

**Operadora:**

Bom dia, senhoras e senhores, e obrigada por aguardarem. Sejam bem-vindos à teleconferência da Smiles para a discussão dos resultados referentes ao 1T19.

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 ao Sr. Leonel Andrade. Pode prosseguir.

**Leonel Andrade:**

Bom dia a todos. É um prazer estar com vocês aqui. Vou começar falando sobre os nossos resultados operacionais do 1T19.

Acho que começamos o ano muito fortes. Do ponto de vista dos destaques, indo diretamente para o assunto, destaque, principalmente, o faturamento, que cresceu 23,4%, atingindo R\$626 milhões no trimestre, o que é um valor muito forte, bem acima do nosso plano estratégico, que presumia um crescimento da ordem de 15%.

Destaco que o principal ganho de faturamento veio do nosso relacionamento com os bancos; os bancos foram os que mais cresceram no trimestre. Isso, provavelmente, acarreta mais um forte ganho de *market share* para a Smiles.

Nas milhas acumuladas, foram 27% de crescimento, totalizando 28,5 bilhões de milhas acumuladas; de novo, muito forte. Nas milhas resgatadas, chegamos a 18,5%. Portanto, a atividade e o engajamento de clientes estão preservados e acelerados, bastante fortes. Somamos 22,4 bilhões de milhas resgatadas, que é um número pujante, e, obviamente, isso traz uma perspectiva muito positiva para os próximos trimestres, uma vez que o faturamento cresce aceleradamente, mais do que o resgate.

Portanto, nossa receita diferida cresceu contra o ano passado algo como 11%. Temos hoje R\$1,6 bilhão de reais de receita diferida, o que é muito significativo para o futuro.

Nosso resultado financeiro caiu 24,2%, mais do que o esperado, em função do cenário macroeconômico e da queda da Selic, comparado com o passado. Portanto, tivemos R\$34 milhões de receita, de resultado financeiro, e o nosso lucro caiu 8,5%. Aqui, vale uma ressalva: a atividade foi muito forte, mas o nosso *breakage* teve uma queda substancial, o que mostra muito engajamento.

Mas eu gostaria de ressaltar que o melhor comparativo vai ser quando fecharmos o semestre, porque no 1T18, tivemos um *breakage* de R\$90 milhões e no 2T18 tivemos um *breakage* de R\$35 milhões. Ou seja, tivemos alguns ajustes; muitos hão de lembrar que, no 2T18, eu mesmo declarei que o nosso resultado não foi satisfatório. Quando compararmos os dois trimestres juntos, ou seja, o 1S, teremos uma visão melhor, e eu tenho convicção de que o 2T vai ser muito forte.

Na verdade, abril se encerra amanhã como um mês muito forte e consistente tanto em acúmulo como em resgate e em receitas. Acredito que vamos continuar com essa mesma performance e, aí, vamos ter um comparativo melhor sobre a questão do *breakage*.

Na página seguinte, eu gostaria de falar sobre a Argentina. Conforme todos sabem, a nossa expansão para a Argentina foi anunciada no ano passado, e a Argentina é um pilar estratégico, expansão internacional. Temos o pressuposto de que essa expansão vai significar de 10% a 15% do nosso faturamento em 2022.

As notícias da Argentina são boas: a operação está estruturada e acontecendo; a Smiles já opera a pleno vapor para os clientes argentinos; hoje temos um negócio de acúmulo e resgate muito similar ao que era no Brasil, cinco anos atrás, e estamos começando agora a diversificação.

Eu gostaria de registrar aqui que assinamos um contrato com o Banco Patagonia, com a American Express e, agora, com o Banco Galicia. O Banco Galicia é o maior banco da Argentina, é o maior banco emissor de cartões de crédito e passa a incorporar a Smiles Argentina já de imediato – obviamente, tem uma implantação para ocorrer em um ou dois meses –, de modo que vamos terminar o 1S com, no mínimo, esses três bancos e provavelmente outros; estamos bastante adiantados com outros bancos.

Também já concluímos a portabilidade. Ou seja, clientes argentinos que tinham contas no Brasil já podem migrar para a Argentina. Nós estamos, hoje, falando da Argentina já com mais de 300 mil clientes e estamos começando a diversificação.

Implantamos o produto Viaje Fácil; ou seja, as compras sem milhas, para que você possa quitar 60 dias antes do voo, exatamente como temos no Brasil. Até o fim deste trimestre, nos próximos três meses, vamos implantar o Clube Smiles na Argentina e toda a diversificação de produtos, compra de milhas.

Enfim, tudo o que teve muito sucesso e tem sido sustentáculo da operação no Brasil vai ser replicado para a Argentina nos próximos meses. Continuamos muito confiantes que a operação vai ser muito bem-sucedida, e eu gostaria de compartilhar isso com vocês hoje.

Vou passar a palavra para o Marcos, para ele dissertar um pouco sobre os números operacionais e financeiros. Estou à disposição para as perguntas. Muito obrigado. Marcos, por favor.

**Marcos Pinheiro:**

Obrigado, Leonel, e bom dia a todos. Seguindo a apresentação, no slide quatro, apresentamos o faturamento total da Companhia. Nas barras, conseguimos observar que no 1T19 a Companhia totalizou R\$626 milhões de faturamento total, uma

evolução de 23% em relação ao mesmo período do ano passado, novamente retratando uma consolidação da nossa liderança no mercado de fidelidade do Brasil.

Passando para o slide número cinco, apresentamos a evolução das receitas líquidas acumuladas nos últimos 12 meses. Vale o destaque aqui de que a receita líquida nos últimos 12 meses apresentou uma evolução positiva de 7%, mas altamente influenciada pelo comportamento da receita de *breakage*.

Se olharmos especificamente o engajamento dos nossos clientes e focarmos a análise nas receitas de resgate, que, efetivamente, refletem o nível de atratividade da Companhia, as receitas de resgate de milha evoluíram de forma positiva, ao redor dos 15% ano contra ano.

Esse dado, em conjunto com o dado que apresentamos no slide número seis, reflete uma capacidade da Companhia de administrar a sua rentabilidade no curto prazo. Nós temos uma margem direta de resgate ao redor dos 41%, mais uma vez, mostrando uma estabilidade e uma consistência com todas as nossas conversas anteriores com os senhores que participam do mercado de capitais.

Passando para o slide sete, apresentamos uma pequena série histórica da evolução do lucro líquido da Companhia. No 1T19, totalizamos R\$142 milhões de lucro líquido; aqui, uma evolução negativa de -8,5% em relação ao 1T18.

Vale destacar que dois grandes itens contribuíram para esse comportamento, sendo o primeiro, já mencionado anteriormente, a receita de *breakage*, que teve níveis bastante inferiores aos observados no 1T18. E, também, o comportamento natural do nosso resultado financeiro que foi influenciado, tanto pela queda da SELIC, quanto pela amortização daquelas tranches de compras de passagem antecipadas com a companhia aérea que remuneravam a nossa posição de liquidez a taxas bastante superiores à referência de mercado.

Com esse slide, eu encerro a nossa apresentação dos resultados e abro espaço para a nossa sessão de perguntas e respostas. Obrigado.

**Victor Mizusaki, Bradesco BBI:**

Bom dia. Eu tenho duas perguntas. A primeira é se vocês poderiam comentar um pouco sobre o ambiente competitivo. Dado o problema da Avianca Brasil, nós também temos escutado sobre problemas para o resgate via Programa Amigo; e, o caso de Multiplus, que conduziu o fechamento de capital. Como vocês têm visto o ambiente competitivo? E, olhando para frente, faz sentido, ou não, acelerar a quantidade de promoções?

A segunda pergunta: hoje de manhã vocês soltaram um Fato Relevante com relação à possível renegociação do preço da passagem e do preço da milha, e eu gostaria de saber se vocês poderiam comentar um pouco esse Fato Relevante. Obrigado.

**Leonel Andrade:**

Oi, Victor. Muito obrigado pelas perguntas. Primeiro, com relação ao ambiente competitivo, a Avianca tem baixíssimo impacto, porque o Programa Amigo não tinha

uma penetração forte, no nosso modo de ver. Por exemplo, ele não tinha uma parceria com o Banco Itaú.

Nós não temos todos os números, mas por qualquer pesquisa ou qualquer mensuração que se faça, ele não representava uma competição muito forte com a Smiles ou para a Smiles. Provavelmente, ele estava em um crescente e, no futuro, poderia ser um ameaçador, mas, no momento em que estava, ele não nos trazia nenhuma grande ameaça.

Então, do ponto de vista da Smiles, a Avianca terá reflexos bons mais para frente porque, obviamente, significa uma oportunidade forte para a GOL e, conseqüentemente, trará uma vantagem competitiva adicional para a Smiles com o tempo; mas, hoje, tem baixíssimo impacto.

Com relação à Multiplus, eu não tenho muito o que falar. Nós sabemos que eles fecharam o capital e que estão fazendo toda a incorporação na companhia aérea. Provavelmente, no curto prazo, nós seremos favorecidos; estamos ganhando *market share* de forma muito robusta. Acho que há uma migração significativa de clientes nos bancos que continua muito forte de lá para cá.

Mas, lembrando: nós temos um plano de crescimento de 15% e estamos crescendo 23%. Nós estamos acelerando o máximo possível para consolidarmos ainda mais a liderança, e isso está nos favorecendo.

A médio e a longo prazo, acho que o nosso plano estratégico diz o que deve acontecer. No ano passado, nós crescemos acima, continuamos acima, e acredito que o ambiente competitivo não é uma ameaça atual.

Com relação à segunda pergunta, nós temos uma informação pública da GOL e soltamos o Fato Relevante porque é nossa obrigação colocar todos os nossos acionistas e todo o mercado a par de qualquer fato que possa influenciar decisões de investimento. Mas, até este momento, nós não temos absolutamente nenhuma comunicação vinda da GOL ou dos executivos, absolutamente nada.

Nós, apenas, lemos e temos a informação, que já é pública, de que o conselho da GOL autorizou os executivos a procederem, a abrirem ou a discutirem uma possível alteração de preços no contrato. Acho que o Marcos pode complementar também, mas, a princípio, é a única coisa que temos. Não recebemos absolutamente nada.

Acredito que nos próximos dias poderemos ter alguma coisa, e tudo o que tivermos, aqui está o nosso compromisso público de que será comunicado de imediato para o mercado, de forma muito transparente. Mas, até o momento, não temos nada a adicionar. Marcos, por favor.

#### **Marcos Pinheiro:**

Victor, só para complementar um pouco, o que de fato aconteceu reforça a importância do nosso contrato de compra e venda de passagens de milhas com a GOL e do nosso contrato operacional. Tudo aqui deve seguir os ritos usuais e já naturais da nossa operação do dia a dia.

O contrato, como você pode se lembrar e nós já falamos muitas vezes, tem o interesse de balancear o relacionamento econômico entre as duas empresas, e, à medida que

formos recebendo mais dados acerca desse potencial reajuste de preço nos termos desse mesmo contrato, nós procederemos com o caminho adequado dentro da Companhia, que segue aquele mesmo rito dos últimos seis ou sete anos.

Ou seja, ou executivos farão contas; nós apresentaremos as contas para o nosso Comitê Independente, aquele Comitê que fala a respeito das transações entre partes relacionadas; o Comitê analisará tudo o que está sendo apresentado sobre a ótica do que o contrato, de fato, dispõe e colocará uma recomendação para o Conselho de Administração que aprovará ou não o pleito.

Mas, apesar da tempestividade que tivemos em comunicar, não temos nenhum objeto concreto que possa causar preocupação da nossa parte agora ou que indique uma mudança de relacionamento. Pelo contrário, é reforçar as nossas regras de governança e de como trabalhamos com o nosso principal parceiro, a GOL.

**Leonel Andrade:**

Só lembrando também, outro ponto adicional, que, em qualquer discussão ou alteração, a Governança está preservada: existe o Comitê Independente da Smiles, e é ele quem fará qualquer avaliação entre partes relacionadas – e esse é um caso típico. E o Comitê recomendará sim ou não ou qualquer questão para o Conselho, e, no final, o Conselho tomará a decisão, mas sempre seguindo a Governança e seguindo as regras. E, da nossa parte, total transparência com relação a esse assunto.

Muito obrigado. Não sei se você tem mais alguma pergunta ou algum ponto, Victor.

**Victor Mizusaki:**

Só um *follow-up* com relação a esse ponto. Pensando no contrato, e o Marcos mencionou a questão do balanceamento do valor econômico entre as duas pontas, mas pensando em alguma variável que pode ter “trigado” essa decisão da GOL, tem algo que vocês podem mencionar? Talvez o fato de o *load factor* na indústria estar subindo por conta da Avianca acabou disparando esse tipo de renegociação. Ou, por enquanto, não dá para comentar nada?

**Marcos Pinheiro:**

Victor, é muito difícil comentar algo neste momento, dado que eu não tenho as informações. Nós já explicamos o contrato há alguns anos. Ele é baseado em manter as partes em uma forma equilibrada em seu relacionamento comercial. Isso está muito associado ao custo de oportunidade que os dois têm. N coisas podem ter justificado potencialmente um reajuste intermediário ou extraordinário, como está sendo pleiteado agora. Eu não posso te dar nenhuma informação porque, de fato, eu não tenho.

Do meu lado, eu consigo te falar que continuamos com uma agenda de expansão. A Smiles continua trazendo mais clientes, engajando cada vez mais, promovendo passagem aérea. A nossa agenda é de consolidar o mercado e é, de novo, de executar o plano estratégico que nos foi dado há quase dois anos.

**Leonel Andrade:**

Victor, nós não fomos avisados e não temos um dado concreto. Do ponto de vista da GOL, nós não recebemos absolutamente nada de revisão. Nós só temos a notícia que é pública e, portanto, não nos parece factível comentar, dado que eu não sei exatamente qual seria a proposta ou o fato que gerou, do ponto de vista da GOL, essa solicitação. Na prática, ela ainda não chegou aqui; não chegou absolutamente nada.

**Victor Mizusaki:**

Está ótimo. Obrigado.

**Victor Mizusaki:**

Obrigado. Eu tenho só mais uma pergunta com relação à Smiles Argentina. Quando nós olhamos o crescimento de membros e de *cross billings*, teve um crescimento forte no 1T, olhando ano contra ano. Eu gostaria de saber se vocês podem dar algum número com relação à performance da Smiles Argentina, dado que a operação começou em fevereiro e não sei se vocês podem dar esse tipo de detalhe.

A segunda pergunta também é sobre Argentina. Vocês acham que o programa pode acabar sendo entendido como uma reserva de valor e, de repente, o crescimento de Argentina pode vir muito mais rápido?

**Leonel Andrade:**

Victor, muito obrigado pela pergunta. A contribuição de Argentina no 1T, neste crescimento atual da Smiles, é imaterial. A operação começou no fim de janeiro, e nós já começamos a ter algum acúmulo. Para o resgate, obviamente, primeiro você precisa acumular. Agora, nós estamos implantando o Viaje Fácil, e, portanto, isso pode acelerar os resgates. Mas, comparados com o todo, os números são imateriais para o resultado.

Portanto, de fato, isso é uma belíssima oportunidade, porque nós estamos crescendo em faturamento nessa ordem de grandeza, de 23%, sem contribuição vinda da Argentina. Com o início da operação, ela vai tomando relevância. Então, isso mostra que nós estamos bem acelerados em relação ao nosso plano previsto. Só podemos enxergar a Argentina como uma oportunidade adicional.

Nós continuamos muito confiantes que a operação de lá será muito bem-sucedida, principalmente porque existe uma receptividade muito grande dos argentinos e dos bancos. Agora, inclusive, com o principal competidor, o maior banco da Argentina, como nosso parceiro. Também, é um mercado que não tem uma competição clara, definida; não há outro programa similar de coalisão na Argentina.

Acho que estamos entrando no momento perfeito para aproveitar o futuro, mas, neste momento, não tem materialidade de contribuição. Agradeço a sua pergunta.

**Operador:**

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:**

Agradeço a todos. Eu quero ressaltar que nós continuamos com a operação muito robusta. A operação está melhor do que o previsto, os resultados que começaram o ano nos dão muita satisfação e acreditamos que, novamente, teremos um ano muito forte.

Este é o sétimo ano de operação da Smiles, e, portanto, continuamos com as nossas margens muito bem preservadas, crescendo acima do esperado, acima do nosso plano e acima da perspectiva de mercado, com ganho acelerado de *market share*.

Nós temos que aproveitar esse ambiente que nos favorece, no momento, e acho que estamos todos focados nisso. Temos um *pipeline* de inovação e, neste trimestre, vamos ter novidades em produtos e negócios.

Eu também gostaria de deixar claro que temos agora 125 funcionários na Empresa e que estamos muito focados no nosso lado operacional e em performance, e, portanto, não acredito que teremos nenhuma surpresa negativa.

Fico à disposição de todos, na Empresa. Muito obrigado e um bom início de ano para todos.

**Operador:**

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

**Transcrição da Teleconferência**  
**Resultados do 1T19**  
**Smiles (SMLE3 BZ)**  
**29 de abril de 2019**



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".