

**Transcrição da teleconferência  
Resultados do 1T11  
GOL (GOLL4 BZ)  
11 de maio de 2011**



**Operadora:**

Boa tarde. Sejam bem-vindos à teleconferência da GOL Linhas Aéreas Inteligentes referente aos resultados do 1T11. Estão presentes o Sr. Constantino de Oliveira Junior, CEO, o Sr. Leonardo Pereira, CFO, o Sr. Rodrigo Alves, Diretor de Planejamento, e o Sr. Edmar Lopes, Diretor de Mercado de Capitais.

Informamos que a apresentação é gravada e todos os participantes estarão apenas ouvindo a teleconferência durante a apresentação da Empresa. Em seguida, iniciaremos a sessão de perguntas e respostas para analistas, **quando mais instruções serão fornecidas**. Caso alguém necessite de alguma assistência durante a conferência, por favor, solicite a ajuda de um operador, digitando \*0.

O áudio e os slides desta teleconferência estão sendo apresentados simultaneamente na Internet, no endereço [www.voegol.com.br/ri](http://www.voegol.com.br/ri). Neste endereço é encontrada a respectiva apresentação para download, na plataforma do *webcast*.

Antes de prosseguir, gostaríamos de esclarecer que eventuais declarações que possam ser feitas durante esta teleconferência, relativas às perspectivas de negócios da GOL, projeções e metas operacionais e financeiras, constituem-se em crenças e premissas da Diretoria da Companhia, bem como em informações atualmente disponíveis. 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, da indústria e outros fatores operacionais podem afetar o desempenho futuro da GOL e conduzir a resultados que diferem materialmente daqueles expressos em tais considerações futuras.

Agora gostaríamos de passar a palavra ao Sr. Constantino de Oliveira Junior, Presidente e Fundador da GOL, que iniciará a apresentação. Por favor, Sr. Constantino, pode prosseguir.


**Constantino de Oliveira Júnior:**

Muito obrigado. Olá a todos, e muito obrigado por participarem da nossa teleconferência de resultados do 1T11. Começando pelo slide número cinco, destacamos as vantagens competitivas da GOL, reafirmando mais uma vez o modelo de negócios da Companhia em focar suas operações no mercado doméstico, onde possui domínio nos principais aeroportos do País, inclusive no aeroporto de Congonhas, o aeroporto com o maior número de frequência e embarques no Brasil.

Em um cenário onde a maior parte do PIB e tráfego ainda se concentra na região Sudeste do País, essa presença nesse tipo de aeroporto é importante para o sucesso da Companhia.

Com seu DNA de baixo custo e seus 96% de voos de curta duração, abaixo de duas ou três horas, situação em que o diferencial da Empresa passar a ser pontualidade, regularidade, frequência, segurança e inovação, a GOL é a Companhia mais bem preparada para receber a crescente demanda vinda da classe média, e também a parcela da população que ainda não utiliza o transporte aéreo ou o faz com muito baixa frequência.

No slide número sete, podemos ver com mais detalhes o cenário do País, cuja classe média aumentou em 33% nos últimos sete anos, incorporando 25 milhões de pessoas com novos hábitos de consumo.



**Transcrição da teleconferência  
Resultados do 1T11  
GOL (GOLL4 BZ)  
11 de maio de 2011**

Aliado ao aumento da criação de empregos formais, esse momento econômico tem feito com que o índice de confiança do consumidor tenha subido fortemente nos últimos dois anos.

Essa nova etapa no crescimento do País influencia um maior consumo por parte dos brasileiros, contribuindo, por exemplo, com o forte crescimento de demanda no setor aéreo, item que ocupa o terceiro lugar na intenção de consumo em viagem e lazer dessa população.

Falando em aumento de demanda no setor aéreo, vamos para o slide número oito, onde mostramos como está o crescimento no Brasil, em comparação com outras regiões do mundo. Nos últimos anos, o Brasil apresentou a segunda maior evolução de demanda, ficando apenas atrás da China.

Apesar das dificuldades de infraestrutura que encontramos no País, o setor tem apresentado um grande crescimento de demanda, onde a GOL contribuiu, e contribui, fortemente com seu modelo de baixo custo e baixa tarifa.

Nesse cenário de crescimento, observamos no último gráfico que a demanda e *load factor* da Companhia apresentam forte crescimento, tanto na comparação com o trimestre passado, como na comparação ano a ano. O ponto de atenção a ser levantado neste momento diz respeito ao preço do petróleo, em alta desde fevereiro.


A Companhia dispõe de mecanismos formais em sua governança para tratar dessas questões. O Comitê Financeiro de Política de Risco acompanha e avalia a execução da política de hedge, bem como seus impactos no caixa da Empresa, e tem trabalhado junto com a administração de maneira a antecipar as medidas necessárias em caso de permanência do cenário atual. Lembrando que a GOL opera uma das frotas mais eficientes no que tange ao consumo de combustível por assento-quilômetro em operação no mercado brasileiro hoje.

Indo para o slide número dez, onde mostramos o efeito GOL observamos que desde o nascimento da GOL a demanda cresceu substancialmente, graças ao estímulo dado pela Companhia, que revolucionou o mercado de aviação brasileiro, oferecendo tarifas competitivas, inovando com o fim das passagens impressas, com o fim do bilhete de papel, vendendo passagens online, hoje 94% das vendas da GOL são feitas pela Internet, e dando a chance a muitos brasileiros de voarem pela primeira vez.

Até hoje, já transportamos mais de 160 milhões de passageiros, e ainda temos um mercado potencial de mais de 140 milhões. Esse efeito contribuiu para que, pela primeira vez na história, o transporte aéreo superasse os ônibus interestaduais, como vemos no slide número 11.

A Companhia trabalha para facilitar o acesso à compra de passagens. Uma iniciativa nesse trimestre foi a inauguração de um novo canal de vendas, como parte da estratégia de estimular a utilização do transporte aéreo pela nova classe média brasileira.

Foram lançados três novos quiosques, chamados Voe GOL, nas estações de metrô Itaquera, Sé e Luz, e uma nova loja no Shopping Mais, no bairro de Santo Amaro, todos na Cidade de São Paulo. Localizados em posições estratégicas, os novos pontos de venda contam com colaboradores da GOL treinados especialmente para atender o perfil de público que transita pelo local. Neles é possível efetuar compra de bilhetes, alterações



**Transcrição da teleconferência  
Resultados do 1T11  
GOL (GOLL4 BZ)  
11 de maio de 2011**

cancelamentos de reservas e esclarecer todo tipo de dúvida que o consumidor tenha sobre a viagem de avião.

O resultado desse aumento de demanda na indústria pode ser visto no slide número 12, onde observamos o forte crescimento da demanda e taxa de ocupação na comparação ano a ano.

A GOL se destacou sendo a Companhia que apresentou maior aumento na taxa de ocupação na indústria, quando resultou em 9% de aumento na demanda.

Indo para o slide 13, já podemos acompanhar a eficiência das principais companhias aéreas do País na comparação 1T10 com 1T11. Aqui, a GOL se destacou novamente, sendo a única empresa da indústria a aumentar seu market share, com uma pequena redução do seu *seat share* entre a comparação anual e trimestral. Isso é resultado da estratégia disciplinada de adição de capacidade da Companhia, visando maximizar seu resultado operacional.

Agora vamos para o slide 15, onde damos uma cor de quais são os planos da GOL para 2011. Como uma Companhia de baixo custo e baixa tarifa, que tem em seu histórico diversas iniciativas em inovação no mercado, ela dará continuidade à sua estratégia de foco em eficiência e rentabilidade, redução de custos e desenvolvimento das receitas auxiliares, mantendo seu plano de crescimento.


A produtividade das aeronaves nesse trimestre avançou de 13 horas bloco por dia para 13,3 horas bloco por dia, e em março a Companhia divulgou uma nova etapa da redução de seus custos operacionais por meio de ganhos de sinergias administrativas e revisão de processos, e esse montante resultará em uma economia total de R\$45 milhões até o final deste ano.

O negócio de cargas da GOL, a Gollog, também apresentou, novamente, um crescimento em suas operações de 17,5% quando comparado com o 1T10, e a receita de cargas cada vez mais contribuiu ao aumento das receitas auxiliares.

No slide 16, temos um *overview* das iniciativas da Companhia para seguir com sua estratégia de manter-se como uma empresa de baixo custo e baixa tarifa, focada em eficiência e rentabilidade.

Temos profissionais especializados e dedicados a planejamento, acompanhamento e execução do dia a dia na operação da GOL. A Empresa trabalha com acompanhamento constante do setor do mercado, como também na redução de custos, inovação e fortalecimento do caixa, o que a GOL acredite serem iniciativas importantes para um setor complexo e com seus riscos inerentes. O foco da Companhia é fortalecer seu DNA e suas vantagens competitivas.

Antes de passar a palavra ao Leonardo, eu gostaria de reafirmar que o objetivo da GOL é de se tornar cada vez mais reconhecida, competitiva e ser a melhor companhia aérea para viajar, trabalhar e investir no mercado, e acredito que com os nossos mais de 18.000 colaboradores, que foram o Time de Águias, e que trabalham com foco de continuarmos a ser uma das companhias áreas mais rentáveis e que mais crescem no mundo, a GOL continuará a alcançar resultados positivos e crescentes. Agradeço a dedicação deste time, mais uma vez.



**Transcrição da teleconferência  
Resultados do 1T11  
GOL (GOLL4 BZ)  
11 de maio de 2011**

Agora, obrigado, e passo a palavra para o Leonardo, nosso Vice-Presidente de Finanças, que falará sobre os nossos resultados e estratégias em mais detalhes. Por favor, Leonardo.

**Leonardo Pereira:**

Obrigado, Júnior. Boa tarde a todos. É com muito prazer que estamos aqui para falar sobre os resultados do 1T. Antes de começar a falar dos resultados especificamente, gostaria de fazer uma nota sobre a questão dos lançamentos pontuais e sem efeito caixa que tivemos que fazer nesse 1T.

Primeiro de tudo, queria colocar esses R\$120 milhões no contexto do tamanho de faturamento da GOL. Se você pegar a GOL nos últimos três, quatro ou cinco anos, você vê uma Empresa que gerou de receita de passageiros, em média R\$20 bilhões, e estamos falando de um ajuste de R\$120 milhões. Um ajuste que não é material, em primeiro lugar, considerando a trajetória da GOL e a capacidade de geração de receitas que ela tem.

Segunda coisa, essas bases são substancialmente resultado da implantação de um novo sistema de contabilização de receitas, *revenue accounting*, e controle de passagens emitidas, que gerou alterações no saldo de transporte executado da Companhia.

Essas alterações são pontuais, são muito específicas. Elas evidenciam os esforços dos gestores da Companhia em aprimorar nossos sistemas, e mais que isso, é de nosso conhecimento que, para a GOL crescer, precisávamos ter sistemas melhores. E principalmente, olhando a GOL hoje e seis anos atrás, hoje ela tem muitas parcerias, tem um grupo de empresas que chamamos de Aliança GOL, onde queremos fazer *interline* e *code share* de forma efetiva. Então, é importante termos a implantação desse sistema.


Para finalizar, por causa dessa natureza pontual e de não ser caixa esse lançamento, a Diretoria recomendou ao Conselho de Administração que esses ajustes não sejam considerados para efeito do cálculo de pagamento de dividendos do exercício de 2011.

Tendo dito isso, eu gostaria de ir para o slide 18, com os destaques desse trimestre. A primeira coisa que eu gostaria de destacar é a questão da oferta e da demanda. Mais uma vez, olhando o 1T11 versus o 1T10, a demanda cresceu quase 10%, e nossa oferta cresceu 6,4% olhando o sistema como um todo, doméstico e internacional.

No doméstico especificamente, nossa demanda cresceu 9%, e nossa oferta cresceu 5%. Se formos olhar a indústria como um todo, a oferta dela cresceu 14,4%. Isso mostra, é clara evidência que essa nossa preocupação em como estamos administrando a oferta é uma preocupação para termos uma indústria em que as empresas sejam rentáveis e foquem em rentabilidade, em atender melhor os consumidores. Porque acreditamos que para haver bom atendimento aos consumidores, as empresas têm que ter equilíbrio financeiro, têm que ser lucrativas e têm que dar retorno aos seus acionistas.

Então, essa questão de como gerenciamos a oferta é fundamental, porque hoje está se falando em questões de *yield*, de preço. Se as empresas como um todo, e a indústria, não olharem a questão da oferta, todo o resto perde um pouco o sentido.

O grande destaque operacional que eu gostaria de dar é essa questão da oferta, a nossa cautela e como a demanda se comportou muito melhor que nossa oferta.



**Transcrição da teleconferência  
Resultados do 1T11  
GOL (GOLL4 BZ)  
11 de maio de 2011**

O segundo ponto é o CASK ex-combustível. Ele melhorou, R\$0,869% no 1T versus R\$0,885 no 1T10. Com isso, com esse CASK *ex-fuel* mais baixo, apesar da questão do petróleo, conseguindo um spread RASK-CASK, que é uma medida fundamental, de 1,64 no 1T11.

Quanto aos destaques das receitas, também gostaria de chamar a atenção para as receitas auxiliares, que cresceram 18,5% no 1T11 versus o 1T10, e é uma peça fundamental da nossa estratégia, nesse cenário em que nós temos uma estrutura de custo que é uma vantagem competitiva, e ao mesmo tempo estamos comprometidos a continuar a estimular o crescimento de demanda.

Indo para o slide 19, aqui tem um sumário, começando a falar do RASK, de R\$0,1598 no trimestre, contra R\$0,1527 no 1T10. Depois, indo para a direita, temos a evolução do CASK, que já falamos. Indo para baixo, no canto esquerdo inferior, nosso EBIT de R\$193 milhões, uma margem de 10,2%, um pouco pior que a margem no 1T10, mas claramente devido à questão do petróleo.

Fazendo uma conta rápida, que vocês podem fazer, se forem olhar os preços que estavam na época em que fizemos o orçamento e demos *guidance*, e o nosso consumo, nossa margem, se os preços tivessem se mantido naquele patamar, teria sido de cerca de 14%.

Por último, no canto direito inferior, a margem EBITDA, que foi de 21,7%, que é uma margem bastante saudável.


Indo para o slide 20, eu gostaria de chamar a atenção para algumas coisas. A Empresa continua com seu firme propósito de desalavancar. Acreditamos que temos que ser mais eficientes, em termos de voar mais horas, de sermos cautelosos e prudentes em como administramos oferta, para não inundar o mercado desnecessariamente com uma oferta que não seja utilizada, que não seja adequada. Temos que ter uma frota eficiente, nova, mas também temos que ter um balanço forte.

E se vocês forem olhar, nós continuamos com o caixa sobre a receita dos últimos 12 meses em 26%. Continuamos com o compromisso de desalavancar a Empresa. Hoje, a dívida bruta ajustada/EBITDA está em 4,8x, a dívida líquida ajustada/EBITDA está em 3,6x. São índices muito próximos daquilo que gostaríamos de ter.

Se formos olhar também no slide 20, veremos que a dívida de curto prazo está sendo coberta quase 6x pelo caixa, e as despesas de juros estão cobertas 4,4x pelo EBITDA. Em sumário, um balanço extremamente forte, uma posição de liquidez extremamente forte, que sabemos que é importante nesse setor.

Indo para a página 21, a Empresa continua sem risco de refinanciamento pelos próximos três anos, quase pelos próximos quatro que é o nosso *goal*. Acreditamos que em uma indústria desse tipo, você tem que ter um risco de financiamento sempre mínimo no horizonte de três anos. O nosso primeiro grande vencimento é em 2015, e esse esforço de redução de alavancagem e uma alta liquidez fazem com que a operação seja suportada por índices financeiros bastante fortes.

Indo para o slide 22, gostaria de falar um pouco sobre a gestão de risco. Embora a política não tenha mudado, a tática mudou um pouco. Nós, devido a essa nova realidade de mercado, à rapidez ou não de você poder passar essa questão do petróleo para o *yield*, tomamos a decisão de aumentar a nossa porcentagem de consumo de combustível que é coberto pelo hedge para os próximos 12 meses.



**Transcrição da teleconferência  
Resultados do 1T11  
GOL (GOLL4 BZ)  
11 de maio de 2011**

Nós tínhamos uma posição no 1T em que estávamos cobertos em 23% do consumo para os próximos 12 meses, a um preço médio de US\$99, e no dia de hoje estamos cobertos em 38%, podendo chegar a até 60%. E também tomamos a decisão de alongar esse hedge; ou seja, nós estávamos muito focados em cobrir o consumo dos próximos 12 meses, e estamos agora cobrindo o consumo até 36 meses.

Nós temos gatilhos claramente definidos, e sempre que houver a oportunidade, aumentaremos nossa cobertura para os próximos três anos. No hedge cambial não tem diferença, estamos com 30% das despesas em moeda estrangeira cobertas para os próximos 12 meses. E na parte de juros, estamos com taxas fixas para 90% das nossas aeronaves de leasing financeiro, incluindo as entregas de 2011 e 2012. E essas taxas fixas por 12 anos estão abaixo de 4%.

Então, isso combinado com um balanço forte, esse gerenciamento de risco faz com que a Empresa fique mais apumada ainda.

Indo para o slide 24, eu gostaria de comentar dois pontos, e são dois pontos importantes, que mostram nosso compromisso não só com a questão de transferência de tecnologia e benchmark, mas com a questão de gerenciamento de custo para o futuro.

A primeira questão é a operação conjunta da área de manutenção com a Delta TechOps, e é uma realidade, foi assinado e já está sendo implementado.

E isso, essa troca de tecnologia e *expertise* deve possibilitar que consigamos uma certificação FAA nos próximos 18 meses. Com isso, os nossos custos de mandar aviação de volta cairão substancialmente e poderemos fazer essa certificação do último cheque que o avião tem que fazer antes de ser mandado embora dentro de casa.


O segundo ponto são as questões de redução de custo no curto prazo. Por causa de um trabalho que fizemos de rever processos, nós eliminamos, descontinuamos 1.100 posições no 1T; isso não quer dizer que tenhamos mandado pessoas embora, mas nós adequamos. Pessoas que foram saídas não foram repostas, e posições que seriam criadas no orçamento não o serão. Com isso, teremos uma economia no orçamento de US\$30 milhões nos próximos 12 meses.

O segundo ponto é a questão da devolução de dois 767, que já foram devolvidos, e com isso temos uma economia, nos próximos 12 meses, de R\$12 milhões.

E o terceiro ponto concreto, uma administração muito ativa da malha. Estamos cada vez mais administrando a malha e nossos aviões, como sendo unidades produtivas isoladas, dentro de um portfólio.

Então, por exemplo, a questão da rota para Bogotá. Nós tínhamos algumas limitações por causa da altitude do aeroporto de Bogotá, é um voo longo. Nós vimos que poderíamos fazer melhor no mercado doméstico, então estamos redirecionando-o para o mercado doméstico, onde teremos um retorno melhor e onde usaremos melhor essa unidade produtiva.

E para finalizar, só reafirmar a estratégia, como o Júnior falou. É muito clara a nossa estratégia: é estimular demanda, acreditamos que o mercado está indo muito bem, o Brasil está com fundamentos ótimos, apesar de uma economia crescendo um pouco mais devagar este ano. Mas as pessoas precisam do avião, as pessoas querem viajar de



**Transcrição da teleconferência  
Resultados do 1T11  
GOL (GOLL4 BZ)  
11 de maio de 2011**

avião. O avião, em um país de dimensões continentais com o Brasil, é um meio de transporte fundamental, e nós queremos continuar estimulando demanda.

Estimulando demanda de forma responsável, por isso voltamos a enfatizar a questão da oferta; estimulando demanda de forma focada em rentabilidade, porque acreditamos que um País com esse potencial e com essa necessidade de as pessoas viajarem de avião, todas as empresas do setor podem e deve ser rentáveis. Essa é a primeira coisa.

A segunda coisa é nosso comprometimento de ter um balanço forte para sustentar isso, com foco em rentabilidade. Continuaremos tendo uma frota jovem, focada nos 737-800, e estaremos sempre renovando-a nos próximos anos, de forma que mantenhamos os custos de manutenção em nível ótimo.

E as questões do dia a dia continuam. Como sempre falamos, a GOL não tem nenhum milagre, é uma combinação de várias coisas pequenas. Estamos fazendo orçamento base zero, estamos mantendo no dia a dia o equilíbrio do caixa, estamos focando na alta utilização da frota e nessa gestão ativa do nosso sistema de *yield*.

Para concluir, gostaria de falar um pouco, na página 27, sobre a questão das nossas projeções financeiras para 2011. Nós realmente devemos ser proativos em rever os dados. Hoje temos um cenário diferente do que tínhamos há três meses. Nós não temos bola de cristal, mas sabemos que hoje o petróleo está em um novo patamar e que esse novo patamar está afetando a indústria como um todo.

Então, apesar de todos os ajustes que estamos fazendo, e continuaremos fazendo, tanto na área de gerar mais receitas e na área de controlar mais custos, temos que reconhecer que este será um ano não tão bom quanto imaginávamos.


Não tão bom porque eu acho que os fundamentos continuam muito fortes e a Empresa, sem dúvida, é uma das mais fortes do mundo em termos de performance e balanço, mas não vamos, talvez, chegar às margens que gostaríamos. Com isso, então, estamos reajustando o *guidance* para ficar mais fácil que as pessoas acompanhem nossa performance e projetem nossos resultados para este e para os próximos anos.

Esses eram os meus comentários, e agora abriremos para perguntas e respostas. Obrigado.

**Eduardo Couto, Goldman Sachs:**

Bom dia. Eu tenho uma pergunta. Na verdade, queria entender um pouco melhor a estratégia de tarifas da GOL. Quando olhamos as empresas aéreas no Brasil este ano, eu acho que a GOL, ao menos em minha opinião, aparece como a principal empresa que poderia liderar um aumento de tarifa no mercado, porque vocês estão adicionando menos capacidade, seu *load factor* está subindo. Enquanto as outras empresas estão bem mais ocupadas tentando encher os novos aviões que estão entrando, e muito menos preocupadas com tarifa, acho que vocês estão em uma posição bem melhor.

E baseado nisso, você acha que podemos esperar uma continuidade dessa estratégia do 1T, que foi um *load factor* mais forte, e uma tarifa estável no 2S11 e em 2012, ou vocês acreditam que em algum ponto haveria espaço para aumentar tarifa? Ou talvez não, então a Empresa pode simplesmente acabar revisando o plano de frota para cima, caso a demanda continue forte, e mantendo esse foco de alta ocupação e tarifas mais ou menos estáveis?



**Transcrição da teleconferência  
Resultados do 1T11  
GOL (GOLL4 BZ)  
11 de maio de 2011**

Basicamente, minha pergunta é entender se a estratégia da GOL continua mais ou menos como vimos no 1T, que é alta ocupação e tarifas estáveis para o 2S e também para o ano que vem. Essa é minha pergunta.

**Constantino de Oliveira Júnior:**

Acho que a sua colocação em relação à possibilidade de a GOL liderar esse movimento é muito interessante, porque se observamos os números históricos, os últimos trimestre divulgados, os *yields* da GOL têm sido em alguns casos, na maioria deles, até superiores aos *yields* dos concorrentes. Lembrando que a GOL é a Empresa que tem o menor custo por assento-quilômetro na indústria, e se apresenta como sendo uma empresa de baixo custo e baixa tarifa, e realmente pratica isso, na medida em que consegue alcançar *yields* maiores que os concorrentes, através de um sistema de gerenciamento de receita bastante dinâmico e inteligente.

Ou seja, de um lado competimos até mesmo com ônibus convencional, e do outro conseguimos auferir a receita adequada, quando possível, em voos em horário de pico, em destinos mais distantes.

**Eduardo Couto:**

Mas Constantino, eu entendo que realmente vocês tiveram uma performance melhor de *yield* que os concorrentes, mas, mesmo assim, o *yield* ainda caiu um pouco quando olhamos no ano contra ano. Você acha que no 2S tem espaço para melhorar um pouco isso, ou realmente devemos ver a GOL ainda com *yields* melhores, mas quando você olha no ano contra ano a tendência ainda é, mais ou menos, de estabilidade.

**Constantino de Oliveira Júnior:**

Desculpe, caiu a linha. Eu vou tentar resumir. Acho que estava me prolongando um pouco na resposta. Primeiro, naturalmente que o nosso foco está em rentabilidade, em desalavancar a Empresa, fortalecer balanço, manter a posição de caixa forte.

Com relação a liderar aumento de tarifa, eu acho que este movimento deve ser feito por quem está liderando a baixa de tarifa, nós não estamos nessa ponta. A GOL tem sido conservadora em relação a *yields* e tem demonstrado isso ao longo dos últimos trimestres. Acho que é importante colocar isso.

E nós não podemos, naturalmente, nos excluir, ou abstrair em relação ao crescimento dos competidores. Nos últimos 12 meses, a indústria cresceu 14% a demanda, enquanto a GOL cresceu 5%. Isso demonstra um pouco, talvez, o apetite de alguns competidores em buscar market share a qualquer preço, e nós não podemos excluir a GOL desse cenário. Nós vivemos em um cenário competitivo.

Se você olhar os dados estatísticos, por exemplo, de abril, que foram recentemente divulgados, você verá que nós crescemos em oferta abaixo de 1%, 0,5% no sistema total. No mercado doméstico, também 0,5%. Isso mostra o quanto temos sido conservadores.

Naturalmente que não estamos felizes com o *yield* no patamar que está, e com pressão dos custos através da alta do petróleo. Estamos atentos às oportunidades, vamos continuar gerenciando o nosso *yield* de maneira bastante dinâmica, competindo com o ônibus, oferecendo tarifas baixas para quem compra passagens com antecedência, em horários fora de pico, porém bastante atentos às oportunidades que tivermos de repassar esses aumentos de custos e, portanto, preservar as nossas margens.



**Eduardo Couto:**

Então, Constantino, só para ver se eu entendi, podemos assumir que enquanto os competidores estiverem adicionando bastante capacidade ao sistema, apesar de a GOL estar bem mais conservadora nesse movimento, vemos pouco espaço para uma recuperação significativa de *yields*, é isso?

**Constantino de Oliveira Júnior:**

Eu só corrigiria: enquanto os concorrentes estiverem colocando bastante oferta e mantendo tarifas extremamente baixas. Tem competidores praticamente dando bilhete para clientes. Então, nós não podemos excluir a Gol desse cenário, foi nesse sentido que eu coloquei. Eu acho que não podemos liderar o movimento de aumento de preço, na medida em que nós jamais lideramos o movimento de redução dos preços.

**Eduardo Couto:**

Está bom. Obrigado.

**Caio Dias, Santander:**

Boa tarde a todos. Minha pergunta é específica a certificação da FAA: qual que é o timing para a obtenção definitiva dessa certificação? E no *call* internacional vocês mencionaram uma redução de 40% a 50% no custo de algum *check* com a obtenção da certificação, eu não consegui pegar a resposta toda. Você poderia repetir essa estimativa de redução de custo assim que obtiverem essa certificação de manutenção?

**Constantino de Oliveira Júnior:**

Caio, é difícil, como em tudo, você dar o dado exato, mas acreditamos que nos próximos 18 a 24 meses consigamos essa certificação. Temos que ter uma transferência de experiência do *back office* para nós, temos que fazer alguns testes de aviões deles para conseguir essa certificação.

Então, o que é que acontece? Quando você manda um avião de volta, você tem que fazer um *check* com o avião. Esse último *check* tem que ser certificado pelo FAA. No momento em que ainda não somos certificados, nós temos que mandar fazer esse *check* fora da Empresa, e com isso, no momento em que pudermos fazer esse *check* dentro da Empresa, eu falei que temos uma estimativa que o custo desse *check* diminua cerca de 40%.

**Caio Dias:**

Esse é o *check* C, não é?

**Constantino de Oliveira Júnior:**

É o *check* que você tem que fazer.

**Caio Dias:**

OK. Muito obrigado.

**Victor Mizusaki, UBS:**

Boa tarde. Analisando o novo *guidance* para 2011, no pior cenário vemos um aumento do consumo de combustível, mas quando analisamos a questão de *asset*, ficou *flat* comparando os dois cenários, o anterior e o revisado. Eu queria entender se isso está mais relacionado à questão de a GOL estar operando com *load factor* maior, e ao mesmo tempo está relacionado à questão de receita auxiliar e forte crescimento da receita de carga.

**Rodrigo Alves:**

É isso mesmo, Victor. No *guidance* partimos da receita, se você olhar o que chamamos de pior cenário, subimos um pouco a quantidade de passageiros transportados e a demanda mínima. E na receita auxiliar, apesar de não darmos *guidance* sobre o assunto, mas claramente a tendência tem sido melhoria, principalmente da parte de carga e algumas outras receitas auxiliares, como também a venda a bordo, que também tem começado a deslanchar nesse semestre.

**Victor Mizusaki:**

Rodrigo, aproveitando, uma segunda pergunta em relação à aviação regional, eu queria entender um pouco melhor, se vocês puderem comentar um pouco mais, como é que vocês estão enxergando esse mercado e o que vocês enxergam de oportunidade.

**Rodrigo Alves:**

Nós temos apresentado ao mercado que continuamos olhando em torno de 20 mercados na América do Sul, em um raio de 200 km e com população de pelo menos 1 milhão de habitantes. Esses são os mercados que temos olhado.

A questão hoje é que para a aviação regional, quanto menos assentos você tem, maior é o seu custo operacional, dado o cenário de combustível. Então, o mercado regional hoje terá, por consequência, um momento um pouco mais complicado. E quem tem aviões maiores, que eu acho que é o nosso caso, tem uma tendência de diluição de custo, que lhe favorece e lhe dá um balanço melhor.

**Constantino de Oliveira Júnior:**

Complementando o Rodrigo, eu acho que isso é um fato, mas ao mesmo tempo nós reconhecemos a importância e a relevância de termos relacionamentos com as empresas regionais, ter parcerias, como temos também parceiras com as empresas internacionais de longo curso. Tudo faz parte de uma integração, de poder sinergias, de *fees* etc.

Isso não quer dizer que vamos investir em empresas regionais, como também não quer dizer que vamos voltar a voar para Paris. O nosso enfoque continua sendo nos voos abaixo de três horas no mercado doméstico e em mercados seletivos da América do Sul. Mas também faz parte dessa estratégia criar parcerias com essas empresas.



**Transcrição da teleconferência  
Resultados do 1T11  
GOL (GOLL4 BZ)  
11 de maio de 2011**



**Victor Mizusaki:**

OK, obrigado.

**Operadora:**

Obrigada. A sessão de perguntas e respostas está encerrada. Gostaria de passar a palavra ao Sr. Constantino de Oliveira Junior para as considerações finais.

**Constantino de Oliveira Júnior:**

Mais uma vez, gostaria de agradecer a todos pela atenção, por participar dessa conferência de resultados do 1T11. Espero reencontrá-los na próxima conferência, para que possam debater um pouco mais sobre o setor. Muito obrigado e até logo.

**Operadora:**

Obrigada. A teleconferência dos resultados do 1T11 da GOL Linhas Aéreas Inteligentes está encerrada. Por favor, desconectem suas linhas 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.”

