

São Paulo, 31 de outubro de 2013 – A Smiles S.A. (BM&FBOVESPA: SMLE3), um dos maiores programas de coalizão do Brasil com mais de 9,5 milhões de participantes inscritos, anuncia seus resultados do 3T13. As informações financeiras e operacionais neste relatório se referem aos resultados da Smiles S.A. e estão apresentadas em IFRS e em Reais (R\$), exceto quando indicado de outra maneira.

## Lucro de R\$ 63,0 milhões, com crescimento de 30,5% em relação ao 2T13

### Smiles S.A.

BM&FBOVESPA: SMLE3 Novo Mercado

Cotação: R\$ 29,45

Nº de ações: 122.173.912

Valor de mercado: R\$ 3,6 bi

Preço de fechamento: 30/10/2013

[ri@smiles.com.br](mailto:ri@smiles.com.br)

[www.smiles.com.br/ri](http://www.smiles.com.br/ri)

### Teleconferência do 3T13

1º de novembro de 2013

Em português:

11h00 (horário de Brasília)

9h00 (US EDT)

Telefone: +55 (11) 3728-5971

Senha: Smiles

Replay: +55 (11) 3127-4999

Senha: 80801769

Em inglês:

13h00 (horário de Brasília)

11h00 (US EDT)

Telefone: +1-412-317-6776

Senha: Smiles

Replay: +1-412-317-0088

Senha: 10035534

### CONTATOS

#### Flavio Vargas

Diretor Financeiro e de  
Relações com Investidores

#### Marcos Pinheiro

Diretor de Tesouraria

#### Renata Oliva e

#### Bruno Fregonezi

Relações com Investidores

### Destaques do Período

#### ✓ Receita Líquida de R\$ 155,9 milhões

crescimento de 37,7% em relação ao 2T13

#### ✓ Lucro Líquido de R\$ 63,0 milhões no 3T13

crescimento de 30,5% em relação ao 2T13. Margem líquida de 40,4% no 3T13

#### ✓ Ações conjuntas com todos os principais parceiros financeiros

novos produtos, promoções e renovação de contrato com o Banco Itaú por três anos

#### ✓ Crescimento de dois dígitos na emissão e resgate

aumento de emissão e resgate de milhas de 18,6% e 30,3%, respectivamente, relativo ao 3T12

#### ✓ 28,3% de crescimento na emissão de milhas para parceiros ex-GOL

20,1% maior em relação ao 2T13 e 28,3% maior em relação ao 3T12

Destaque para o desempenho positivo no que diz respeito ao acúmulo e resgate de milhas no trimestre, o que impactou positivamente nossas receitas. O nosso sólido resultado operacional aliado a um forte resultado financeiro, referente ao adiantamento em bilhetes aéreos, possibilitou um crescimento de lucro líquido de 30,5% no trimestre em relação ao 2T13.

Principais Destaques <sup>1</sup>	Unidade	3T13	2T13	3T12	3T13 vs. 2T13 (%)	3T13 vs. 3T12 (%)
Acúmulo de Milhas	bi	10,2	8,7	8,6	17,2%	18,6%
Parceiros ex-Gol	bi	7,7	6,4	6,0	20,1%	28,3%
Gol	bi	2,4	2,2	2,5	9,1%	(4,5%)
Resgate de Milhas (Programa)	bi	8,7	7,0	6,7	24,9%	30,3%
Faturamento Bruto <sup>2</sup>	R\$ mi	266,7	215,7	219,6	23,6%	21,4%
Receita Líquida	R\$ mi	155,9	113,2	-	37,7%	-
Rec. Líquida (ex breakage)	R\$ mi	143,8	98,7	-	45,6%	-
Lucro Operacional	R\$ mi	38,8	41,6	-	(6,7%)	-
<i>margem operacional</i>	%	24,9%	36,8%	-	(11,9) p.p.	-
Lucro Líquido	R\$ mi	63,0	48,3	-	30,5%	-
<i>margem líquida</i>	%	40,4%	42,7%	-	(2,2) p.p.	-

<sup>1</sup> Dados de Acúmulo de 2012 refletem o acúmulo de milhas do programa antes do spin-off. Os resgates incluem as milhas do legado, acumuladas no programa antes de 2013.

<sup>2</sup> Faturamento Bruto não é uma medição contábil e corresponde ao total faturado pela venda de milhas e parcela em dinheiro do Smiles & Money, bruto de impostos. Esses faturamentos podem ter afetado o período corrente ou serão reconhecidos como receita em períodos futuros, dependendo do momento do resgate por parte do participante do programa. Para os períodos de 2012, o faturamento pro-forma reflete a estimativa dos valores que teriam sido faturados à GOL, aplicando-se o contrato de compra e venda de passagens e milhas.

## Mensagem da Administração

Atuamos em um mercado extremamente dinâmico e desafiador. Continuamos comprometidos a otimizar nossa rentabilidade e estamos trabalhando para melhorar cada vez mais nosso modelo de negócio. O lucro líquido apresentou uma evolução de 30,5% em relação ao obtido em 2T13, atingindo R\$ 63,0 milhões e o caixa gerado pelas atividades operacionais foi de R\$ 133,4 milhões neste trimestre.

Com o objetivo de resgatarmos o potencial da marca e apresentarmos nosso diferencial ao mercado, voltamos à mídia com uma campanha de comunicação de massa. Com a assinatura “Quem vai com Smiles, volta sorrindo”, utilizamos o conceito “A gente faz de tudo para você viajar com Smiles” e apresentamos ao público alguns benefícios exclusivos que o programa oferece, como a possibilidade de combinar milhas e dinheiro e a reativação de milhas vencidas.

Continuamos obtendo rentabilidade no nosso modelo de negócio *asset light*, com lucro líquido recorde em 3T13, o que reforça nossa capacidade de remunerar de forma atraente nossos acionistas. Durante o terceiro trimestre, o programa Smiles apresentou uma aceleração no resgate de milhas, reflexo do maior engajamento junto aos nossos clientes e do forte alinhamento com nossas companhias aéreas parceiras.

Em linha com a aproximação junto aos parceiros financeiros, renovamos o contrato comercial com o Banco Itaú por um período de três anos, dando continuidade ao relacionamento e ampliando a visão de longo prazo. A Smiles continua muito próxima ao segmento financeiro, desenvolvendo programas e soluções customizadas com todos os principais bancos de varejo no Brasil e como reflexo disso obtivemos um substancial aumento do acúmulo de milhas no trimestre.

Adicionalmente, em 13 de setembro foi lançado o Clube Smiles, um produto inovador no mercado de fidelização, que permite que seus associados recebam mensalmente 1.000 milhas mediante o pagamento de uma mensalidade de 30 reais, além de terem acesso a benefícios exclusivos. O Clube Smiles foi desenvolvido com o objetivo de engajar nossos clientes, aumentar o poder de coalizão do programa e ampliar nossa base de atuação.

A fim de fortalecermos nossa exposição no segmento de varejo, celebramos em outubro o “Acordo de Investimento” para aquisição de uma participação minoritária na empresa de fidelidade Netpoints. Acreditamos que a experiência da Netpoints neste segmento complementarará a nossa estratégia de atuação neste canal, cujo potencial de crescimento é atraente.

Permanecemos empenhados em proporcionar uma proposta de valor atraente aos clientes participantes e estreitar o nosso relacionamento com os parceiros financeiros, companhias aéreas internacionais e grandes varejistas.

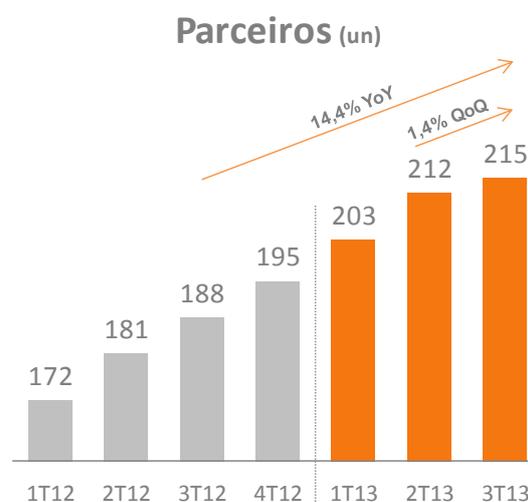
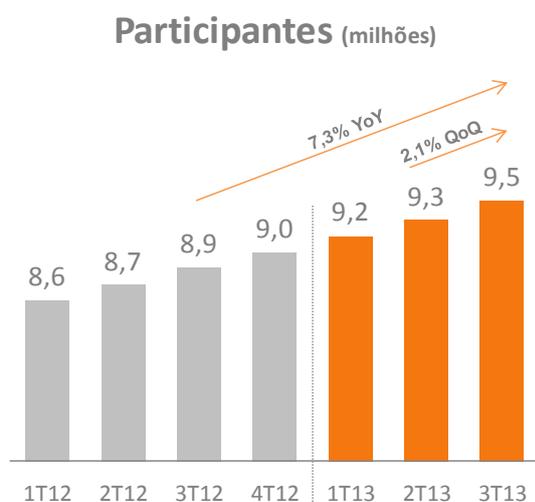
## Comentários do Desempenho

### Desempenho Operacional

Dados Operacionais <sup>1</sup>	Unidade	3T13	2T13	3T12	3T13 vs. 2T13 (%)	3T13 vs. 3T12 (%)
<b>Participantes</b>	mil	<b>9.527</b>	<b>9.333</b>	<b>8.878</b>	<b>2,1%</b>	<b>7,3%</b>
<b>Parcerias</b>	un	<b>215</b>	<b>212</b>	<b>188</b>	<b>1,4%</b>	<b>14,4%</b>
<b>Acúmulo de Milhas <sup>2</sup></b>	mi	<b>10.170</b>	<b>8.681</b>	<b>8.578</b>	<b>17,2%</b>	<b>18,6%</b>
Parceiros ex-Gol	mi	7.743	6.448	6.036	20,1%	28,3%
Gol	mi	2.427	2.232	2.542	8,7%	(4,5%)
<b>Resgate de Milhas do Programa</b>	mi	<b>8.684</b>	<b>6.955</b>	<b>6.666</b>	<b>24,9%</b>	<b>30,3%</b>
<b>Taxa de Breakage</b>	%	<b>15,2%</b>	<b>16,3%</b>	<b>22,3%</b>	<b>(1,1 p.p.)</b>	<b>(7,1 p.p.)</b>
<b>% Novas Milhas</b>	%	<b>54,2%</b>	<b>42,4%</b>	-	<b>11,8 p.p.</b>	<b>54,2 p.p.</b>

<sup>1</sup> Todos os valores correspondentes a milhas estão líquidos de efeitos de reembolso

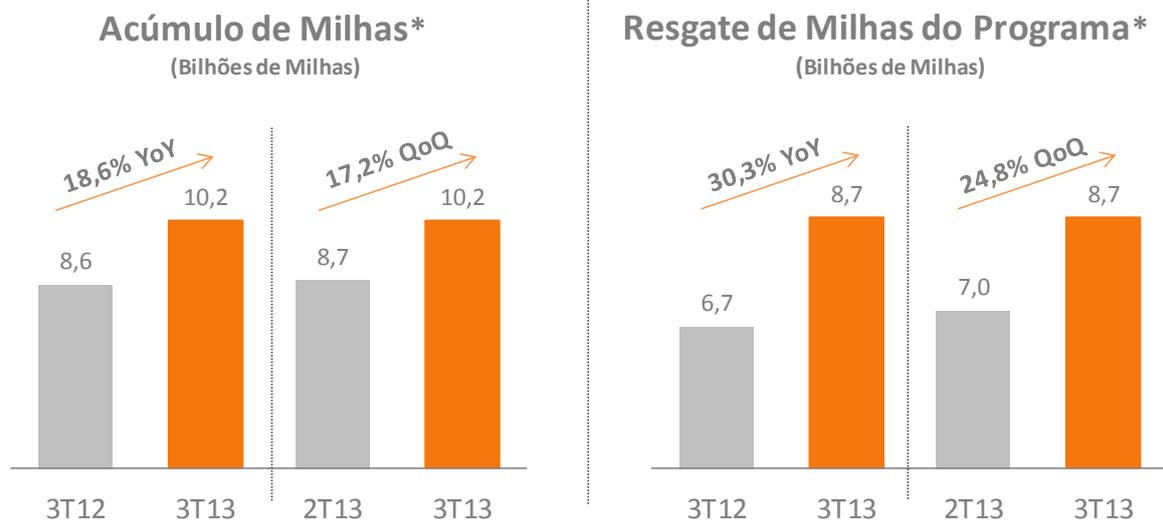
<sup>2</sup> O acúmulo de milhas para 3T12 é referente ao Programa Smiles e para 2T13 em diante representa o acúmulo na Smiles S.A.



**Participantes:** O crescimento do número de participantes do programa foi de 7,3% e 2,1% em relação ao 3T12 e 2T13, respectivamente, atingindo 9,5 milhões de clientes ao final de 3T13. Continuamos a lançar campanhas e promoções inovadoras que têm estimulado o aumento da nossa base de clientes.

**Parcerias:** Dando continuidade da expansão das nossas parcerias no segmento de varejo, a Smiles celebrou parceria com a rede de drogarias DPSP – a qual detém as marcas Drogeria São Paulo e Pacheco e é a uma das maiores redes de farmácias em número de lojas no país com cerca de 700 pontos de vendas, faturamento anual da

ordem de R\$4,5 bilhões e atuação em cinco estados brasileiros. Ao final do terceiro trimestre, a Smiles contava com 215 parceiros.



\*Números dos gráficos refletem a emissão de milhas e quantidade de resgates líquidos de reembolso

**Acúmulo de Milhas:** O 3T13 apresentou crescimento no acúmulo de milhas de 18,6% em relação ao mesmo trimestre do ano anterior e de 17,2% em relação ao 2T13.

Este aumento é explicado pela variação positiva de milhas emitidas pelos parceiros *ex-GOL* de 28,3% em relação ao 3T12, e de 20,1% em relação ao 2T13. Estamos ampliando o foco nas instituições financeiras, com a estruturação de uma equipe dedicada a atender este canal. Entre as iniciativas implementadas ao longo do trimestre, destacamos a venda especial de milhas para clientes de nossos parceiros financeiros e a campanha de bonificação para estímulo de transferência de milhas.

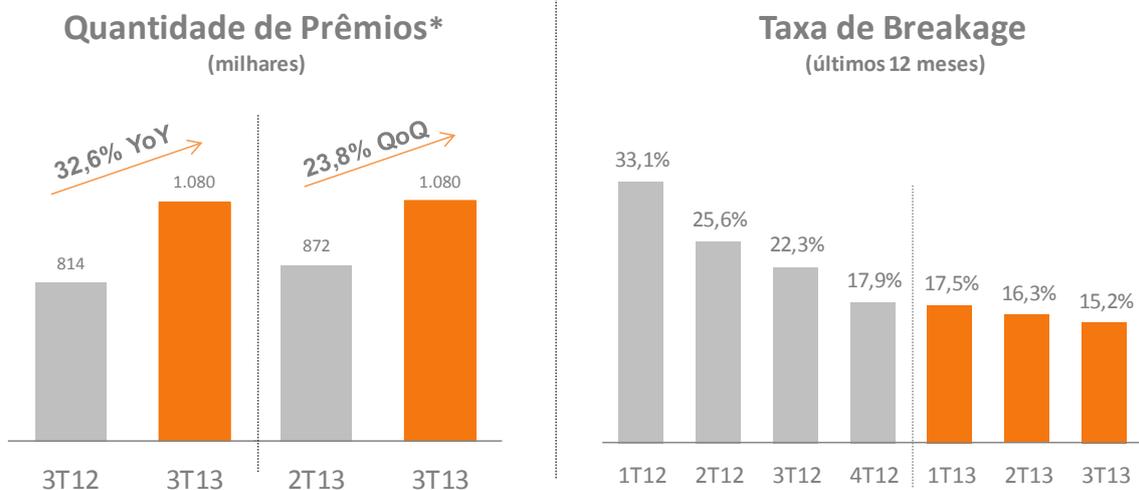
**Resgate de Milhas:** O resgate de milhas do programa Smiles apresentou crescimento de 30,3% e 24,8% em relação ao 3T12 e 2T13, respectivamente. O percentual de novas milhas, em relação ao resgate total do programa passou de 42,4% no 2T13 para 54,2% no 3T13.

Dados Operacionais <sup>1</sup>	Unidade	3T13	2T13	3T12	3T13 vs. 2T13 (%)	3T13 vs. 3T12 (%)
<b>Resgate de Milhas do Programa <sup>2</sup></b>	<b>mi</b>	<b>8.684</b>	<b>6.955</b>	<b>6.666</b>	<b>24,9%</b>	<b>30,3%</b>
Resgates Gol Smiles & Money	mi	319	253	599	26,1%	(46,7%)
Resgates tradicionais (100% Milhas)	mi	8.365	6.702	6.066	24,8%	37,9%
<b>Quantidade de Produtos Resgatados</b>	<b>mil</b>	<b>1.080</b>	<b>872</b>	<b>814</b>	<b>23,8%</b>	<b>32,6%</b>
Resgates Gol Smiles & Money	mil	178	150	203	18,5%	(12,2%)
Resgates tradicionais (100% Milhas)	mil	902	722	612	24,9%	47,4%
<b>Milhas Médias Por produto</b>	<b>un</b>	<b>8.043</b>	<b>7.976</b>	<b>8.186</b>	<b>0,8%</b>	<b>(1,8%)</b>
Resgates Gol Smiles & Money	un	1.795	1.681	2.957	6,7%	(39,3%)
Resgates tradicionais (100% Milhas)	un	9.277	9.287	9.920	(0,1%)	(6,5%)

<sup>1</sup> Todos os valores correspondentes à milhas estão líquidos de efeitos de reembolso

<sup>2</sup> Os valores de resgate de milhas representam os resgates referentes às milhas novas e do legado

**Quantidade de Prêmios e Milhas Médias:** A quantidade total de prêmios resgatados cresceu 23,8% em relação ao 2T13. Esta variação é composta pelo aumento nos resgates Smiles & Money e nos produtos tradicionais (100% milhas), reforçando o diferencial do programa Smiles em termos de precificação.



\*Números do gráfico refletem resgates líquidos de reembolso

**Breakage:** O terceiro trimestre apresentou taxa de breakage de 15,2%, uma variação de -1,1 p.p. em relação ao 2T13, reflexo no aumento do engajamento dos clientes e na atratividade do programa.

## Desempenho Financeiro

Informações Financeiras Resumidas	Unidade	3T13	2T13	3T12	3T13 vs. 2T13 (%)	3T13 vs. 3T12 (%)
<b>Faturamento Bruto</b> <sup>1,2</sup>	R\$ mi	<b>266,7</b>	<b>215,7</b>	<b>219,6</b>	<b>23,6%</b>	<b>21,4%</b>
Parceiros ex-Gol	R\$ mi	173,1	140,6	143,7	23,1%	20,5%
Smiles & Money	R\$ mi	59,8	43,8	42,4	36,5%	41,0%
Gol (milhas + taxa de adm.)	R\$ mi	33,8	31,3	33,6	8,1%	0,8%
<b>Receita Líquida</b>	R\$ mi	<b>155,9</b>	<b>113,2</b>	-	<b>37,7%</b>	-
<b>Receita Líquida (ex Breakage)</b>	R\$ mi	<b>143,8</b>	<b>98,7</b>	-	<b>45,6%</b>	-
<b>Lucro Bruto</b>	R\$ mi	<b>56,9</b>	<b>59,1</b>	-	<b>(3,8%)</b>	-
<i>Margem Bruta</i>	%	36,5%	52,2%	-	(15,7 p.p.)	-
<b>Lucro Operacional</b>	R\$ mi	<b>38,8</b>	<b>41,6</b>	-	<b>(6,7%)</b>	-
<i>Margem Operacional</i>	%	24,9%	36,8%	-	(11,9 p.p.)	-
<b>Lucro Líquido</b>	R\$ mi	<b>63,0</b>	<b>48,3</b>	-	<b>30,5%</b>	-
<i>Margem Líquida</i>	%	40,4%	42,7%	-	(2,3 p.p.)	-

**Faturamento Bruto:** O terceiro trimestre apresentou expressivo aumento no faturamento de milhas com parceiros ex-GOL, crescendo 23,1% em relação ao trimestre anterior e explicado principalmente pelo aumento de 20,1% no volume de milhas vendidas, e 2,5% de aumento no preço médio. Esta variação, apesar do efeito da variação cambial positiva no período (de 8,6%<sup>3</sup>), reflete o desconto concedido na antecipação de milhas a algumas instituições financeiras. A representação das milhas antecipadas do faturamento de milhas com parceiros ex-Gol foi de 64,6% no 3T13.

Importante ressaltar que a venda de milhas antecipadas não foi diretamente reconhecida como faturamento. Isso só ocorre conforme os clientes de nossos parceiros solicitam a transferência de seus pontos para o Programa Smiles.

O faturamento do produto Smiles & Money apresentou crescimento de 36,5% no 3T13 em relação ao 2T13, por conta variação positiva de 18,5% no número de emissões e pelo aumento unitário de 15,2% da parte em dinheiro, refletindo a atratividade desta opção de resgate aos participantes.

Receita (R\$ milhões)	3T13	2T13	Δ (%)
<b>Receita Bruta</b>	<b>171,9</b>	<b>124,9</b>	<b>37,7%</b>
Receita de Resgate de Milhas	96,9	63,3	53,2%
Receita Money	59,8	43,8	36,5%
Receita de <i>Breakage</i>	13,4	16,0	(16,4%)
Outras Receitas	1,8	1,8	(0,0%)
Impostos diretos	(16,0)	(11,6)	37,9%
<b>Receita Líquida</b>	<b>155,9</b>	<b>113,2</b>	<b>37,7%</b>
<b>Receita Líquida (ex Breakage)</b>	<b>143,8</b>	<b>98,7</b>	<b>45,6%</b>

1. Faturamento Bruto não é uma medição contábil e corresponde ao total faturado pela venda de milhas e parcela em dinheiro do Smiles&Money, bruto de impostos. Esses faturamentos podem ter afetado o período corrente ou serão reconhecidos como receita em períodos futuros, dependendo do momento do resgate por parte do participante do programa.

2. Para os períodos de 2012, o faturamento pro-forma reflete a estimativa dos valores que teriam sido faturados a GOL, aplicando-se o contrato de compra e venda de passagens e milhas.

3. Variação da Ptax de venda do fechamento dos meses dos períodos mencionados.

**Receita de Resgate de Milhas:** A receita bruta de resgate de milhas apresentou uma variação positiva de 53,2% em relação ao 2T13, reflexo do aumento no número de milhas resgatadas pelo programa, com menor participação das milhas do legado.

**Receita Money:** Conforme já mencionado, o crescimento desta receita deve-se ao aumento do faturamento Smiles&Money.

**Receita de Breakage:** A receita de *Breakage* foi calculada com base nas informações contidas na tabela abaixo:

Cálculo	Resumo (R\$ Milhões)	1T13	2T13	3T13
<b>A</b>	<b>Saldo Inicial</b>	-	<b>143,9</b>	<b>252,9</b>
<b>B = B1+B2</b>	Acúmulo	190,7	172,3	201,1
<b>B1</b>	Faturamento de milhas	182,5	170,1	205,1
<b>B2</b>	Outros Efeitos	8,2	2,2	(4,0)
<b>C</b>	Resgate	46,8	63,3	96,9
<b>D</b>	Expiração	0,0	0,0	0,0
<b>E = A + B - C - D</b>	<b>Saldo Final</b>	<b>143,9</b>	<b>252,9</b>	<b>357,1</b>
<b>F</b>	Taxa	17,5%	16,3%	15,2%
<b>G = E * F</b>	<b>Saldo de Breakage (SF * Taxa)</b>	<b>25,2</b>	<b>41,2</b>	<b>54,6</b>
<b>H(t) = G(t) - G (t-1)</b>	Variação - Resultado	25,2	16,0	13,4
<b>I = D + H(t)</b>	<b>Receita de Breakage (bruta)</b>	<b>25,2</b>	<b>16,0</b>	<b>13,4</b>

No 3T13, a redução da receita de *Breakage* em 16,4%, frente ao 2T13, é explicada pela redução em 4,6% no acréscimo do saldo de milhas somada à redução de 12,4% por conta da variação negativa na taxa de *Breakage*.

**Margens diretas por produto:** Convém mencionar que a margem leva em consideração a alocação da Receita de Resgate de Milhas líquida pela proporção de milhas resgatadas do programa entre os produtos Tradicionais (100% milhas) e Smiles & Money. A alocação entre os custos Smiles & Money e Tradicionais (100% milhas) leva em consideração a proporção entre os custos destes produtos.

Custo Operacional (R\$ milhões)	3T13	2T13	Δ (%)
<b>Custo dos Serviços Prestados</b>	<b>(99,1)</b>	<b>(54,1)</b>	<b>83,0%</b>
Custo com compra de Passagens	(96,0)	(51,8)	85,2%
Tradicionais Gol	(57,8)	(34,1)	69,6%
Smiles&Money	(35,1)	(16,1)	117,9%
Parceiras ex-Gol	(3,0)	(1,6)	87,5%
Custo com compra de Produtos	(0,7)	(0,4)	75,0%
Outros Custos	(2,4)	(1,9)	26,3%

## Margem Direta por Produto:

3T13 (Abertura por produto)	Produtos 100% milhas	Produtos Smiles& Money	Não Alocados	Total
<b>Receita Bruta</b>	<b>93,4</b>	<b>63,4</b>	<b>15,2</b>	<b>171,9</b>
Receita de Resgate de Milhas	93,4	3,6	-	96,9
Receita Money	-	59,8	-	59,8
Receita de Breakage	-	-	13,4	13,4
Outras Receitas	-	-	1,8	1,8
(-) Impostos diretos	(8,6)	(5,9)	(1,5)	(16,0)
<b>(=) Receita Líquida</b>	<b>84,7</b>	<b>57,5</b>	<b>13,7</b>	<b>155,9</b>
(-) Custos Diretos	(61,5)	(35,1)	-	(96,7)
(-) Custos Não Alocados	-	-	(2,4)	(2,4)
<b>(=) Lucro Bruto</b>	<b>23,2</b>	<b>22,4</b>	<b>11,3</b>	<b>56,9</b>
Margem Bruta	27,4%	38,9%	n/a	36,5%

2T13 (Abertura por produto)	Produtos 100% milhas	Produtos Smiles& Money	Não Alocados	Total
<b>Receita Bruta</b>	<b>61,0</b>	<b>46,1</b>	<b>17,8</b>	<b>124,9</b>
Receita de Resgate de Milhas	61,0	2,3	-	63,3
Receita Money	-	43,8	-	43,8
Receita de <i>Breakage</i>	-	-	16,0	16,0
Outras Receitas	-	-	1,8	1,8
(-) Impostos diretos	(5,6)	(4,3)	(1,7)	(11,6)
<b>(=) Receita Líquida</b>	<b>55,3</b>	<b>41,8</b>	<b>16,1</b>	<b>113,2</b>
(-) Custos Diretos	(36,1)	(16,1)	-	(52,2)
(-) Custos Não Alocados	-	-	(1,9)	(1,9)
<b>(=) Lucro Bruto</b>	<b>19,2</b>	<b>25,7</b>	<b>14,2</b>	<b>59,1</b>
Margem Bruta	34,7%	61,5%	n/a	52,2%

**Produtos 100% milhas:** O custo total com resgates 100% milhas aumentou 70,4%, em relação ao 2T13, explicados em grande parte pelo crescimento de milhas resgatadas. O custo por bilhete (desconsiderando efeitos de legado) permaneceu em linha com o apresentado nos trimestres anteriores.

**Smiles & Money:** O custo de resgates Smiles & Money apresentou expressivo aumento em relação ao 2T13, explicado principalmente pelo crescimento de 18,5% no número de bilhetes emitidos e pelo aumento no custo unitário. O aumento de custos nesta modalidade reflete o *mix* entre tarifas padrão e tarifas comerciais. Todavia, o maior custo foi parcialmente compensado pelo aumento da receita unitária.

**Despesas Operacionais:** As despesas comerciais referentes ao 3T13 foram principalmente impactadas pelo aumento nos gastos com publicidade e propaganda relacionados à campanha de mídia lançada em setembro de 2013 e pela alteração do tratamento da despesa com milhas bonificadas com efeito de redução na despesa de R\$ 5,4 milhões. As despesas administrativas cresceram R\$ 5,1 milhões em relação ao trimestre anterior, reflexo do provisionamento do plano de participação nos resultados e plano de incentivo de longo prazo dos funcionários da Companhia, além da estruturação de algumas áreas, dando continuidade ao desenvolvimento do modelo de negócios.

Despesas Operacionais (R\$ milhões)	3T13	2T13	Δ (%)
<b>Despesas operacionais</b>	<b>(18,1)</b>	<b>(17,5)</b>	<b>3,5%</b>
Despesas comerciais	(7,8)	(12,3)	(36,6%)
Despesas administrativas	(10,3)	(5,2)	98,1%

#### Outras Receitas e Despesas:

**Receita Financeira:** As receitas financeiras referentes ao período são compostas principalmente pela receita de R\$ 42,7 milhões de descontos obtidos e pela receita de R\$ 4,6 milhões referente aos ganhos com aplicações financeiras.

**Imposto de Renda e CSLL:** A principal diferença entre a alíquota efetiva de 26,9% e a alíquota fiscal de 34,0% está relacionada à dedução da despesa de juros sobre o capital próprio, com efeito aproximado de R\$ 6,2 milhões no resultado.

Outras Receitas e Despesas (R\$ milhões)	3T13	2T13	Δ (%)
<b>Outras Receitas e Despesas</b>	<b>24,3</b>	<b>6,7</b>	<b>262,7%</b>
Resultado Financeiro Líquido	47,5	32,0	48,5%
Imposto de Renda e CSLL	(23,2)	(25,3)	(8,3%)

**Lucro Líquido:** O lucro líquido da companhia apresentou crescimento de 30,5% em relação ao 2T13, atingindo um valor recorde de R\$ 63,0 milhões no trimestre, com margem líquida de 40,4%.

## Demonstração de Resultados

Demonstração do Resultado (R\$ milhões)	3T13	2T13	Δ (%)	Δ (Abs)
<b>Receita Bruta</b>	<b>171,9</b>	<b>124,9</b>	<b>37,6%</b>	<b>47,0</b>
Receita de Resgate de Milhas	96,9	63,3	53,1%	33,6
Receita Money	59,8	43,8	36,5%	16,0
Receita de <i>Breakage</i>	13,4	16,0	(16,3%)	(2,6)
Outras Receitas	1,8	1,8	0,0%	0,0
Impostos diretos	(16,0)	(11,6)	37,9%	(4,4)
<b>Receita Líquida</b>	<b>155,9</b>	<b>113,2</b>	<b>37,7%</b>	<b>42,7</b>
<b>Custo dos Serviços Prestados</b>	<b>(99,1)</b>	<b>(54,1)</b>	<b>83,2%</b>	<b>(45,0)</b>
Custo com compra de Passagens	(96,0)	(51,8)	85,3%	(44,2)
Tradicional Gol	57,8	34,1	69,5%	23,7
Smiles&Money	35,1	16,1	118,0%	19,0
Parceiras ex-Gol	3,0	1,6	87,5%	1,4
Custo com compra de Produtos	(0,7)	(0,4)	75,0%	(0,3)
Outros Custos	(2,4)	(1,9)	26,3%	(0,5)
<b>Lucro Bruto</b>	<b>56,9</b>	<b>59,1</b>	<b>(3,7%)</b>	<b>(2,2)</b>
<i>margem bruta</i>	<b>36,5%</b>	<b>52,2%</b>	<b>(15,7 p.p.)</b>	<b>n/a</b>
<b>Despesas operacionais</b>	<b>(18,1)</b>	<b>(17,5)</b>	<b>3,4%</b>	<b>(0,6)</b>
Despesas comerciais	(7,8)	(12,3)	(36,6%)	4,5
Despesas administrativas	(10,3)	(5,2)	98,1%	(5,1)
<b>Lucro Operacional</b>	<b>38,8</b>	<b>41,6</b>	<b>(6,7%)</b>	<b>(2,8)</b>
<i>margem operacional</i>	24,9%	36,8%	(11,9 p.p.)	n/a
<b>Outras Receitas e Despesas</b>	<b>24,3</b>	<b>6,7</b>	<b>262,7%</b>	<b>17,6</b>
Resultado Financeiro Líquido	47,5	32,0	48,4%	15,5
Imposto de Renda e CSLL	(23,2)	(25,3)	(8,3%)	2,1
<b>Lucro Líquido</b>	<b>63,0</b>	<b>48,3</b>	<b>30,4%</b>	<b>14,7</b>
<i>margem líquida</i>	40,4%	42,7%	(2,3 p.p.)	n/a

## Balanço Patrimonial

Balanço Patrimonial (R\$ milhões)	3T13	2T13	Δ (%)	Δ (Abs)
<b>Ativo</b>	<b>1.803,8</b>	<b>1.797,4</b>	<b>0,4%</b>	<b>6,4</b>
Circulante	806,9	719,3	12,2%	87,6
Caixa e Equivalente de Caixa	126,5	99,2	27,5%	27,3
Aplicações financeiras	146,9	99,4	47,8%	47,5
Contas a Receber	39,7	33,4	18,9%	6,3
Adiantamento a Fornecedores	444,9	422,8	5,2%	22,1
Impostos Diferidos e a Compensar	2,7	13,9	(80,6%)	(11,2)
Despesas Antecipadas	2,4	2,7	(11,1%)	(0,3)
Créditos com empresas relacionadas	43,2	46,4	(6,9%)	(3,2)
Outros Créditos e Valores	0,7	1,5	(53,3%)	(0,8)
Não-Circulante	996,9	1.078,1	(7,5%)	(81,2)
Impostos diferidos	6,0	3,5	71,4%	2,5
Adiantamento a Fornecedores	990,3	1.074,0	(7,8%)	(83,7)
Imobilizado	0,5	0,6	(16,7%)	(0,1)
Intangível	0,1	-	n/a	0,1
<b>Passivo</b>	<b>1.803,8</b>	<b>1.797,4</b>	<b>0,4%</b>	<b>6,4</b>
Circulante	377,1	424,1	(11,1%)	(47,0)
Fornecedores	14,5	19,1	(24,1%)	(4,6)
Obrigações Trabalhistas	8,3	3,9	112,8%	4,4
Obrigações Fiscais	11,0	9,4	17,0%	1,6
Adiantamento de Clientes	249,1	325,6	(23,5%)	(76,5)
Receita Diferida	94,1	66,1	42,4%	28,0
Não-Circulante	225,6	198,2	13,8%	27,4
Obrigações Trabalhistas	17,0	52,5	(67,6%)	(35,5)
Obrigações Fiscais	0,1	0,0	n/a	0,1
Receita Diferida	208,5	145,7	43,1%	62,8
Patrimônio Líquido	1.201,1	1.175,1	2,2%	26,0
Capital Social	1.132,2	1.132,2	0,0%	0,0
(-) Custo com Emissão de Ações	(36,3)	(36,2)	0,3%	(0,1)
Remuneração baseada em ações	1,2	1,0	20,0%	0,2
Lucros (Prejuízos) do Exercício Corrente	104,1	78,1	33,3%	26,0

## Fluxo de Caixa Operacional Ajustado <sup>1</sup>

Demonstração dos Fluxos de Caixa Ajustada (R\$ milhões)	3T13	2T13	Δ (%)	Δ (Abs)
<b>Caixa gerado pelas (consumido nas) atividades operacionais</b>	<b>133,4</b>	<b>(962,5)</b>	<b>(113,9%)</b>	<b>1095,9</b>
Imposto de renda e contribuição social pagos	(21,3)	(7,9)	169,7%	(13,4)
<b>Caixa líquido gerado pelas (consumido nas) ativ. operacionais</b>	<b>112,1</b>	<b>(970,4)</b>	<b>n/a</b>	<b>n/a</b>
Adiantamento a fornecedores	(103,5)	1.431,3	n/a	n/a
Adiantamento de clientes	112,0	(321,3)	n/a	n/a
(-) Capex	(0,1)	(0,4)	(75,0%)	0,3
<b>Fluxo de Caixa Operacional Ajustado</b>	<b>120,4</b>	<b>139,2</b>	<b>(13,5%)</b>	<b>(18,8)</b>

1. O Fluxo de Caixa Operacional Ajustado equivale ao caixa líquido gerado pelas (consumido nas) atividades operacionais subtraído dos efeitos de adiantamento a fornecedores e de clientes, além do Capex do período.

## Demonstrações dos Fluxos de Caixa

Demonstração dos Fluxos de Caixa (R\$ milhões)	3T13	2T13	Δ (%)	Δ (Abs)
<b>Lucro Líquido</b>	<b>63,0</b>	<b>48,3</b>	<b>30,4%</b>	<b>14,7</b>
Remuneração baseada em ações	0,1	0,8	(87,5%)	(0,7)
Impostos diferidos	(2,4)	16,6	(114,5%)	(19,0)
Provisão para Processos Judiciais	0,1	0,0	n/a	0,1
Depreciação e amortização	0,1	0,0	n/a	0,1
Desconto obtido	(42,7)	(29,3)	45,7%	(13,4)
Variações Cambiais e Monetárias, Líquidas	(0,1)	0,2	(150,0%)	(0,3)
Provisão para Crédito de Liquidação Duvidosa	0,2	0,4	(50,0%)	(0,2)
Provisão de participação nos lucros e resultados	6,5	-	n/a	6,5
Contas a receber	(6,4)	41,9	(115,3%)	(48,3)
Adiantamento a fornecedores	103,5	(1.431,3)	(107,2%)	1.534,8
Despesas antecipadas	0,3	(1,8)	(116,7%)	2,1
Impostos a recuperar	11,3	(13,2)	(185,6%)	24,5
Outros créditos	0,8	(1,3)	(161,5%)	2,1
Contas a pagar	(4,5)	7,7	(158,4%)	(12,2)
Obrigações trabalhistas	(2,1)	1,7	(223,5%)	(3,8)
Adiantamento de clientes	(112,0)	321,3	(134,9%)	(433,3)
Receita diferida	90,8	93,1	(2,5%)	(2,3)
Obrigações fiscais	23,6	(10,5)	(324,8%)	34,1
Créditos com empresas relacionadas	3,3	(7,1)	(146,5%)	10,4
<b>Caixa gerado pelas (consumido nas) atividades operacionais</b>	<b>133,4</b>	<b>(962,5)</b>	<b>(113,9%)</b>	<b>1.095,9</b>
Imposto de renda e contribuição social pagos	(21,3)	(7,9)	169,6%	(13,4)
<b>Caixa líquido gerado pelas (consumido nas) ativ. operacionais</b>	<b>112,1</b>	<b>(970,4)</b>	<b>(111,6%)</b>	<b>1.082,5</b>
Aquisição de imobilizado/intangível	(0,1)	(0,4)	(75,0%)	0,3
Aplicação Financeira	(47,5)	(99,4)	(52,3%)	52,0
<b>Caixa líquido aplicado nas ativ. de investimentos</b>	<b>(47,6)</b>	<b>(99,9)</b>	<b>(52,4%)</b>	<b>52,3</b>
Capital social	-	1.132,2	(100,0%)	(1.132,2)
(-) Custo de Emissão de Ações	(0,1)	(36,2)	(99,7%)	36,1
(-) Antecipação de Dividendos/Juros sobre o Capital Próprio	(37,1)	-	n/a	(37,1)
<b>Caixa líquido das atividades de financiamento</b>	<b>(37,2)</b>	<b>1.096,0</b>	<b>(103,4%)</b>	<b>(1.133,2)</b>
<b>Acréscimo líquido de caixa</b>	<b>27,3</b>	<b>25,7</b>	<b>6,2%</b>	<b>1,6</b>
Caixa e equiv. de caixa no início do período	99,2	73,5	35,0%	25,7
<b>Caixa e equivalentes de caixa no final do período</b>	<b>126,5</b>	<b>99,2</b>	<b>27,5%</b>	<b>27,3</b>

## Modelo de Negócios

A Smiles iniciou suas atividades como um programa individual de fidelização, mas evoluiu em direção ao modelo atual, tornando-se um modelo de coalizão com algumas características singulares, que permite o acúmulo e resgate de Milhas em voos da GOL e suas parceiras aéreas internacionais, bem como nos principais bancos comerciais brasileiros, incluindo os cartões co-branded emitidos pelo Bradesco e o Banco do Brasil, além de ampla rede de parceiros de varejo. O modelo atual funciona através (i) do acúmulo de Milhas pelo Participante quando da aquisição de passagens aéreas da GOL ou de outras companhias aéreas parceiras, ou produtos e serviços dos Parceiros Comerciais e financeiros, que adquirem estas milhas do Smiles como forma de fidelização de seus clientes, e (iii) do resgate de Prêmios pelo Participante quando da troca de suas Milhas por passagens aéreas da GOL e de outras companhias aéreas parceiras ou ainda por produtos e serviços dos Parceiros Comerciais e financeiros.

As principais fontes de receita da Companhia advêm (i) do spread entre a receita de milha emitida e o custo de resgate, representado por passagens e prêmios em sua rede de parceiros aéreos, comerciais e financeiros, (ii) da receita de juros decorridos entre a data de acúmulo e resgate das milhas e (iii) da receita de *Breakage*, caso estas milhas emitidas expirem sem serem resgatadas.

## Glossário

**Asset light** - estratégia de poucos ativos para gerenciar o modelo de negócios da companhia.

**Breakage** - Milhas vencidas e não resgatadas, podendo ser expresso como número de milhas, número em Reais ou como porcentagem das milhas emitidas, conforme aplicável ao contexto.

**Burn / earn ratio** - É a relação entre a quantidade de milhas resgatadas e a quantidade de milhas acumuladas para determinado período.

**Milhas** - O direito de resgate dos Participantes do Programa Smiles comercializado com os Parceiros Comerciais.

**Passagens-Prêmio** - Passagens aéreas entregues ao Participante como resultado do resgate de Milhas.

**Payout** - porcentagem de lucros líquidos obtidos pela empresa distribuídos através de proventos.

**Prêmios** - Produto ou serviço entregue ao Participante por um parceiro comercial como resultado do resgate pelo Participante de Milhas de programas de fidelização de clientes.

**Produtos Prêmio** - Produto ou serviço entregue ao Participante por um parceiro comercial como resultado do resgate pelo Participante de Milhas de programas de fidelização de clientes, que não as passagens aéreas.

**Programa Smiles** - Programa de multifidelização para diversas companhias, incluindo a GOL Linhas Aéreas Inteligentes S.A.

**Smiles & Money** - Forma de emissão de passagens áreas por meio da qual é possível combinar dinheiro e milhas.

**Smiles Shopping** - É uma forma de utilização das Milhas em produtos e não em passagens. As Milhas podem ser utilizadas em resgates de produtos e serviços de diversos segmentos tais como eletroportáteis, câmeras e filmadoras, ferramentas e produtos para jardim, livros, vale-presentes, DVDs e Blu-ray, eletrônicos, utilidades domésticas, produtos de cama, mesa e banho, produtos do setor automotivo, móveis e decorações, produtos para bebês, brinquedos, eletrodomésticos, celulares e telefones, produtos de beleza e saúde, informática, papelaria, esporte e lazer, além de moda e acessórios.

**Spin-off** - momento de separação societária do Programa Smiles para a Smiles S.A. ocorrido em 1 de janeiro de 2013.

**Yield** - índice criado para medir a rentabilidade dos proventos de uma empresa em relação ao preço de suas ações.