

Resultados do Primeiro Trimestre de 2018
4 de maio de 2018

Operadora: Boa tarde e obrigada por aguardarem. Sejam bem-vindos à teleconferência da **Aliansce** para discussão dos resultados referentes ao **primeiro trimestre de 2018**.

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 este evento está sendo gravado e que todos os participantes estarão apenas ouvindo a teleconferência durante a apresentação da Companhia. Em seguida, iniciaremos a sessão de perguntas e respostas 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.

Este evento também está sendo transmitido, simultaneamente, pela internet via webcast, podendo ser acessado no endereço ri.aliانسce.com.br/, onde se encontra disponível a respectiva apresentação. O *replay* deste 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.

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 Aliansce. Antes

de entrarmos na apresentação, eu gostaria de fazer alguns comentários iniciais sobre o desempenho da Companhia no trimestre.

Continuamos observando uma tendência positiva nos nossos resultados e fechamos o trimestre com um bom crescimento nos principais indicadores financeiros. Isso é consequência do forte desempenho operacional dos nossos shoppings.

Nosso NOI cresceu 6,4%, enquanto o EBITDA recorrente cresceu 8%, uma expansão de margem de 221 bps e o AFFO que também cresceu na casa dos 19%. Esse desempenho foi resultado da melhora de nossos indicadores operacionais, impulsionados principalmente pelo aumento gradual das vendas e das receitas.

Outro aspecto a se destacar é a redução de custos. Esse efeito nos custos operacionais de shoppings deve-se principalmente à redução de provisões e maturação das áreas recentemente comercializadas. Esses contratos entram normalmente com condições especiais e agora estão começando a contribuir com seus respectivos custos condominiais. Nós esperamos ver esse efeito de melhora ao longo do ano todo, como consequência da maturação desses contratos.

Nós encerramos o trimestre de 2018 com um crescimento de vendas totais de 7,4%, também confirmando uma tendência de vendas nos nossos shoppings, isso é um crescimento maior que a recuperação do varejo em geral. O mês de março apresentou o melhor desempenho do trimestre, intensificado pelas melhores vendas durante a Páscoa.

Em termos de vendas nos mesmos shoppings, o que a gente entende ser a melhor *proxy* de crescimento orgânico, nosso portfólio cresceu 6,8% no trimestre. O *same store sales* do nosso portfólio também apresentou um bom crescimento de 4,1% no trimestre. Esse foi o melhor desempenho de *same store sales* desde o quatro tri de 2014 e, mesmo se ponderarmos pelo efeito da Páscoa, que no ano passado caiu no segundo trimestre, o *same store sales* teria sido positivo em 3%, o que é um bom crescimento real, na casa de 200 bps.

Agora indo para o slide 4, eu gostaria de passar para vocês uma atualização sobre algumas das principais iniciativas da Companhia para esse ano de 2018.

A qualidade do nosso portfólio tem sido gradativamente melhorada com a contínua busca por lojistas com o perfil adequado para cada shopping e com indicadores operacionais mais saudáveis. Hoje nós temos 23% da base de lojas ocupadas por operadores diferentes, comparado com o que tínhamos há 24 meses atrás. Isso tem se refletido no melhor crescimento de vendas nos mesmos shoppings, que inclui o efeito das lojas cujos operadores foram substituídos.

Temos visto também, ao longo dos últimos meses, um aumento da demanda de

lojistas por novas áreas, o que deve se refletir em um aumento da taxa de ocupação ao longo deste ano.

Em relação à inadimplência, tivemos um pequeno aumento em relação ao primeiro tri do ano passado, com o número atingindo 5,9%. Os nossos esforços para redução de descontos obviamente tiveram algum impacto na inadimplência, o que já era esperado. No entanto, acho que o mais importante a frisar aqui é que a redução de descontos mais do que compensou esse aumento de inadimplência, contribuindo positivamente para os resultados de NOI e EBITDA.

Além disso, como temos explicado, essa inadimplência maior no trimestre não prejudicou a contínua queda das despesas com provisionamento, dado que no acumulado de 12 meses a inadimplência cai 174 bps. Como havíamos comentado no quarto trimestre de 2017, nós esperamos fechar o ano com uma inadimplência similar à de 2017, considerando o ano fechado, com provisões gradativamente convergindo para o patamar dessa inadimplência.

Indo para outro ponto aqui, na área financeira, nós continuamos com medidas visando o reposicionamento do perfil da dívida, terminando o primeiro trimestre com a exposição de mais de 40% ao CDI.

Em 2018 nós vamos seguir com a nossa estratégia de pré-pagamento, além de renegociação das dívidas mais caras, que possuem vencimento mais longo e são atrativas em termos de preservação de liquidez da Companhia. A nossa expectativa é terminar o ano com exposição de aproximadamente 50% ao CDI, e custo médio por volta de 8,5% a 9%.

Por último, na apuração do resultado do ano passado, nós fizemos mais uma distribuição no programa de sócios da Aliansce. Este programa já contempla 23 colaboradores de um grupo de 50 elegíveis, os quais são considerados os talentos-chaves da companhia. O objetivo da Aliansce é ter distribuições de incentivos de longo prazo todos os anos, desde que atingidos os parâmetros definidos pelo Conselho de Administração. Dessa forma, esperamos alinhar ainda mais os interesses de colaboradores e acionistas.

O aspecto meritocrático do plano também contribui para manter o foco na geração de valor no longo prazo e na rentabilidade sustentável da companhia, e além disso, dar a oportunidade aos sócios-colaboradores de participarem do sucesso da Aliansce também no longo prazo. Isso tudo, porém, sem ganhos fáceis, uma vez que todos aqueles que exercerem os direitos de compra de ações terão que fazer os investimentos com recursos próprios e observarão as regras de *vesting* e *lock-up*.

Agora indo para o slide 6, aqui nós mostramos algumas perspectivas do projeto de revitalização da praça de alimentação do Via Parque Shopping, aqui no Rio. O projeto deixará o shopping com visual renovado e mais moderno, e deve trazer

ainda mais fluxo de visitantes. A obra tem previsão para ser entregue no segundo semestre desse ano.

Além da renovação da praça de alimentação, o Via Parque também está expandindo suas operações de *casual dining* com duas recentes inaugurações: o Fiametta, que inaugurou em novembro do ano passado, um restaurante italiano, e o Gula Gula, que inaugurou em janeiro agora deste ano. Essas são duas operações super consolidadas aqui no mercado do Rio de Janeiro. Para quem conhece, sabe do que a gente está falando.

Vale ressaltar aqui que o Via Parque tem uma taxa de ocupação de 96,9%, o que está acima da média do nosso portfólio.

Passando agora para o slide 7, aqui nós analisamos a atividade de comercialização da companhia, que mais uma vez foi um destaque no nosso resultado. Nos últimos 12 meses, nós comercializamos 464 lojas, um crescimento de 21,5% em relação ao mesmo período do ano anterior, e o que representa uma área de 33,5 mil m².

É importante destacar novamente que o *same area sales* das lojas substituídas nos últimos 12 meses apresentou um crescimento de aproximadamente 30%.

Agora eu vou passar a palavra para o Renato Botelho, nosso CFO, que vai comentar com um pouco mais de detalhes os resultados do trimestre. Obrigado, vou estar disponível na sessão de perguntas e respostas.

Sr. Renato Botelho: Obrigado, Rafael. Boa tarde a todos. Todos vocês já tiveram acesso aos resultados trimestrais da Aliansce publicados ontem à noite. Por isso, passaremos rapidamente pelos destaques de cada slide, e abriremos para perguntas ao final da apresentação.

Vamos passar para o slide 9, aonde apresentamos os destaques de vendas da companhia.

Registramos o quarto trimestre consecutivo de vendas positivas em nossos shoppings, com crescimento de vendas nas mesmas lojas de 4,1%, o maior crescimento desde o quarto trimestre de 2014. As vendas por metro quadrado refletem o movimento de fortalecimento e troca de *mix*, que apresentaram crescimento de 5,5% no trimestre.

No slide 10 temos os destaques financeiros da Companhia. A receita bruta, excluindo os efeitos de CDU e aluguel linear, totalizou 139,5 milhões, crescimento de 2,3% se comparado ao primeiro tri de 2017, enquanto receita líquida registrou um crescimento de 4,4%, se comparado ao ano anterior.

Em nossa opinião, o comportamento da receita líquida representa uma melhor

análise em relação à evolução dos resultados da Aliansce, uma que vez que já contabiliza todo o impacto dos descontos, incluindo aqueles deduzidos após a receita bruta. Adicionalmente, o crescimento da receita de serviços e estacionamento contribuíram positivamente para evolução da receita líquida da Companhia.

Indo agora para o slide número 11, temos alguns indicadores de performance operacional de nossos shoppings. O custo de ocupação no primeiro trimestre de 18 foi de 10,9%, uma queda de 70 bps comparado ao primeiro tri de 17. A queda foi consequência da melhora nas vendas e menor impacto da inflação sobre os ajustes de aluguel nos últimos 12 meses.

Por fim, a taxa de ocupação do portfólio encerrou o trimestre em 95,9%, permanecendo estável em relação ao 4T17. Esse desempenho indica que, apesar da variação entre as taxas de ocupação do quarto e primeiro trimestres ser considerada normal devido ao aspecto sazonal do business de shopping, a atividade de comercialização da Companhia tem sido eficaz na manutenção de tal variação a um nível baixo.

No slide 12 podemos ver que a inadimplência líquida atingiu 5,9% no primeiro trimestre de 18, um pequeno aumento em relação ao mesmo período do ano passado. Porém, uma mesma análise com o indicador dos últimos doze meses, vemos uma queda de 174 bps se comparada ao mesmo período do ano anterior.

Como o Rafael já mencionou, a redução significativa do nível de descontos no trimestre mais do que compensa esse aumento de inadimplência, o que torna essa uma dinâmica *accretive* em termos de NOI, além de não ter prejudicado a boa ocupação dos shoppings dada a demanda de novas operações.

As provisões, que atingiram o pico entre o 4T6 e o 1T17, chegaram a 6,4% da receita líquida no primeiro trimestre de 18, chegando a níveis similares aos observados no primeiro trimestre de 2016.

Passando agora para o slide 13, a tendência positiva de nossos resultados pode ser confirmada pela evolução dos números de EBITDA e AFFO. A margem de EBITDA retornou para o mesmo nível do primeiro trimestre de 2015, em 66%.

A expansão na margem da FFO é ainda maior, atingindo 30% no primeiro tri de 18 se comparada a 16% no mesmo período de 2015, uma vez que a Companhia reduziu dívidas com alto custo, aumentou a exposição a taxas de CDI e melhorou sua estrutura fiscal.

No slide 14, o CAPEX da Companhia no primeiro trimestre de 2018 foi de aproximadamente R\$ 10 milhões. A Aliansce investiu 2 milhões em manutenção e renovações de nossos shoppings e cerca de 1,6 milhões em expansões, tais como a construção do *shell* da Caçula, que será inaugurada no Boulevard Campos no

segundo semestre desse ano.

Mantemos nossa expectativa de CAPEX para o final de 2018 entre R\$ 90 e R\$ 130 milhões, incluindo possíveis investimentos em expansões e renovações.

No slide 15, mostramos as principais informações sobre a estrutura de capital da Companhia. Aqui, o destaque é o aumento de exposição ao CDI para aproximadamente 43% em março de 2018. A nossa expectativa é de que terminaremos o ano com quase 50% de exposição a esse indexador e com um custo médio de dívida entre 8,5 e 9% ao ano.

Encerramos o trimestre com cerca de 430 milhões em caixa, mantendo níveis de liquidez adequados, o que nos possibilita seguir com nossa estratégia de gerenciamento de passivo, usando parte desse recurso para pré-pagamento e renegociações de dívidas mais caras.

Obrigado, e gostaria de agora abrir para pergunta de vocês. Nosso time está à disposição para respondê-los.

Sr. Rafael Sales: Pessoal, aqui é o Rafael novamente. Antes de abrir para as perguntas eu queria comentar o último slide da apresentação, o slide 16. Aqui nós estamos abrindo os números de NOI dos dez maiores shoppings. Nós achamos interessante mostrar esses dados porque nesse trimestre teve uma diferença importante entre a receita bruta e a líquida. Isso se deve principalmente ao efeito da inflação mais baixa na receita bruta e da redução de descontos na receita líquida.

Os dados de *same stores rent* e *same area rent* sempre foram baseados na receita bruta de aluguel, por isso eles não refletem a redução importante de descontos neste trimestre. A gente achou importante dividir isso com vocês, excepcionalmente nesse tri, para mostrar a dinâmica de NOI dos nossos dez maiores shoppings.

Aqui vocês podem ver que alguns shoppings muito importantes, cuja receita de aluguel parece crescer pouco ou até cair, tiveram de fato um bom crescimento de NOI. Esse é o caso, por exemplo, do Shopping da Bahia, o nosso maior ativo, que tem tido um bom crescimento de vendas e isso tem se refletido em melhora de NOI, por meio de redução de descontos e de inadimplência.

Agora eu vou abrir para as perguntas então, e obrigado. Até mais.

Sessão de Perguntas e Respostas

Operadora: Iniciamos agora a sessão de perguntas e respostas apenas para

investidores e analistas. Caso haja alguma pergunta, por favor, digitem asterisco 1. Se a sua pergunta for respondida, você pode sair da fila digitando asterisco 2.

Por favor aguardem enquanto coletamos as perguntas.

Nossa primeira pergunta vem de Daniel Gasparetti, Bank of America Merrill Lynch.

Sr. Daniel: Bom dia a todos, obrigado pelo *call*. Acabei caindo agora no final, então só ouvi um pedacinho do Rafael falando a respeito da dinâmica do aluguel por metro quadrado. Era até uma das perguntas que eu tinha, era mais para entender um pouco com vocês como é que vocês estão enxergando essa tendência. Você comentou que realmente teve uma redução substancial dos descontos, a gente até notou isso um pouco pelas reduções, mas eu queria entender um pouco mais com você como é que você vê essa trajetória, né, a gente viu que deu uma desacelerada e ainda tem um pouquinho de queda. Então eu queria entender um pouco com vocês como é que estão os níveis de *leasingspread*, os novos contratos, como é que você está vendo isso.

E aproveitar e perguntar, a segunda pergunta seria a respeito um pouco das mudanças que estão fazendo dos *mix*, você pontuou muito bem a mudança que vocês fizeram agora no Via Parque, da entrada dos restaurantes, muito bom, o aumento de *same area sales*, mas eu queria entender um pouco com você como é que você vê esse *trade off* dentro do ambiente do *mix* em relação aos aluguéis, quer dizer, entrando com um pouco mais de *casual dining*, entrando com um pouco mais de serviço, como é que você vê o impacto no final em termos de aluguel por metro quadrado do shopping. É um pouco disso. Obrigado e boa tarde.

Sr. Rafael: Boa tarde, Gasparetti. Obrigado, muito boas perguntas.

Primeiro, falando de forma geral sobre a receita, vendas impactando receita e etc., eu acho que o que a gente quis demonstrar aqui, principalmente nesse último slide que a gente mostrou, que a gente não abre normalmente o NOI por shopping, a gente queria mostrar aqui os dez maiores e mostrar como que o efeito total das melhorias operacionais e da melhoria já do impacto de... a melhoria de performance dos varejistas novos, dos novos operadores, como isso tem se refletido em NOI, né, e isso por que? Porque tem um PDD muito menor, inadimplência consequentemente melhor, a dinâmica de aluguel de desconto tem um pedaço desses descontos, vocês sabem, que passa para receita líquida direto, e isso é um desafio porque no final tem uma questão histórica de como reportar *same store rent* e *same area rent*, que sempre foi na receita bruta de aluguel, né, então com isso não pega por exemplo os descontos que passam depois.

Então, esse foi o objetivo de mostrar aqui, e aí eu chamo atenção principalmente da Bahia né, que cresceu o NOI em 6%, e o Via Parque, que você mencionou, que cresceu o NOI em 8%. Isso já mostra que por mais que a receita bruta ainda não esteja aparecendo, a receita líquida já está.

Então, eu acho que a dinâmica importante é: segundo semestre claramente pelos os aniversários e pela dinâmica de inflação, já deve ser um momento em que a gente vai ver receita bruta muito mais numa toada normal, e o NOI ainda se beneficiando das reduções de desconto e do efeito de reduções de PDD, e a gente tem esse efeito para o ano inteiro impactando o resultado de forma positiva porque ano passado a gente teve inadimplência bem menor, este ano a gente espera uma inadimplência similar à do ano passado porque a gente está reduzindo descontos e fazendo algumas trocas, então é natural que essa inadimplência permaneça um pouco assim, e vai até viabilizar que essas trocas sejam eficazes, né?

Então, a gente imagina isso tudo tendo um efeito positivo de carregamento para o longo do ano e a gente tem visto, eu acho que o principal ponto que deve se destacar, de como imaginar o varejo, que além das vendas melhores que a gente tem começado a reportar há algum tempo, e eu sempre destaco que o crescimento orgânico dos nossos shoppings é via vendas totais, porque se uma loja não está vendendo tanto quanto a outra, ou se uma loja tem uma dinâmica diferente da outra, por exemplo, com ticket médio menor, mas eu tenho um shopping inteiro vendendo melhor, é isso que me interessa porque o nosso ativo já está construído e estruturado, né. Então, eu acho que esse é a principal questão.

Então, a gente já tem um ativo que tem que ser maximizado em rentabilidade, então, crescer 7% de vendas totais acho que esse que é o principal número que a gente tem que chamar atenção, que é basicamente muito acima do que o varejo do Brasil tem crescido, então mostra que nossos ativos estão outperformando o varejo. Isso é o número orgânico.

Isso nos dá convicção de que a gente vai de fato conseguir melhorar tanto o *top line* quanto o NOI ao longo do ano, né, como a gente veio fazendo no ano passado, nesse ano sem dúvida muito mais suportado por reduções de descontos.

E aí vamos falar um pouco de *leasing spread*, que tem muito a ver com a tua segunda pergunta, que, pela primeira vez depois de alguns trimestres, a gente está vendo um *leasing spread* positivo, na verdade, a gente teve um *range* de 0% a 5% positivo depois de ter tido um negativo de 10% no quarto trimestre ainda, apesar de esses 10% negativos do quarto trimestre, como a gente tem falado, eles são positivos do ponto de vista de NOI porque a inadimplência é muito menor, né, praticamente não tem inadimplentes nos contratos novos, e nesses novos contratos agora de primeiro trimestre a gente teve uma boa atividade de *leasing*, como vocês também viram aí no *release*, então a gente também teve uma consequente... eu acho que a demanda, né, por áreas novas tem nos ajudado a ter agora *leasing spreads* mais positivos, e combinado com o fato de a gente ter de fato bastante desconto dentro da carteira, então a gente pode ir combinando, fazendo um trabalho, que é o que a gente tem feito, muito granular de identificação onde que tem opções e alternativas de crescimento.

Do ponto de vista de gestão de *mix*, né, como você falou eu acho que muito bem, é um exemplo bem interessante, né, as substituição de *casual dining*, entradas de *casual dining* substituindo outros tipos de operadores. Acho que o mais interessante aqui é que, primeiro, o *casual dining* ele é um atrator de fluxo para determinadas áreas dos shoppings, né, então, o quê que isso nos beneficia? Isso beneficia que se a gente tiver áreas do shopping que tinham âncoras que não estavam performando tão bem, eu colocar *casual dining* normalmente ainda é uma área de atração, ocorre atração. E âncoras, como vocês sabem, principalmente nos shoppings um pouco mais antigos, a gente tem contratos específicos longos, né. Então, o âncora normalmente não era um pagador de um aluguel muito alto.

Então, ao substituir âncora, como aconteceu não só no Via Parque, mas em Bangu, por *casual dining*, normalmente eu tenho na média ou até um aumento de aluguel, e foi o que a gente de fato conseguiu em alguns casos.

O mais importante é que algumas vezes essas áreas estavam com operadores que estavam mais fracos também. Então, esses caras, além de terem um aluguel muitas das vezes menor, outros casos eles não estavam pagando há algum tempo já estavam com descontos para a gente não ter aquela área vazia. E com essa substituição eu tenho uma melhor qualidade não só de pagamento e de receita e resultado financeiro para a companhia, mas também de fluxo e de melhor ambiência para os shoppings e experiência como um todo.

Então, hoje a gente vê o *casual dining* como uma ótima opção para a gente, principalmente porque a gente pode levar para áreas especificamente que demandam esse tipo de fluxo.

Já a questão de serviços é muito mais por uma complementariedade do *mix* do shopping, e muitas vezes pode ter rentabilidade adicional como pode ser simplesmente para trazer um fluxo melhor, um fluxo que que não ia até ao shopping muitas vezes. Então, são dois *drivers* importantes de valor. A gente tem medido isso com muita granularidade, e, como eu disse, o principal *driver* de NOI tem sido as vendas totais dos shoppings, a gente tem visto isso claramente, que vendas totais têm sido muito mais importante do que *same store sales*. Tá bom?

Sr. Daniel: Tá ótimo, Rafael, Obrigado. Boa tarde para vocês.

Sr. Rafael: Obrigado. Boa tarde.

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

Novamente, para fazer uma pergunta digite asterisco um, *1.

Não havendo mais perguntas, eu gostaria de passar a palavra para o Sr. Rafael

para as considerações finais.

Sr. Rafael: Bom, agora eu só queria agradecer pela atenção. Acho que a gente fica à disposição para responder quaisquer dúvidas adicionais, e mantenham contato. Muito obrigado. Um abraço.

Operadora: Obrigada. A teleconferência dos resultados do primeiro trimestre de 2018 da Aliansce está encerrada. Vocês podem desconectar suas linhas agora. Tenham um bom-dia.