Olhando a diferença do EBITDA em 2016 versus 2017, outras receitas, despesas operacionais nesse trimestre, ficaram praticamente zerado, quando no ano passado tivemos diversas coisas acontecendo, dentre elas bastante venda de pontos, o que nos deu um resultado de R$9 milhões positivo.

Resultado de equivalência patrimonial praticamente *flat* também, um pouco influente, o EBITDA fecha em R$126 milhões, uma leve queda de 2.5%, mas que descontado os *non-recurrings* que aconteceram no 1T16, nós teríamos uma margem operacional positiva do ano. A margem EBITDA 75%, mas ainda é bastante saudável e dentro da nossa expectativa e do *guidance*.

O EBIT fechou em R$99 milhões, e a receita das despesas financeiras com uma queda substancial de 16%, chegando em R$43 milhões, dado que a Companhia está menos alavancada e a taxa de juros contribuiu bastante para a queda.

Em pontos de vendas, veio substancialmente menor do que no ano passado, devido de alguns créditos de períodos interiores, nós fechamos o lucro líquido em quase R$51 milhões, um crescimento de quase 31% em relação ao 1T do ano passado, e um FFO bastante forte de R$77 milhões, um crescimento de praticamente 16%.

Olhando a página 10, a queda da receita bruta de aluguel, como falei, a receita bruta cresce quase 7% e conseguimos ver dentro dessa quebra bastante saudável, o aluguel crescendo 8,1%, a taxa de inflação está estável, o estacionamento crescendo 4,8% e outros crescendo 4,9%.

A maior parte vinda do aluguel, e olhando esse crescimento de 8,1% no aluguel, o grosso vindo de aluguel mínimo, que é um número bastante importante, pois o aluguel mínimo é o que é corrigido pela inflação, o que nós faturamos automaticamente, um *overage* um pouco mais baixo, dado que estamos convertendo esse *overage* em aluguel mínimo nas renovações de locações, e as locações temporárias praticamente *flat* ano contra ano.

Olhando na página 11, custos e despesas, temos aqui os custos crescendo 10%, também com o reflexo da ABL, e também a ocupação de algumas áreas, onde foi um pouco menos ocupada do que o trimestre passado, mas o grande esforço veio da parte de despesas, com uma queda de 16%, nosso esforço contínuo para rever processos e

buscar eficiência de uma maneira inteligente, vendo o que podemos fazer com a parte de sistematização, novos contratos, renegociações com fornecedores e assim por diante.

E olhando essa queda nas despesas, a queda nas despesas administrativas, uma queda de 14%, remuneração em ações 81%, e o pré-operacional, dado que nós temos somente uma obra rodando, e bem menor do que a de Porto Alegre, caindo 83%, então todas as linhas contribuíram para essa queda de despesas.

Olhando a posição de balanço na página 12, nós fechamos o trimestre com uma dívida total de R$2 bilhões, uma queda de 10%, tivemos a amortização das debêntures no 1T; disponibilidades fechando em R$364 milhões, uma dívida líquida, portanto, levemente abaixo do fechamento do ano, em R$1,650 bilhão. O EBITDA de 12 meses em 518, com uma dívida líquida sobre o EBITDA de 3,19x, e o custo da dívida total *all in* fechando em 103% do CDI, aumentando o prazo médio da dívida para 4.9 anos.

O cronograma de amortização na parte de baixo do slide mostra que o cronograma é bastante confortável e espalhado de amortização, sem picos que podem comprometer a disponibilidade da Companhia. Olhando o slide 13, a parte de perfil de dívida. Praticamente 75% da dívida é diretamente ligada ao CDI, temos algumas partes menores ligadas a TR, que eram os créditos imobiliários antigos, a TJLP que era a dívida com o BNDES, e outros basicamente ligado ao IPCA, uma tranche da terceira debênture que nós fizemos em IPCA e outras coisas menores.

E no lado direito do slide por modalidade, nós vimos trocando, para quem nos acompanha desde o início, quando nós fizemos o IPO e começamos a buscar financiamento para o crescimento orgânico da Companhia, nós fizemos um índice de crédito imobiliário do BNDES que, ao longo do tempo, foi morrendo. Em um dado momento, nós migramos para debêntures, que era mais novo, mais barato e fazia mais sentido e agora de novo olhando a oportunidade de mercado, fazendo emissão de CRI, então com 41% na nossa carteira de dívida em CRI.

Para encerrar o slide 15, falando um pouco do nosso *guidance*. Nós continuamos com o nosso *guidance*, com um crescimento de receita líquida ao ano de 2% a 7%. Como mencionamos, nós fechamos o trimestre em 4,3%, a margem EBITDA entre 73% e 77%, fechando bem no meio com 75%, parece que combinamos, ficando bem no meio. E o investimento 80 a 130, fechando o trimestre com quase R$41 milhões de investimento.

E com isso nós terminamos a nossa apresentação e estamos à disposição para qualquer pergunta que vocês tenham. Obrigada.

Gustavo Cambava, BTG Pactual:

Bom dia a todos. Eu tenho duas perguntas. A primeira em relação às vendas, que vocês comentaram que março foi um mês mais forte, que cresceram em todos os shoppings. Quando vocês olham ativo por ativo, dá para tirar, talvez, alguma conclusão do que, talvez, está se recuperando mais rápido - dentro do portfólio de vocês estão os ativos mais antigos ou se essa recuperação mais forte está vindo nos ativos em maturação, se os esses ativos mais novos que foram inaugurados recentemente. Então, se vocês poderiam falar um pouco se dá para tirar alguma conclusão, olhando os grupos de ativos ou as regiões dominantes, etc.

E a minha segunda pergunta é em relação ao *outlet* no Paraná. Vocês poderiam falar um pouco mais do que aconteceu no distrato? Se houve alguma questão específica com esse ativo ou se de alguma forma vocês estavam, talvez, repensando a estratégia de *outlets;* enfim, como é que está a visibilidade para os outros dois que vocês mantiveram na carteira. Enfim, vocês poderiam falar um pouco dos *outlets*, o que aconteceu com o distrato no Paraná. É isso, obrigado.

Carlos Jereissati Filho:

Sobre a primeira pergunta, eu acho que vimos uma melhora, de certa forma, geral, foi isso que nos animou porque não é uma questão específica. Claro que alguns empreendimentos vão melhores do que outros. Tivemos alguns empreendimentos que estão em fase de consolidação, como é o caso de Rio Preto, por exemplo, que vem integrando e que é, enfim, um shopping novo, mas muito bem estruturado que vem agora, abriu até o comércio residencial funciona, a cidade que vai aprendendo o caminho, a região.

Então, você tem alguns movimentos, mesmo em Sorocaba, aquela discussão toda no passado de que tinha muita ABL, mas a questão da dominância do empreendimento, então você tem um *Flight to Quality*, vimos vários momentos que, conjugados com uma economia melhor, ajudaram a Iguatemi São Paulo com toda essa movimentação e muitas lojas procurando, lojas interessadas e, mesmo de rua, em entrar.

Você vê que há vários movimentos que conjuntamente ajudaram diversos empreendimentos nossos a dar uma fortalecida no resultado e mostrar a tendência de que já estamos vendo que é algo que já tem certa consistência, mas ainda é cedo para

afirmar que isso é para o ano inteiro. Mas já percebemos neste mês e no próximo de que é um efeito meio geral que estamos vendo.

Na questão do *outlet*, na verdade, é o que eu acho de dinâmica da carteira. Vimos que temos a oportunidade e estamos sempre balanceando essas oportunidades. O nosso trabalho de *outlet* continua. Temos um em operação, redondo, já indo muito bem com algumas oportunidades, inclusive, de ampliar.

Estamos olhando para Santa Catarina e começando a obra, o Paraná foi uma oportunidade de olhar outras oportunidades e, de repente, colocar algo na frente, então decidimos não ter de ter a obrigação de fazer nada agora e buscar outra oportunidade mais para o futuro, mas continuamos com essa nova avenida de crescimento de *outlets* bastante sólida.

Gustavo Cambauva:

Está ótimo. Obrigado e bom dia.

Rodrigo Fraga, Citibank:

Bom dia. Obrigado pela apresentação.

Eu também tenho duas perguntas. Em primeiro lugar, eu queria fazer um gancho com a pergunta do Gustavo sobre o crescimento de vendas em março. Queria saber se vocês conseguem me dar um pouco de cor de que isso mudou as expectativas de vocês para o plano. O que vocês observaram em abril, se vocês acham que o efeito, por exemplo, da Páscoa foi relevante.

E a segunda pergunta, na verdade, derivando dessa é a seguinte: caso vocês vissem as estimativas começaram a ser mesmo que marginalmente batidas com relação à crescimento de vendas, vocês veem espaço para a retirada de desconto em um ritmo mais acelerado? Ou, por exemplo, em que dia de inadimplência que, apesar de baixo, voltou para o patamar do 1T do ano passado seria um fator de cautela que faria vocês pensarem duas vezes antes de aumentar o ritmo. São essas duas, obrigado.

Cristina Betts:

Então, falando um pouco das vendas, eu acho que realmente tivemos um mês de março muito positivo e abril veio bastante parecido. Acho que se continuarmos nesse ritmo,

poderemos ter uma expectativa de chegar, eventualmente, ao topo do nosso *guidance,* mas e acho que ainda dentro do nosso *guidance*. Mas é cedo para dizermos isso.

Passaram-se quatro meses, acho que vale lembrar que março e abril do ano passado foram meses muito ruins para o varejo, então o *comp* acaba ficando um pouco mais fácil. Mas, de novo, acho que estamos bem positivos com todo o movimento que está acontecendo. Se continuarmos, acho que dá para ficar no *top end* do nosso *guidance*.

E se realmente for a dinâmica - já respondendo à sua segunda pergunta - eu acho que sim, nossa política de descontos é sempre visando adequar o custo de ocupação do lojista, especialmente naqueles shoppings que estão em maturação, nos quais estão concentrados o *growth* do nosso desconto. Como eles estão maturando em um ritmo mais lento do que seria o normal se a economia estivesse em um patamar mais padronizado, eu acho que se a venda aumenta, nós brincamos que venda é a solução de todas margens de shopping centers, então, conseguimos tirar esses descontos.

Acho que a parte de inadimplência de janeiro é sempre esperada, quer dizer, foi baixa, como sempre no 1T e eu acho que é bastante normal. Então, nós não temos muito essa preocupação com a inadimplência, até porque toda essa política de descontos que estamos fazendo é exatamente para minimizar o efeito da inadimplência, porque para nós o que vale é o custo de ocupação.

Então, voltando à sua pergunta original, eu acho que sim, se continuarmos nessa toada de melhora de varejo, da expectativa, de tudo que está acontecendo, será fácil, sim, diminuir o desconto ao longo do ano. Dá para remover tudo? Eu, pessoalmente, acho que não, mas poderia ser melhor do que tínhamos originalmente orçado.

Rodrigo Fraga:

Está ótimo. Muito obrigado.

Luiz Maurício Garcia, Bradesco:

Bom dia. Eu tenho duas perguntas. A primeira, vocês levantaram alguns pontos, mas se você puder falar um pouco do *gap* de *same-area sales* para *same-store sales*. Vimos um *same-area sales* um pouco abaixo do *same-store sales*, em uma situação um pouco atípica. Eu queria que vocês comentassem se isso faz parte de uma estratégia de ter lojas que podem até inicialmente ter um volume menor, mas que contribuam com o *mix* como um todo. Enfim, o que estaria por trás dessa iniciativa no 1T.

E também falar um pouco de taxa de ocupação, vimos um cenário de melhora da confiança, como é que vocês estão vendo isso, refletindo na ocupação. O que podemos esperar da taxa de ocupação daqui para frente? Ela ficou praticamente *flat,* um pouco abaixo do 4T, mas como é que vocês estão vendo daqui para frente?

Cristina Betts:

Oi, Luiz. O *same-store sales* and *same-area sales* têm uma explicação muito simples que é a seguinte: à medida que vamos trocando os lojistas, acho que na parte de vendas há uma maturação da venda, mas na parte de aluguel, sempre que o lojista assina o contrato, existe uma carência, até porque isso aqui é uma agenda de entrada e a carência é de justamente dois ou três meses, que ajuda a fazer esse início porque toda vez que um lojista entra, ele faz a obra, paga estoque, o *setup* é bastante caro, então é a nossa maneira de ajudar quando passamos a carência.

Então isso aqui é só porque realmente está tendo bastante mudança e quando estabilizar, não só nós colocarmos lojistas os quais acreditamos que fortalecem muito o *mix.* Então, a parte de vendas é natural de vir, mas o aluguel também porque essa carência cai e entra no *ongoing* do aluguel.

Carlos Jereissati Filho:

Sobre a taxa de ocupação, o que olhamos, na verdade, temos dentro desse trimestre que começa melhor, esse ano que começa melhor, uma das coisas que estamos assistindo é uma tendência de melhorar toda a nossa parte de área vaga.

Como nós temos um trabalho sempre muito detido na questão do *mix*, estamos olhando através de uma visão de média e longo prazo e queremos fazer operações que realmente aproveitem esse espaço vago para mudar e fortalecer ainda mais o empreendimento, nós, às vezes, temos de ser um pouco mais lento, mas uma das coisas que estamos assistindo e que claramente manterá uma melhora ao longo desse ano é uma taxa de ocupação nos nossos *malls.*

Acho que temos um trabalho muito forte, há duas métricas fortes quando entramos em 2017 além da questão da despesa é, por um lado, melhorar a ocupação dos nossos *malls,* enfim que há bastante oportunidade para fazer. Estamos muito focados nisso e temos muita oportunidade para colocar coisas para dentro e agora que o mercado está voltando, recuperar o interesse do mercado, então é importante que ocupemos esses

espaços com a melhor das operações que existem e formulamos, então estamos vendo uma melhora. E também a questão da desalavancagem.

Então, esses são os três pontos para os quais estamos fortemente olhando neste ano e que, graças a Deus, estão indo à direção certa.

Luiz Maurício Garcia:

Obrigado.

Bruno Mendonça, Santander:

Bom dia, pessoal. Eu tenho duas perguntas. A primeira, deixem-me explorar um pouco a pergunta do Luiz sobre *same-store rent* e *same-store sales.* Na verdade, a relação com o custo de ocupação. O que continuamos vendo é um *gap* não desprezível de *rent* sobre *sales.*

Então, se vocês puderem falar um pouco mais sobre quais são as iniciativas que tem permitido que o custo de ocupação não sub, isso é a função de um condomínio mais baixo? Ainda é iniciativa de condomínio? Ou é *mix* ou, talvez, outra coisa relacionada a desconto para novos lojistas? Essa é a primeira pergunta.

E a segunda pergunta, talvez mais para a Cris, sobre o CAPEX. Foram R$40 milhões no 1T, o *guidance* está entre R$80 e R$130 e como não há nenhuma entrega de projetos neste ano, se vocês puderem falar um pouco mais se há uma iniciativa pontual relacionada à manutenção acontecendo agora, talvez algum acordo de o que é o *mix* de manutenção de expansão, o que é o CAPEX do *outlets* e o que é manutenção, poderia ajudar. Obrigado.

Cristina Betts:

Então, falando do custo de ocupação e do que está acontecendo, da mesma forma em que estamos trabalhando na parte despesa na holding, continuamos trabalhando na mesma iniciativa, inclusive, é o mesmo grupo de trabalho que olha para condomínio. Então, temos uma iniciativa bem mais forte no condomínio porque a parte de compras e tal tem uma relevância muito maior para a massa de grana que vai para condomínio do que para a holding, que estamos falando de gatos pingados dentro do que é a nossa holding, incluindo o CFC.

Então, realmente é muito pouco. Precisamos ver qual é a quantia de dinheiro com a qual podemos trabalhar no condomínio. Então, realmente temos feito e cada vez que fazemos uma *Request for Proposal*, tiramos 10%, 15% e 20%.

E não é nem porque é simplesmente um trabalho inteligente de falar o seguinte: "qual é o padrão das coisas de que precisamos? Qual é o shopping que precisa de um tipo de flor, de segurança, de limpeza, etc.?" Então, temos realmente feito esse trabalho ao longo do tempo e acho que cada vez que administramos mais, isso vai ficando melhor, então vamos tendo outras ideias, buscando mais eficiência e realmente temos conseguido retornos relevantes na parte de condomínio.

Então, esse custo de ocupação realmente tem o aluguel que sobe, mas quando você olha o que há na parte de condomínio e também mesmo talvez no fundo de promoção, mas é realmente mais focado na parte de condomínio, nós temos feito progressos muito interessantes.

Na parte do CAPEX, é verdade que temos uma entrega esse ano, é uma obra que está começado agora realmente a esquentar os motores. E temos bastante coisa acontecendo em Santa Catarina e neste trimestre, nós também tivemos coisas que têm a ver com o *ongoing* do shopping e também há no sistema e tal, mas nada que fuja do dia a dia do que estamos fazendo. Está bem tranquilo de chegar ao nosso *guidance* de R$80 milhões a R$130 milhões e estaremos, com certeza, dentro desse valor.

Bruno Mendonça:

Então, a curva desse ser concentrada no primeiro 1S e alivia bem no 2S ou não necessariamente?

Cristina Betts:

Não necessariamente, porque também depende um pouco do ritmo das coisas que vamos fazer e também dos contratos que nós temos. Então, eu não posso dizer isso agora a você porque depende um pouco também da programação da própria manutenção e da obra de como vai acontecer. Mas para o ano está tranquilo.

Bruno Mendonça:

E o grosso é a expansão ainda? E a manutenção é pequena nesses outros?

Cristina Betts:

Sim.

Bruno Mendonça:

Está bom. Obrigado.

Enrico Trotta, Itaú BBA:

Bom dia a todos. Tenho duas perguntas. A primeira fazendo um pouco o *follow-up* daquela primeira pergunta do *outlets* que o Cambauva fez, pelo que eu entendi, foi uma decisão de realocar o investimento, talvez postergar esse *outlet*, olhar mais para frente, talvez vocês estejam vendo outras oportunidades de investimento mais atrativas no curto prazo.

Se você fosse, de fato, realocar esse CAPEX e esse investimento seria destinado ao *outlet* do Paraná e o que vocês têm visto de oportunidade de investimento que vocês acham que parecem mais atrativas no curto prazo. É, de fato, realocar isso para alguma expansão tem alguma aquisição, algum pedaço de shopping que vocês veem como interessante ou surgindo no mercado para vocês fazerem agora no curto prazo. Eu queria entender, parece que tem alguma outra oportunidade mais interessante do que propriamente desenvolver o *outlet* e o que seria.

E a segunda pergunta, nós vimos a revenda de ponto caindo bem. Eu queria entender o que vocês esperam, o que nós deveríamos projetar de revenda de pontos para o resto do ano. Basicamente é isso, obrigado.

Carlos Jereissati Filho:

A sua primeira pergunta, *outlet*, na verdade é como eu falei, eu brinquei com a história da carteira dinâmica, mas o fato é isso, nós estudamos várias oportunidades ao mesmo tempo. Algumas oportunidades que aparecem acabam sendo talvez mais interessantes que outras, e nós vamos modificando um pouco o que nós temos para investir em determinado momento.

Eu não posso lhe dizer claramente quais são as oportunidades, mas posso dizer que sim, nós estamos muito interessados no mercado de *outlet*, nós continuamos focados. Outras oportunidades estão surgindo. Hoje em dia nós estamos só, como você falou,

postergando coisas e deixando uma agenda aberta para essas oportunidades que estão surgindo. Não dá para lhe definir exatamente o que é ainda, mas são coisas que vão aparecendo.

Na questão da revenda de pontos, é muito difícil você prever com exatidão qual é trimestre que vai cair esses movimentos, porque às vezes as coisas atrasam, negociações e tal, que acabam escorregando para um mês ou outro, e às vezes ficando fora de um trimestre.

Eu acho que é basicamente isso, mas a previsão para o ano, nós estamos bem dentro, acho que deve até acontecer algumas coisas a mais, que vão aparecendo no horizonte, em função de toda aquela dinâmica que eu mencionei, do maior interesse, de que o comércio está voltando e os shoppings produzem maior revenda de pontos ou atingem maior qualidade, e você vê o maior interesse de ocupar esses espaços, que ainda existem vagas nessas duas propriedades.

Então eu acho que a dinâmica já é positiva, embora exista deslocamento ao longo do ano.

Enrico Trotta:

Perfeito, Carlos. Obrigado.

Eduardo Ribeiro, Credit Suisse:

Bom dia. Primeiramente, obrigado pela disponibilidade. Na verdade, eu tenho duas perguntas. A primeira, que a Iguatemi tem conseguido entregar reduções consistentes de custo e despesas, e de custos condominiais também. Vocês poderiam comentar conosco duas iniciativas nessa frente, quanto ainda tem espaço para reduzir custo?

E a segunda, se puderem comentar um pouco da evolução da comercialização das torres comerciais, principalmente a de Porto Alegre. Mas se puderem passar um *update* de *market place* também seria ótimo. Obrigado.

Cristina Betts:

Falando um pouco da parte de despesas e custos. Até comentamos no trimestre passado, que na parte de despesa, de holding, nós tivemos realmente uma redução nesse trimestre, mas acho que ao longo do ano nós devemos comer um pouco daquele resultado e nós devemos ficar pelo menos crescendo nominalmente ao longo do ano.

Acho que nós estamos há quatro anos caindo, e eu acho que é difícil continuarmos numa queda nominal *ad eternum*. Por mais que estejamos negociando várias coisas, então aqui nós acreditamos que em algum momento teremos uma leve retomada, mas, acredito, abaixo da inflação.

Na parte de condomínio, aí eu acho que tem um impacto muito grande para trabalharmos. Cada linha de custos no condomínio tem várias quebras, então você fala assim "Vou trabalhar manutenção". Manutenção é uma infinidade de coisas que você pode olhar desde equipamentos distintos, até processos, até o sistema.

Por exemplo, uma das coisas que nós estamos fazendo nesse ano é a de revisar todo o processo de manutenção preventiva dos shoppings. Nós trocaremos o sistema que nós usamos, então isso tudo vai melhorando a eficiência e depois nós conseguimos fazer mais com menos e assim vai.

Projetos não morrem nunca, nós realmente continuamos sempre olhando e não é só de negociar com fornecedor e ficar apertando mais, mas também é de realmente olhar e aprender com o processo que nós temos, e fazer aquela melhoria contínua. Depois disso, eu diria para você que nós ainda vamos ter um espaço grande, talvez com promoção.

Como a massa de condomínio é muito mais relevante, nós sempre olhamos condomínio, mas acho que ainda temos espaço para promoção. Eu diria assim: está perto de acabar? Não. Eu adoro esse assunto de custos, falando sério, eu sempre acho que dá para fazer melhor e mais eficiente. Sempre surge uma tecnologia nova, sempre surge uma maneira de fazer o processo diferente. *Ongoing forever*, mas eu acho que realmente tem bastante espaço de compressão.

Carlos Jereissati Filho:

Na parte de torres, nós não vemos nenhuma surpresa no horizonte. Nós sempre apostamos na questão das torres atreladas a shopping center como um equipamento diferente do *free standing building*. Então, nós percebemos hoje, ao longo do tempo dessa experiência que nós temos uma vantagem competitiva de estarmos atrelado a um empreendimento comercial e que isso deixa lhe um pouco à margem da disputa do prédio *free standing*.

Porto Alegre, nós estamos indo muito bem, em linha com o que nós planejamos, na medida em que a torre ficou pronta e o mercado, a visitação, nós percebemos que as

negociações estão correndo e correndo rápido, em linha com a nossa expectativa. Nós temos uma expectativa de ocupação ao longo de um ano, então a coisa vem acontecendo com bons locatários.

E também o *market place*, mesmo durante os períodos mais difíceis que foram nos anos passados, nós passamos com uma excelente taxa de ocupação, mantivemos aquela taxa de ocupação e ainda com problema nessa área. Pelo contrário, é uma das regiões que nós olhamos com bastante oportunidade para um futuro próximo. Então, estamos bastante tranquilos em relação às torres.

Eduardo Ribeiro:

OK, muito 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:

Eu agradeço mais uma vez a oportunidade e as perguntas em relação ao nosso 1T17 e como de costume nós deixamos o nosso pessoal de relações com investidores à disposição de vocês caso tenham alguma dúvida adicional. 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."