

**Resultados do Quarto Trimestre de 2017**  
**13 de março de 2018**

**Operadora:** Bom dia e obrigada por aguardarem. Sejam bem-vindos à teleconferência da **Aliansce** para discussão dos resultados referentes ao **quarto trimestre e ano de 2017**.

Estão presentes hoje conosco os senhores **Rafael Sales, Vice-Presidente, Renato Botelho, Diretor Financeiro e de Relações com Investidores, Leandro Lopes, Diretor de Operações, Mauro Junqueira, Diretor de Investimentos e Daniella Guanabara, Diretora de Estratégia e de Relações com Investidores.**

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

Esse evento também está sendo transmitido, simultaneamente, pela internet via webcast, podendo ser acessado no endereço <http://ri.aliانسce.com.br/>, onde se encontra disponível a respectiva apresentação. O *replay* desse evento estará disponível logo após seu encerramento por um período de uma semana.

Gostaríamos de informar que perguntas só poderão ser feitas através do telefone, caso você esteja conectado pelo webcast sua pergunta deverá ser enviada diretamente para a equipe de RI pelo e-mail [ri@aliانسce.com.br](mailto:ri@aliانسce.com.br)

Antes de prosseguir, gostaríamos de esclarecer que eventuais declarações que possam ser feitas durante essa teleconferência, relativas às perspectivas de negócios da Companhia, 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 Companhia e podem conduzir a resultados que diferem, materialmente, daqueles expressos em tais considerações futuras.

Agora, gostaríamos de passar a palavra ao **Sr. Rafael Sales**, que dará início à apresentação. Por favor, **Sr. Rafael**, pode prosseguir.

**Sr. Rafael Sales:** Boa tarde a todos. Obrigado pelo interesse na nossa teleconferência dos resultados de 2017.

Antes de entrarmos na apresentação, eu gostaria de fazer alguns comentários iniciais sobre o desempenho da Aliansce no ano passado. Pelo terceiro trimestre seguido, nós vimos fortes sinais de recuperação dos nossos resultados e fechamos o ano de 2017 com crescimentos significativos nos principais indicadores financeiros.

O nosso NOI cresceu 7,9% durante o ano, o EBITDA cresceu 11,5% e o FFO quase 65%. Este desempenho foi resultado da melhora dos nossos indicadores operacionais durante o ano com aumento da receita e queda de custos, principalmente aqueles relacionados ao PDD.

Um dado muito importante a se destacar também é o desempenho de vendas de nossos lojistas. A tendência positiva de recuperação se consolidou ao longo do ano e as vendas totais dos nossos shoppings apresentaram crescimento de 9,8% no ano passado.

Outro ponto que vale mencionar é o crescimento orgânico de vendas totais em nossos shoppings. Crescemos mais de 5% em vendas nos mesmos shoppings no quarto trimestre de 2017. No momento atual de início de recuperação de economia e com uma quantidade acima da média de lojistas novos em nossos shoppings, o indicador de venda dos mesmos shoppings tem se mostrado a melhor métrica de vendas para avaliar a saúde e performance dos nossos portfólios.

Este crescimento demonstra resiliência em nossos ativos e sua capacidade de entregar forte crescimento orgânico. Nos parece um indicador melhor atualmente do que olhar apenas *same store sales*. Obviamente, o *same store sales* ainda é um dado importante, porém, menos preciso hoje quando, no caso Aliansce, temos 22% da base de lojas ocupadas por operadoras diferentes hoje comparado à base de 24 meses atrás.

Sobre os indicadores de vendas nas mesmas lojas do portfólio, destacamos que no quarto trimestre nós tivemos crescimento de 2,7% em termos de *same store sales*, o terceiro trimestre consecutivo de crescimento deste indicador.

Em termos de *same store rent*, tivemos crescimento de 2,5%, o que representa um incremento de 1% em termos reais. Além da performance de vendas, os nossos indicadores operacionais também continuaram a demonstrar bom desempenho, como resultado do trabalho de gestão comercial com intensa alocação de áreas e substituição de lojistas.

Como temos mencionado nos últimos trimestres, a entrada de lojistas com melhores métricas operacionais promove aumentos expressivos nas vendas das

lojas trocadas. As lojas substituídas desde o quarto trimestre de 2016, por exemplo, apresentaram melhora de vendas por metro quadrado de mais de 30%, bastante acima da média do portfólio.

Como temos comentado há algum tempo, os esforços de recuperação de inadimplência tem sido um dos principais focos da nossa gestão nos últimos meses. Estes esforços já têm gerado bons resultados e, no quarto trimestre, a inadimplência líquida da Companhia foi de apenas 0,4%.

Como este resultado foi fortemente influenciado por uma alta da recuperação de títulos em aberto no quarto trimestre, nós não esperamos números tão baixos de inadimplência nos próximos trimestres. Entretanto, no ano de 2017 a inadimplência foi de 2,6%, o que acreditamos ser um patamar mais próximo do recorrente quando pensamos em 1 ano fechado.

Como consequência deste trabalho de inadimplência, o nosso custo de PDD foi reduzido em 20% no ano passado.

Agora passando para o slide quatro, eu gostaria de passar uma atualização sobre algumas das principais iniciativas da Companhia durante o ano de 2017. Um tema que vale comentar é sobre a implementação do nosso novo sistema de gestão Aliansce, o SGA 3.0. Este processo está em forte ritmo de implantação e a elaboração do orçamento para o ano de 2018 foi baseado no resultado dos estudos que deram suporte ao SGA 3.0.

Nós esperamos ter resultados importantes em mix e precificação, que serão capturados gradativamente ao longo dos próximos três anos.

Além disto, uma das consequências do SGA 3.0 é uma nova forma de incentivo para a área comercial. As metas dos executivos desta área serão orientadas pelo novo modelo de *pricing e mix*. Assim, esperamos extrair ainda mais valor do potencial do nosso portfólio utilizando nossa escala de 31 shopping administrados e quase 7.000 lojas.

Outro ponto a ressaltar, que já comentamos há pouco, são as iniciativas para aumentar a eficiência do recebimento de aluguel. Como dissemos há alguns meses, este seria um dos principais focos da gestão no segundo semestre do ano passado e o resultado vem se concretizando com a queda expressiva na inadimplência dos nossos lojistas.

Na área financeira, continuamos com as medidas visando o reposicionamento do perfil da nossa dívida, terminando o ano de 2017 com uma exposição de aproximadamente 40% ao CDI.

Em 2018 daremos seguimento à nossa estratégia de pré-pagamento ou eventualmente de renegociação das dívidas mais caras, reduzindo assim o nosso

custo financeiro.

Ao final de 2017, concluímos uma importante reestruturação, transferindo as operações do Bangu Shopping e do Boulevard Shopping Belo Horizonte para a Holding da Aliansce, com isso simplificando nossa estrutura societária e esperamos gerar benefícios econômicos para Companhia.

Por último, na área de performance, nós implementamos um novo modelo de avaliação de performance dos nossos colaboradores visando maior engajamento e comprometimento com o atingimento dos objetivos de longo prazo da Companhia.

Além disto, iremos estender a participação no programa de sócios para maior número de executivos com a distribuição de *stock options* para os *top performance* e os principais talentos da Companhia.

Passando o para o slide seis, aqui eu queria mostrar para vocês algumas fotos da recente inauguração de um novo corredor no Shopping da Bahia. Este corredor integra o segundo piso do *mall* diretamente à nova estação de metrô e rodoviária. A expectativa é que este *hub* de transportes, localizada em frente ao shopping, gere um fluxo de aproximadamente 45.000 pessoas por dia. A nossa expectativa é que esta integração atraia ainda mais fluxo e fidelização dos clientes para o nosso maior shopping.

Agora, vou passar a palavra para o Renato Botelho, nosso CFO, que vai comentar os detalhes do resultado deste trimestre. Obrigado e vou estar disponível para a sessão de perguntas e respostas.

**Sr. Renato Botelho:** Obrigado, Rafael. Boa tarde a todos. Dando continuidade à apresentação, vamos ao slide oito, onde apresentamos as vendas da Companhia.

Registramos o terceiro trimestre consecutivo de vendas positivas em nossos shoppings, com crescimento de venda nas mesmas lojas de 2,7%. Estamos otimistas em relação ao primeiro trimestre de 2018, que já temos observado performance positiva nos primeiros meses do ano.

As vendas por metro quadrado já refletem o movimento de fortalecimento e troca de mix, apresentando crescimento de 3,6% no trimestre. Destaque para o mês de novembro, quando as vendas por metro quadrado tiveram uma evolução de 6%. As vendas totais no *stake* da Aliansce apresentaram crescimento de 7,8%, atingindo 1,9 bilhão. No ano de 2017, as vendas totais tiveram crescimento de 9,8% no percentual da Aliansce.

No slide nove temos os destaques financeiros da Companhia. As receitas de operações de shopping, que exclui o efeito de linearização de aluguel e a receita de prestação de serviços, cresceu 2,7% no trimestre e 6,1% no ano. A receita de

estacionamento de nossos shoppings, com crescimento de 7,6% no trimestre, foi impulsionada pelo aumento do tíquete médio ocorrido no quarto trimestre.

Passando ao slide dez, como o Rafael já mencionou brevemente na abertura, o ritmo de atividade de comercialização da Aliansce tem se mantido em um patamar elevado há alguns trimestres. Nos últimos 12 meses, comercializamos 449 lojas, um crescimento de 21,7% em relação a 2016, que representa uma área de 38 mil metros quadrados, crescimento de 21,2%.

É importante destacar novamente que o *same area sale* das lojas substituídas nos últimos 12 meses apresentou crescimento de mais de 30%. Temos observado que, de fato, os lojistas que entraram em nosso portfólio recentemente são mais produtivos e apresentam indicadores operacionais de inadimplência, custo de ocupação mais eficiente ou em níveis mais adequados do que os lojistas que saíram, ajudando a impulsionar o NOI da Companhia.

Como exemplo desta melhoria de mix, temos a inauguração em novembro do Centro Médico Parque Shopping Maceió em uma área de 2.000 metros quadrados com seis operações, que incluem clínicas, laboratórios e farmácias de manipulação. Em breve o shopping vai lançar um aplicativo por meio do qual os pacientes poderão agendar visitas, receber informações sobre suas consultas enquanto fizerem compras no shopping. Ou seja, estamos fortalecendo e melhorando o mix do equipamento.

Indo agora para o slide número 11, temos alguns indicadores de performance operacional de nossos shoppings. O custo de ocupação no quarto trimestre de 2017 foi de 9,6%, queda de 0,5 pontos percentuais comparado ao quarto tri de 2016. Esta queda foi consequência da melhora de vendas, efeitos de descontos e menor impacto da inflação sobre os reajustes dos aluguéis nos últimos 12 meses.

Estratégia de qualificação do mix de nossos shoppings aliadas à recuperação da economia gerará as condições necessárias para a evolução da receita de aluguel no nosso portfólio.

Por fim, a taxa de ocupação do nosso portfólio encerrou o trimestre em 96,1%, registrando melhora de 0,5 pontos percentuais em relação ao terceiro trimestre de 2017. Este patamar é consequência do esforço da comercialização e substituição de lojas, já mencionados no slide anterior, e deverá contribuir para a redução dos nossos custos operacionais com lojas vagas e fortalecimento de nossa margem bruta.

No slide 12 temos a evolução da inadimplência líquida é da receita de aluguel. A inadimplência líquida foi um dos destaques do trimestre, atingiu 0,4%, nível mais baixo desde 2011, representando uma queda de 300 bps em relação ao quarto trimestre de 2016.

Em 2017, a inadimplência líquida fechou o ano em 2,6%, redução de 250 bps em relação a 2016. Esta queda de inadimplência leva a uma redução do ritmo de despesa de PDD, que apresentou uma redução de quase 40% no trimestre e 20% no ano.

A receita de locação teve crescimento de 2,1% no quarto trimestre de 2017 impulsionada pela receita de *mall* e mídia e pela receita de aluguel percentual devido ao aumento de contratos atrelados à performance de vendas.

No entanto, aluguel mínimo apresentou uma ligeira queda no trimestre. Parte desta queda é decorrente da variação do IGP do período e no efeito dos descontos que circulam nesta linha. Vale destacar que no ano de 2017 verificamos aumento de 6% na receita de locação e 5% no aluguel mínimo.

Passando agora ao slide 13, podemos verificar pelos gráficos que o montante de descontos, contribuições e PDD nos últimos 12 meses representaram 16,3% da receita líquida da Companhia comparado com os 7,9% de 2015, o que equivaleria a um valor de R\$ 48 milhões.

Nossos esforços para recuperar parte deste valor têm rendido resultados positivos, e podemos verificar que este percentual está caindo de forma gradual. Após ter atingido o pico de 17,5% no segundo trimestre de 17, acumulado em 12 meses, temos visto uma recuperação gradual devido, grande parte, à redução da representatividade dos custos de PDDs sobre receita líquida no último ano e também devido à recente queda do custo com lojas vagas.

No próximo slide apresentamos os investimentos feitos em 2017 pela Companhia, que totalizaram R\$ 428 milhões. A Aliansce investiu cerca de R\$ 30 milhões na revitalização e manutenção dos shoppings em operação e cerca de 7 milhões em expansões pontuais em seus shoppings.

Nossa expectativa para 2018 é fechar o ano com o Capex estimado entre R\$ 90 e R\$ 130 milhões incluindo possíveis investimentos em expansões. Nosso foco continua sendo manter o nosso portfólio atualizado em termos de manutenção e aumentar a nossa exposição aos nossos *core assets*. Estes shoppings são ativos dominantes, em áreas de alta densidade, com potencial de crescimento, onde implementamos práticas de gestão, que se provou uma estratégia vencedora ao longo dos últimos anos em diversos ativos adquiridos.

Passando ao slide 15, apresentamos as principais informações sobre a evolução de estrutura de capital da Companhia. Aqui o destaque é o aumento da nossa exposição ao CDI para quase 40% no final de 2017, o que possibilitou nos reduzir a participação de dívidas indexadas a TR.

Atingimos o topo do nosso objetivo de terminar o ano entre 30% e 40% de exposição ao CDI. Com esta estratégia, o custo médio de nossa dívida, com base

nos indicadores dos últimos 12 meses, foi reduzido para 10,7% no quarto trimestre comparado a 13,3% no quarto tri de 16.

Considerando as taxas verificadas no final de 2017, o custo de dívida da Companhia seria de 9,2%. O cronograma de amortização da dívida da Companhia está adequado ao fluxo operacional de caixa e amortização nos próximos três anos permanece em um patamar de inferior a 30% do Ebitda ajustado dos últimos 12 meses.

Encerramos o trimestre com cerca de R\$ 550 milhões no caixa, mantendo níveis de liquidez adequados, o que nos possibilita seguir com nossa estratégia de gerenciamento de passivo usando parte deste caixa para pré-pagamentos e renegociação de dívidas mais onerosas.

Gostaria de abrir agora para perguntas e respostas. Nosso time está aqui à disposição. Muito obrigado a todos.

### **Sessão de Perguntas e Respostas**

**Operadora:** Iniciaremos agora a sessão de perguntas e respostas apenas para investidores e analistas. Caso haja alguma pergunta, por favor, digitem asterisco um. Se a sua pergunta for respondida, você pode sair da fila digitando asterisco 2.

Nossa primeira pergunta vem de Enrico Trotta, Itaú BBA.

**Sr. Enrico:** Boa tarde a todos. Tenho duas perguntinhas. A primeira aí na parte da reestruturação societária que vocês falaram, vocês falaram que vai ter um benefício a ser gerado dado que agora esta reestruturação societária foi concluída. Eu não sei se vocês podem abrir, mas se vocês pudessem falar um pouquinho de quais são estes benefícios econômicos, se pudesse quantificar um pouquinho para ficar mais fácil para gente.

E a segunda pergunta, olhando aí este *guidance* de Capex que vocês deram para 2018, olhando estes R\$ 90 a R\$ 130 milhões que vocês falam entre expansões em *retrofit*, vocês podiam abrir um pouco de fato o que seria expansão, o que seria *retrofit*, quais que seriam os ativos que vocês estariam mirando aqui para estes investimentos? Se pudesse dar um pouquinho mais de abertura aqui seria interessante também. Obrigado.

**Sr. Rafael:** Oi Enrico, obrigado pelas perguntas e pelo interesse. Aqui é o Rafael falando. Primeiro, sobre a questão da reestruturação, os objetivos dessa... a gente tinha nestes dois ativos que a gente trouxe para a Holding eles tinham financiamento atrelados a eles e a gente reestruturou estes financiamentos, até houve umas emissões de CRI, né, eu acho que você deve ter acompanhado, e

trazer estes ativos para a Companhia tem diversos benefícios em termos que facilidade de captação e outras formas de economia.

Eu acho que este tipo de detalhe a gente pode deixar para o RI depois dar um pouco mais de *disclosure*, assim número a número da linha, porque são vários pequenos dados, mas o pessoal aqui do RI está com todas as informações disponíveis para passar no detalhe para vocês.

Mas, de forma geral, é uma economia interessante do ponto de vista de simplificação societária.

E na parte de Capex, o mais importante... a gente sempre busca identificar oportunidades tanto de crescimento quanto de melhoria dos nossos ativos para que o... muitas vezes, assim, nem fazer a expansão a gente recupera em NOI, né. Eu acho que um dos grandes exemplos que a gente tem recente foi o caso do Carioca, em que a gente teve uma expansão muito pequena, porém, com um grande crescimento de NOI consequente.

Eu acho que um pedaço importante destes investimentos a gente imagina pelo menos R\$ 35 milhões, R\$ 40 milhões indo para este tipo de iniciativa. A gente deve continuar gastando por volta de 4% a 6% do NOI em revitalização e manutenção, que é um *ratio* que a gente considera saudável, sustentável, e outros projetos de *redevelopment* de áreas que estão precisando de reposicionamento, como é o caso do Carioca, que vão ser também desenvolvidos, devem consumir aí... completar esta diferença para os R\$ 35 milhões.

Além disto, separamos R\$ 50 milhões para expansões. Estas expansões, algumas delas, dependem de aprovações de prefeituras, de aprovações entre sócios, então não necessariamente a gente vai conseguir, de fato, realizar tudo este ano, e a gente espera, conforme essas aprovações saíam e os marcos comerciais, alguns deles dependem de ancoragem para serem celebrados, a gente vai anunciar detalhes dos projetos.

No final do ano passado, quando a gente divulgou o terceiro trimestre, a gente mostrou um projeto de expansão tanto no Taboão quanto no shopping da Bahia, ambos a gente está trabalhando para ver se a gente consegue aprovar. O do shopping da Bahia seria basicamente a gente crescer o cinema com uma área de cinema mais *premium* e também uma área de serviços ao cidadão, que é como se fosse um Poupatempo. Isto depende de a gente conseguir aprovações para a expansão dos projetos.

E no Taboão, uma expansão relevante, que tem uma demanda grande por crescimento na região dado que o shopping está há muitos anos já com ocupação muito alta e com vendas fortes, então a gente precisa sempre adequar o mix a isto.

Mas a gente vai, conforme forem aprovados e desenvolvidos os projetos, a gente vai anunciando a cada trimestre para vocês estarem bem atualizados e entenderem os projetos.

**Sr. Enrico:** Perfeito, Rafa. Obrigado, cara. Boa tarde.

**Operadora:** A próxima pergunta vem de Luiz Stacchini, Credit Suisse.

**Sr. Luiz:** Boa tarde a todos, obrigado pela apresentação. Eu também tenho duas perguntas aqui. Primeiro, eu queria entender um pouco mais a dinâmica de custos e, de uma maneira geral, tanto de shopping quanto de estacionamento, né, teve uma queda bastante expressiva aí neste trimestre. Eu queria entender se vocês ainda enxergam algum espaço para otimizar mais os níveis de custos operacionais ou se eventualmente já dá para dizer que, enfim, vocês já estão trabalhando num nível aí perto do limite da eficiência.

E também eventualmente explorar o nível de custo de condomínio dado que vocês conseguiram obter assim uma queda bastante expressiva aí de custo de ocupação, então eu acho que seria interessante se vocês pudessem explorar um pouquinho este ponto.

E eu queria entender um pouco também em relação à estratégia de vocês como vocês estão olhando para frente o *trade off* aí entre redução de vacância, diminuição de descontos e eventualmente já começar, enfim, praticar algum aumento nos valores de pedido de aluguel para novos lojistas. Eu queria entender como é que vocês estão olhando esta avaliação, o quê que faz sentido esperar nesta dinâmica dado que a gente já começa a ver nos dados operacionais uma melhora nos indicadores operacionais de uma maneira geral. Obrigado.

**Sr. Rafael:** Luiz, obrigado pela pergunta. Aqui é o Rafael. Eu vou responder a segunda e vou passar para Leandro responder as duas primeiras... desculpa, a terceira, e passar para Leandro responder as duas primeiras sobre custos de shoppings e *common cost* e custo de shopping.

Do ponto de vista de estratégia, a gente está trabalhando agora, como você sabe, para melhorar mix, desenvolver um programa de avaliação de resultados dos varejistas e dos lojistas de uma forma mais precisa, entendendo mais a realidade e a necessidade de cada um deles em termos de margem de vendas e qualquer outras métricas que podem fazer com que o resultado deles seja impactado e consequentemente nossas vendas melhor... as vendas nos shoppings melhorando a gente possa ter também um aluguel adequado, remunerando melhor o nosso investimento.

Dito isto, a gente não espera fazer aumentos *across the board* de aluguel, a gente pretende fazer principalmente a revisão de descontos ou a melhoria de resultados de aluguéis vindo da performance do shopping como um todo e da readequação

do mix.

Então, a gente já tem hoje uma base importante de novos lojistas que já estão em *ramp-up* de contratos e conseqüentemente estes descontos, que hoje afetam o nosso resultado, vão ser diminuídos por este *ramp-up* e pelo sucesso destas lojas destes novos empreendimentos.

A gente entende que as vendas melhores que a gente tem visto nas lojas recentemente ocupados nos últimos 12 ou 24 meses nos dão conforto de que a gente vai ter, sim, um aumento de aluguel e redução de descontos conseqüentemente a partir deste ano. Mas a gente entende também que é algo gradativo e obviamente eu acho que, do ponto de vista de meta e objetivos da Companhia, a gente vai ter um pedaço destes descontos e de recuperação de aluguel em 2018 e um pedaço também bem relevante em 2019.

Então, a gente imagina que vai ser bem espalhado, principalmente depois que esta retomada da economia tenha afetado de uma forma mais geral o portfólio como um todo e as regiões em que a gente está exposto.

Então, em relação aos custos, eu vou passar para o Leandro te dar uma visão geral de como estão os nossos shoppings e os condomínios.

**Sr. Leandro:** Boa tarde, Luiz, tudo bem? Primeiro, falando especificamente dos custos de estacionamento, ele reflete um esforço que foi feita na Companhia no passado, principalmente sob o ponto de vista de automatização de pagamentos e revisão de processos internos.

Então, a gente passou a adotar de maneira muito mais consistente na Companhia totens de autopagamento no sentido de reduzir custos operacionais na ponta. Então, é basicamente o reflexo deste trabalho que foi feito no passado e também unificação de sistemas, gestão de estacionamento, um pouco mais de aplicação de TI e processos. O patamar de custos de estacionamento a gente entende que está num ponto muito próximo de otimização.

Em relação a custo condominial, a Companhia começou a fazer aí um esforço de redução de custo condominial já bastante forte no início da crise, foi feito um trabalho bastante grande em *utilities* e energia, onde nós aderimos aí para mercado livre em 99% dos shoppings, todos que eram possíveis, e efetivamente a gente está capturando toda esta economia. Além disto, foi feito no ano passado em diversos shoppings revisão de contratos de serviços que trazem também alguma economia.

Olhando para frente, a empresa continua olhando para custo de condomínio sempre tentando otimizar o máximo possível. Então, dentro do modelo que a gente está adotando de novos processos, a gente vai cada vez estar trazendo um pouco mais de força de escala nestas negociações, revisão de contratos e, enfim,

a gente espera estar mantendo ou reduzido gradualmente cada vez mais esta linha de custo empresa.

**Sr. Enrico:** Tá certo, Leandro e Rafael, obrigado pelas respostas. Bom-dia.

**Sr. Rafael:** Obrigado. Tchau-tchau.

**Operadora:** Mais uma vez, para fazer alguma pergunta por favor digitem asterisco um. Favor aguardar novamente enquanto recolhemos as perguntas.

Não havendo mais perguntas, gostaria de passar a palavra o Sr. Rafael para as considerações finais.

**Sr. Rafael:** Eu queria agradecer a todos novamente o interesse e a atenção pela Companhia. A gente está à disposição para continuar respondendo às perguntas que eventualmente vocês ainda tenham sobre o resultado e sobre a estratégia da empresa, e o time de RI está à disposição para responder tudo ao longo desta semana, e, por favor, a gente espera contar com vocês no próximo *call* no trimestre seguinte. Obrigado.

**Operadora:** Obrigada. A teleconferência dos resultados do quarto trimestre e ano de 2017 da Aliansce está encerrada. Vocês podem desconectar suas linhas agora. Tenham um bom-dia.