

Transcrição da Teleconferência

Resultados do 3T13

13 de novembro de 2013



Operadora:

Bom dia, e obrigada por aguardarem. Sejam bem-vindos à teleconferência da GOL Linhas Aéreas Inteligentes referente aos resultados do 3T13. Estão presentes hoje conosco os senhores Paulo Kakinoff, Presidente, e o Sr. Edmar Lopes, Vice-Presidente Financeiro e de RI.

Informamos que este evento está sendo gravado e que todos os participantes estarão apenas ouvindo a teleconferência durante a apresentação da GOL Linhas Aéreas Inteligentes. Em seguida, iniciaremos a sessão de perguntas e respostas, quando mais instruções serão fornecidas. Caso algum dos senhores necessite de assistência durante a teleconferência queira, por favor, solicitar a ajuda de um operador, digitando asterisco zero.

Este evento também está sendo transmitido simultaneamente pela Internet, via *webcast*, podendo ser acessado no endereço www.voegol.com.br/ri, onde se encontra disponível a respectiva apresentação. A seleção dos slides será controlada pelos senhores.

O replay deste evento estará disponível logo após seu encerramento. Lembramos que os participantes do *webcast* poderão registrar, via website, perguntas para a GOL Linhas Aéreas Inteligentes que serão respondidas após o término da conferência pela área de RI.

Antes de prosseguir, gostaríamos de esclarecer que eventuais declarações que possam ser feitas durante esta teleconferência, relativas às perspectivas de negócios da GOL Linhas Aéreas Inteligentes, projeções e metas operacionais e financeiras, constituem-se em crenças e premissas da Administração da Companhia, bem como em informações atualmente disponíveis para a GOL. Considerações futuras não são garantias de desempenho, e envolvem riscos, incertezas e premissas, pois se referem a eventos futuros e, portanto, dependem de circunstâncias que podem ou não ocorrer. Investidores e analistas devem compreender que condições gerais, condições do setor e outros fatores operacionais podem afetar os resultados futuros da GOL Linhas Aéreas Inteligentes e podem conduzir a resultados que diferem materialmente daqueles expressos em tais condições futuras.

Gostaria agora de passar a palavra ao senhor Paulo Kakinoff, que iniciará a apresentação. Por favor, senhor Paulo, pode prosseguir.

Paulo Kakinoff:

Olá a todos, muito bom dia. Obrigado por participarem da nossa teleconferência de resultados do 3T13.

Vamos iniciar a apresentação com o slide número quatro do material que está disponibilizado, onde destacamos a melhora em nosso resultado operacional do período.

A margem EBIT do trimestre cresceu 12 p.p. em relação ao ano anterior, atingindo 1,7%, com lucro operacional de R\$37 milhões. Esse resultado foi impulsionado pelo aumento na receita, de 12%, reflexo dos esforços da Companhia no gerenciamento do PRASK, em especial.

Os nossos custos ficaram praticamente estáveis frente ao trimestre anterior, mesmo com a desvalorização do Real em 13% frente ao USD médio do período, e perante o maior nível do preço de combustível já registrado em toda a série histórica da Companhia, atingindo R\$2,43 por litros em média.



Já no acumulado do ano, nós elevamos o nível de receita em R\$244 milhões, mesmo com a redução da oferta de assentos de 9,7% no mercado doméstico. Além disso, também reduzimos os custos operacionais em aproximadamente R\$407 milhões nesse mesmo período. Assim, conseguimos alcançar uma margem de 1,7%, melhorando custo e receita simultaneamente.

Passando para o próximo slide, de número cinco, apresentamos os destaques que contribuíram para atingirmos esse desempenho operacional. O PRASK, o mais relevante deles, apresentou um expressivo crescimento de 21,1%, resultado do foco da Companhia em buscar a combinação de clientes corporativos, aqueles que buscam maior flexibilidade, pontualidade e tarifas competitivas com melhor antecedência em relação ao voo, e passageiros também tipicamente de lazer, que programam suas viagens com maior antecedência e buscam tarifas mais baixas. Nesses dois grupos, a Companhia apresenta um ganho importante de PRASK.

Essa evolução impulsionou o aumento do RASK em 17%. O *yield* apresentou aumento de aproximadamente 28,4%, pelo aumento no volume de passageiros a negócio, dadas ações tomadas pela Companhia para aumentar a atratividade dos nossos serviços, em especial para esse público.

Em comparação com o 3T12, o consumo de combustível por ASK caiu 6%, demonstrando o nosso foco em obter maior eficiência, e também como resultado de outro trabalho que vem sendo desenvolvido ao longo desse período, em parceria com a Boeing e a General Electric.

São 18 ações individuais, que vão desde mudança de procedimentos operacionais até a implementação de tecnologia de aeronavegação por satélite, chamado RNP AR, que vocês ainda ouvirão bastante ao longo dos próximos meses, um projeto que está sendo liderado no Brasil pela GOL.

O nosso compromisso de ter uma alta liquidez no balanço da GOL se mantém e está ainda mais reforçado. Neste trimestre, alcançamos R\$2,9 bilhões, que correspondem à aproximadamente 35% da nossa receita líquida dos últimos 12 meses. Além de fundamental para atravessar os momentos de alta volatilidade da economia, esse nível de caixa também é o mais alto, historicamente falando, da GOL, tanto em nível absoluto, quanto no aspecto relativo sobre a receita dos últimos 12 meses.

Impulsionado pela alta do EBITDAR dos últimos 12 meses, que atingiu R\$931 milhões, a alavancagem financeira melhorou também significativamente, saindo de 15,5x no 2T13 para 10,9x no 3T13. Evidentemente que nós projetamos uma contínua melhora desse indicador também para o próximo trimestre.

No próximo slide, número sete, apresentamos a maior novidade da GOL relacionada a produtos, uma oferta exclusiva para o mercado da ponte aérea, o GOL+. Os nossos clientes poderão usufruir de mais espaço entre as fileiras de toda a aeronave. Nas primeiras fileiras, nós oferecemos o GOL+ Conforto, com o aumento da distância entre os assentos de 30 para 34 polegadas e maior declino do encosto. Nas demais fileiras, a distância aumenta de 30 para 31 polegadas.

Com essas mudanças, a GOL terá a maior oferta de assentos com o Selo A, classificação de conforto estabelecida pela ANAC, na ponte aérea. Os assentos GOL+ Conforto serão oferecidos gratuitamente para os clientes Smiles Diamante e Elite Delta Airlines. Para os demais clientes, esses assentos podem ser adquiridos por uma tarifa adicional de R\$30.

Com essa iniciativa, nós não só passamos a ter um produto ainda mais atraente para os clientes de negócios, como também oferecemos nessa malha, que representa parte importante do nosso



resultado, o produto com maior nível de conforto do mercado. Dentre as cinco maiores pontes aéreas do mundo, o GOL+ é o produto que oferece o maior nível de conforto.

Passando para o próximo slide, número oito, queremos destacar e atualizá-los sobre a liderança de pontualidade da Companhia no mercado doméstico, indiscutivelmente um dos principais fatores que tem contribuído para o aumento da nossa participação no segmento de clientes corporativos, uma vez que esse item é extremamente apreciado por esse perfil de cliente.

Aliado ao conceito *fast travel*, que agiliza o processo de embarque e a possibilidade de antecipar o voo pelo celular, nós reforçamos um pacote de produtos que foram criados exclusivamente para continuar essa tendência de aumento das nossas vendas focadas no passageiro corporativo.

O *fast travel* representou um investimento importante em tecnologia, especialmente em tecnologia mobile para telefone celular e iPad, de *check-in* remoto, e também o aumento, o número 2x maior de totens de autoatendimento em nossos aeroportos.

Também completaremos nesse mês de novembro a mudança da nossa identificação visual em todos os aeroportos, já preparando a Companhia para um estágio mais elevado no nosso nível de atendimento, em especial para os turistas internacionais, medida extremamente importante em função do crescimento da nossa parceria com a Delta e os futuros contratos de *codeshare* que estão sendo desenvolvidos, com destaque para o mercado europeu, e também em função, evidentemente, dos grandes eventos esportivos, a começar pela Copa no próximo ano. A nova identificação é totalmente voltada às facilidades do cliente internacional que voa conosco.

Também completa as ações direcionadas ao passageiro de alto valor a mudança no modelo de acúmulo de milhas, que tem um impacto importante, tanto na percepção do passageiro, quanto no resultado da Companhia.

No slide número nove, abordamos de forma mais detalhada os benefícios da parceria GOL e Delta. Nós completamos nesse trimestre a implementação do *codeshare Two-way*, o *codeshare* bidirecional, e desde então nós oferecemos 400 destinos em mais de 62 países. Os clientes de ambas as companhias têm acesso ao inventário completo, a toda malha de distribuição das duas empresas, tanto na América do Norte quanto na América Latina, neste caso operado pela GOL.

Nós buscamos, assim, a maneira mais eficiente de atender os clientes de voos de longa duração, bem como distribuir os passageiros da Delta em cidades brasileiras. Evidentemente que essa parceria se desdobra também em benefícios para os clientes do programa Smiles.

É importante destacar que há uma equalização entre os clientes Smiles Diamante e SkyMiles para todos os produtos das duas companhias. Como exemplo, o cliente SkyMiles tem acesso direto, sem qualquer tarifa adicional, ao GOL+ Conforto que nós implementamos na ponte aérea.

No slide número dez, reforçamos nosso compromisso em manter a rentabilidade da operação sem perder o foco na qualidade do nosso serviço. Durante o ano de 2013, mantivemos praticamente estável o número de funcionários, e, ainda nesse período, conseguimos melhorar os nossos índices de pontualidade em 2 p.p., atingindo quase 94,5% de pontualidade, mantendo a liderança nos 9M13 no mercado doméstico.

Ao proporcionar um aumento no índice de satisfação, que avalia a satisfação dos passageiros sobre a experiência do serviço prestado da GOL com notas de 1 a 10 em mais de 30 aeroportos, nós podemos cancelar a assertividade dessa ação.



No próximo slide, número 11, reforçamos o compromisso na eficiência do consumo de combustível com o atingimento da queda de 6% no consumo desde o 3T13. Aqui, estamos destacando o consumo por ASK, fazendo com que essa medida seja totalmente comparável com qualquer outro momento da Companhia. É uma medida extremamente importante, especialmente em um momento em que o preço do QAV atingiu o seu patamar mais alto na série histórica.

Passando para o slide número 15, o nosso programa de fidelidade Smiles vem se fortalecendo cada vez mais. O crescimento da base de participantes atingiu R\$9,5 milhões, uma alta de 7,3% em relação ao 3T12.

Em setembro foi criado o Clube Smiles, e em outubro celebramos um acordo de investimentos com a Netpoints, a empresa de fidelidade especializada em varejo, a fim de aumentar e fortalecer a exposição com esse segmento, e alcançamos mais um mês de crescimento significativo no resultado da Empresa, como foi divulgado no início dessa semana no release do Smiles.

Agora eu passo a palavra ao Edmar para apresentar os resultados do período.

Edmar Lopes:

Bom dia. Eu vou começar pelo slide número 18, dos resultados financeiros. De abertura, já queria colocar os principais pontos que direcionaram o trimestre.

O primeiro deles é que, além da volatilidade, assistimos uma desvalorização do Real, em média, de 13% ao longo desse trimestre, comparado com o mesmo período do ano passado. O combustível, como o Kakinoff já antecipou, atingiu um preço recorde de R\$2,43, e isso impacta o nosso custo.

Adicionalmente, já vimos antecipando que reconhecemos um ganho nas operações de *sale-and-leaseback* de aeronave. Isso aparece como uma conta redutora de despesa na linha de outras despesas.

Com isso, vou falar um pouco dos números, mas a mensagem mais importante que temos colocado desde o início deste ano é a questão do plano. Nós temos um plano, que é entregar uma margem EBIT ao final do período entre 1% e 3%. E com o resultado deste trimestre, já teremos percorrido 75% do ano, hoje estamos na metade de novembro, já temos um sinal das vendas desse 4T, e, mais uma vez, reafirmamos o nosso compromisso de entregar o *guidance* dado de EBIT, margem operacional entre 1% e 3%.

Dito isso, eu falo um pouco da questão da oferta. No trimestre, a oferta total foi 4% menor do que a oferta do ano passado. A oferta doméstica foi 7% menor, e quando olhamos no acumulado do ano, nós estamos com uma oferta menor no doméstico em quase 10%, e no total perto de 6%.

Quando falamos de *load factor*, estamos abaixo do ano passado, mas, mais uma vez, temos reforçado nossa estratégia de privilegiar a questão do *yield*, do PRASK, e através de diversas medidas temos conseguido melhorá-los de maneira significativa.

Falando de receita, houve um avanço na receita perto de R\$250 milhões. O destaque que faço aqui é a redistribuição entre receitas auxiliares e receita de passageiro, com a nova metodologia de contabilização do Smiles, que passou a entrar como receita de passageiro. Esse é um ponto importante na avaliação ano contra ano.



E também, o destaque que o Kakinoff já falou, do custo. Mesmo tendo convivido com uma pressão do custo, do ponto de vista de aumento de câmbio e de maior preço de combustível, nós entregamos um custo em linha com o ano passado. Portanto, do ponto de vista de acumulado do ano, continuamos ganhando cerca de R\$400 milhões que avançamos no 1S13 comparado com o 1S12.

Chegamos a um EBIT, uma margem operacional de R\$37 milhões, o que é um grande avanço, de R\$238 milhões em relação ao ano passado. A margem de 1,7%, tanto para o trimestre quanto para os 9M, mais uma vez, repito, está dentro do nosso plano.

Quando falamos de resultado financeiro, o destaque desse trimestre é a posição de hedge. No ano passado, nós mostramos, nesse mesmo trimestre, um resultado positivo perto de R\$44 milhões. O resultado desse trimestre naquele momento foi de R\$-41 milhões. Portanto, somente a variação da posição de hedge, seja ganhadora, seja perdedora, na comparação anual, já faz uma diferença de R\$95 milhões.

Adicionalmente, também está explicado nas nossas demonstrações financeiras, estamos reconhecendo uma perda na linha financeira referente às opções que a General Atlantic tem da compra de ações do Smiles. Entendemos que essas duas grandes linhas explicam a variação que ocorreu na linha financeira.

Com isso, chegamos a um prejuízo perto de R\$200 milhões, que é 36% melhor que o mesmo período do ano passado, e no acumulado do ano é 34% melhor.

Passando para a página seguinte, para a página 19, aqui colocamos um resumo desses dados que eu tenho falado. Conseguimos manter o ganho de custo obtido de maneira relevante no 1S, cerca de R\$400 milhões, enquanto começamos a mostrar um avanço na linha de receita em função das ações comentadas há pouco pelo Kakinoff.

A nossa margem, que antes estava claramente calcada na melhora de custo, agora tem as duas principais alavancas: redução de custo e melhora na linha de receita.

Passando para a página seguinte, eu gostaria apenas de reforçar a questão da liquidez. Manter uma liquidez alta é um dos nossos pilares estratégicos de atuação de longo prazo. Nesse trimestre, principalmente em função da atividade do Smiles, mostramos um caixa maior que o caixa do trimestre anterior, o que é um importante indicador para a Companhia, do ponto de vista de tendência. Então, nós estamos conseguindo reverter à tendência anterior e agora estamos com uma posição muito forte.

Quando passamos para a página 21, a página seguinte, mostramos nossa posição de dívida. Sempre reforçamos o mesmo aspecto, que também faz parte da nossa estratégia financeira. Ou seja, nós temos poucos vencimentos nos próximos 24 meses, essa posição de caixa é confortável, não há nenhuma pressão de refinanciamento.

Adicionalmente, eu já posso antecipar que estamos conversando com os bancos detentores das debêntures sobre a questão dos *covenants* até o final do ano, que é essa dívida que aparece com vencimento em 2015. São R\$600 milhões.

Entendemos que as conversas iniciais foram muito positivas, e para o final do ano é bem provável que tenhamos alguma novidade nesse aspecto. De novo, antecipando essa questão de não ter nenhuma pressão, nenhum evento de liquidez no curto prazo.



Passando para a página seguinte, 22, o que temos aqui é uma demonstração do que está acontecendo com a alavancagem. Esse é um negócio importante porque, desde o início, temos dito que a Companhia se desalavancaria ao longo de 2013, em função principalmente, primeiro, das ações de liquidez já feitas no 1S pela Companhia, e depois, pela recuperação do resultado, que levaria nosso EBITDAR para um novo patamar.

O que está acontecendo é que, quando olhamos o EBITDAR dos últimos 9M, saímos de um patamar de R\$300 milhões para um patamar 3x maior, que seria o número de R\$974 milhões. Quando falamos do trimestre, estamos trocando um 3T12 que teve um EBITDAR de R\$96 milhões por um EBITDAR de R\$373 milhões.

Ou seja, pelas projeções dos analistas, em a Companhia entregando o *guidance* de 1% a 3% de margem EBIT, nós vamos entregar esse EBITDAR de R\$1,2 bilhão, R\$1,3 bilhão, o que faz com que a alavancagem, mais uma vez, venha a cair ao final do ano, voltando a patamares melhores. Mas ainda reconhecemos que temos esforço por fazer.

Dito isso, vou devolver a palavra ao Kakinoff, e ele falará um pouco de como estamos em relação ao *guidance* e o que anunciamos para 2014. Kakinoff, por favor.

Paulo Kakinoff:

Obrigado, Edmar. Para finalizar, o reforço, na verdade, do nosso posicionamento em monitorar diariamente as condições macroeconômicas e implementar as ações com a máxima rapidez, tem sido a estratégia utilizada durante todo o ano de 2013, e que seguramente continuará a ser implementada ao longo dos próximos períodos, uma vez que a instabilidade no cenário econômico é evidente. Desta forma, reafirmamos nosso compromisso em atingir a margem operacional entre 1% e 3% para 2013.

Para 2014, divulgamos nosso primeiro *guidance* do período, que foi uma oferta doméstica nos mesmos patamares em comparação ao ano de 2013, uma vez que entendemos que os ajustes realizados no mercado doméstico já levaram a oferta da Companhia a um tamanho compatível com o cenário econômico previsto para o próximo ano.

Gostaria de agradecer a todos pela participação até aqui, e dar início à sessão de perguntas e respostas.

Bruno Amorim, Santander:

Bom dia. Eu tenho duas perguntas, por favor. A primeira é com relação ao 4T. Tipicamente o 4T, do ponto de vista sazonal, é mais forte, mas, por outro lado, temos um câmbio que está depreciando. Queria que vocês comentassem um pouco, por favor, qual dessas duas forças vocês acham que deve prevalecer. Consequentemente, se o *base case* seria uma margem EBIT maior no 4T em relação ao 3T ou uma margem menor.

E a minha segunda pergunta é com relação a 2014. Vocês estão indicando uma oferta *flat* ano que vem, e eu queria saber o que isso implica em termos de PRASK na cabeça de vocês, dado que vocês vêm consistentemente cortando capacidade e o PRASK tem reagido muito bem, tem crescido bastante. O ano que vem, com um cenário de oferta *flat*, o que deve acontecer com o PRASK? Obrigado.



Edmar Lopes:

Bruno, bom dia. Obrigado pela pergunta. O 4T, de fato, é sazonalmente melhor que o 3T. Quando fizemos o *call* sobre o tráfego do mês de setembro, eu havia dito que teríamos uma percepção um pouco melhor a partir de agora, porque, como hoje vendemos com uma antecedência menor do que vendíamos há algum tempo, temos a percepção final do que realmente está acontecendo com menos antecedência do que tínhamos anteriormente.

Hoje, o preço do querosene está praticamente definido, faltam poucos dias para fechar a apuração da Petrobras, mas, de novo, se vamos ficar mais perto do 1% ou mais perto do 3%, como eu havia falado há algumas semanas, só saberemos um pouco mais à frente.

De qualquer maneira, reiteramos nossa confiança sobre a questão de estarmos absolutamente dentro do nosso plano.

Para falar de 2014, o Kakinoff comenta um pouco.

Paulo Kakinoff:

Bruno, para 2014, como eu falei, o único *guidance* que estamos passando por enquanto é de ASK. Durante o próximo ano, aí sim passaremos uma ideia mais assertiva sobre os demais indicadores, inclusive o RASK. Mas podemos falar, pelo menos, do ponto de vista estratégico, o que a Companhia deverá fazer.

Nossa busca pela manutenção dos atuais níveis de custo, especialmente os custos absolutos, e as vias que temos tomado no produto para uma atratividade maior no segmento corporativo, nos dão uma expectativa de que ainda há espaços para oportunidade de crescimento de PRASK. Este é o *driver* que está sendo utilizado na Companhia nas nossas ações que envolvem produtos e, em especial, nossa política de estratégia comercial.

Enfim, ainda é muito cedo para dar um *guidance* neste sentido, mas a premissa que adiantamos, de privilegiar recuperação do PRASK, continua válida, e nós acreditamos que ainda há oportunidade neste sentido.

Bruno Amorim:

Perfeito. Muito obrigado.

Victor Mizusaki, UBS:

Bom dia. Tenho duas perguntas. A primeira, Edmar, você mencionou um pouco a estratégia de hedge, do resultado da posição de hedge no 3T. Quando pegamos o hedge de USD, a posição no 3T aumentou bastante se compararmos com o 2T. Queria saber se você poderia falar um pouco mais do que mudou na visão de vocês com relação a isso, e o que podemos esperar para frente.

E a segunda pergunta, com relação a 2014, apesar de vocês não estarem dando nenhum número a mais, faz sentido esperarmos uma melhora de *load factor*, olhando 2014 contra 2013? E, de repente, se você poderia dar alguma sensibilidade se um aumento de 100 b.p. em *load factor*, poderia expandir margem EBIT em 150 b.p.



Paulo Kakinoff:

Victor, bom dia. Vou começar pela última pergunta. Essa é uma das oportunidades que vislumbramos para continuidade de aumento do PRASK. Como havíamos dito antes, neste ano em especial, privilegiamos *yield* em relação ao *load*. Este foi o principal condutor da estratégia comercial que adotamos.

Não vamos abrir mão da conquista desses patamares de *yield*, e acreditamos que há oportunidade também no *yield* de ainda melhorarmos esse indicador. Porém, o *load* constitui um dos campos de oportunidade para continuarmos impulsionando o PRASK de maneira geral.

Existem outras, além de *load* e produto, que acabei de falar, e essas oportunidades combinadas estão direcionando, inclusive, a construção do nosso orçamento e das nossas ações estratégicas para o ano de 2014.

Vou passar agora para o Edmar responder a sua outra pergunta sobre hedge.

Edmar Lopes:

Bom dia, e obrigado pela pergunta. É bom que explicamos para o pessoal de maneira geral como estamos olhando para o mercado. A primeira notícia é a seguinte: sim, aumentamos nossa posição. Aumentamos nossa posição de hedge de moeda. Ao final do trimestre, estávamos com uma posição de cerca de US\$760 milhões, a maior posição que a Companhia já carregou.

Ela estava fundamentalmente dividida em três grandes *buckets*, três grandes baldes: o primeiro, de curto prazo, até três meses, cerca de 70% da nossa exposição; e quando você olha mais para frente, em um período até 9M, outros US\$360 milhões, correspondentes a cerca de 30% da nossa exposição, aproximadamente.

A posição, como já comentei no *call*, era devedora, ou seja, a marcação a mercado era negativa na virada do trimestre, e em função da volatilidade, hoje ela está positiva. Vocês têm acesso a isso, na página 17 do nosso release, nota 28 da demonstração financeira, mostramos os preços médios a que estamos comprados em câmbio.

Olhando para frente, como vemos esse negócio? Entendemos que o cenário continuará volátil. A política é de proteção, não temos nenhuma posição alavancada aqui na Companhia, e temos administrado isso de maneira muito clara; ou seja, para proteger o que entendemos que é nosso orçamento, nosso resultado.

E isso varia. Temos um comitê de risco que se reúne regularmente para analisar as posições, e, no momento, o que posso dizer é que temos uma visão conservadora sobre a questão da moeda. A volatilidade ainda está presente, e vamos sempre olhar o mercado sob o ponto de vista de proteção do nosso resultado, entrando ou saindo em condições que entendemos que protegem o resultado da Companhia.

Fica difícil dizer se daqui a 12 meses teremos os mesmos US\$700 milhões, ou teremos US\$500 milhões ou mesmo US\$ 1 bilhão. Vai depender muito das condições de mercado. E como o Kakinoff falou, neste momento ainda estamos em processo inicial de discussão do orçamento.

Eu peço desculpas por ter me alongado um pouco, mas era para dar essa clareza para todos sobre qual é a nossa visão neste momento.

Victor Mizusaki:

Está ótimo. Obrigado.

Operadora:

Encerramos, neste momento, a sessão de perguntas e respostas. Gostaria de passar a palavra ao Sr. Paulo para as suas considerações finais. Sr. Paulo, pode prosseguir.

Paulo Kakinoff:

Muito obrigado a todos. Continuamos aqui à disposição, todo o time, caso haja qualquer outra dúvida ao longo do dia. Muito obrigado e tenham um bom dia.

Operadora:

A teleconferência da GOL Linhas Aéreas Inteligentes 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.”