



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 ano de 2016 e 4T16. Estão presentes hoje conosco o Sr. Carlos Jereissati Filho - Diretor Presidente; e a Sra. Cristina Betts - Vice-presidente de Finanças e Diretora de Relações com Investidores.

Informamos que 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:

Bom dia a todos. É um prazer mais uma vez tê-los aqui na teleconferência da Iguatemi referente ao 4T16 e ao ano de 2016. Acho que o primeiro ponto é falarmos um pouco do cenário de 2106, um ano desafiador que nós tivemos pela frente, e acho que mesmo dentro desse cenário, onde vários indicadores da economia se mostraram frágeis, ou apontando para o lado mais difícil, como juros altos, a taxa de desemprego crescente ao



longo do ano, acho que a Iguatemi conseguiu manter uma resiliência, que é a característica mais determinante do que o portfólio ao longo do ano. Conseguimos mesmo nesse período manter indicadores positivos.

As vendas totais, começando no slide seis, os *highlights* do 4T e do ano, atingiram R\$12,7 bilhões em 2016, um crescimento de 7,3% em relação a 2015, e no 4T ficaram em R\$3,9 bilhões, 2,7% acima do 4T15.

As vendas mesmas áreas cresceram 2%, e as vendas mesmas lojas ficaram no ano em 1,1%. Já no trimestre, as vendas mesma área em 0,2%, e as vendas mesmas lojas em 0%, 'flataram'.

Os alugueis mesmas lojas continuaram tendo um acréscimo de 6,4%, e os alugueis mesmas áreas crescendo 6,9% no acumulado do ano.

Já no trimestre nós tivemos um crescimento de mesmo aluguel de 6,5%, e na mesma área de aluguel, 6,2%.

A receita líquida ficou em R\$184 milhões, crescimento de 6,9% em relação ao 4T15, e no ano atingiu R\$668 milhões, um crescimento de 5% em relação a 2015, e, portanto, dentro do *guidance* que nós vimos para o mercado no início do ano, e mais uma vez a Iguatemi ao longo do ano que nós temos pautado e nos pautado internamente para atingir o *guidance* que a Companhia dá para o mercado.

O EBITDA, então, ficou em R\$143 milhões no 4T, uma margem de 77,7%, uma margem bem alta, com o destaque para o trabalho que a Companhia vem fazendo ao longo do tempo para a manutenção em relativo crescimento das receitas, e queda das despesas da Companhia. Em 2016, nós acabamos o EBITDA totalizando R\$521 milhões, uma margem de 78%, acima ainda do *guidance* que nós demos no ano. Como eu falei, destacando esse compromisso de buscar sempre atingir o *guidance* dado, e quando possível, até superá-lo.

O lucro líquido foi de R\$50 milhões no 4T e R\$164 milhões no ano. Já o FFO com R\$76 milhões no 4T e no total do ano, R\$273 milhões.

O endividamento fechou no 4T em queda, 0,12 versus o 4T15, aonde chegamos a 3,23 na dívida líquida sobre o EBITDA, uma queda de 0,17 versus o 3T16, quando tivemos um pico de no 3T16. E nós temos aí um evento subsequente, que é a proposta de pagamento de dividendos, R\$120 milhões referentes ao ano de 2016, como anunciado.



Em eventos relevantes, nós destacamos mais uma importante etapa do crescimento da Companhia, que foi a inauguração da expansão do Iguatemi Porto Alegre, uma expansão que foi bastante bem-sucedida, atualizou a Iguatemi Porto Alegre, que já era o shopping dominante do Sul e aí se consolidou firmemente, nós vimos ao longo de 2016 o fenômeno do *fly to quality*, quando o mercado se recente, ele diminui. Há uma busca por concentração nos empreendimentos de maior desempenho, e o Iguatemi mostrou fortemente que ele é o grande empreendimento do Rio Grande do Sul, com atração não só na capital, mas em todo o interior do estado, levando diversas marcas novas, todo aquele trabalho que nós já comentamos em outros trimestres.

No slide seis, nós comentamos sobre a entrega da torre de escritórios. É um imóvel para locação da Companhia. Dentro da estratégia de tornar nossos empreendimentos cada vez mais projetos de uso misto. Em áreas nobres com grande estaque, é impressionante o apetite que essa torre vem tendo no mercado, já temos quase 20% da área comercializada, pretendemos chegar até o final do ano com uma boa ocupação dessa torre, que foi muito bem aceita no mercado de Porto Alegre.

No slide sete nós temos o adensamento do entorno, nós estamos mostrando aqui que a exemplo do que nós mencionamos em Iguatemi Porto Alegre, vários dos nossos empreendimentos têm sido desenhados como uso misto, e alguns deles, na medida em que fomos fazendo o VGV vão ficando prontos e vão reforçando o adensamento desses ativos.

Nesse caso nós tivemos a inauguração em novembro do Hyatt Place em São José do Rio Preto, e a torre comercial que foi inaugurada em agosto, reforçando aquele empreendimento e consolidando. Vamos ter também a abertura agora em janeiro de 2017 das torres residenciais, que começam a ser ocupadas, então tudo vai reforçando, a exemplo também do JK, com a entrada nesse ano da ocupação da torre, a abertura do teatro, a ocupação da torre Jonhson & Jonhson, tudo isso vai ajudando os nossos ativos a se consolidarem e a maturarem com velocidade, com boa renda e acabando melhorando o desempenho do ativo.

Nós tivemos também como um fato muito importante para a nossa Companhia a comemoração dos 50 anos de Iguatemi São Paulo, que termina essa comemoração em um dos melhores momentos da sua existência. Mostra também o compromisso e a capacidade da Iguatemi em renovar e atualizar os seus ativos com qualidade e aderência a cada momento, tornando ele apropriado para cada época, cada geração de consumidores que nós temos. Isso não é realidade só no Iguatemi São Paulo. Quem olhar



e conhecer o nosso portfólio vai ver que o que foi feito em Porto Alegre, em Campinas, em todos os nossos ativos pelo Brasil inteiro, verá que nós temos o portfólio mais atualizado e mais competitivo do mercado em termos de adequação à necessidade desse novo consumidor pronto para entrarmos nos próximos anos com uma força melhorando ainda mais o nosso portfólio.

Como comemoração, página nove, nós temos alguns eventos que foram feitos, que acabam reforçando a imagem do Iguatemi não só no Brasil, mas no exterior. Vale lembrar que em 2016 não só os eventos, mas tivemos mesmo nesse cenário desafiador de crise, entradas e negociações fundamentais para o Iguatemi, como foi o caso da loja Valentino, Fendi e Hermès, que abre agora em junho de 2017, consolidando a Iguatemi como realmente a grande referência não só da moda nacional do Brasil, mas também da moda internacional, um grande empreendimento de destaque e diferencial que reforça a utilização da nossa marca em todos os mercados em que nós atuamos.

Com o projeto em andamento, nós temos os atuais 454 mil m², chegando, como nós já anunciamos, até 2019, em 500 mil m² de ABL. E nós temos ainda três projetos divulgados, no slide 12, que são os *outlets*, que é uma nova estrada de crescimento da Companhia, onde temos o desempenho já real do *outlet* de Novo Hamburgo, está em fase de construção o *outlet* de Santa Catarina, e a aprovação dos outros dois empreendimentos.

Em relação a resultados, vou passar a palavra para a Cristina, para que ela dê segmento, e depois nós abrimos para as perguntas no final.

Cristina Betts:

Bom dia a todos. Obrigado pela participação no nosso *call*. Passando para o slide 14, falamos sobre os indicadores operacionais. Olhando o número do ano, fechado do ano, de 2016 a 2015, vimos o incremento de ABL em 4,6%, na ABL própria média. Nós estamos falando basicamente de um incremento que é a inauguração de Porto Alegre, tanto da expansão do shopping quanto da torre. E então, obviamente, não muda o número de shoppings, 17 shoppings, e as vendas totais o Carlos já tinha mencionado, fechando em R\$2,7 bilhões, um crescimento de 7,3% no ano, e 2,7% no trimestre, fechando em R\$3,8 bilhões.

No trimestre nós fechamos com vendas mesmas lojas zero, só reforçando que em 2015 nós tínhamos reportado o melhor número do setor, acho que 2 p.p. acima do player que



reportou o segundo melhor resultado, então realmente nós tivemos um comparativo bastante forte. E nós fechamos zero a zero em vendas mesmas lojas.

Vendas mesmas áreas, levemente positivo em 0,2%, e alugueis bastante saudáveis ainda em 6,5% e 6,2% no trimestre, em mesmas lojas e mesmas áreas, e no ano fechando também aproximadamente em 6,4%, 6,9%, também bastante saudável.

Custo de ocupação no trimestre ficou em 11,5%, um pouco superior, mas ainda em linha com a nossa média de 11% e 12%. Nossa taxa de ocupação fechando em 93,4%, também em linha com o que foi o ano, e uma inadimplência líquida, que veio bem baixa para o 4T, 0,2%, fruto do trabalho que viemos fazendo ao longo do ano de adequação e custo de ocupação dos nossos lojistas, e também um forte acompanhamento da performance de cada um deles.

Passando para o próximo slide, 15, a demonstração de resultados. Nós vemos a receita bruta do trimestre fechando em R\$203 milhões, um crescimento de 8,5%, e a nossa receita líquida fechando em praticamente R\$184 milhões, um crescimento de 6,9%, basicamente devido aos descontos que aumentaram muito em relação a 2015. Olhando 2016 contra 2015, um ano cheio, como o Carlos já havia mencionado, fechando a receita líquida em R\$668 milhões, um crescimento de 5%, e, portanto, de novo, dentro do nosso *guidance*.

Custos e despesas vieram bastante fortes na redução do trimestre, fechamos em R\$41 milhões, uma queda em relação ao 4T15 de 23,6%, e no ano, R\$176 milhões, uma queda de 12% no ano, também bastante forte.

Outras receitas operacionais veio praticamente zerado, R\$91 mil contra o que foi o ano passado. Sempre lembrando que temos uma linha em que contabilizamos tudo que é "não-recorrente". No caso de 2015, o VGV do Galeria, que já tínhamos contabilizado, mais a venda na nota de 3% da participação do Iguatemi Boulevard Rio, que havia como pendência para a conclusão da transação da venda de 2012.

Olhando então o nosso EBITDA, fechando R\$143 milhões para o 4T16 e R\$521 milhões para 2016, que é um crescimento de 2015 de 3,5%.

EBIT fechou em R\$116 milhões no trimestre, uma leve queda, também, e no ano, fechando em R\$413 milhões, um crescimento de 3%, e como nós já vínhamos demonstrando em outros trimestres, a parte de despesas financeiras líquidas, R\$51 milhões, bastante forte, e os R\$16 milhões no ano, um crescimento nas despesas líquidas



de 31%, que teve então seu efeito no lucro líquido do ano, que fechou em R\$164 milhões, e no trimestre, em praticamente R\$50 milhões, um crescimento de 18%, mas no ano uma queda de 15%, muito em função das despesas financeiras.

FFO fechou no trimestre em R\$76 milhões, uma margem de 41%, e no ano, R\$272 milhões, uma margem de 40%. Vale ressaltar aqui, eu não falei do EBITDA, nós fechamos o ano de 78% de EBITDA, uma margem superior ao *guidance* que tínhamos dado, que era entre 73% e 77%, devido obviamente a termos atingido o nosso crescimento de receita líquida, mas também muito em função do trabalho que nós fizemos além do que tínhamos imaginado na época em que demos o *guidance* e redução de custos.

Passando para o próximo slide, olhando o crescimento da receita bruta e de aluguel, nós fechamos o ano, como eu havia falado na receita bruta, um crescimento de 7,6%, chegando ao final do ano em R\$759 milhões, um crescimento bastante saudável de aluguel, quase 10%, uma taxa de administração crescendo 8%, estacionamento crescendo quase 11%, e o outros, que incluem a amortização da Copart. Aqui nós tivemos o *drop off*, a conclusão de cinco anos do Alphaville, então nós paramos de amortizar isso em abril desse ano. Só lembrando que em 2017 nós teremos o "*drop off*" da amortização do JK no meio do ano, ele abriu cinco anos atrás, em julho de 2012. Então, ele conclui os seus cinco anos agora no meio de 2017.

Olhando dentro de aluguel para o ano, quando nós quebramos esse aluguel nós estamos falando de um aluguel mínimo que representa 85% da nossa receita de aluguel, então bastante saudável e com uma previsibilidade bastante grande, crescendo 10%. Um *overage* um pouco menor, crescendo 3,8%, muito em função do cenário de vendas que nós viemos conversando, e uma linha de locação temporária crescendo 9,2%, bastante forte.

Acho que nós temos uma expectativa também para os próximos anos de manter um crescimento, nós viemos trabalhando bastante outras formas de usar a locação temporária, mídia eletrônica dentro dos shoppings, painéis eletrônicos, um *revamp* talvez do parque que nós temos dentro, e dando mais flexibilidade para a utilização desse espaço, além de dar um ar de modernidade muito melhor, esteticamente mais apropriado.

Passando para o próximo slide, 17, então, na parte de redução de despesas, como eu havia mencionado, nós fechamos o ano em custos e despesas em R\$176 milhões, uma redução de 12%. Custos também uma redução, de 3,9%, mas muito da redução veio na parte de despesas, estamos falando de 28% de redução de despesas.



Quando nós olhamos dentro de despesas, os R\$46 milhões de 28% de queda, nós praticamente zeramos a linha de pré-operacionais, nós temos diminuído o ritmo do nosso crescimento orgânico. Hoje o que nós temos no *pipeline* são os *greenfields* de *premium outlets*, que nós devemos inaugurar a partir de 2018, então para 2016, realmente pouca coisa de pre-op.

Remuneração em ações, essa é a amortização do nosso plano de *stock option*, e na despesa administrativa, que foi o grande trabalho do ano, aqui nós caímos 25% ano contra ano.

Vale lembrar que essa compressão no slide 18 não é só esse ano. Nós viemos fazendo esse trabalho desde 2012, na realidade, 2013, e se nós contarmos de 2013 para cá é um CAGR de decréscimo de quase 18%.

Na página 19 nós temos a fotografia do balanço da Companhia, nós fechamos uma dívida líquida em dezembro de R\$1,673 milhão, abaixo do que foi o trimestre passado. Nosso caixa fechou em R\$556 milhões. O EBITDA dos 12 meses *rolling*, R\$521 milhões, dando, portanto uma dívida líquida sobre o EBITDA de 6,2%, como nós já havíamos previsto com o encerramento do ano abaixo do 3T.

No nosso cronograma de amortização, que está embaixo desse slide, nós continuamos com um cronograma bastante esticado. Nós viemos trabalhando no alongamento da nossa dívida, os últimos 18 meses foram muito importantes para a Companhia, para trabalharmos não só o custo mais baixo. Nós fechamos o ano com *all-in cost* de mais ou menos 101% do CDI. Nós fechamos a última transação que nós fizemos a mercado do CRI. Nós fizemos até abaixo do CDI, fizemos CDI -0,1%, então sendo bastante eficientes nas nossas captações e também nesse cronograma de amortização bastante espaçado, então não tendo nenhum problema de concentração de amortizações.

Na página 20, nós falamos um pouco do perfil da dívida por indexador, acho que não é segredo para ninguém, nós somos bastante 'linkados' a CDI, sempre preferimos pegar dívidas em instrumentos mais líquidos, e agora a expectativa da taxa Selic, estamos bem preparados para capturar a redução de juros esperada para 2017, dentro desse perfil de dívida.

Olhando por modalidade, indexada pelo CDI, muito ligada aos CRIs que nós colocamos no mercado nesses últimos 18 meses, e as debêntures que tínhamos feito previamente



anteriores, nós temos ainda duas debêntures *outstanding* das quatro que fizemos desde o IPO, e conforme o cronograma de amortização, como vocês viram na página anterior.

Crédito imobiliário e BNDES, isso se refere ao começo do nosso ciclo de crescimento orgânico logo após o IPO, nós financiamos muito do crescimento orgânico com crédito imobiliário e BNDES, e à medida que fomos passando os anos, devemos realmente ir caindo em proporção nesse gráfico de pizza aqui.

Olhando um pouco, então, na página 22, para encerrar, o nosso *guidance* para 2017. Nós estamos falando de um crescimento de receita líquida para 2017 de entre 2% e 7%, uma margem EBITDA igual ao *guidance* que demos em 2016, 73% a 77%, e o investimento para o ano entre R\$80 milhões e R\$130 milhões. Esse *guidance* reflete ainda um cenário positivo, mas com cautela, pé no chão, um ano que esperamos que seja desafiador, mas que consigamos também, devido ao portfólio, como falou o Carlos, de resiliência, continuar crescendo.

Com isso nós acabamos aqui a nossa apresentação, e estamos disponíveis para perguntas. Obrigada.

Alex Ferraz, Itaú BBA:

Bom dia. Obrigado pela apresentação. Tenho duas perguntas. A primeira é referente à provisão que vocês tiveram. Eu queria entender um pouco mais, se vocês pudessem comentar, a provisão vinha em um nível um pouco menor, ela subiu nesse trimestre, está relacionada muito aos recebíveis de um ano atrás, do Natal do ano passado. Para 2017, vocês esperam essa provisão normalizando ou deve seguir nesse nível mais elevado?

A segunda pergunta é que vocês postergaram a abertura do *fashion outlet* de Santa Catarina para 2018. Queria entender se do *guidance* de CAPEX que vocês fizeram para 2017, quanto desse CAPEX é de fato para *greenfield*? 2017 deve ser um ano ainda muito focado na revitalização e manutenção, e talvez avaliar mais para o final do ano se vale a pena investir mais no desenvolvimento dos *greenfields* ou se ainda tem que segurar um pouco o investimento.

Cristina Betts:

Vou responder a primeira pergunta, pelo que eu entendi, nós estamos falando da provisão de PDD, e a inadimplência. O que nós fizemos nesse último trimestre agora? A primeira coisa, nós olhamos para dentro de casa, o nosso critério para jogar os itens para a PDD é



esperar 360 dias, mas sabendo da dificuldade de alguns créditos em alguns contas a receber, nós decidimos provisionar já esse ano e deixar 2017 mais “limpo”.

Então, nós realmente tivemos uma provisão acima do normal para esse último trimestre, mas isso significa também que 2017 deve estar mais estabilizado. Acho que nós fizemos muito trabalho esse ano em descontos, eu falei em adequação do custo de ocupação de alguns lojistas. Nós planejamos muito como seria essa recuperação de vendas e etc., então nós devemos ter uma inadimplência ao longo do ano, não tão *bump* como tivemos no último 4T, exatamente porque nós já tiramos um pouco das incertezas nessa última provisão.

Na parte de inadimplência, ela veio bem baixa mesmo, porque nós passamos o ano muito focados em cima dos saldos em aberto desse número de contas a receber, e nós tínhamos várias negociações em curso, esse número é a inadimplência líquida, e nós tivemos realmente a conclusão de várias negociações no último trimestre, e nós também começamos um ano muito bem em termos de inadimplência. Janeiro é sempre um mês complicado porque é depois do Natal, e nós começamos, talvez em termos de inadimplência um dos melhores janeiros que tivemos nos últimos tempos.

Isso também é fruto desse trabalho que nós viemos fazendo de adequação, mas eu acho que temos uma perspectiva para 2017 mais estável, mais controlada, muito mais conhecida por todos aqui dentro da Companhia, e já sabendo o que nós temos que fazer para cada um dos casos que estão no nosso radar.

Carlos Jereissati:

Sobre o *outlet* em Santa Catarina, na verdade, nós mantemos contato constante com os nossos vários lojistas, e percebemos a demanda, acho que o ano de 2016 foi muito focado na reorganização das operações, todo mundo começou a ter um bom trabalho focado nas operações existentes. E tivemos demanda para postergar um pouco para começar as obras em 2017 para terminar em 2018.

Então o que nós fizemos? Tem sim um pedaço desse investimento que é do *outlet*, principalmente na parte de fundação e estrutura que começa em 2017, e aí depois tem a parte maior, que acontece em 2018, com a abertura do *outlet* em 2018.

Alex Ferraz:

OK. Perfeito. Muito obrigado.



Nicole Hirakawa, Credit Suisse:

Bom dia a todos. Eu tenho duas perguntas. A primeira é sobre a queda de receita de estacionamento de alguns ativos importantes do Iguatemi São Paulo, Higienópolis e Market Place, acho que foram os principais. Queria entender se eu posso olhar essa linha como uma proxy para a queda de fluxo, ou se esses ativos passaram por algum tipo de reajuste de tarifa em 2016. Se vocês puderem falar sobre a expectativa de fluxo para o portfólio nesse começo de ano, em 2017, seria ótimo.

A outra pergunta, vocês comentaram agora há pouco sobre o esforço de renegociação com os lojistas, alugueis em atraso. Olhando o comportamento dessas renegociações que vocês fizeram ao longo de 2016, o que costuma ser um *recovery ratio* razoável? Quantos por cento de fato consegue voltar a pagar nas renegociações? Obrigada.

Carlos Jereissati:

Sobre estacionamento, de fato nós vemos, não é novidade para ninguém, o mundo inteiro está falando desse novo modal que inclui bicicleta, esses aplicativos todos, a possibilidade de você compartilhar e usar automóveis, e nós vemos, na verdade, dois movimentos. Tem o movimento realmente da crise, que é uma coisa passageira, que impacta obviamente, nós vimos isso em alguns empreendimentos, que têm um pedaço dessa história, e tem um pedaço também que realmente é uma mudança de hábito, de uso, principalmente os shoppings mais em capitais em áreas adensadas, geralmente em áreas comerciais que nós vemos um *trend*.

Nós estamos inclusive pesquisando e entendendo melhor isso através de uma pesquisa ampla que nós estamos fazendo, que indica mais ou menos algo como 4% a 8% de utilização tanto de aplicativos para táxi quanto Uber como impacto recorrente. Nós veremos em 2017 uma estabilidade e talvez até uma pequena melhora em função da melhora da atividade econômica, nós vemos que começamos a sentir alguma coisa em alguns lugares.

Então, não acho que nós teremos um desvio maior do que aquilo que nós previmos, mas realmente acho que tem um pedaço que veio para ficar, que nós estamos olhando com mais sutileza. O bom pedaço disso é que nós também estamos olhando para o futuro, e estamos conversando e tentando ver através de ABRASCE, que a relação de vaga no empreendimento pode mudar.



Acho que abrindo espaço, o Iguatemi tem dois edifícios-garagem gigantescos para cima, e obviamente podem, no futuro, na medida em que essa relação se modifique, uma área importante para nós que está aqui colocada, que podemos usar como nova ABL.

Só pegando um ponto, e é interessante, porque nós vemos essa mudança do fluxo de veículos, inclusive nós estamos instalando em vários shoppings, aqueles que não tinham, e nós vimos um aumento do fluxo de pedestres. Então, é realmente uma mudança de hábito de como chegar ao shopping. Por isso você vê que a venda continua sendo positiva e o fluxo de pessoas positivo, embora você tenha o carro como redutor, participando nessa conta.

Cristina Betts:

E sobre a sua pergunta da parte de contas a receber, eu acho que nós já tínhamos conversado, nós temos a nossa política. De novo, uma coisa, primeiro, acho que nós fomos bastante agressivos na nossa política de descontos, então quando nós damos um desconto, o desconto é desconto, nós não estamos esperando receber isso de volta. Nós esperamos tirar o desconto em algum momento, quando tivermos uma retomada da economia, mas não é uma coisa, já não existe isso no nosso faturamento, então ele não entra no contas a receber.

Quando nós damos desconto, tipicamente nós estamos falando de um desconto temporário, um auditamento de contrato, vai normalmente de três a seis meses, e aí temos sempre essa conversa recorrente a cada final de auditamento, o que nós fazemos, se continuamos com o desconto ou não.

Nós temos tido alguns pontos casuais onde achamos que já conseguimos diminuir o nível de descontos, é uma ótima melhora, mas na verdade dentro da nossa expectativa é que devemos ter uma linha de desconto em 2017 muito parecida com o que nós tivemos em 2016 ainda.

Em termos de recuperação daquilo que fica em aberto, pode reparar que nossa linha de contas a receber é bastante estável. Ela cresce basicamente também porque nós crescemos a ABL, o número de metro quadrado em Porto Alegre. É uma coisa que nós também monitoramos. Toda vez que nós temos contas em aberto, nós também monitoramos esse pagamento, e tipicamente nós chegamos a um acordo, como todo mundo.



É muito difícil, até porque dentro do Brasil, quando nós temos uma inadimplência de dois pagamentos em um período de 24 meses, nós realmente entramos com despejo. Eu acho que nós temos uma fila de possíveis lojistas, os pontos valem, porque são pontos nobres dentro de cada uma dessas cidades. É muito difícil chegar nesse ponto. O que nós tentamos fazer é realmente negociar antes disso, tanto o lojista como nós. Então, é bem difícil nós termos, a análise de clientes historicamente é baixa, e nós temos conseguido, sim, fazer várias negociações para receber esse dinheiro.

Nicole Hirakawa:

Perfeito. Obrigada.

Luiz Maurício Garcia, Bradesco:

Bom dia. Tenho duas perguntas. A primeira é sobre a proposta de dividendos que vocês anunciaram de R\$120 milhões, bem inferior ao ano passado, e o que chama atenção um pouco é aumentar 44% do FFO de 2016, vocês aumentarem esse dividendo em um momento em que podem surgir algumas aquisições. Eu queria entender um pouco como está a cabeça de vocês, qual o racional de aumentar dividendos agora em um ano em que eventualmente podem surgir aquisições. Se surgirem, vocês estariam mais propensos a fazerem isso por capital, como outros players vêm fazendo.

E entender também o quão restrito são os covenants de vocês nesses 3,5 que tem linha do BNDES mais outros bancos, se vocês também teriam espaço para renegociar esses covenants na eventualidade de uma aquisição, agora imaginando um cenário de juros baixos, acho que seria *accretive*, poderia fazer sentido, ou de fato não, se a restrição não permite vocês negociarem isso enquanto essas dívidas não forem quitadas.

Cristina Betts:

Falando dos dividendos um pouco, nós, desde 2009, não sei se vocês lembram, tínhamos até um *guidance* de dividendos por ação que nós demos em 2009 e mantivemos isso até 2014, mas basicamente nós temos pagado entre R\$50 milhões e R\$60 milhões todos os anos ao longo desses últimos quase seis, sete anos.

E nós estamos agora adequando ao novo patamar, esse *payout* agora, ao longo dos próximos anos, nós manteremos um nível estável de dividendos também, então não só para esse ano, mas para os próximos, nós devemos manter esse nível. Da mesma forma que fizemos nos últimos cinco, seis anos, esses dividendos de R\$50 milhões, R\$60



milhões, esse seria um patamar novo já com um *dividend yield* de aproximadamente 2%, que nós achamos adequado para a Companhia.

Essa pergunta sobre os covenants, os dividendos e tudo mais, nós não temos um impacto aqui, até porque nós tivemos, o ritmo de desalavancagem da Companhia está bem tranquilo, nós devemos continuar desalavancando esse ano. Acho que até a queda da Selic reforça isso nessa desalavancagem. Quando nós fizemos nossa primeira rodada de orçamento nós nem esperávamos uma queda de Selic tão agressiva quanto nós agora acreditamos que irá acontecer, e nós já víamos desalavancagem na Companhia com esse *dividend yield* de 2%.

Então, acho que nós vamos conseguir mesmo com o aumento de dividendos, que comparativamente até parece alto, mas acho que está adequado para o tamanho da Companhia agora, e isso deve se manter ao longo dos próximos anos, e com o crescimento da Companhia deve acontecer a mesma coisa que aconteceu quando nós soltamos lá em 19, ele vai ficando um pouco menor, e nós ajustamos, dá uma previsibilidade um pouco maior também;

Mas isso não compromete em nada a nossa capacidade de buscar novos investimentos, até porque realmente nós estamos vendo essa desalavancagem até o final do ano. Nós não estamos dando *guidance* quanto nós iremos desalavancar, mas nós estamos bem confiantes que isso realmente não atrapalhe o nosso dia-a-dia aqui na Companhia.

Outra coisa que você perguntou, sobre renegociar covenants, para os 3,5, acho que nós estamos muito tranquilos que não iremos chegar nos 3,5.

Luiz Maurício Garcia:

O meu ponto dos 3,5 acho que está muito claro que vocês não vão chegar. Aparecendo uma aquisição interessante, vocês têm vários shoppings com uma participação pequena, aparecendo uma aquisição interessante, se você poderia ter essa flexibilidade ou não. Foi mais nessa linha.

Cristina Betts:

Como eu falei, nós não vemos nenhum problema de continuar com a nossa estratégia de crescimento e aquisição da Companhia oportunista das participações. Tranquilo.

Luiz Maurício Garcia:



Mas então, só concluindo, como tem vários shoppings que vocês têm uma participação baixa, muito espaço para aumentar a participação, na cabeça de vocês isso não vem a mercado em 2017, ou se vier então entendo que vocês poderiam vir a mercado e buscar o capital para isso, dado que vocês aumentaram os dividendos e vocês não irão rever os covenants. Então, está certa essa estratégia?

Cristina Betts:

Não, eu não falei isso. Não falei que nós viemos a mercado fazer aumento de capital nem nada. Eu falei que primeiro, como nós sempre falamos, essas aquisições são meio oportunistas. Nós temos que “combinar com os russos”, o cara tem que querer vender antes de querermos só comprar. Então, estamos sempre mirando, não aconteceu nada em 2016. Nós estamos trabalhando, continuamos trabalhando no mesmo ritmo. Quando chegarmos lá nós veremos o que nós faremos em termos de capital para realizar.

Carlos Jereissati:

Luiz, acho que você está correto, não existe uma sinalização clara em 2017 que essas oportunidades existam. Em havendo essas oportunidades, pode ter certeza que nós não deixaremos passar. Essa é a ideia. Nós trabalhamos com esse cenário, que sempre foi a política da Companhia. Então, como nós não enxergamos hoje clareza para isso, então estamos fazendo essa política. Na medida em que a oportunidade, como sempre foi no passado, aconteça, pode ter certeza que nós não iremos deixar passar.

Luiz Maurício Garcia:

Está certo. Obrigado.

Jorel Guilloty, Morgan Stanley:

Bom dia. Tenho duas perguntas. Primeiro, a taxa de ocupação está em um nível mais baixo que nos últimos anos, o que significa que contratos novos serão mais importantes. Então, eu queria saber quais são as tendências que vocês estão vendo de *leasing spreads* para contatos novos indo para frente.

Segundo, vocês acham que as despesas administrativas tem mais espaço para cair ou vão seguir mais ou menos no mesmo patamar, mais ou menos R\$8 milhões por trimestre indo para frente? Obrigado.



Cristina Betts:

Falando da taxa de ocupação, temos feito um trabalho muito ativo na reponderação do *mix* para algumas propriedades, acho que essa taxa de ocupação reflete isso para reduzir. Por exemplo, JK temos girado no meio desse processo, então, eu uso o JK porque todo mundo que nos acompanha no *sell side* sempre passa lá, é mais fácil de enxergar, mas acontece em todos nossos shoppings.

Falando do JK, na saída, na Top Shop, aquela área ocupada agora pela Zara Home, que aumentou a entrada pro box, nós temos a entrada K embaixo, temos vários movimentos no JK que, exatamente essa mexida, e isso continua agora em 2017. Temos, já, várias coisas alinhadas e engatilhadas para a entrada, tanto no Iguatemi São Paulo quanto no JK, quanto nos nossos outros shoppings.

Então, essa reformulação do *mix* continua em 2017, mas estamos fazendo com cuidado porque não queremos só tapar o buraco. Queremos fazer uma coisa que tenha qualidade e seja a longo prazo no nosso shopping. Tem que ter pé e cabeça para o consumidor, que faça sentido.

Não fazemos isso de maneira oportunista, fazemos uma coisa pensada. Isso significa que no *leasing spread* temos sempre uma coisa positiva, porque no aluguel mínimo temos uma manutenção, mas a nossa expectativa até mais importante que o *leasing spread* é o *sale spread* porque isso reflete depois no *overage*.

Então, nós tirando lojistas que, por ventura, por alguma razão, tem uma performance pior, mais fraca, estão saindo, que seja, e ponho um player que é mais forte, tem mais apetite, mais demanda, isso faz com que todo o shopping tenha uma performance melhor.

Isso é muito claro, Iguatemi São Paulo e outros pontos que vemos, Ribeirão e Rio Preto vemos esse movimento também, estamos bem tranquilos de ter um *leasing spread* positivo ainda.

Carlos Jereissati:

Deixe-me pegar carona na resposta da Cris. Eu acho que a Iguatemi tem isso como estratégia do seu negócio, nós sempre defendemos a marca, buscamos a inovação trazendo operações ou de fora, ou interno, ou do Brasil, que sejam diferenciais, que vão garantir uma maior atratividade aos nossos ativos ao longo do tempo, e isso nós trabalhamos não só buscando essas operações e às vezes levam um pouco mais de



tempo, porque são importantes como a Cris falou, em uma estratégia de mais longo prazo, mas também trabalhamos, e como foi falado, as nossas propriedades na questão tanto do *mix* ideal quanto de quadrantes dentro do *mall*.

Muitas vezes, esses espaços são reconfigurados. Um exemplo, como foi aqui, como a Cris falou, aqui em São Paulo, a mudança daquela área na parte de trás do Iguatemi, o estacionamento com árvores, transformar aquilo em um boulevard de alimentação. Algumas modificações em vários shoppings que estão acontecendo isso, que são estratégicas e de reposicionamento de áreas, acabam levando essa taxa um pouco menos, mas no longo prazo elas dão maior perenidade e força ao shopping.

Essa é a lógica que trabalhamos e é um dos grandes sucessos, além de outros pilares, que têm feito a Iguatemi crescer com resiliência para o mercado que ela atua.

Cristina Betts:

Na parte de despesas administrativas, eu acho que, olhando um pouco o cenário para 2017, nós fizemos um trabalho, até brinquei aqui dentro da Companhia, “ninja”, de cortar custos. Tiramos várias coisas, mas sem sermos loucos. Tivemos um trabalho de adequação, tínhamos muita coisa para ganhar em eficiência e escala.

No último ano, tivemos um benefício muito grande na readequação de *headcount* no G&A, porque estávamos estruturados para um crescimento orgânico de produção nos shopping, chegamos a ter 13 canteiros de obras aqui que hoje não temos.

Então, readequamos os times, tivemos um ganho importante referente a isso. Chegamos a um patamar que eu acho difícil continuarmos comprimindo no mesmo ritmo. Acho que temos oportunidade de eficiência ainda importante, estamos trabalhando neles, continuamos, por exemplo, no ano passado, um SP muito grande na parte de segurança, sem comprometer a qualidade da segurança, mas adequando, ganhando escala nos players, também equalizando o tipo de contrato, o que contratávamos, etc.

Temos outras rodadas dessas, no condomínio especialmente, mas honestamente, pensar que vamos reduzir na mesma proporção é muito difícil. Eu diria que para 2017 nós devemos ter uma manutenção *at inflation*, mais ou menos.

Jorel Guilloty:

Obrigado.



Rodrigo Fraga, Citibank:

Bom dia a todos, obrigado pela apresentação. Eu queria saber se vocês podem comentar um pouco sobre o *guidance* de vocês para crescimento da receita líquida, até comparando o de 2017 com o de 2016, e entender se essa pequena redução, ao que ela está relacionada, se a expectativa de retomada em 2017 ficou mais fraca, qual é o impacto, por exemplo, das receitas de coparticipação do JK que em abril completa cinco anos, se vocês puderem comentar um pouco dos fundamentos desse *guidance*, seria bacana.

Carlos Jereissati:

Foi interessante, porque estamos trabalhando de duas formas diferentes, começamos 2016 um pouco mais otimistas, o ano foi um pouco mais difícil. Começamos 2017 um pouco mais pessimistas na nossa orientação futura, o *guidance*, mas já começamos a ver, na realidade, janeiro e tal, uma tendência um pouco melhor do que aquilo que temos reportado, que tenhamos orçado.

Então, como é começo de ano, e muito tempo para acontecer, fomos mais conservadores nesse orçamento para 2017 do que fomos, dada a realidade, dado todo o cenário que conhecíamos até o final do ano passado, óbvio que, como a Cris comentou, existe uma expectativa que o juro caia mais rápido esse ano, que a inflação está mais baixa e muita coisa venha a mercado para ser vendida, privatizações, concessões, isso agite o mercado e movimente um pouco o consumo interno.

Como eu disse, fomos mais conservadores para o orçamento desse ano, mas estamos começando essa realidade um pouco mais animados.

Cristina Betts:

Só complementando, seu comentário do JK é pertinente, porque foi um valor de coparticipação alto do JK, então, a amortização é um valor relevante e, como eu havia mencionado, ele para de amortizar, acaba a amortização, os 60 meses, em junho desse ano.

Ano passado, isso estava embutido no *guidance*, mas para o Alphaville, que também teve uma coparticipação alta, porque vendemos no pico do mercado, o Alphaville, foi excelente, mas obviamente não foi o JK. Então, acho que os oito meses sem



coparticipação do Alphaville teve um impacto, mas não é o mesmo impacto de ter seis meses de não coparticipação amortizado do JK.

Isso também está embutido na conta de *guidance*. Quando nós formos, ao longo dos trimestres, acompanhar o resultado, vocês verão exatamente o que houve nesse 4T, quando você vê a queda maior naquela linha outros, dentro do aluguel, da receita. Exatamente isso.

Rodrigo Fraga:

Obrigado.

Renan Manda, Santander:

Bom dia a todos, obrigado pela pergunta. Só uma pergunta em relação ao nível de desconto. Teve uma melhora mais substancial e deve ocorrer no 2S, mas eu queria entender como vocês têm visto a demanda para esses descontos, se está maior ou menor. Em relação, também, a inadimplência do 1T, que tende a ser sazonalmente maior, mas podemos esperar um número menor do que o 1T do ano passado? Obrigado.

Cristina Betts:

Estamos olhando para 2017 muito parecido com 2016 ainda. Nós acreditamos que um nível de descontos, não vou dizer igual, mas praticamente igual ao que foi 2016, até porque nós acreditamos em uma retomada positiva, o cenário é positivo.

Acho que, como o Carlos falou, temos um melhor índice de confiança, todo mundo tem um momento positivo no cenário econômico e tudo mais, mas acho que temos clareza que o consumo talvez seja a última coisa a se movimentar, então, eu acho que vamos precisar continuar apoiando com o desconto dos nossos lojistas.

Para o ano, imaginamos, talvez, para o final do ano termos uma melhora um pouco mais significativa do que veremos nessa primeira metade do ano.

Na parte da inadimplência, não vamos ter expectativas de repetir a inadimplência líquida do 4T para o 1T, porque é impossível, mas eu acho que já equacionamos muita coisa ao longo de 2016, então, esperamos ter um número de inadimplência melhor ao longo de 2017, mas ainda é cedo pra dizer.



Temos que olhar como o cenário vai se comportar. É como o Carlos falou, começamos o ano até melhor do que tínhamos orçado por enquanto, mas é muito *early days*, estamos com bastante pé no chão aqui, mas como estamos mantendo nossa política de desconto, imaginamos ter uma inadimplência parecida.

Renan Manda:

OK, obrigado.

Marcelo Motta, JPMorgan:

Bom dia a todos. Duas perguntas rápidas. A primeira, vocês até falaram sobre o ano ter começado um pouco melhor, saber se vocês conseguem me falar da parte de *same-store sales*, enfim, entender não só a parte de ocupação, mas também a parte de vendas, que começou um pouco melhor, o 1T de repente com um número até melhor que o 4T até pela questão de você ter tido no 4T15 um número tão forte.

E também a questão do *guidance* e de margem EBITDA, só pra ver se o *range*, imagino que não incluía nada dessa questão de venda de VGV, venda de pontos, como a Cris sempre fala, é tudo muito oportunista, só para entender se esse 73 a 77 sem qualquer receita disso representaria um *upside* nas estimativas.

Cristina Betts:

O ano começou bom na parte de inadimplência, mas *flat* na parte de vendas. Acho que é meio cedo dizer, estamos reportando o resultado ainda no meio de fevereiro. A coisa vai esquentando depois do carnaval, vamos ver como vai ser a partir da outra semana, quando todo mundo acorda. Vamos ver.

Mas eu acho que o cenário é bom porque, de fato, começamos melhor na inadimplência, os números de ocupação foram melhores do que imaginávamos. Então, sempre falam que janeiro é uma debandada de lojista, e isso não aconteceu em janeiro, como foi no ano passado, tivemos um "*stickness*" muito grande nesse janeiro que talvez não fosse a expectativa do mercado.

Em termos do *guidance* da margem, você tem razão, é uma margem *clean*, não tem nada orçado de VGV esse ano, acho que continuamos em um cenário que não pretendemos fazer nada, porque temos o *workshop* de fazer essas negociações e não está havendo apetite ainda para desenvolvimento de novas torres nesse momento, então, nesse



guidance está limpo de VGV, poucas coisas de pontos e é isso. Realmente é bem a parte operacional mesmo.

Marcelo Motta:

Perfeito. Obrigado, Cris.

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:

Bom, como é de costume, agradeço a participação de todos e coloco a disposição para eventuais questionamentos, dúvidas que ficaram o nosso setor de RI para todos vocês. Obrigado e até a próxima.

Operadora:

Concluimos, assim, a teleconferência da Iguatemi. Obrigada pela participação. Os senhores podem se 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."