



Resultados do
1º trimestre de 2016


multiplus

Lucro líquido alcança R\$127,0 milhões no 1T16, 27,0% superior ao registrado no mesmo trimestre do ano anterior, um sólido crescimento, com uma margem líquida de 22,4%.

Faturamento bruto de pontos de R\$ 660,8 milhões, um aumento de 3,5% em comparação com o 1T 2015.

Receita líquida de R\$ 565,9 milhões, um aumento de 5,9% em comparação com o 1T 2015

14,7 milhões de participantes, crescimento de 13% em comparação com o 1T 2015

Novo modelo de *Transfer Price* já produz resultados em apenas 4 meses de operação

DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS DO 1T16

Barueri, 05 de maio de 2016 – A Multiplus S.A. (BM&FBOVESPA: MPLU3), maior programa de coalizão do Brasil, anuncia os resultados do primeiro trimestre de 2016 (1T16). As demonstrações financeiras de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil e de acordo com as normas internacionais de relatório financeiro (IFRS) emitidas pelo *International Accounting Standards Board* – *IASB*. e são apresentadas em Reais (R\$).

Cotação em 31/03/2016: R\$ 32,76

Volume médio diário: R\$ 14,2
(em R\$ milhares)

EPS: R\$ 0,78

Valor de Mercado: 5,3 bilhões

Ações em circulação: 162.246.573

Ações em tesouraria: 262.952

Contatos:

www.pontosmultiplus.com.br/ri

invest@pontosmultiplus.com.br

+55 (11) 5105-1847

TELECONFERÊNCIA DE RESULTADOS – 6 de maio de 2016

Português:

11:30 (horário de Brasília)

10:30 (horário de Nova Iorque)

Tels.:

+55 (11) 3193-1001 (para conexões no Brasil)

+1 786 924-6977 (para conexões no exterior)

+1 888 700-0802 (para conexões no EUA)

Senha: Multiplus

Replay: +55 11 3193-1012

Código: 4264303#

Inglês:

10:00 (horário de Brasília)

09:00 (horário de Nova Iorque)

Tels.:

+55 (11) 3193-1001 (para conexões no Brasil)

+1 786 924-6977 (para conexões no exterior)

+1 888 700-0802 (para conexões no EUA)

Senha: Multiplus

Replay: +55 11 3193-1012

Código: 9764911#

*O replay da conferência estará disponível entre 06/05/2016 e 12/05/2016

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

A Multiplus inicia o ano de 2016 com muito vigor, apresentando lucro líquido de R\$ 127 milhões, aumento de 27% em comparação ao mesmo período do ano anterior e mostra um crescimento sustentável do nosso negócio. Aperfeiçoamos o aplicativo mobile, o primeiro voltado à programa de fidelidade no Brasil, que superou a marca de 1,5 milhão de downloads e apresentou crescimento em resgate no varejo 6 vezes maior se comparado ao primeiro trimestre de 2015, comprovando que na Multiplus os pontos valem mais.

O êxito é resultado de uma série de campanhas bem-sucedidas, realizadas com foco em otimização de custos e gerenciamento de ofertas, por meio de algoritmos de propensão e melhores ferramentas de *analytics*. Destacamos ofertas de voos, por meio do novo *transfer price*, implementado em dezembro de 2015. A metodologia vem se mostrando valiosa e importante para o desenvolvimento de nossos negócios.

Desde janeiro deste ano, avançamos com a estratégia de aumentar e diversificar as fontes de acúmulo de pontos em atividades do dia a dia para os mais de 14,7 milhões de participantes da nossa rede, o que trouxe recorde de acúmulo nos parceiros varejistas. Mais opções de acúmulo e resgate de pontos foram anunciadas por importantes parcerias, que contribuíram significativamente para o nosso crescimento. Continuamos a estimular o acúmulo e o resgate de pontos com diferenciais competitivos, seguindo a nossa estratégia de atender às necessidades de nossos participantes e segmentando-as aos mais diversos perfis. A Arno é um exemplo que marcou o trimestre. Presente em mais de 120 países, a nova aliada, em menos de três meses, acumulou cerca de 2 milhões de pontos na rede. Além dela, vieram DPaschoal, do mercado automotivo e com amplo posicionamento no setor, e Nestlé, que marcou a época da Páscoa. Ambas colaboraram significativamente para o crescimento de resgates de pontos. As campanhas realizadas em datas comemorativas, como Dia da Mulher e Dia da Mentira (1º de abril), ofereceram condições especiais na transferência dos pontos dos cartões de crédito para a Multiplus e na compra de pontos, respectivamente. Ambas garantiram um dos maiores resultados obtidos em campanhas promocionais. Em apenas um dia, foram mais de 54 milhões de pontos comprados no dia 1º de abril. Em dois dias, 650 milhões de pontos foram transferidos para a Multiplus na campanha realizada com todos os bancos parceiros dedicada às mulheres. Além do sucesso da campanha, estreitamos relações com todos os parceiros financeiros.

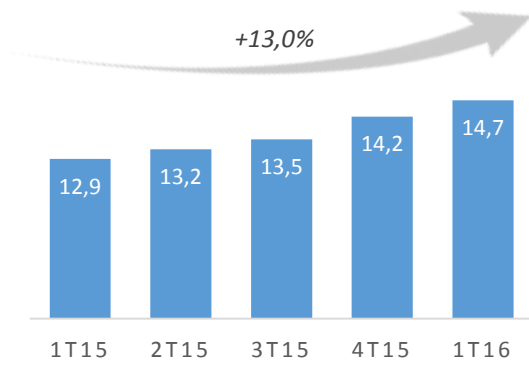
Por fim, como esforço de marca e resultado expressivo, inovamos no canal dedicado aos participantes e reposicionamos o Game Multiplus, que se trata de um jogo interativo seguindo uma das grandes tendências de Marketing Digital, com engajamento através do *Gamification*. Também evoluímos em uma série de novas funcionalidades e possibilidades de segmentações. O novo game incrementou em 78% as indicações de amigos para que se tornassem participantes Multiplus e foi responsável por 21% do aumento de downloads do aplicativo mobile – o maior destaque do trimestre, sem dúvida. O aplicativo Multiplus atingiu mais de 134 milhões de pontos trocados. Esse número contrapôs os 23 milhões computados de janeiro a março do ano anterior.



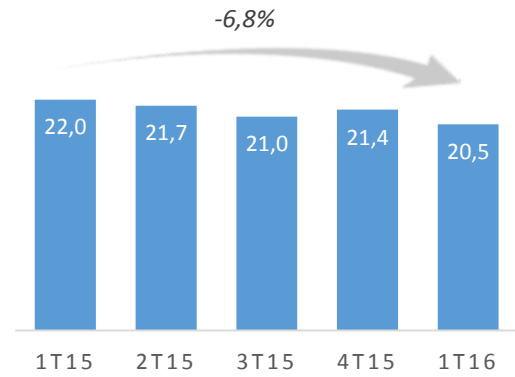
Em um ano desafiador, a Multiplus prova resiliência no mercado, mostrando resultados sólidos. Com foco na melhor experiência do nosso participante e entrega de valor ao acionista, estamos certos de que, continuaremos a crescer, acompanhados de inovação e demonstrando sustentabilidade do nosso negócio.

DESTAQUES

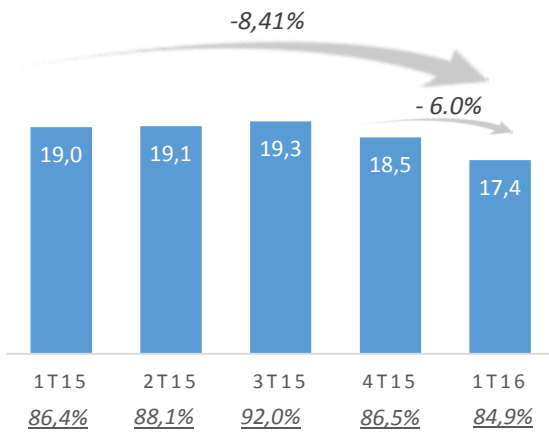
MEMBROS (milhões)



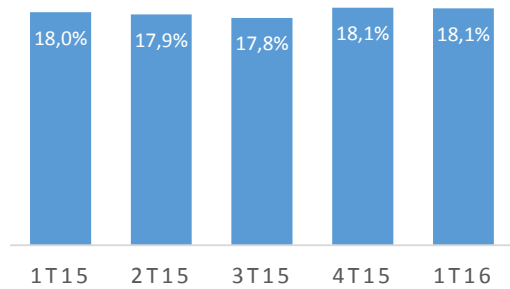
PONTOS EMITIDOS (bilhões)



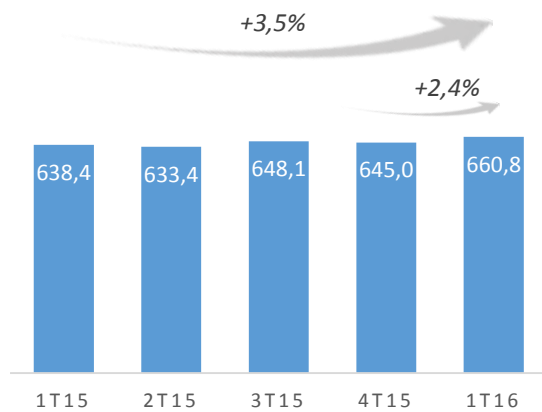
PONTOS RESGATADOS (bilhões) & **BURN/EARN** (%)



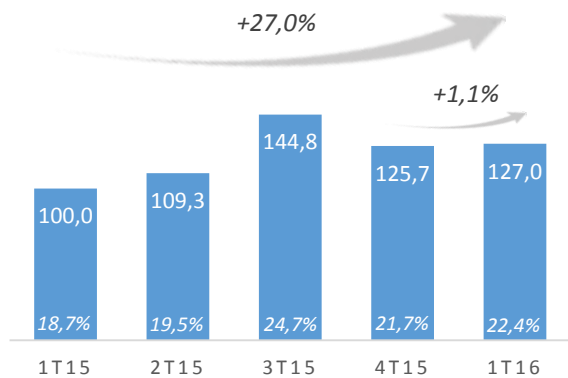
BREAKAGE (%) – MÉDIA DE 12 MESES



FATURAMENTO (BRL milhões)



LUCRO LÍQUIDO (BRL milhões) & **MARGEM LÍQUIDA** (%)

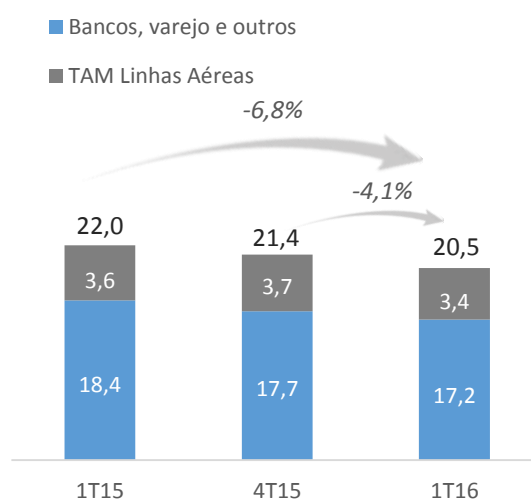


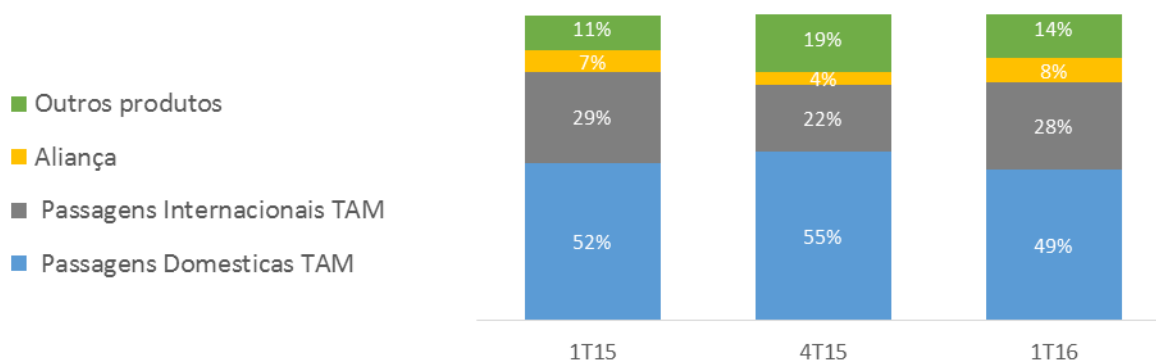
DESEMPENHO OPERACIONAL

Informações Operacionais	1T16	4T15	Var %	1T15	Var %
Participantes (milhões)	14,7	14,2	3,1%	13,0	13,0%
Pontos emitidos (bilhões)	20,5	21,4	-4,1%	22,0	-6,8%
TAM Linhas Aéreas - TLA	3,4	3,7	-10,0%	3,6	-6,6%
Bancos, Varejo, Indústria e Serviços	17,2	17,7	-2,9%	18,4	-6,9%
Pontos resgatados (bilhões)	17,4	18,5	-6,0%	19,0	-8,4%
Passagens aéreas	15,1	15,0	0,3%	16,8	-10,6%
Outros produtos / serviços	2,4	3,5	-32,9%	2,2	8,2%
Taxa de Breakage (média UDM, %)	18,1%	18,1%	0,0p.p.	18,0%	0,1p.p.
Taxa burn/earn (%)	84,9%	86,5%	-1,6p.p.	86,4%	-1,5p.p.
Número de Funcionários	237,0	240,0	-1,3%	233,0	1,7%

PONTOS EMITIDOS totalizaram 20,5 bilhões no 1T 2016, 6,8% menor na comparação com o ano anterior. Os resultados trimestrais foram impactados por uma venda de pontos para TAM Linhas Aéreas 6,6% menor em comparação com o 1T 2015, e 6,9% menor para os bancos, varejo e indústria, principalmente devido à menor taxa de conversão, já que os pontos acumulados nos cartões de crédito são emitidos, em sua maioria, por dólar gasto. Além de uma economia mais fraca que contribuiu para uma desaceleração nos gastos de cartões de crédito.

PONTOS RESGATADOS atingiram 17,4 bilhões no 1T 2016, representando uma redução de 8,4% quando comparados ao 1T 2015. Essa queda é atribuída à uma redução de 10,6% no resgate de passagens aéreas apesar do crescimento de 8,2% no resgate com outros produtos, quando comparado com o mesmo período do ano anterior.

PONTOS EMITIDOS (bilhões)


PONTOS RESGATADOS (% do total)

DESEMPENHO FINANCEIRO
Faturamento

(Em R\$ milhões)

	1T16	4T15	Var %	1T15	Var %
Faturamento da venda de pontos	660,8	645,0	2,4%	638,4	3,5%
TAM Linhas Aéreas – TLA	54,8	57,2	-4,1%	54,2	1,2%
Bancos, Varejo, Indústria e Serviços	606,0	587,9	3,1%	584,2	3,7%

 Variação de **(+) 3,5%** vs 1T 2015 em razão de:

Bancos, varejo, indústria e serviços: crescimento de 3,7%, principalmente devido ao maior preço unitário médio, em razão da desvalorização do Real, apesar da queda de volume de 6,9%.

TAM Linhas Aéreas – TLA: aumento de 1,2% principalmente devido ao melhor preço unitário apesar da queda de 6,6% no número de pontos emitidos.

 Variação de **(+) 2,4%** vs 4T 2015, em razão de:

Bancos, varejo, indústria e serviços: crescimento de 3,1%, principalmente devido ao maior preço unitário médio, em razão da desvalorização do Real, apesar da queda de 2,9% no volume.

TAM Linhas Aéreas – TLA: queda de 4,1% tendo como causa a queda 10% no número de pontos emitidos, apesar de um melhor preço unitário.

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO

Demonstração de resultado

(R\$ mil)	1T16	4T15	Var %	1T15	Var %
Receita bruta	623.760	638.538	-2,3%	588.988	5,9%
Venda de pontos	520.359	526.500	-1,2%	492.618	5,6%
TAM Linhas Aéreas	37.402	39.647	-5,7%	38.658	-3,2%
Bancos, varejo, indústria e serviços	482.957	486.853	-0,8%	453.960	6,4%
Breakage	103.402	112.038	-7,7%	96.744	6,9%
Hedge	-	-	-	(374)	-100,0%
Outras Receitas	-	-	-	-	-
Impostos sobre vendas e serviços	(57.834)	(57.898)	-0,1%	(54.622)	5,9%
Receita Líquida	565.926	580.640	-2,5%	534.366	5,9%
Custo dos resgates de pontos	(378.317)	(380.025)	-0,4%	(378.263)	0,0%
Passagens aéreas	(337.681)	(323.323)	4,4%	(344.868)	-2,1%
Outros produtos / serviços	(40.636)	(56.702)	-28,3%	(33.395)	21,7%
Total dos Custos dos Serviços Prestados	(378.317)	(380.025)	-0,4%	(378.263)	0,0%
Equivalência patrimonial	-	-	-	-	-
Lucro Bruto	187.609	200.615	-6,5%	156.103	20,2%
<i>Margem Bruta</i>	33,2%	34,6%	-1,4p.p.	29,2%	3,9p.p.
Serviços compartilhados	(175)	(175)	0,0%	(767)	-77,2%
Despesas com pessoal	(17.464)	(17.693)	-1,3%	(15.843)	10,2%
Marketing	(4.430)	(9.055)	-51,1%	(4.706)	-5,9%
Depreciação	(6.047)	(8.132)	-25,6%	(6.256)	-3,3%
Outros	(14.607)	(21.709)	-32,7%	(16.475)	-11,3%
Total das Despesas Operacionais	(42.722)	(56.765)	-24,7%	(44.047)	-3,0%
Total dos Custos e Despesas Operacionais	(421.039)	(436.790)	-3,6%	(422.310)	-0,3%
Lucro Operacional	144.887	143.850	0,7%	112.056	29,3%
<i>Margem Operacional</i>	25,6%	24,8%	0,8p.p.	21,0%	4,6p.p.
Despesa/Receita Financeira	43.611	43.056	1,3%	36.379	19,9%
Hedge	-	-	-	-	-
Lucro antes do IR e CS	188.498	186.906	0,9%	148.435	27,0%
Imposto de Renda e Contribuição Social	(61.455)	(61.185)	0,4%	(48.423)	26,9%
Lucro Líquido no período	127.043	125.722	1,1%	100.012	27,0%
<i>Margem Líquida</i>	22,4%	21,7%	0,8p.p.	18,7%	3,7p.p.

RECEITA LÍQUIDA

Geramos R\$ 565,9 milhões de receita líquida no primeiro trimestre de 2016. Isso representa um aumento de 5,9% quando comparado ao mesmo período do ano anterior e uma queda de 2,5% quando comparado ao 4T 2015

Varição de **(+) 5,9%** vs 1T 2015, em razão de:

Varição de **(-) 2,5%** vs 4T 2015, em razão de:

Receita de pontos vendidos: aumento 5,6%, beneficiada pelo maior preço médio unitário, apesar da queda de 8,4% em pontos resgatados.

Receita de pontos vendidos: queda 1,2% causado pela queda de 6,0% em pontos resgatados, parcialmente compensada pelo maior preço unitário.

Receita de *breakage*: aumento de 6,9% devido ao crescimento do faturamento.

Receita de *breakage*: queda de 7,7% devido a velocidade de resgates.

CUSTOS E DESPESAS OPERACIONAIS

CUSTO DE RESGATE DE PONTOS totalizou R\$ 378,3 milhões no primeiro trimestre, em linha ao mesmo período do ano anterior, e uma queda de 0,4% quando comparado ao 4T 2015.

Varição de **(+) 0,01%** vs 1T 2015, em razão de:

Varição de **(-) 0,4%** vs 4T 2015, em razão de:

Passagens aéreas: queda de 2,1% devido ao novo modelo de *transfer price* a partir de dezembro 2015, apesar do impacto negativo da desvalorização de 34,0% do real no custo em resgate de passagens internacionais.

Passagens aéreas: aumento de 4,4% devido a (i) expansão de 0,3% no volume de pontos resgatados em passagens aéreas e (ii) impacto negativo da desvalorização de 9,7% do real no custo com resgate de passagens internacionais, tudo parcialmente compensado por uma redução do custo com o novo modelo de *transfer price*. (iii) efeito negativo do crescimento dos resgates em passagens para voos internacionais.

Outros produtos e serviços: aumento de 21,7%, principalmente devido à expansão de 8,2% no volume de pontos resgatados no varejo (13,5% do total).

Outros produtos e serviços: queda de 28,3%, principalmente devido à queda de 32,8% no volume de pontos resgatados no varejo.

SERVIÇOS COMPARTILHADOS referem-se à remuneração paga à TAM Linhas Aéreas por serviços compartilhados de sistema ERP. Para trazer mais sinergia ao grupo LATAM, a Multiplus migrou de um sistema individual para o SAP compartilhado com a controladora.

DESPESAS COM PESSOAL totalizaram R\$ 17,5 milhões no trimestre, gerando um aumento de 10,2% comparadas ao mesmo período do ano anterior. Este crescimento ocorreu devido ao aumento do quadro de funcionários para criação de áreas estratégicas na Companhia ao longo de 2015. Em comparação ao trimestre anterior houve uma queda de 1,3%.

DESPESAS COM MARKETING totalizaram R\$ 4,4 milhões no primeiro trimestre 2016. Houve uma queda dessas despesas de 5,9% quando comparadas ao ano anterior, esforços de reduções e revisões orçamentárias, para 2016, e uma queda de 51,1% quando comparadas com o quarto trimestre de 2015.

OUTRAS DESPESAS, relacionadas a serviços terceirizados de TI, call center, aluguel, e outros, totalizaram R\$ 14,6 milhões no primeiro trimestre de 2016, uma queda de 11,3% quando comparadas ao mesmo período do ano anterior. A otimização das despesas ocorreu em razão de revisão de contratos, melhores negociações, e mudança da sede social da Companhia.

DESPESAS/RECEITA FINANCEIRA totalizaram R\$ 43,6 milhões no primeiro trimestre, apresentando um crescimento de 19,9% quando comparadas ao mesmo período do ano passado. Nessa performance está inserido o retorno da alocação de parte do caixa da Companhia em fundos cambiais.

Dado que uma parte relevante dos pontos já faturados deverão ser objeto de resgates de passagens internacionais ou outros resgates com custos referenciados em dólares americanos, a Companhia tem como instrumento de proteção a alocação de parte de seus recursos financeiros em Fundos Cambiais. Os limites e estrutura de proteção foram aprovados pelo Comitê de Auditoria, Finanças e Partes Relacionadas na reunião de 13 de outubro de 2015. Atualmente, a regra estabelece uma proteção mínima de 60% e máxima de 80% da exposição prevista para os 3 meses seguintes.

Especificação por tipo de retorno no 1T16 (R\$ milhões)

Índice	Receita financeira bruta		Saldo médio
	1T16	1T15	
CDI*	52,1	38,6	1.627,30
Dólar	-5,1		189,8
Outras receitas/despesas financeiras**	-3,4	-2,2	
Total	43,6	36,4	1.817,1

* Inclui adiantamento a fornecedores

** Referem-se principalmente à variação cambial de pagamentos, recebimentos e impostos

GOVERNANÇA CORPORATIVA E MERCADO DE CAPITALIS

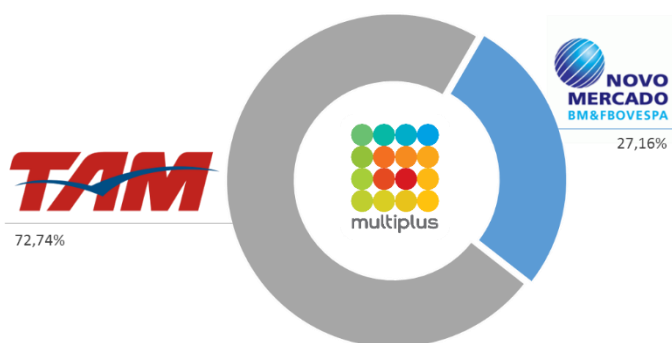
Desde que se tornou listada no Novo Mercado, índice da bolsa de valores BM&FBovespa, a Multiplus vem aprimorando suas práticas de governança corporativa com base nos princípios de transparência, equidade, prestação de contas e responsabilidade corporativa propostos pelo Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC). A Companhia também determina em sua política de distribuição de dividendos, o repasse mínimo de 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 da Companhia, sendo eles o Comitê de Ética e Gestão de Pessoas, e o Comitê de Finanças, Auditoria, Governança e Partes Relacionadas.

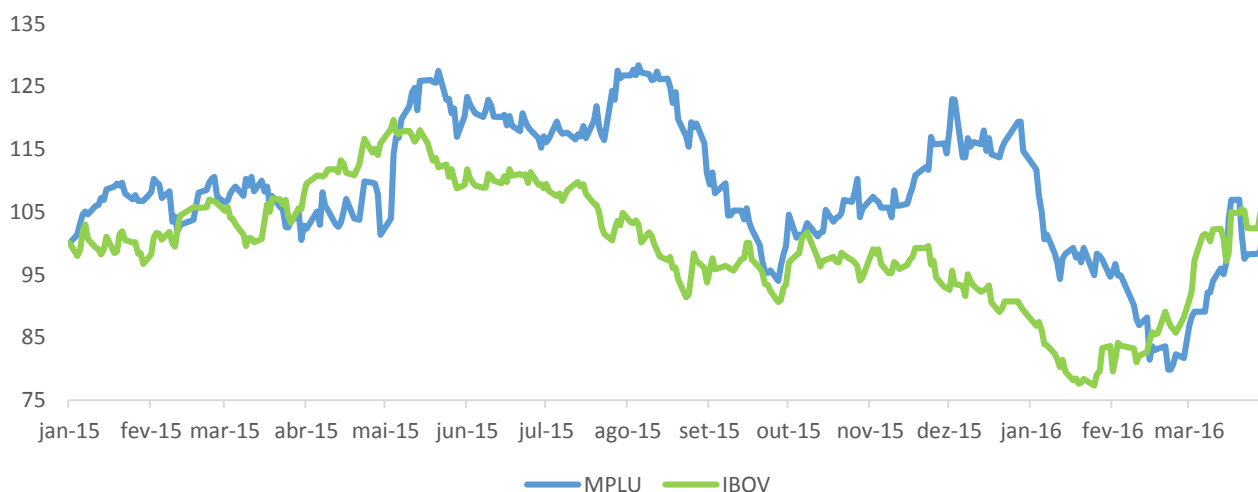
Em 31 de março de 2016, a Multiplus apresentava um valor de mercado equivalente a R\$ 5,3 bilhões tendo como base a cotação final da ação de R\$ 32,76.

ESTRUTURA SOCIETÁRIA

Quantidade de ações ordinárias: 162.246.573



MPLU3 vs. IBOV (var. % base 100)



FLUXO DE CAIXA

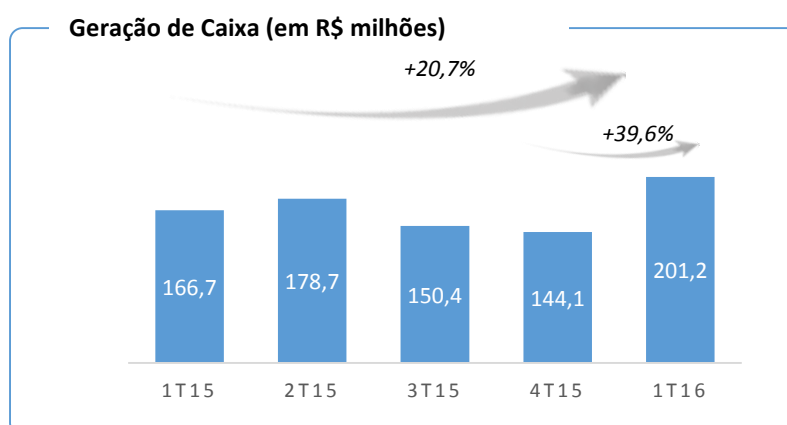
Fluxo de Caixa (R\$ mil)	1T16	4T15	Var%	1T15	Var%
Lucro Líquido	127.043	125.722	1,1%	100.012	27,0%
Depreciação/Amortização	6.047	8.132	-25,6%	6.256	-3,3%
Contas a Receber	(16.671)	58.121	-128,7%	(17.247)	-3,3%
Contas a Pagar	31.057	(49.939)	-162,2%	61.812	-49,8%
Impostos	18.415	(1.585)	-1261,8%	(3.133)	-687,7%
Impostos Diferidos	5.618	5.112	9,9%	(172)	-3367,9%
Partes Relacionadas	-	-	-	-	-
Adiantamento a Fornecedores**	(389.022)	(1.344)	28845,1%	(420.055)	-7,4%
Receita Diferida e Passivo de Breakage	35.596	6.301	464,9%	29.660	20,0%
Instrumentos Derivativos	-	-	-	-	-
Adiantamento de Clientes	290.140	(110.553)	-362,4%	-	-
Outros Ativos e Passivos	(6.230)	13.325	-146,8%	(8.447)	-26,2%
Equivalência patrimonial em resultados de investimentos da JV	-	-	-	-	-
Fluxo de Caixa Operacional	101.993	53.292	91,4%	(251.314)	-140,6%
Investimento	(347)	(22.381)	-98,5%	293	-218,3%
Participações em empresas	-	-	-	(91)	-100,0%
Fluxo de Caixa dos Investimentos	(347)	(22.381)	-98,5%	202	-271,7%
Custo com emissão de ações	1	-	-	-	-
Capital Social	-	-	-	(0)	-100,0%
Ações em tesouraria	-	325	-100,0%	(2.864)	-100,0%
Reserva de Capital	646	952	-32,1%	196	229,6%
Ajuste de avaliação patrimonial/Hedge	-	-	-	379	-100,0%
Dividendos e JCP	(142.854)	(137.547)	3,9%	(94.952)	50,4%
Fluxo de Caixa dos Financiamentos	(142.207)	(136.270)	4,4%	(97.242)	46,2%
Aumento (Redução) do Caixa	(40.561)	(105.359)	-61,5%	(348.354)	-88,4%
Caixa Inicial*	1.491.449	1.596.808	-6,6%	1.185.727	25,8%
Caixa Final*	1.450.888	1.491.449	-2,7%	837.374	73,3%

*Caixa e equivalentes de caixa, aplicações financeiras e aplicações financeiras de longo prazo

**Inclui adiantamento de compra de passagens

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

Geração de caixa a acionistas no primeiro trimestre de 2016: excluindo efeitos de dividendos, JCP e variação de antecipações a fornecedores, capital e antecipação de clientes, totalizou R\$ 201,2 milhões, um aumento de 20,7% vs. 1T15 e 39,6% vs. 4T15.



BALANÇO PATRIMONIAL

Balanço Patrimonial (R\$ mil)	31/03/2016	AV	31/12/2015	AV	31/03/2015	AV
Ativo Total	2.136.055	100,0%	1.794.494	100,0%	1.762.295	100,0%
Ativo Circulante	2.024.735	94,8%	1.671.863	93,2%	1.646.680	93,4%
Caixa e equivalentes de caixa	13	0,0%	2.575	0,1%	650	0,0%
Ativos financeiros mensurados ao valor justo por meio do resultado	1.450.874	67,9%	1.488.874	83,0%	836.724	47,5%
Ativos financeiros mantidos até o vencimento	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%
Contas a receber	162.392	7,6%	144.408	8,0%	245.856	14,0%
Tributos a recuperar	-	0,0%	14.395	0,8%	27.235	1,5%
Partes relacionadas	17.792	0,8%	19.105	1,1%	17.969	1,0%
Conta corrente	17.792	0,8%	19.105	1,1%	17.969	1,0%
Despesas antecipadas	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%
Instrumentos financeiros derivativos	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%
Adiantamentos a fornecedores	390.526	18,3%	1.504	0,1%	515.511	29,3%
Demais contas a receber	3.138	0,1%	1.002	0,1%	2.736	0,2%
Ativo Não Circulante	111.320	5,2%	122.631	6,8%	115.614	6,6%
Ativos financeiros - depósitos bancários	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%
Ativos financeiros mantidos até o vencimento	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	713	0,0%	6.331	0,4%	8.129	0,5%
Instrumentos financeiros derivativos	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%
Demais contas a receber	33	0,0%	26	0,0%	74	0,0%
Investimentos	91	0,0%	91	0,0%	91	0,0%
Imobilizado	14.497	0,7%	15.769	0,9%	12.905	0,7%
Intangível	95.986	4,5%	100.414	5,6%	94.415	5,4%
Partes Relacionadas	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%
Passivo Total e Patrimônio Líquido	2.136.055	100,0%	1.794.494	100,0%	1.762.295	100,0%
Passivo Circulante	1.890.442	88,5%	1.533.716	85,5%	1.539.023	87,3%
Fornecedores	186.007	8,7%	154.950	8,6%	201.962	11,5%
Salários e encargos sociais	14.854	0,7%	23.427	1,3%	12.622	0,7%
Impostos, taxas e contribuições	205	0,0%	551	0,0%	7.111	0,4%
Imposto de renda e contribuição social a pagar	4.366	0,2%	-	0,0%	-	0,0%
Juros sobre capital próprio e dividendos a pagar	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%
Instrumentos financeiros derivativos	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%
Receita diferida	1.195.491	56,0%	1.147.549	63,9%	1.105.123	62,7%
Passivo de Breakage	190.573	8,9%	202.918	11,3%	208.591	11,8%
Adiantamento de clientes	293.327	13,7%	3.187	0,2%	-	0,0%
Demais contas a pagar	5.620	0,3%	1.134	0,1%	3.612	0,2%
Dividendos a pagar	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%
Passivo Não Circulante	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%
Partes Relacionadas	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%
Instrumentos financeiros derivativos	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%
Receita diferida	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%
Patrimônio Líquido	245.613	11,5%	260.778	14,5%	223.272	12,7%
Capital social	107.300	5,0%	107.300	6,0%	107.300	6,1%
Ações em tesouraria	(10.902)	-0,5%	(10.902)	-0,6%	(2.864)	-0,2%
Reserva de capital	143	0,0%	(503)	0,0%	(2.356)	-0,1%
Reserva de lucros	149.072	7,0%	164.883	9,2%	121.471	6,9%
Ajuste de avaliação patrimonial	-	0,0%	-	0,0%	(279)	0,0%
Lucros acumulados	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%

GLOSSÁRIO

Breakage mensal: pontos expirados e não resgatados como porcentagem dos pontos emitidos há 2 anos (Exemplo: pontos expirados e não resgatados em jan/2016 como porcentagem dos pontos emitidos em jan/2014).

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.

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

Pontos bônus: um ponto gratuito; que pode ser emitido como um estímulo, para engajar os participantes atuais e futuros.

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

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

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

Sobre a Multiplus:

A Multiplus (BM&FBOVESPA: MPLU3) é uma rede de fidelidade 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 controlada pela TAM S.A., que detém 72,74% 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 316 parceiros e reúne 14,7 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 pontos por mais de 550 mil opções de produtos e serviços.

As parcerias estratégicas da Multiplus incluem grandes empresas como a TAM Linhas Aéreas, TAM Viagens, Pontofrio.com, Ipiranga, Netshoes, Dafiti, Accor, TripAdvisor, Booking.com, PBKIDS, Editora Abril, Samsung, Swarovski, Atlantica Hotels, Droga Raia, Smart Fit, Even, Easy Taxi, entre outros.