



Apresentação sobre Programas de Fidelidade

Novembro de 2015



O que é a ABEMF?

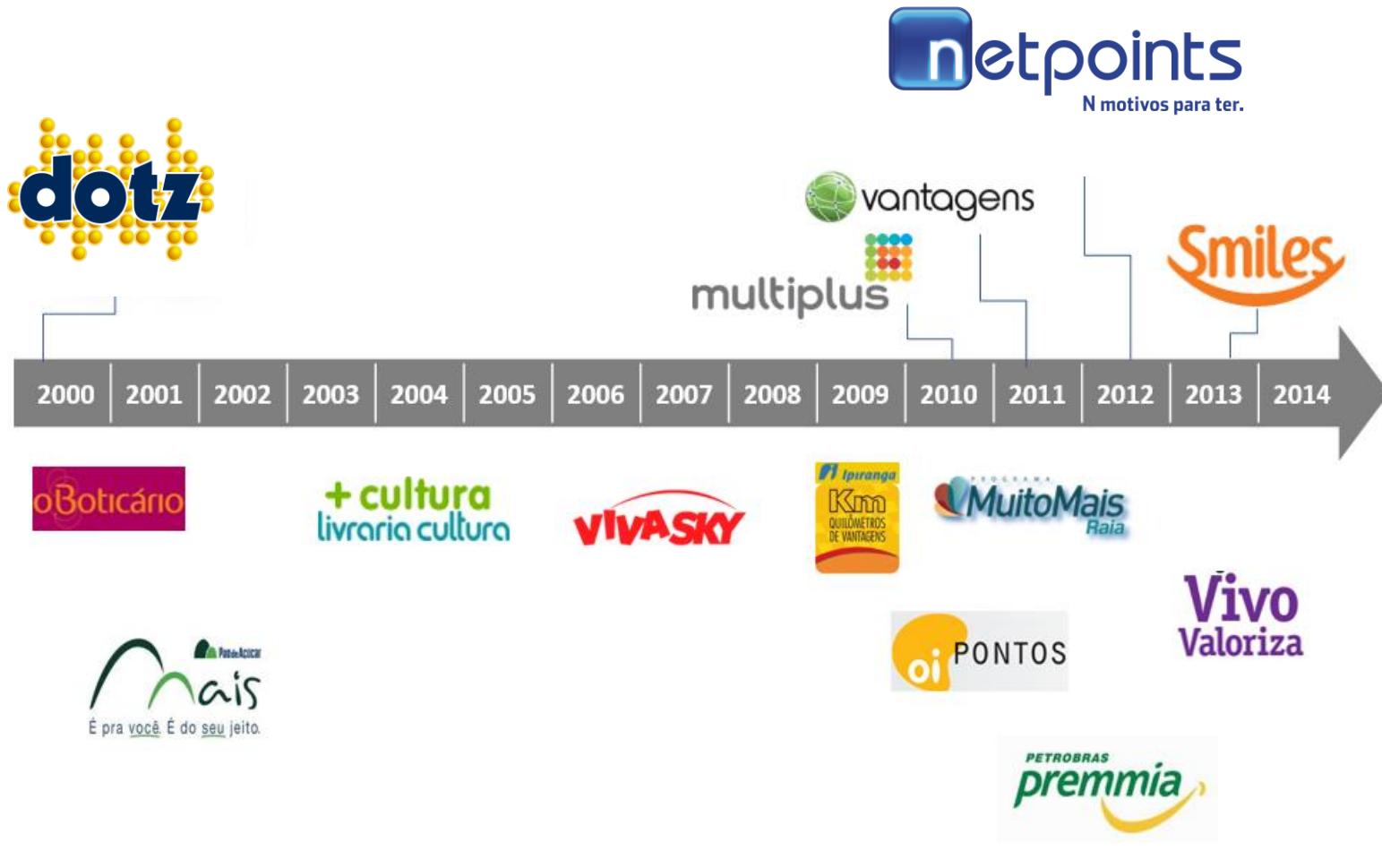
Entidade que representa as empresas do mercado de fidelização. Foi criada em 2014, com os seguintes objetivos:

- Debater questões institucionais e regulatórias
- Fortalecer o mercado de fidelização
- Divulgar números do setor, por meio de pesquisas e estudos
- Buscar incentivos que beneficiem o mercado, seus associados e consumidores

Quem faz parte da ABEMF?



Percepção de benefícios pelos consumidores vem motivando surgimento de novos programas...



Hoje o Brasil conta com empresas grandes e bem estruturadas



Empresa de **capital aberto** (IPO em 2010), listada no **Novo Mercado**, mais alto nível de governança na Bovespa

Controlada pela **TAM Linhas Aéreas** (73%)

Conselho de Administração com 30% de membros independentes

Comitê especial de Finanças, Auditoria, Governança e Partes Relacionadas

242 empregados



Empresa de **capital aberto** (IPO em 2013), listada no **Novo Mercado**, mais alto nível de governança na Bovespa

Controlada pela **Gol Linhas Aéreas** (54,1%)

Conselho de Administração com 42% de membros independentes

Comitê independente como parte do processo de aprovação de transações com partes relacionadas

91 empregados



Empresa de **capital fechado**

Estrutura societária: Fundadores, Fundo Cia Bozano, **Smiles**, Marisa, outros

100 empregados



Empresa de **capital fechado**

A canadense **Loyalty One**, gestora do programa de fidelidade Air Miles, possui **37% de participação**

320 empregados



Empresa de **capital fechado**

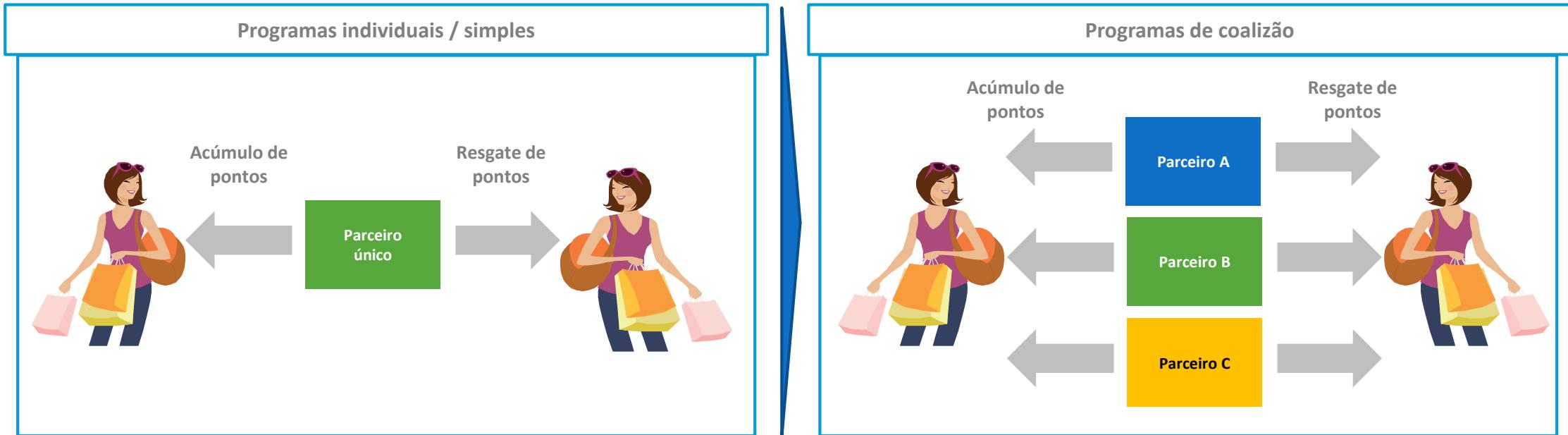
Estrutura societária: Fundadores empreendedores independentes nacionais

360 empregados



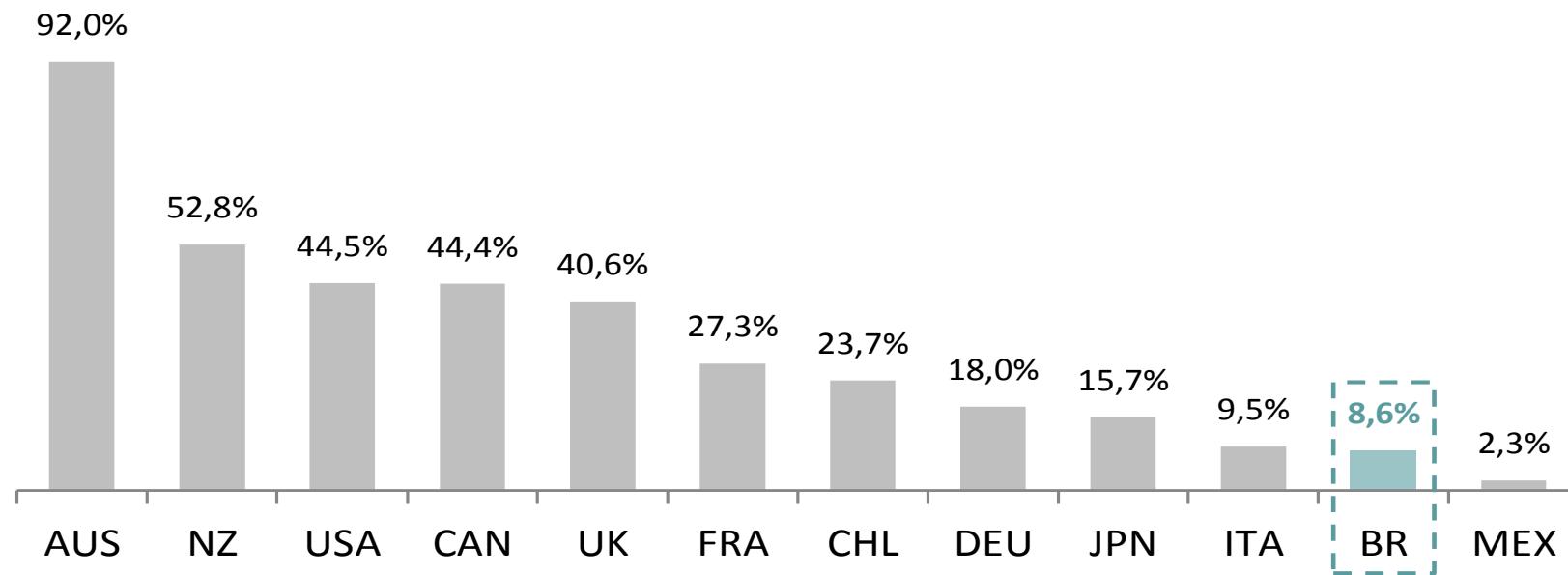
O que é o mercado de fidelização?

- Mercado de incentivo e fidelização envolve diversos tipos de programas, que variam desde iniciativas individuais de empresas, como os famosos “a cada dez almoços, um grátis”, até programas de coalizão, com milhões de usuários e dezenas de empresas parceiras;



Um mercado novo e repleto de potencial...

Índice de penetração dos programas de fidelização por país
(membros cadastrados/população)



Source: JP Morgan, Smiles, Morgan Stanley

... que já proporcionou muitos benefícios aos usuários

Nos 9 primeiros meses de 2015:

Mais de **103 bilhões** de pontos/milhas acumulados
(Multiplus e Smiles)

Mais de **86 bilhões** de pontos/milhas resgatadas
(Multiplus e Smiles)

Mais de **8,1 milhões** de produtos/passagens resgatados
(Multiplus e Smiles)

... e oferece também importantes vantagens para os parceiros comerciais

- Estreitam o relacionamento entre empresa e consumidor
- Transformam cliente esporádico em cliente fiel
- Agregam valor a produtos e serviços
- Incentivam a compra
- Consequentemente, aumentam as vendas
- Geram empregos e fomentam o crescimento do comércio

OBRIGADO!