

Samuel Alves, BTG Pactual:

Bom dia. Obrigado. A primeira pergunta é com relação ao crescimento do faturamento bruto de pontos. Se pudessem compartilhar conosco como foi a tendência de acúmulo ao longo do trimestre, só para entendermos se de fato vem acontecendo uma aceleração sequencial no acúmulo. E, nesse sentido, se pudessem dizer como foi a tendência de acúmulo no mês de julho.

E a segunda pergunta é com relação às novas fontes de acúmulo. Vocês abriram que elas representaram 18,5% dos pontos acumulados. Se poderiam compartilhar conosco em quanto esse patamar estava há um ano. Muito obrigado.

Roberto Medeiros:

Obrigado, Samuel. Do ponto de vista de acúmulo, no 2T crescemos em todas as fontes, inclusive no aéreo, mas crescemos mais rapidamente nos nossos parceiros não-aéreos e não-financeiros.

A maior parte desses acúmulos no não-aéreo e no não-financeiro, o crescimento vem de Ipiranga, Vivo, da nossa corretora de seguros, com seguro viagem, seguro automóvel e seguro residência, vem de nossa parceria com o Walmart.com, Expedia e Airbnb, que foi uma novidade, e que também vislumbro para o 3T como fonte adicional de acúmulo.

Há um ano, esses acúmulos de não-aéreo e não-financeiro representavam *high single digit*, mas, como você pode ver, mesmo mostrando crescimento em valor absoluto, a participação percentual deles também cresceu muito. Isso mostra que estamos com nossa estratégia correta, de dar ao nosso participante a oportunidade de acumular pontos em suas atividades do dia a dia: na farmácia, no posto de gasolina, na academia de ginástica, no eletroeletrônico etc.

O que queremos é ter certeza de que temos fontes adicionais de acúmulo para o nosso participante, e que as fontes de faturamento da Companhia sejam distribuídas mais equanimemente. Não sei se respondi sua pergunta, Samuel.

Samuel Alves:

Obrigado.

Lucas Barbosa, UBS:

Bom dia. Obrigado pela oportunidade. Minha pergunta é sobre os resgates não-aéreos. Vocês tiveram uma participação forte desse tipo de resgate neste trimestre, e isso gera um *mix* de resgate com um custo unitário bem favorável. Devemos esperar ações desse tipo em todos os trimestres para frente, para manter o resgate aéreo nesse nível de 17,7%? Ou há outro nível, um patamar que vocês consideram mais recorrente?

Roberto Medeiros:

Quando olhamos para mercados mais maduros, Lucas, vemos entre 20% e 25%, no máximo, de resgate não-aéreo. Acho pouco provável que no Brasil tenhamos um comportamento diferente. O resgate não-aéreo vem crescendo consistentemente, mas o objeto de desejo dos nossos participantes é o resgate aéreo, e particularmente o internacional.

Para você ter uma ideia, tivemos no 2T, pela primeira vez na história da Companhia, um *mix* de resgate internacional comparado ao doméstico bastante equilibrado. Historicamente, o resgate doméstico sempre foi maior, em quantidade de pontos, comparado ao resgate internacional.

Então, achar que será muito maior que entre 20% e 25% não irá acontecer. Nós, pelo menos, não temos essa visão. Admitir que estaremos em um patamar entre 15% e 20% consistentemente é bastante razoável. Não sei se respondi sua pergunta.

Lucas Barbosa:

Respondeu. Muito obrigado, Roberto.

Alexandre Spada, Itaú BBA:

Bom dia. A minha pergunta está relacionada à Livelu. Faz mais ou menos um ano que a Livelu de fato começou a operar de forma mais forte no mercado. Eu gostaria de entender como vocês observaram ao longo desse período o comportamento desse competidor novo, ou desse parceiro novo, cada pessoa enxerga de uma forma. E se vocês têm informações sobre como seu controlador enxerga a Livelu.

Talvez uma forma de medir o sucesso dessa iniciativa seja comparar, via seu controlador, quantos tickets vêm sendo resgatados da Livelu atualmente com relação ao que era resgatado, particularmente pelo Bradesco, anteriormente. Como vocês enxergam isso? E, inclusive, se puderem falar sobre quão agressiva a Livelu tem sido em preços, seria útil. Obrigado.

Roberto Medeiros:

Obrigado pela pergunta, Spada. Um ano depois de operação, o que temos percebido é que naquele participante Multiplus que está engajado conosco, que voa LATAM, que tem engajamento no acúmulo de pontos no Posto Ipiranga e que, além disso, é cliente da Vivo, nada mudou. A mesma quantidade de pontos que verificávamos por CPF para este padrão de cliente, de participante, continua vindo para cá, no mesmo volume.

Mais recentemente, vemos até um pequeno crescimento de volume de pontos, porque com a queda do USD a quantidade de pontos no mercado passa a ser maior. Os cartões emitidos pelo Bradesco e Banco do Brasil ainda convertem suas pontuações para Livelu indexadas ao USD, e da Livelu para cá em paridade 1:1. Então, não vimos nenhuma variação de comportamento.

Do ponto de vista do controlador, obviamente eu não posso falar em nome dele, mas posso dizer que em 100% das situações em que eventualmente comparamos mesma origem, mesmo destino, a quantidade de pontos necessária para se resgatar naquela data aqui na Multiplus sempre foi mais competitiva que a quantidade de pontos para se resgatar na Livelu.

Não nos causa nenhuma surpresa, porque como temos um contrato com a LATAM de longo prazo, que nos dá benefícios de custo por volume substancialmente melhores que qualquer agência de viagem, a menos que a Livelu decida ter uma promoção específica, em que eles tenham uma precificação menor que o custo, acho pouco provável que eles sejam mais competitivos que nós.

Claramente, nosso controlador tem informação das passagens que são resgatadas via CVC, mas não é um tema do qual tenhamos *disclosure*. Não sei se respondi sua pergunta, Spada.

Alexandre Spada:

Respondeu. Obrigado. Para sumarizar, então, Roberto, e me corrija se eu estiver errado, mas não me parece que vem causando grande preocupação em vocês a evolução, o amadurecimento da Livelu. Essa percepção está correta?

Roberto Medeiros:

A preocupação existe, na medida em que olhamos para a Livelu como um parceiro, e não como um competidor. Queremos ter certeza de que a Livelu está bem atendida do ponto de vista de transferência dos pontos de lá para cá, mas, mais que isso, queremos ter certeza de que o cliente do Banco do Brasil, o cliente do Bradesco, particularmente os clientes Black deles, os clientes Infinite deles, estão muito bem atendidos, e que continuem a usar os seus cartões e a transferir da Livelu para cá.

Nossa visão com relação à Livelu é muito mais de parceria do que de competição.

Alexandre Spada:

Está ótimo. Obrigado, Roberto.

Operadora:

A sessão de perguntas e respostas está encerrada. Gostaríamos de passar a palavra para as considerações finais da Companhia.

Roberto Medeiros:

Mais uma vez, agradeço a participação de vocês. Mostramos que continuamos trabalhando para oferecer a melhor experiência aos nossos participantes através de várias fontes de acúmulo de pontos, algumas delas únicas no mercado – como já mencionei, nossa corretora –, além das opções de resgate mais atrativas, seja em passagem aérea ou em outros produtos e serviços.

Tudo isso está sempre alinhado à nossa estratégia, que é consistente e focada na sustentabilidade do nosso negócio. Nós somos uma rede completa, que vale muito mais graças aos nossos parceiros e nossos funcionários, que nos ajudam a deixar nossa rede cada vez mais atrativa.

Queria reforçar meu agradecimento aos nossos colaboradores, que fizeram dessa 2T um sucesso absoluto. Obrigado.

Operadora:

A teleconferência da Multiplus S.A. está encerrada. Agradecemos a participação de todos. 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”