

**Operadora:**

Bom dia, senhoras e senhores, e obrigada por aguardarem. Sejam bem-vindos à teleconferência da Smiles para a discussão dos resultados referentes ao 1T17.

Logo após a apresentação da Empresa, iniciaremos a sessão de perguntas e respostas. Para entrar na lista de espera para fazer uma pergunta, por favor, digite \*1. Caso algum dos senhores necessite de alguma assistência durante a conferência, queira, por favor, solicitar a ajuda de um operador, digitando \*0.

Informamos que algumas informações contidas nesta teleconferência podem conter projeções ou afirmações sobre expectativas futuras. Tais informações estão sujeitas a riscos conhecidos e desconhecidos, e incertezas que podem fazer com que tais expectativas não se concretizem ou sejam substancialmente diferentes do que era esperado.

Estão presentes hoje conosco: o Sr. Leonel Andrade, CEO, e o Sr. Marcos Pinheiro, CFO. Passaremos agora a palavra Sr. Leonel Andrade. Por favor, queira prosseguir.

**Leonel Andrade:**

Bom dia a todos. É um prazer estar com vocês. Muito obrigado por estarem conosco. Tenho a satisfação de começar agora nossa apresentação de resultados do 1T17. É o 1T do quinto ano de existência da Empresa, portanto estamos completando cinco 1Ts de cada ano.

Olhando, por favor, na página três, os destaques financeiros e operacionais da Companhia, nosso lucro líquido atingiu R\$156,3 milhões, com crescimento de 32% sobre o ano anterior. É muito gratificante, porque no primeiro trimestre da Companhia, quando ela começou, há quatro, o primeiro resultado dela nesse mesmo período foi de R\$29 milhões. Portanto, temos aqui um crescimento muito consistente e robusto, que persiste em todos os anos até então.

O EBITDA, que nos dá muita satisfação, alcançou R\$182,7 milhões, crescimento de 45%, e essa satisfação vem porque temos conseguido crescer mantendo lucro baseado em nosso resultado operacional. Então, foi mais um trimestre de grande destaque da nossa operação.

A receita líquida cresceu 26,4%, alcançando R\$443,3 milhões, e isso realça o grande engajamento dos nossos clientes, com os clientes cada vez mais viajando com a Smiles.

O resgate de milhas subiu 36,6%, totalizou agora R\$16 milhões. Acúmulo, excluindo o Smiles & Money, para que tenhamos a mesma base comparativa, cresceu 25,4%; excluindo GOL e Smiles & Money. Portanto, foi um trimestre de altíssimo destaque de acúmulo de milhas.

O faturamento cresceu, excluindo a GOL, 8%. Acho que entramos agora em um ambiente positivo de volta de crescimento consistente de faturamento, embora tenhamos conseguido crescer mesmo no auge da crise. Mas agora acredito que a indústria será favorecida e nós continuaremos trabalhando para liderar o crescimento dela, como vimos fazendo até então.

Nosso resultado financeiro cresceu 3%, 2,9%, totalizando R\$59,1 milhões. Aqui tem um ponto de destaque: com a operação que firmamos com a GOL, acaba que nos próximos dois anos teremos um destaque no resultado financeiro também, por conta das taxas pré-fixadas da operação que fizemos, a despeito da queda de CDI, mas ressalto que nosso foco está sempre no resultado operacional, e a satisfação é que conseguimos crescer no resultado operacional de forma consistente.

Indo para a página seguinte, gostaria de destacar um pouco o Viaje Fácil, na página quatro. Como todos sabem, lançamos este produto recentemente; no 2T16 fizemos os testes, lançamos o produto, e nossa satisfação é que este produto tem ganhado cada vez mais destaque, mais engajamento dos clientes. Somos a única empresa do mercado a oferecer algo semelhante.

O cliente marca sua viagem, confirma a viagem e paga 60 dias antes do voo, o que significa que estamos de fato ganhando mercado consistentemente, e esse produto tem ajudado bastante.

Um dos destaques desse produto é que é fácil atrair clientes que não estão conosco, uma vez que ele pode experimentar e, caso confirme a viagem, aí sim ele traz as milhas. Invertemos a lógica da indústria, mais uma vez a Smiles sendo muito inovadora. Até então, na indústria as pessoas sempre têm de acumular para um dia conseguirem exercer suas passagens, e agora podem exercer a viagem, confirmar a viagem no melhor preço possível, com antecedência, e depois trazer as milhas das outras fontes, principalmente dos bancos, e aproveitando as melhores promoções que venhamos a ter.

Mas o grande destaque que quero ressaltar é que, dada a experiência, até então muito positiva, e dado o crescimento consistente da Companhia, nós entraremos com o Viaje Fácil a partir de julho em 100% das nossas operações. Significa que as emissões de passagens aéreas da GOL, que ainda representam a maior parte do nosso negócio, terão Viaje Fácil.

A partir de julho, então, os clientes que utilizam a GOL poderão emitir suas passagens e pagar 60 dias depois, antes do voo, o que, para nós, com certeza trará muito mais alavancagem e benefícios.

Esse produto também faz com que garantamos o consumo futuro do cliente. Quando o cliente vai acumulando em seus respectivos cartões de crédito, por exemplo, este acúmulo futuro já será direcionado para nós, por conta desse produto.

Indo para a página seguinte, quero destacar que acabamos de fazer os testes, e agora, durante o mês de maio, faremos o *rollout* de uma parceria com a Shell e com a GetNet, que é o *acquirer*, a empresa de adquirência que tem a parceria oficial da Shell. Nós começamos a ter, a partir de maio, todos os postos Shell, de forma eletrônica, com a captura eletrônica no POS, com resgate de milhas automático pagando com Smiles. As pessoas poderão abastecer e, de forma eletrônica e segura, pagar com milhas Smiles o seu abastecimento.

O que eu ressalto, o que é muito importante aqui? Acreditamos que a única maneira de atuar no varejo de forma eficiente é se de fato tivermos uma captura eletrônica. Só assim a Empresa continuará sendo a mais rentável e a mais escalada do mercado. Portanto, isso é um grande destaque, também inovador. Ainda não existe nada parecido no mercado de fidelidade no Brasil nesse sentido.

Na página seguinte, número seis, sem detalhes, porque ainda estamos finalizando algumas questões, mas um ponto fundamental: acabamos de renovar o nosso contrato com Banco do Brasil e Bradesco para o nosso *co-branding*.

Nosso *co-branding* foi lançado em 2009, agora está sendo repaginado e esses dois bancos relançarão o produto muito em breve, incluindo todos os segmentos de atividade, com diversas bandeiras e todos os segmentos de renda. Inclusive, teremos um produto mais forte para a altíssima renda.

Mas também vale destacar que este acordo agora pressupõe que não há exclusividade nossa com os dois bancos. Significa que temos a liberdade de colocar mais um banco, e estamos abrindo conversas com diversos outros bancos do mercado. Ainda não há nada concretizado, só para deixar claro que também teremos mais um banco, muito provavelmente, no futuro, e isso está entrando em fase de negociação, de modo que provavelmente teremos três dos maiores bancos do Brasil operando *co-branding* exclusivamente com a Smiles no mercado de fidelidade.

Na página seguinte, gostaria de destacar que também fizemos uma aliança com a Polishop. A Polishop é importante por uma razão muito simples: é uma empresa focada na classe A e em shopping centers, portanto agrega extremo valor para nossos clientes de alta renda.

Vocês sabem que conquistamos cada vez mais essa classe de renda, e crescemos e ganhamos mercado substancialmente por conta de trazer para a Smiles a alta renda; alta renda que viaja prioritariamente para o exterior. Mesmo nos piores momentos da crise brasileira, nós crescemos consistentemente o nosso market share e nossas viagens para o exterior.

Agora o mercado inteiro começa a ser favorecido, porque os brasileiros voltam a consumir viagens para o exterior; agora, provavelmente, todo mundo irá crescer, e nós continuamos crescendo mais que a indústria, com certeza, até por conta do nosso posicionamento cada vez mais forte com a alta renda.

Passarei a palavra para o meu colega, o Marcos Pinheiro, e depois estou à disposição para perguntas. Muito obrigado até aqui. Marcos, por favor.

**Marcos Pinheiro:**

Obrigado, Leonel. Bom dia a todos. Para vocês me acompanharem na apresentação, estamos no slide número oito, em que falarei um pouco sobre a evolução do desempenho de volume de milhas acumuladas.

Neste 1T17, conseguimos observar que o volume de milhas acumuladas cresceu 52%. Desconsiderando o efeito da nova dinâmica do Smiles & Money, para manter bases comparáveis com a nossa série histórica, esse volume também teve um desempenho bastante positivo, de cerca de 23%, ressaltando aqui o nosso total alinhamento com nossos parceiros, especialmente os financeiros, e o alto engajamento dos nossos clientes.

Indo adiante na apresentação, no slide número falo um pouco sobre a trajetória do nosso faturamento total da Companhia. O destaque aqui é para o faturamento excluindo as milhas que vendemos para a GOL.

Essa série teve um desempenho positivo ano contra ano de 8%, mais uma vez ressaltando a consistência do desempenho operacional da Smiles.

No próximo slide vem a parte em que destacamos um pouco da evolução das milhas resgatadas. Novamente, o alto engajamento dos nossos clientes fez com que o volume de milhas resgatadas neste trimestre tivesse uma evolução positiva de 52% em relação ao mesmo período do ano passado.

Fazendo essa mesma comparação, agora excluindo o efeito da nova dinâmica do Smiles & Money, o número cai um pouco, mas o desempenho continua bastante positivo, cerca de 19% de crescimento ano contra ano.

No slide número 11, conseguimos perceber a evolução das receitas líquidas da Empresa. Novamente, um desempenho positivo, 26% ano contra ano, totalizando um valor de R\$443 milhões no trimestre.

No slide número 12, mostramos na apresentação a evolução do EBITDA, que totalizou um valor de R\$183 milhões, com uma evolução de 46% ano contra ano, e com uma margem de 41%.

Passo agora para a evolução do lucro líquido, o qual totalizamos R\$156 milhões neste trimestre, operando com uma margem de 35%, ainda assim apresentando um crescimento ano contra ano de 32%.

Com este slide, encerro nossa apresentação. Eu gostaria de agradecer a abrir a ligação para as perguntas e respostas. Obrigado.

**Samuel Alves, BTG Pactual:**

Bom dia a todos. Minha pergunta é referente à dinâmica de crescimento de volumes. Nós a vimos bem forte neste trimestre, e eu gostaria de entender, se puderem dar um pouco mais de cor, se são os parceiros financeiros de fato voltando a um crescimento maior, ou mesmo os novos produtos que a Companhia vem lançando, a parceria com Rocketmiles, o programa Viaje Fácil, se eles já estão se tornando bem representativos dentro da base, o que estaria sustentando esse crescimento de volumes forte que vimos de emissão de milhas ex-Smiles & Money. Obrigado.

**Leonel Andrade:**

Samuel, muito obrigado pela sua pergunta. Foi muito interessante. Todas as nossas novas operações, incluindo Rocketmiles, têm crescido de forma consistente, mas ainda não tem grande materialidade na Companhia. Conforme sempre falamos, e no último *call* ressaltamos isso, acreditamos que essas novas operações representarão 10% a 15% do faturamento da Companhia em dois a três anos.

Continuamos acreditando, até porque, de forma entusiástica, vemos o crescimento, mas de fato o que trouxe milhas e forte crescimento neste trimestre foi a nossa aliança com os bancos. Todos os bancos, sem exceção, cresceram neste trimestre de forma consistente, e nós estamos cada vez mais próximos, ganhando cada vez mais preferência dos bancos, cada vez mais alianças, mais produtos inovadores, e continuaremos trabalhando para os bancos e com os bancos, sem dúvida.

Então, acho que o destaque do crescimento são os bancos.

**Samuel Alves:**

Obrigado.

**Lucas Barbosa, UBS:**

Bom dia. Parabéns pelos resultados. Minha pergunta é sobre o Smiles & Money. Vocês mudaram o modo de contabilizar, e eu gostaria de saber se podem abrir o quanto tiveram de receita da parcela financeira do Smiles & Money. Além disso, gostaria de entender se houve alguma mudança na política de precificação do Smiles & Money neste trimestre também. Muito obrigado.

**Marcos Pinheiro:**

Obrigado, Lucas. Falando um pouco sobre a primeira parte da sua pergunta, a resposta é não, não podemos abrir quanto foi a parcela financeira do Smiles & Money. Mas uma coisa que tem que ficar bastante clara para todos é que essa nova dinâmica de Smiles & Money foi pautada principalmente pela transparência para o cliente e para os parceiros.

É muito fácil, quando você tiver tempo e vontade, entrar no nosso site e tentar descobrir quanto é o preço em que essas milhas estão sendo vendidas. Basta olhar por quantas milhas estamos cobrando uma passagem aérea no 100% milha, excluir a parcela de milhas que estamos oferecendo no Smiles & Money, e usar a diferença como denominador de uma razão entre o preço em dinheiro e o volume em milhas.

Para facilitar, hoje estamos vendendo essas milhas a R\$0,0265 por milha. Esse número pode flutuar um pouco, mas, obviamente, isso é uma estratégia comercial.

Do ponto de vista de margem, o produto continua bastante consistente. E nessa nova metodologia fica bastante claro que a margem do Smiles & Money e a margem do 100% milha é absolutamente a mesma.

**Leonel Andrade:**

Eu gostaria de fazer um adendo, e acho que o Marcos colocou muito bem. Com essa nova metodologia de demonstração, fica mais fácil termos uma ideia de qual é o tamanho relativo, qual é o crescimento total da Companhia comparando com o mercado.

Todos os nossos competidores, os pares da indústria operam dessa maneira. Eu tive, inclusive, o cuidado, em uma reunião da nossa associação, a ABEMF, de verificar e conversar com todos os pares antes, para entender, e todos eles operam com essa metodologia. Somente nós distinguíamos a parte *money*, e agora passamos a ser iguais.

Portanto, fica mais fácil para comparar de fato o crescimento das empresas, e como vimos liderando o crescimento da indústria no Brasil, e espero que assim continue. Obrigado.

**Lucas Barbosa:**

Está ótimo. Obrigado pela resposta.

**Ivan Bonfanti:**

Bom dia a todos. Nós recebemos algumas perguntas pela Internet. A primeira delas é relacionada às outras receitas da Companhia. A Catherine O'Brien, do Deutsche Bank, nos perguntou o que tem por trás desse crescimento impressionante, de 254% nas outras receitas da Companhia.

**Marcos Pinheiro:**

Obrigado pela pergunta, Catherine. As outras receitas são advindas dos serviços auxiliares associados aos resgates aéreos que a Smiles passou a oferecer para os seus clientes.

De forma bastante consistente, temos começado a oferecer para os passageiros, especialmente os da GOL, a oportunidade de comprar adicionais. Por exemplo, assentos preferenciais, assento + Conforto; enfim, todo o tipo de receita auxiliar que as companhias aéreas usualmente vendem para os seus passageiros, agora também oferecemos por milhas para os nossos clientes quando estiverem usando essa forma de realização do seu sonho de viajar.

Tradicionalmente, nessa linha também aparecem os recursos oriundos da nossa operação de cartão de crédito, do *co-branded*, mas predominantemente, o expressivo crescimento veio por conta dessas receitas auxiliares.

E esse patamar nos parece bastante sustentável, uma vez que essas novas linhas de receita são novas; elas já têm uma penetração bastante importante em nossa companhia aérea parceira, a GOL, e devemos convergir para uma penetração similar aqui na Smiles dentro de algum tempo.

Mas continuamos entusiasmados e esperamos que isso continue tendo um resultado positivo, olhando para frente.

**Ivan Bonfanti:**

Temos mais uma pergunta da Catherine: ela nos questiona como tem evoluído as conversas com as instituições financeiras que são nossas parceiras, e qual é a expectativa de preço ao longo deste ano.

**Leonel Andrade:**

Catherine, obrigado pela pergunta. Primeiro, acho que o que já era bom, tem ficado melhor. Estamos muito mais próximos. A evolução dos negócios com os bancos tem sido muito positiva para nós. Não há mais discussão de preço ao longo deste ano.

O preço pode variar basicamente em função de volumes. Com os volumes crescendo, os bancos têm degraus que podem favorecer o preço para eles; e com os volumes caindo – coisa que tenho segurança de que não deve acontecer, no nosso caso –, os bancos teriam um preço maior.

No fim, nossa expectativa é de que o preço atual que temos, conforme falei, inclusive, no *call* passado, deve permanecer no patamar atual. Deve haver pouquíssima flutuação neste ano, dado que as negociações já foram concretizadas antes, fechadas basicamente em

Reais para este ano, com nenhuma mudança do contrato original, que pressupõe em USD. Teve banco que, conforme divulgamos anteriormente, pré-pagou um volume grande de crescimento conosco.

Portanto, estou muito otimista com relação ao crescimento e ao nosso negócio com os bancos ao longo deste ano, e estamos cada vez mais próximos, desenvolvendo, inclusive, novos produtos.

Agora, assim como esse produto que anunciei, da extensão para a GOL, que irá favorecer sobremaneira o nosso negócio, teremos também inovações ao longo do ano que deixarão isso claro e que acontecerão a partir de meados do ano, por exemplo, quando lançaremos um produto completamente inovador, como fizemos no passado, com o Clube Smiles, que fomos os primeiros a lançar; com todos os produtos que somos pioneiros no Brasil, como Smiles & Money, e agora com o Viaje Fácil. No meio do ano teremos mais um produto, que favorecerá ainda mais a relação com os bancos, um produto muito inovador.

Em resumo, está tudo muito alinhado com os bancos para este ano de 2017.

**Ivan Bonfanti:**

Nessa linha de instituições financeiras e o relacionamento da Smiles com elas, também temos uma pergunta relacionada a qual é o sentimento dos bancos com relação ao *spending* de cartão de crédito neste ano, e se a Smiles acredita que é possível crescer acima do crescimento básico dos cartões de crédito no País.

**Leonel Andrade:**

Eu, como também sou diretor ABECS, tenho discutido e participado bastante na Associação Brasileira das Empresas de Cartão de Crédito, acho que existe uma expectativa de uma pequena melhoria em relação ao ano passado. A indústria deve crescer acima da inflação, favorecida pela queda da inflação no País, mas também, aparentemente, ainda não temos crescimento, mas o pior já passou.

Não se espera, óbvio, que vivamos de novo uma queda de PIB como vivemos em 2015 e 2016, entre 3% e 4%. Este ano, todos os indicadores mostram que provavelmente não haverá recessão, embora não haja crescimento. Isso favorece a indústria, e já começamos a ver, inclusive, pelos balanços, tanto nos bancos como nos varejistas, uma melhoria em relação ao passado.

Outro dado que favorece é que, como o USD operado hoje é menor que há um ano, isso gera mais milhas, mais pontos nos bancos para os usuários de cartão de crédito.

Portanto, eu acho que o mercado ajudará a indústria como um todo, e acho que fizemos bem-feito um papel prévio de nos posicionar com os bancos. Quando o mercado ajudar a indústria, a Smiles será, novamente, a mais favorecida nos próximos trimestres, seguramente, porque somos quem está mais alinhado com os bancos para capturar esse novo momento. Então, sou otimista com o futuro, principalmente por conta desse alinhamento.

**Operadora:**

A sessão de perguntas e respostas está encerrada. Gostaríamos de passar a palavra ao Sr. Leonel Andrade para que faça as considerações finais da Companhia.

**Leonel Andrade:**

Mais uma vez, muito obrigado a todos. Acho que demonstramos resultados operacionais consistentes, e continuaremos com muito foco para que, nos próximos trimestres, isso continue acontecendo.

Tenho muita satisfação de gerenciar a Empresa agora, entrando em seu quinto ano de existência, sempre com melhorias. Acho que isso se deve basicamente a uma estratégia muito consistente, focada no viajante. Continua falando sempre: aqui, o cliente irá viajar. É mais fácil viajar com a Smiles, e manteremos nosso foco neste cliente, através de cada vez mais alianças com bancos e companhias aéreas, favorecendo, assim, o desejo principal de um cliente para o tipo de programa de fidelidade que somos, que é de viajar.

Já falei bastante. Só quero agradecer aos bancos pela confiança em nós, pela maneira como operamos. Continuaremos muito próximos. Somos muito otimistas para o futuro, para este ano, e seguramente vemos boas razões para continuar performando nesse nível de margem, e com crescimento consistente.

Assim espero que continuemos, e agradeço a todos vocês pela confiança. E principalmente, aqui é uma mensagem para os acionistas da Smiles e para os funcionários, que continuam trabalhando muito focados e alinhados com nossa estratégia principal.

Então, obrigado, e espero que continuemos próximos e tendo bons resultados futuros. Obrigado a todos.

**Operadora:**

A teleconferência da Smiles está encerrada. Agradecemos a participação de todos, e tenham um bom dia.

"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."