

<b>Cotação</b> 30/06/2014 (R\$)	<b>R\$36,49</b>
<b>Volume médio diário</b> (R\$ milhões)	<b>16,4</b>
<b>Lucro por ação</b> (R\$)	<b>0,49</b>
<b>Valor de mercado</b> 30/06/2014 (R\$ bilhões)	<b>5,9</b>


**TELECONFERÊNCIA DE  
RESULTADOS**
[\(Click here for access\)](#)
**5 de agosto de 2014**

 09:00h (horário de Brasília)  
 08:00h (horário de Nova York)

 Tel.: **+55 (11) 2188-0155**  
 Código: **Multiplus**

 Replay:  
 Tel.: +55 (11) 2188-0155  
 Disponível de 05/08/2014 até  
 12/08/2014  
 Código: Multiplus

 Arquivo de áudio no formato MP3  
 estará disponível no site:  
[www.pontosmultiplus.com.br/ri](http://www.pontosmultiplus.com.br/ri)

**Relações com Investidores**
[www.pontosmultiplus.com.br/ri](http://www.pontosmultiplus.com.br/ri)  
[invest@pontosmultiplus.com.br](mailto:invest@pontosmultiplus.com.br)  
 +55 (11) 5105-1847

**Lucro líquido alcança R\$80,1 milhões no 2T14, um sólido crescimento anual 39,9%, com uma margem de 19,2%, 480 pontos base superior quando comparado ao 2T13**

**DESTAQUES OPERACIONAIS:**

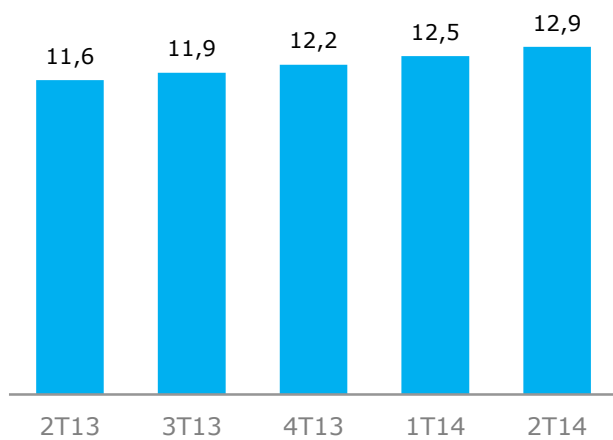
- **12,9 milhões de participantes**, crescimento de 10,6% vs 2T13
- **19,8 bilhões de pontos emitidos no 2T14**, variação de -6,0% vs 2T13 e 41,5 bilhões no 1S14, uma queda de 2,5% vs 1S13
- **16,0 bilhões de pontos resgatados no 2T14**, variação de -2,6% vs 2T13 e 33,5 bilhões no 1S14, crescimento de 3,8% vs 1S13
- **Breakage médio (12 meses) de 17,9%**, queda de 170 pontos base vs 2T13

**DESTAQUES FINANCEIROS:**

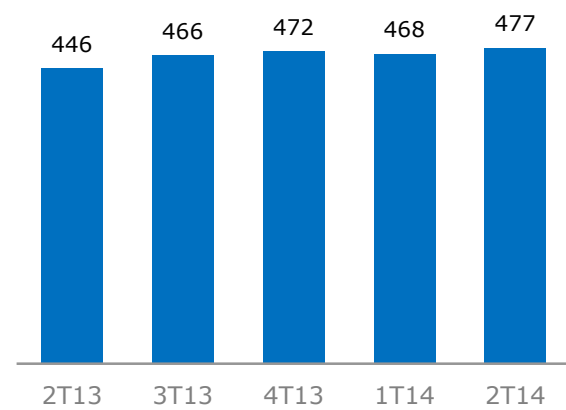
- **Faturamento de pontos totalizou R\$472,1 milhões no 2T14**, uma variação de -5,7% vs 2T13, e R\$1.010,4 milhões no primeiro semestre, um crescimento de 1,8% vs 1S13
- **Receita líquida de R\$417,4 milhões no 2T14**, um crescimento de 4,7% vs 2T13, e R\$858,1 milhões no primeiro semestre, crescimento de 11,2% vs 1S13
- **Lucro líquido alcançou R\$80,1 milhões no 2T14**, crescimento de 39,9% em relação ao mesmo período de 2013 e R\$154,7 milhões no semestre, aumento anual de 48,6%

(Em R\$ mil)	2T14	2T13	Var %	1S14	1S13	Var %
<b>Participantes (milhões)</b>	<b>12,9</b>	<b>11,6</b>	<b>10,6%</b>	<b>12,9</b>	<b>11,6</b>	<b>10,6%</b>
<b>Pontos emitidos (bilhões)</b>	<b>19,8</b>	<b>21,0</b>	<b>-6,0%</b>	<b>41,5</b>	<b>42,6</b>	<b>-2,5%</b>
Pontos resgatados (bilhões)	16,0	16,4	-2,6%	33,5	32,3	3,8%
Taxa de Breakage (UDM, %)	17,9%	19,6%	-1,7p.p.	17,9%	19,6%	-1,7p.p.
Faturamento da venda de pontos	472,1	500,9	-5,7%	1.010,4	992,9	1,8%
<b>Receita Líquida</b>	<b>417,4</b>	<b>398,6</b>	<b>4,7%</b>	<b>858,1</b>	<b>772,0</b>	<b>11,2%</b>
<b>Lucro Bruto</b>	<b>130,4</b>	<b>110,2</b>	<b>18,3%</b>	<b>252,0</b>	<b>206,6</b>	<b>22,0%</b>
Margem Bruta	31,2%	27,7%	3,6p.p.	29,4%	26,8%	2,6p.p.
<b>Lucro Líquido</b>	<b>80,1</b>	<b>57,2</b>	<b>39,9%</b>	<b>154,7</b>	<b>104,1</b>	<b>48,6%</b>
Margem Líquida	19,2%	14,4%	4,8p.p.	18,0%	13,5%	4,5p.p.

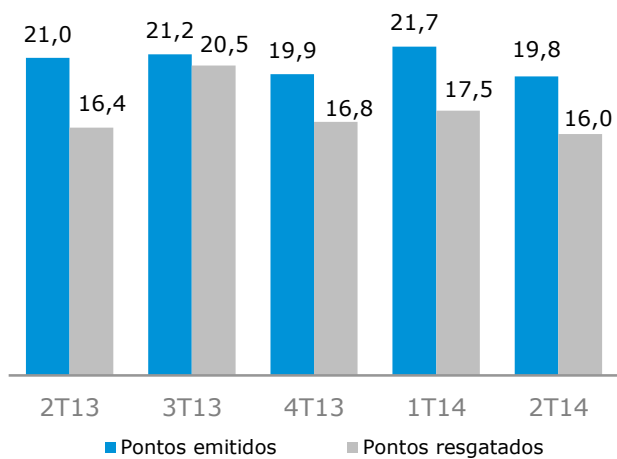
**Participantes (milhões)**



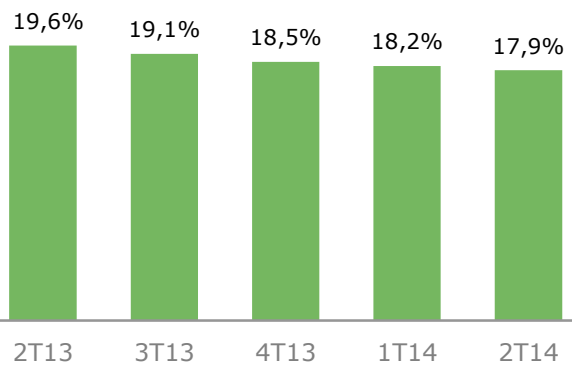
**Parceiros**



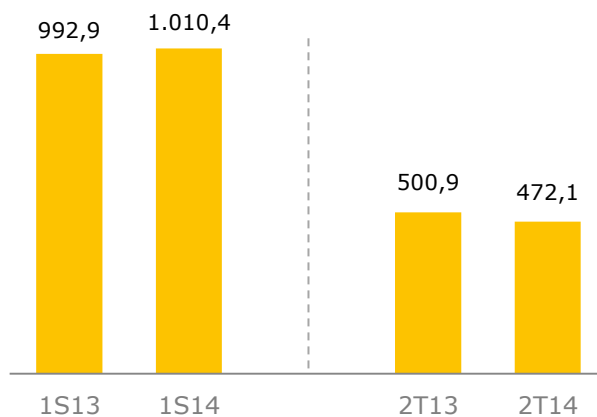
**Pontos emitidos e resgatados (bilhões)**



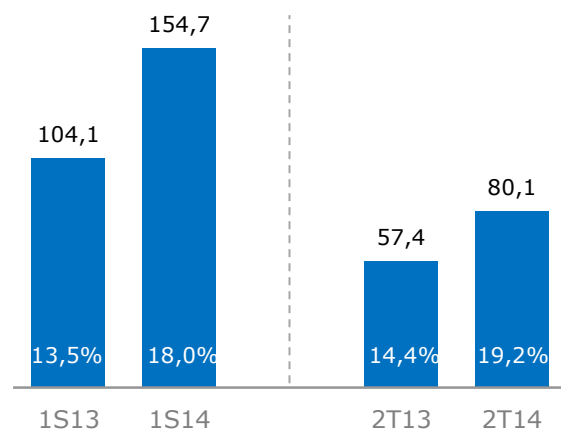
**Breakage (%) – média de 12 meses**



**Faturamento (R\$ milhões)**



**Lucro Líquido (R\$ milhões) e Margem Líquida (%)**



## COMENTÁRIO DA ADMINISTRAÇÃO

### **Recorde de resgates não-aéreos no 2T14, um aumento anual de 53,4% Lucro líquido alcança R\$80,1milhões, crescimento de 39,9% vs 2T13**

No primeiro semestre de 2014, a Multiplus mostrou, mais uma vez, sólidos resultados. Continuamos a concentrar nossos esforços na criação de campanhas e promoções visando entregar uma experiência única aos nossos participantes.

Essas ações, junto aos nossos parceiros, como PBKIDS e Netshoes, contribuem para o aumento dos resgates no varejo, que cresceram 53,4% no primeiro semestre, e 48,6% no segundo trimestre, em comparação com o mesmo período do ano anterior, permitindo oferecer melhores ofertas para nossos participantes e taxas de conversão mais atraentes para os resgates não aéreos. Além disso, nossas ações dos "Resgates Incríveis", que permite aos participantes trocar seus pontos por experiências exclusivas e únicas, teve recorde de acessos trazendo resultados positivos no número de pontos resgatados.

Continuamos a enriquecer a experiência do participante aumentando seu grau de satisfação com o atendimento em nosso Call Center, simplificando o processo de autenticação durante o resgate além de permitir o resgate através das redes sociais. Além disso, no segundo trimestre, nossas campanhas de marketing aumentaram substancialmente os acessos ao site da Multiplus, ultrapassando outros canais de comunicação. Pela primeira vez na história da companhia, a geração de novos cadastros via site da Multiplus ultrapassou o número de registros de novos participantes via site da TAM.

Continuamos a trabalhar muito próximos da TAM, na busca de oportunidades que aumentem a percepção de valor dos nossos participantes. A sazonalidade natural do setor de transportes aéreos, e nossa parceria de longo prazo com a TAM, nos permite oferecer resgates únicos, impactando positivamente toda a nossa rede de parceiros.

Em relação aos resultados da Multiplus, é importante ressaltar que o segundo trimestre foi impactado negativamente pela Copa do Mundo, especialmente no mês de junho, devido a um menor tráfego de voos domésticos e internacionais, interrompendo o comércio durante os jogos, e, principalmente, reduzindo os dias úteis de trabalho durante esse período, o que impactou o volume de pontos trazidos dos cartões de crédito.

Encerramos o primeiro semestre de 2014 com 12,9 milhões de participantes, tendo um crescimento de 10,6% quando comparado ao mesmo período do ano anterior. A rede atingiu 477 parcerias no primeiro semestre, 7% maior que o mesmo período de 2013. Quanto aos resultados financeiros, o faturamento foi de R\$1.010,40 milhões no semestre, um crescimento de 1,8% quando comparado com o mesmo período do ano anterior. No trimestre esse valor atingiu R\$472,1 milhões, uma redução de 5,7% em comparação com 2T13. A companhia obteve uma receita líquida 4,7% superior no segundo trimestre, atingindo R\$417,4 milhões. No semestre, a receita aumentou 11,2% quando comparado com o mesmo período do ano anterior, alcançando R\$858,1 milhões. Com relação ao custo total de serviços, este foi R\$602,6 milhões no primeiro semestre de 2014, representando um aumento de 7,4% com relação ao mesmo período de 2013. No segundo trimestre de 2014, os custos apresentaram redução de 0,4% quando comparado ao mesmo período do ano anterior. O volume de pontos resgatados totalizou 33,5 bilhões no primeiro semestre de 2014, e 16,0 bilhões no segundo trimestre, ligeiramente menor que no ano anterior. As despesas operacionais somaram R\$42,2 milhões no trimestre e R\$78,9 milhões no primeiro semestre, mostrando um aumento anual de 12,4% e 9,7%, respectivamente. A Companhia divulgou um lucro líquido acumulado de R\$154,7 milhões no primeiro semestre de 2014, 48,6% superior comparado ao mesmo período do ano anterior, o que contribuiu para o aumento de nossa margem para 18,0% no primeiro semestre. No segundo trimestre, o lucro líquido totalizou R\$80,1 milhões, um aumento anual de 39,9%.

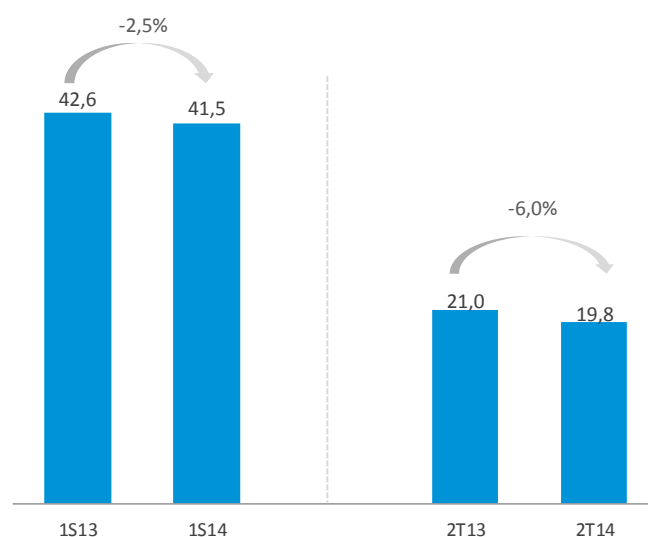
## DESEMPENHO OPERACIONAL

Informações Operacionais	2T14	1T14	Var %	2T13	Var %	1S14	1S13	Var %
<b>Participantes (milhões)</b>	<b>12,9</b>	<b>12,5</b>	<b>2,7%</b>	<b>11,6</b>	<b>10,6%</b>	<b>12,9</b>	<b>11,6</b>	<b>10,6%</b>
<b>Parcerias</b>	<b>477</b>	<b>468</b>	<b>1,9%</b>	<b>446</b>	<b>7,0%</b>	<b>477</b>	<b>446</b>	<b>7,0%</b>
<b>Pontos emitidos (bilhões)</b>	<b>19,8</b>	<b>21,7</b>	<b>-9,0%</b>	<b>21,0</b>	<b>-6,0%</b>	<b>41,5</b>	<b>42,6</b>	<b>-2,5%</b>
TAM Linhas Aéreas - TLA	3,9	4,0	-1,6%	4,2	-7,5%	7,9	8,0	-1,2%
Bancos, Varejo, Indústria e Serviços	15,9	17,8	-10,7%	16,8	-5,7%	33,7	34,6	-2,8%
<b>Pontos resgatados (bilhões)</b>	<b>16,0</b>	<b>17,5</b>	<b>-8,8%</b>	<b>16,4</b>	<b>-2,6%</b>	<b>33,5</b>	<b>32,3</b>	<b>3,8%</b>
Passagens aéreas	14,3	16,2	-11,7%	15,3	-6,4%	30,4	30,3	0,5%
Outros produtos / serviços	1,7	1,3	26,4%	1,1	48,6%	3,0	2,0	53,4%
<b>Taxa de Breakage (média UDM, %)</b>	<b>17,9%</b>	<b>18,2%</b>	<b>-0,3p.p.</b>	<b>19,6%</b>	<b>-1,7p.p.</b>	<b>17,9%</b>	<b>19,6%</b>	<b>-1,7p.p.</b>
Número de Funcionários	189	184	2,7%	179	5,6%	189	179	5,6%

### PONTOS EMITIDOS

A Multiplus emitiu 19,8 bilhões de pontos no segundo trimestre, totalizando 41,5 bilhões de pontos no primeiro semestre de 2014, uma variação de (-)2,5% em relação ao mesmo período de 2013. É importante mencionar que este desempenho, ligeiramente mais fraco, foi pontual e impactado, principalmente no mês de junho, por uma diminuição na demanda de voos domésticos e internacionais devido à Copa do Mundo (a maioria das viagens a negócio foram suspensas e maior número de passageiros utilizaram passagens-prêmio, que não pontuam), além da interrupção das atividades comerciais durante os jogos e, em geral, menos dias úteis de trabalho durante o período, afetando o volume de pontos transferidos dos programas de cartões de crédito.

#### PONTOS EMITIDOS (R\$ bilhões)

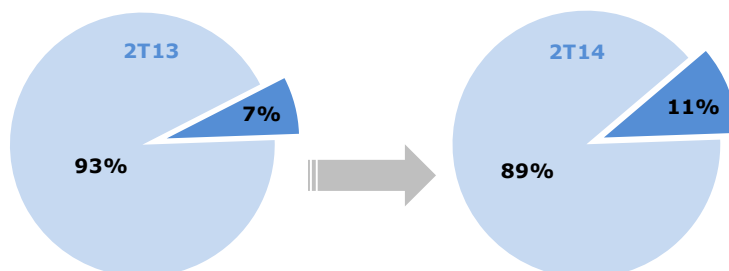


### PONTOS RESGATADOS

No segundo trimestre, o número de pontos resgatados foi de 16 bilhões, uma variação de (-)2,6% quando comparado com o mesmo período do ano anterior. No primeiro semestre houve um crescimento de 3,8% na quantidade de pontos resgatados, totalizando 33,5 bilhões de pontos. O menor desempenho no resgate de passagens aéreas, especialmente no mês de junho, foi compensado principalmente pela quantidade de pontos resgatados em outros produtos e serviços, impulsionado por um aumento de campanhas promocionais e melhor segmentação das ofertas, apresentando um aumento de 53,4% no 1S14, quando comparado com o primeiro semestre de 2013. Os resgates não-aéreos totalizaram 10,6% no trimestre, um crescimento de 3,7 pontos percentuais comparado com o mesmo período de 2013, que apoiou o equilíbrio do custo unitário e uma melhora na experiência do programa para os participantes.

#### PONTOS RESGATADOS (%)

■ Passagens aéreas ■ Resgates não-aéreos



## DESEMPENHO FINANCEIRO

(Em R\$ milhões)	2T14	1T14	Var %	2T13	Var %	1S14	1S13	Var %
<b>Faturamento da venda de pontos</b>	<b>472,1</b>	<b>538,3</b>	<b>-12,3%</b>	<b>500,9</b>	<b>-5,7%</b>	<b>1.010,4</b>	<b>992,9</b>	<b>1,8%</b>
TAM Linhas Aéreas – TLA	49,8	51,0	-2,4%	51,8	-4,0%	100,7	97,8	3,0%
Bancos, Varejo, Indústria e Serviços	422,3	487,3	-13,3%	449,1	-6,0%	909,7	895,2	1,6%

### Faturamento da venda de pontos:

- **R\$472,1 milhões** no **2T14**, uma variação de:
- **R\$1.010,4 milhões** no **1S14**, uma variação de:

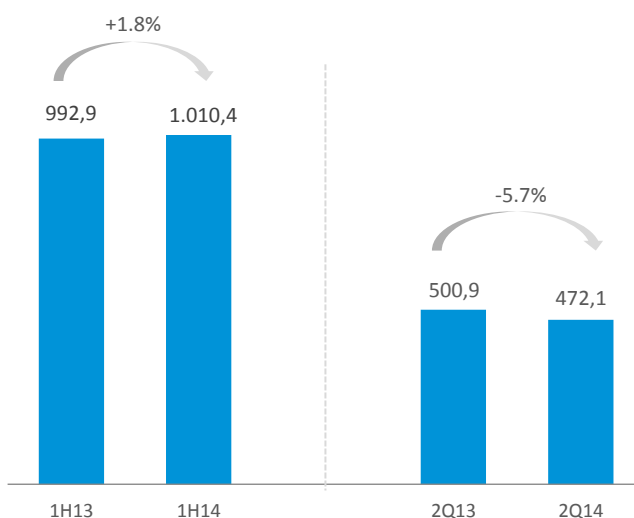
(-)5,7% vs 2T13, devido a:

- ✓ **TLA:** variação de (-)4,0%, principalmente por uma combinação de (i) variação de (-) 7,5% no total de pontos emitidos e (ii) aumento de preço para manter o equilíbrio econômico de acordo com o contrato de longo prazo entre a Multiplus e a TLA.
- ✓ **Bancos, Varejo, Indústria e Serviços:** variação de (-)6,0% principalmente devido a uma combinação de (i) variação de (-)5,7% no número de pontos vendidos, (ii) depreciação de 5,4% do real versus dólar, e (iii) menor preço médio unitário para estimular o crescimento de longo prazo.

(+)1,8% vs 1S13, devido a:

- ✓ **TLA:** aumento de 3,0%, principalmente por uma combinação de (i) variação de (-)1,2% no total de pontos emitidos (ii) leve aumento do preço em para manter o equilíbrio econômico de acordo com o contrato de longo prazo entre a Multiplus e a TLA.
- ✓ **Bancos, Varejo, Indústria e Serviços:** um crescimento de 1,6%, principalmente pela (i) queda de 2,8% na quantidade de pontos vendidos (ver página 4), (ii) depreciação de 11,2% na cotação média do real versus dólar e (iii) menor preço médio unitário para estimular o crescimento de longo prazo.

FATURAMENTO (R\$ milhões)



## Demonstração de Resultado

(Em R\$ mil)

Demonstração de resultado	2T14	1T14	Var %	2T13	Var %	1S14	1S13	Var %
<b>Receita bruta</b>	<b>460.464</b>	<b>486.698</b>	-5,4%	<b>439.332</b>	4,8%	<b>947.162</b>	<b>851.282</b>	11,3%
Venda de pontos	384.678	426.042	-9,7%	379.447	1,4%	810.719	739.815	9,6%
TAM Linhas Aéreas	33.707	36.906	-8,7%	40.838	-17,5%	70.613	81.646	-13,5%
Bancos, varejo, indústria e serviços	350.970	389.136	-9,8%	338.609	3,7%	740.106	658.170	12,4%
Breakage	80.159	70.333	14,0%	64.532	24,2%	150.493	119.515	25,9%
Hedge	(4.373)	(9.677)	-54,8%	(5.457)	-19,9%	(14.050)	(9.668)	45,3%
Outras Receitas	-	-	-	810	-100,0%	-	1.620	-100,0%
Impostos sobre vendas e serviços	(43.068)	(46.014)	-6,4%	(40.767)	5,6%	(89.083)	(79.305)	12,3%
<b>Receita Líquida</b>	<b>417.395</b>	<b>440.684</b>	-5,3%	<b>398.565</b>	4,7%	<b>858.079</b>	<b>771.978</b>	11,2%
Custo dos resgates de pontos	(285.562)	(317.080)	-9,9%	(286.634)	-0,4%	(602.642)	(561.253)	7,4%
Passagens aéreas	(258.364)	(296.710)	-12,9%	(270.388)	-4,4%	(555.075)	(534.464)	3,9%
Outros produtos / serviços	(27.197)	(20.370)	33,5%	(16.246)	67,4%	(47.567)	(26.789)	77,6%
<b>Total dos Custos dos Serviços Prestados</b>	<b>(285.562)</b>	<b>(317.080)</b>	-9,9%	<b>(286.634)</b>	-0,4%	<b>(602.642)</b>	<b>(561.253)</b>	7,4%
<b>Equivalência patrimonial</b>	<b>(1.443)</b>	<b>(2.025)</b>	-28,7%	<b>(1.703)</b>	-15,3%	(3.468)	(4.134)	-16,1%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>130.390</b>	<b>121.578</b>	7,2%	<b>110.228</b>	18,3%	<b>251.969</b>	<b>206.591</b>	22,0%
Margem Bruta	31,2%	27,6%	3,7p.p.	27,7%	3,6p.p.	29,4%	26,8%	2,6p.p.
Serviços compartilhados	(779)	(811)	-3,9%	(473)	64,5%	(1.590)	(2.380)	-33,2%
Despesas com pessoal	(12.333)	(12.415)	-0,7%	(11.964)	3,1%	(24.747)	(22.770)	8,7%
Marketing	(8.055)	(5.172)	55,7%	(6.404)	25,8%	(13.227)	(8.347)	58,5%
Depreciação	(4.385)	(3.416)	28,3%	(1.978)	121,7%	(7.801)	(3.839)	103,2%
Outros	(16.662)	(14.854)	12,2%	(16.738)	-0,5%	(31.516)	(34.574)	-8,8%
<b>Total das Despesas Operacionais</b>	<b>(42.213)</b>	<b>(36.668)</b>	15,1%	<b>(37.558)</b>	12,4%	<b>(78.881)</b>	<b>(71.910)</b>	9,7%
<b>Total dos Custos e Despesas Operacionais</b>	<b>(329.219)</b>	<b>(355.773)</b>	-7,5%	<b>(325.894)</b>	1,0%	<b>(684.991)</b>	<b>(637.297)</b>	7,5%
<b>Lucro Operacional</b>	<b>88.177</b>	<b>84.911</b>	3,8%	<b>72.670</b>	21,3%	<b>173.087</b>	<b>134.681</b>	28,5%
Margem Operacional	21,1%	19,3%	1,9p.p.	18,2%	2,9p.p.	20,2%	17,4%	2,7p.p.
Despesa/Receita Financeira	32.773	32.130	2,0%	17.880	83,3%	64.903	29.668	118,8%
Hedge	-	(2.113)	-100,0%	(7.972)	-100,0%	(2.113)	(10.912)	-80,6%
<b>Lucro antes do IR e CS</b>	<b>120.950</b>	<b>114.928</b>	5,2%	<b>82.578</b>	46,5%	<b>235.878</b>	<b>153.436</b>	53,7%
Imposto de Renda e Contribuição Social	(40.894)	(40.326)	1,4%	(25.342)	61,4%	(81.220)	(49.351)	64,6%
<b>Lucro Líquido no período</b>	<b>80.055</b>	<b>74.602</b>	7,3%	<b>57.235</b>	39,9%	<b>154.658</b>	<b>104.085</b>	48,6%
Margem Líquida	19,2%	16,9%	2,3p.p.	14,4%	4,8p.p.	18,0%	13,5%	4,5p.p.

## Receita

- No **2T14**, a receita atingiu **R\$417,4 milhões**, uma variação de:
- No **1S14**, a receita atingiu **R\$858,1 milhões**, uma variação de:

(+)4,7% vs 2T13, devido a:

- ✓ **Receita de venda pontos:** um crescimento de 1,4% devido a: (i) aumento de 48,6% no número de pontos resgatados em outros produtos e serviços, impulsionado por um aumento de campanhas promocionais e melhor segmentação das ofertas.
- ✓ **Receita de breakage:** um crescimento de 24,2%, principalmente devido a recuperação gradual e esperada na curva de reconhecimento de *breakage*.
- ✓ **Hedge:** despesa de R\$4,4 milhões devido o reconhecimento dos contratos vencidos (*hedge accounting*).

(+)11,2% vs 1S13, devido a:

- ✓ **Receita de venda pontos:** uma variação de 9,6%, devido a: (i) crescimento de 3,8% no número de pontos resgatados.
- ✓ **Receita de breakage:** um crescimento de 25,9%, principalmente devido a recuperação gradual e esperada da curva de reconhecimento de *breakage*.
- ✓ **Hedge:** despesa de R\$14,1 milhões devido o reconhecimento dos contratos vencidos (*hedge accounting*).

**Equivalência Patrimonial:** participação nos resultados da Prismah, uma Joint Venture com a Aimia ainda em fase pré-operacional.

### Prismah

A Prismah, é uma companhia de serviços de marketing de fidelização. É uma JV controlada pela Multiplus em conjunto com a AIMIA Newco UK LLP ("Aimia").

## Custos e Despesas Operacionais

### CUSTO DOS RESGATES DE PONTOS:

- R\$285,6 milhões** no **2T14**, uma redução de:
- R\$602,6 milhões** no **1S14**, um aumento de:

(-)0,4% vs 2T13, devido a:

- ✓ **Passagens aéreas:** variação de (-)4,4%, principalmente como resultado do (i) uma diminuição de 6,4% no volume de pontos resgatados em passagens aéreas (ii).
- ✓ **Outros produtos / serviços:** R\$27,2 milhões, um crescimento de 67,4% quando comparado ao 2T13, principalmente como consequência do (i) aumento de 48,6% no volume de pontos resgatados.

(+)7,4% vs 1S13, devido a:

- ✓ **Passagens aéreas:** aumento de 3,9%, principalmente como resultado da (i) aumento de 0,5% no volume de pontos resgatados em passagens aéreas.
- ✓ **Outros produtos / serviços:** aumento de 77,6%, principalmente como consequência de (i) um aumento de 53,4% no volume de pontos resgatados.

### SERVIÇOS COMPARTILHADOS:

Totalizou R\$0,8 milhão no segundo trimestre, um aumento de 64,5% quando comparado ao mesmo período de 2013. No primeiro semestre de 2014, alcançou R\$1,6 milhão, uma redução de 33,2%, comparado ao mesmo período de 2013. Contribuiu para essa redução a internalização de algumas áreas antes da TAM, como tesouraria e auditoria interna.

### DESPESAS COM PESSOAL:

Até o fim do 2T14 a Multiplus contava com 189 funcionários. As despesas com pessoal somaram R\$12,3 milhões no trimestre, um aumento de 3,1% quando comparado ao mesmo período do ano anterior. Essas despesas totalizaram R\$24,7 milhões no primeiro semestre de 2014, aumentando 8,7% quando comparado ao primeiro semestre de 2013. Essa variação ocorreu principalmente devido ao aumento do quadro de funcionários para acompanhar o crescimento da Companhia, combinado com a transferência de funcionários do TAM Fidelidade de volta à TAM e incentivos de longo prazo aos executivos da Companhia.

### DESPESAS COM MARKETING:

- **R\$8,1 milhões** no **2T14**, uma variação de:
- **R\$13,2 milhões** no **1S14**, uma variação de:

(+)25,8% vs 2T13, devido a:

- ✓ Maior alocação das despesas de marketing, comparado ao ano anterior.

(+)58,5% vs 1S13, devido a:

- ✓ Maior alocação das despesas de marketing, comparado ao ano anterior.

**OUTRAS DESPESAS:** totalizou R\$16,7 milhões no trimestre, mantendo o mesmo nível quando comparado com o 2T13. No primeiro semestre, essas despesas atingiram R\$31,5 milhões, uma diminuição de 8,8% quando comparado com o mesmo período do ano anterior.

### DESPESAS/RECEITA FINANCEIRA

- **R\$32,7 milhões** no **2T14**, uma variação de:
- **R\$64,9 milhões** no **1S14**, um variação de:

(+)83,3% vs 2T13 devido a:

- ✓ Aumento da taxa Selic de 7,25% para 10,75% e (ii) nova política de investimentos, iniciada em janeiro de 2014, gerando uma alocação mais eficiente dos recursos.

(+)118,8% vs 1S13, devido a:

- ✓ Combinação do (i) aumento da taxa Selic de 10,75% para 11,00% e (ii) nova política de investimentos, iniciada em janeiro de 2014, gerando uma alocação mais eficiente dos recursos.

**Hedge:** despesa referente à contabilização da parcela não efetiva do hedge de fluxo de caixa.

## Governança Corporativa e Mercado de Capitais

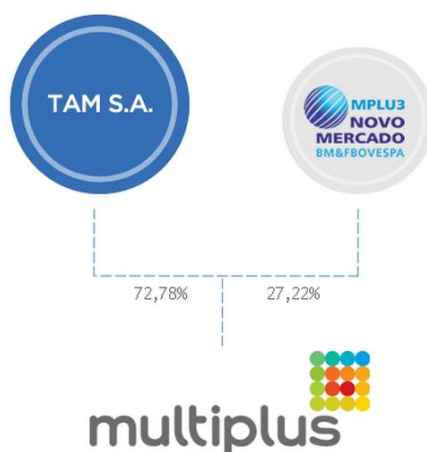
A Multiplus vem aprimorando suas práticas de governança corporativa, desde que passou a ser listada no Novo Mercado da BM&FBovespa, com base nos princípios de transparência, equidade, prestação de contas e responsabilidade corporativa propostos pelo Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC). A Companhia também possui uma política de distribuição de dividendos, equivalente 25% do lucro líquido. No entanto, objetivando maximizar retorno aos acionistas, a Companhia distribuiu no último ano 100% do resultado sob a forma de dividendos e juros sobre capital próprio.

O Conselho da Administração da Multiplus é composto por sete membros, sendo dois (30%) deles independentes. Adicionalmente, existem dois comitês de assessoramento ao Conselho, que auxiliam nas decisões estratégicas de assuntos relacionados a ética, gestão de pessoas e operações envolvendo partes relacionadas.

No fim do segundo trimestre de 2014, a Multiplus apresentava um valor de mercado equivalente a R\$5.917,4 milhões, tendo como base a cotação final da ação de R\$36,49.

## Estrutura Societária

A estrutura societária da Multiplus é a seguinte:



Atualizado em 30/06/2014

## Reconhecimentos:

A Multiplus recebeu vários reconhecimentos do mercado durante o segundo trimestre, dentre os quais se destacam:

- Primeiro lugar como maior distribuidora de dividendos em 2013 – revista Exame “Maiores e Melhores”
- Segundo lugar como empresa que mais gera riqueza por empregado - revista Exame “Maiores e Melhores”
- Terceiro lugar como a empresa mais rentável (rentabilidade sobre o patrimônio) - revista Exame “Maiores e Melhores”
- Primeiro lugar como empresa mais inovadora no setor de fidelidade - revista Consumidor Moderno

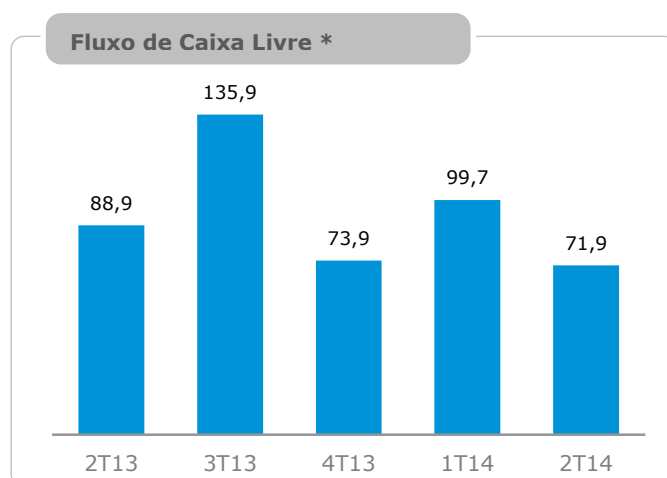
## Fluxo de Caixa

(Em R\$ mil)

Fluxo de Caixa	2T14	1T14	Var %	2T13	Var %
<b>Lucro Líquido</b>	<b>80.055</b>	<b>74.602</b>	<b>7,3%</b>	<b>57.235</b>	<b>39,9%</b>
Depreciação/Amortização	4.385	3.416	28,3%	1.978	121,7%
Contas a Receber	23.194	(40.071)	-157,9%	(42.287)	-154,8%
Contas a Pagar	(36.478)	30.166	-220,9%	28.271	-229,0%
Impostos	(9.098)	5.334	-270,6%	(13.314)	-31,7%
Impostos Diferidos	1.023	4.122	-75,2%	(7.382)	-113,9%
Partes Relacionadas	-	-	-	-	-
Adiantamento a Fornecedores	76	33	129,3%	6.213	-98,8%
Receita Diferida e Passivo de Breakage	6.726	41.277	-83,7%	56.870	-88,2%
Instrumentos Derivativos	-	(3.870)	-100,0%	20.597	-100,0%
Outros Ativos e Passivos	3.417	(10.202)	-133,5%	11.423	-70,1%
Equivalência patrimonial em resultados de investimentos da JV	1.443	2.025	-28,7%	1.703	-15,3%
<b>Fluxo de Caixa Operacional</b>	<b>74.743</b>	<b>106.832</b>	<b>-30,0%</b>	<b>121.308</b>	<b>-38,4%</b>
Investimento	(6.186)	(15.883)	-61,1%	(2.624)	135,7%
Participações em empresas	(0)	1	-143,2%	(11.029)	-100,0%
<b>Fluxo de Caixa dos Investimentos</b>	<b>(6.186)</b>	<b>(15.883)</b>	<b>-61,1%</b>	<b>(13.653)</b>	<b>-54,7%</b>
Custo com emissão de ações	-	-	-	-	-
Capital Social	632	1.841	-65,7%	(1)	-
Reserva de Capital	402	799	-49,7%	1.524	-73,6%
Ajuste de avaliação patrimonial/Hedge	3.018	7.991	-62,2%	(8.098)	-137,3%
Dividendos e JCP	(70.873)	(74.001)	-4,2%	(44.507)	59,2%
<b>Fluxo de Caixa dos Financiamentos</b>	<b>(66.821)</b>	<b>(63.370)</b>	<b>5,4%</b>	<b>(51.083)</b>	<b>30,8%</b>
<b>Aumento (Redução) do Caixa</b>	<b>1.736</b>	<b>27.579</b>	<b>-93,7%</b>	<b>56.572</b>	<b>-96,9%</b>
Caixa Inicial*	1.292.056	1.264.477	2,2%	297.203	334,7%
Caixa Final*	1.293.792	1.292.056	0,1%	353.776	265,7%

\*caixa e equivalentes de caixa, aplicações financeiras e aplicações financeiras de longo prazo.

NOTA: as linhas Impostos Diferidos, Instrumentos Derivativos e Hedge do Fluxo de Caixa refletem, principalmente, a contabilização das posições de hedge cambial.



\*Exclui efeitos de dividendos, JCP e variação de antecipações a fornecedores e capital

(Em R\$ mil)

Balço Patrimonial	30/06/2014	31/03/2014	Var %	31/03/2013	Var %
<b>Ativo Total</b>	<b>1.593.281</b>	<b>1.615.511</b>	-1,4%	<b>1.529.342</b>	4,2%
<b>Ativo Circulante</b>	<b>1.490.189</b>	<b>1.511.757</b>	-1,4%	<b>1.437.166</b>	3,7%
Caixa e equivalentes de caixa	3.127	3.112	0,5%	3.410	-8,3%
Ativos financeiros mensurados ao valor justo por meio do resultado	1.290.665	1.288.944	0,1%	747.623	72,6%
Ativos financeiros mantidos até o vencimento	-	-	-	12.782	-100,0%
Contas a receber	132.259	172.666	-23,4%	215.802	-38,7%
Tributos a recuperar	9.488	10.612	-10,6%	5.269	80,1%
Partes relacionadas	34.875	17.662	97,5%	429.630	-91,9%
Conta corrente	34.875	17.662	97,5%	19.590	78,0%
Despesas antecipadas	-	-	-	410.040	-100,0%
Instrumentos financeiros derivativos	-	-	-	-	-
Adiantamentos a fornecedores	6.300	6.376	-1,2%	-	-
Demais contas a receber	13.475	12.385	8,8%	22.650	-40,5%
<b>Ativo Não Circulante</b>	<b>103.092</b>	<b>103.754</b>	-0,6%	<b>92.176</b>	11,8%
Ativos financeiros - depósitos bancários	-	-	-	-	-
Ativos financeiros mantidos até o vencimento	-	-	-	-	-
Imposto de renda e contribuição social diferidos	829	1.852	-55,2%	16.008	-94,8%
Instrumentos financeiros derivativos	-	-	-	-	-
Demais contas a receber	27	24	12,5%	5.293	-99,5%
Investimentos	3.615	5.058	-28,5%	11.263	-67,9%
Imobilizado	14.795	9.231	60,3%	3.951	274,4%
Intangível	83.826	87.589	-4,3%	55.661	50,6%
Partes Relacionadas	-	-	-	-	-
<b>Passivo Total</b>	<b>1.593.281</b>	<b>1.615.511</b>	-1,4%	<b>1.529.342</b>	4,2%
<b>Passivo Circulante</b>	<b>1.382.854</b>	<b>1.418.313</b>	-2,5%	<b>1.378.760</b>	0,3%
Fornecedores	123.575	160.053	-22,8%	151.022	-18,2%
Salários e encargos sociais	11.846	10.345	14,5%	9.509	24,6%
Impostos, taxas e contribuições	2.466	5.423	-54,5%	3.963	-37,8%
Imposto de renda e contribuição social a pagar	7.583	14.848	-48,9%	12.523	-39,4%
Juros sobre capital próprio e dividendos a pagar	-	-	-	-	-
Instrumentos financeiros derivativos	-	-	-	34.870	-100,0%
Receita diferida	1.066.245	1.072.284	-0,6%	1.022.699	4,3%
Passivo de Breakage	165.100	152.329	8,4%	136.676	20,8%
Demais contas a pagar	6.039	3.030	99,3%	7.498	-19,5%
Dividendos a pagar	-	-	-	-	-
<b>Passivo Não Circulante</b>	<b>77</b>	<b>83</b>	-7,2%	<b>107</b>	-28,0%
Partes Relacionadas	-	-	-	-	-
Instrumentos financeiros derivativos	-	-	-	-	-
Receita diferida	77	83	-7,2%	107	-28,0%
<b>Patrimônio Líquido</b>	<b>210.350</b>	<b>197.115</b>	6,7%	<b>150.475</b>	39,8%
Capital social	105.966	105.334	0,6%	102.886	3,0%
Reserva de capital	2.350	1.948	20,6%	(996)	-335,9%
Reserva de lucros	104.483	95.300	9,6%	20.577	407,8%
Ajuste de avaliação patrimonial	(2.449)	(5.467)	-55,2%	(31.570)	-92,2%
Lucros acumulados	-	-	-	59.578	-100,0%

## GLOSSÁRIO

**Breakage mensal:** pontos expirados e não resgatados como porcentagem dos pontos emitidos há 2 anos (Ex: pontos expirados e não resgatados em jan/2010 como porcentagem dos pontos emitidos em jan/2008).

**Data de expiração do ponto:** data em que o ponto perde a validade. A política da Multiplus estabelece validade de 2 anos para cada ponto emitido.

**Faturamento bruto de pontos:** valor correspondente aos pontos Multiplus emitidos durante o período, contabilizado como receita diferida.

**Participante:** pessoa física cadastrada como membro de programas de fidelização de clientes ou de redes de coalizão de programas de fidelização

**Passagens-prêmio:** passagem aérea emitida por companhia aérea como resultado do resgate por membro de pontos de programas de fidelização de cliente ou rede de coalizão de programas de fidelização de clientes

**Receita de venda de pontos:** valor correspondente ao reconhecimento do faturamento na demonstração de resultado à medida que os pontos são resgatados.

**Passivo de breakage:** valor correspondente ao percentual (=Taxa de Breakage) dos pontos emitidos que estima-se não serão resgatados.

**Receita de breakage:** valor correspondente ao reconhecimento do passivo de Breakage como Receita de Breakage seguindo a curva de resgate.

**Taxa de breakage:** média do Breakage mensal dos últimos 12 meses.

### Sobre a Multiplus

A Multiplus (BM&FBOVESPA: MPLU3) é uma rede de fidelização composta por diversas empresas e programas de fidelidade. Criada em junho de 2009 como uma unidade de negócios do Grupo TAM, em outubro de 2009, foi constituída legalmente como uma operação independente e, em fevereiro de 2010, passou a ser listada na BM&FBOVESPA (MPLU3). Hoje, a Multiplus é uma empresa subsidiária da TAM S.A., que detém 72,80% de suas ações.

Ao conectar diferentes empresas e programas de fidelização, a Multiplus permite aos seus participantes acumularem e resgatarem pontos em várias empresas de diferentes segmentos. Atualmente a rede é composta por mais de 460 parceiros e reúne mais de 12,9 milhões de participantes que podem ganhar pontos Multiplus direta ou indiretamente (por meio da transferência do programa de um parceiro) em mais de 13 mil estabelecimentos comerciais. Além disso, é possível resgatar os pontos por mais de 420 mil opções de produtos e serviços.

As parcerias estratégicas da Multiplus incluem grandes empresas como a TAM Linhas Aéreas (transporte aéreo), TAM Viagens (operador turístico), Ipiranga (postos de gasolina), Netshoes (e-commerce), Livraria Cultura (livraria), Accor e Hilton HHonors (hotelaria), Oi (telecomunicação), Editora Globo (editora), Pontofrio.com (e-commerce), Luigi Bertolli, Cori e Emme (vestuário), PBKIDS (brinquedos), XP Educação, Microlins e Wizard (educação), Drogaria Rosário, Extrafarma, Panvel e Droga Raia (farmácia), BM&FBOVESPA (bolsa de valores), New, Favorita e Dell Anno (móvel planejado), Icatu Seguros (seguros), Groupon (e-commerce), Movida e Lokamig (aluguel de automóveis), Grupo Muffato (supermercados).