



multiplus

Divulgação de resultados

2º trimestre de 2015



Cotação R\$ 37,50

30/06/2015 (R\$)

Volume médio diário 9,0

(R\$ milhões)

EPS 0,67

(R\$)

Valor de Mercado 6,1

30/06/2015 (R\$ bilhões)

Ações em Circulação **162.246.573**

Ações em tesouraria 86.371



TELECONFERÊNCIA DE RESULTADOS

[\(Clique aqui para acessar\)](#)

4 de agosto de 2015

09:00 (horário de Brasília)

08:00 (Eastern Standard Time)

Telefones: +55 11 3193-1001 ou

+55 11 2820-4001

Código: Multiplus

Replay:

Tels.: +55 11 3193-1012 ou +55 11 2820-4012

Disponível de 04/08 até 10/08

Código: 1985594#

www.pontosmultiplus.com.br/ri



Relação com investidores:

www.pontosmultiplus.com.br/ri

invest@pontosmultiplus.com.br

+55 (11) 5105-1847

DESTAQUES:

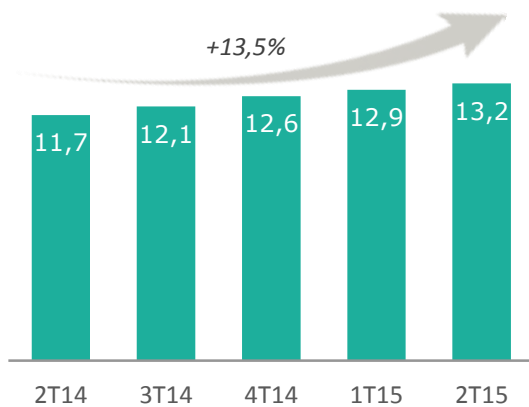
- Faturamento de pontos de R\$633,4 milhões no segundo trimestre de 2015, ante R\$472,1 milhões no mesmo período do ano passado, um crescimento de 34,2% vs 2T14
- Taxa Burn/earn de 88,1% indicando alta atratividade do portfólio de prêmios e resultado positivo das campanhas
- Receita líquida totalizou R\$560,6 milhões no 2T15, com um crescimento de 34,3% vs 2T14
- Lucro líquido totalizou R\$ 109,3 milhões, 36,5% maior que os R\$ 80,1 milhões no 2T14
- EPS de R\$ 0,67 no 2T15 vs R\$ 0,49 no 2T14

(Em R\$ mil)	2T15	1T15	Var %	2T14	Var %	1S15	1S14	Var %
Participantes (milhões)	13,2	13,0	2,2%	11,7	13,5%	13,2	11,7	13,5%
Pontos emitidos (bilhões) ⁽¹⁾	21,7	22,0	-1,7%	20,1	8,0%	43,7	42,2	3,6%
Pontos resgatados (bilhões)	19,1	19,0	0,3%	16,0	19,4%	38,1	33,5	13,8%
Taxa de Breakage (UDM, %)	17,9%	18,0%	-0,1p.p.	17,9%	0,0p.p.	17,9%	18,0%	-0,1p.p.
Faturamento da venda de pontos	633,4	638,4	-0,8%	472,1	34,2%	1.271,8	1.010,4	25,9%
Receita Líquida	560,6	534,4	4,9%	417,4	34,3%	1.095,0	858,1	27,6%
Lucro Bruto	170,7	156,1	9,3%	130,4	30,9%	326,8	252,0	29,7%
Margem Bruta	30,4%	29,2%	1,2p.p.	31,2%	-0,8p.p.	29,8%	29,4%	0,5p.p.
Lucro Líquido	109,3	100,0	9,2%	80,1	36,5%	209,3	154,7	35,3%
Margem Líquida	19,5%	18,7%	0,8p.p.	19,2%	0,3p.p.	19,1%	18,0%	1,1p.p.

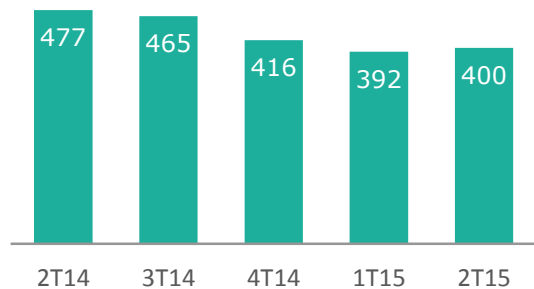
⁽¹⁾ Inclui pontos bônus

DESTAQUES

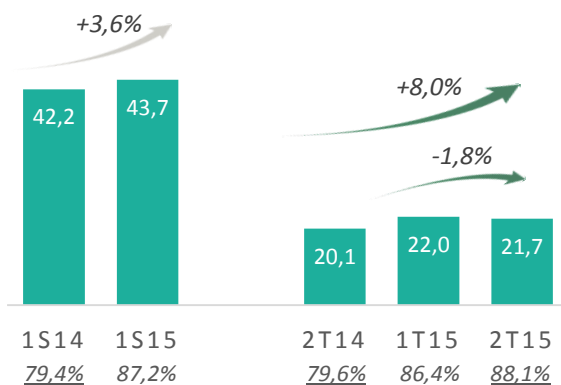
PARTICIPANTES (milhões)



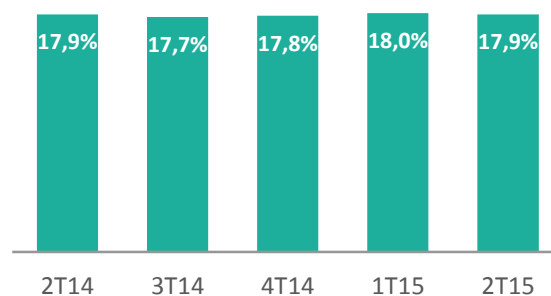
PARCEIROS



PONTOS EMITIDOS (bilhões) & BURN/EARN (%)

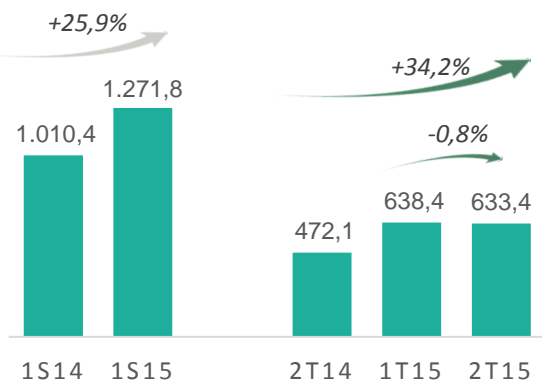


BREAKAGE (%) - média 12 meses

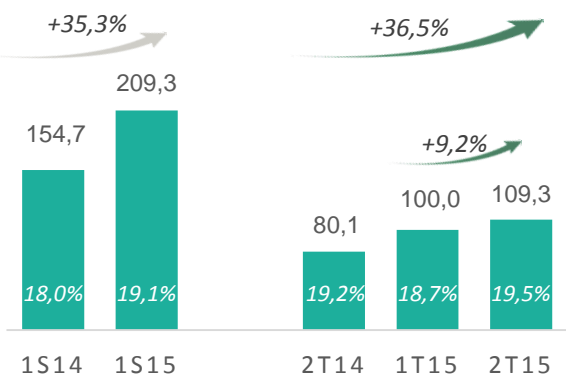


*Pontos emitidos e taxa, contemplando pontos bônus

FATURAMENTO BRUTO DE PONTOS (milhões)



LUCRO LÍQUIDO (milhões) & MARGEM LÍQUIDA (%)



COMENTÁRIO DA ADMINISTRAÇÃO

Sólido crescimento de faturamento de 34,2%, alcançando R\$633,4 milhões no 2T15

Receita líquida de R\$560,6 milhões, impulsionada pelo crescimento da receita de venda de pontos devido à taxa recorde de resgate de 88,1%

Lucro líquido de R\$ 109,3 milhões no 2T15, um aumento de 36,5% vs 2T14, com margem líquida de 19,5%

De acordo com os seus valores e estratégia, a Multiplus continua a entregar resultados muito sólidos. Nossa rede atraente e nossos processos simplificados de resgates de prêmios, incluindo aplicativo mobile aperfeiçoado e um novo Market Place, levaram a um recorde trimestral na taxa burn/earn de 88,1%.

Alinhado com a estratégia de diversificar continuamente o portfólio de resgate, criar campanhas de marketing atraentes (como Dia das Mães e Dia dos Namorados) provou ser um diferencial competitivo significativo para a Multiplus durante um cenário econômico mais desafiador. Nossos participantes resgataram 19,1 bilhões de pontos no segundo trimestre de 2015, o que representa um aumento de 19,4% vs 2T14.

Em junho, realizamos algumas promoções exclusivas para engajar nossos participantes. Uma das campanhas lançadas foi chamada "O seu futuro com 1.000.000 de pontos", que foi realizada para promover a transferência de pontos de vários parceiros (cartões de crédito, varejistas, etc) para a Multiplus. Quase 2,0 bilhões de pontos foram transferidos para a rede, o que representou um volume incremental significativo de pontos quando comparado com o mesmo período sem quaisquer ações específicas. Durante o segundo trimestre, nós também continuamos a trabalhar em conjunto com a TAM na oferta de voos promocionais da companhia aérea, estando disponíveis para resgate com pontos Multiplus.

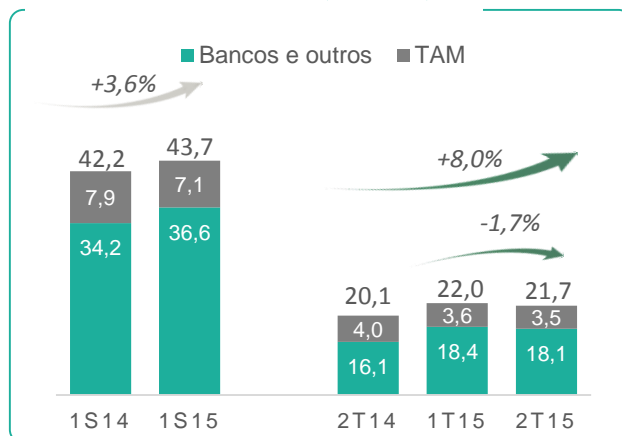
A Companhia encerrou o segundo trimestre de 2015 com faturamento bruto de pontos no total de R\$633,4 milhões, um crescimento expressivo com relação ao mesmo período do ano anterior, de 34,2%. Durante os primeiros seis meses, o faturamento bruto acumulou R\$1.271,8 milhões, com um aumento de 25,9%. Nossa receita líquida cresceu 34,3%, para R\$560,6 milhões no trimestre, quando comparado com o mesmo período do ano anterior, e totalizou R\$1.095,0 milhões no primeiro semestre, com crescimento de 27,6% em comparação ao mesmo período do ano anterior. Em relação ao custo dos resgates, este chegou a R\$389,9 milhões no 2T15, aumentando 36,5% em relação ao ano anterior, e R\$ 768,2 milhões no primeiro semestre de 2015, representando um aumento de 27,5% com relação ao mesmo período do ano anterior. Nosso lucro líquido aumentou 36,5%, para mais de R\$109,3 milhões no 2º trimestre de 2015, ou R\$ 0,67 centavos por ação, gerando um novo recorde para o lucro líquido do primeiro semestre e crescimento de 35,3% mesmo período no ano passado.

DESEMPENHO OPERACIONAL

Informações Operacionais	2T15	1T15	Var %	2T14	Var %	1S15	1S14	Var %
Participantes (milhões)	13,2	13,0	2,2%	11,7	13,5%	13,2	11,7	13,5%
Parcerias	400	392	2,0%	477	-16,1%	400	477	-16,1%
Pontos emitidos (bilhões)	21,7	22,0	-1,7%	20,1	8,0%	43,7	42,2	3,6%
TAM Linhas Aéreas - TLA	3,5	3,6	-2,5%	4,0	-11,7%	7,1	7,9	-10,3%
Bancos, Varejo, Indústria e Serviços	18,1	18,4	-1,5%	16,1	12,8%	36,6	34,2	6,8%
Pontos resgatados (bilhões)	19,1	19,0	0,3%	16,0	19,4%	38,1	33,5	13,8%
Passagens aéreas	16,6	16,8	-1,6%	14,3	16,2%	33,4	30,4	9,8%
Outros produtos / serviços	2,5	2,2	14,5%	1,7	46,8%	4,7	3,0	53,5%
Taxa de Breakage (média UDM, %)	17,9%	18,0%	-0,1p.p.	17,9%	0,0p.p.	17,9%	18,0%	-0,1p.p.
Número de Funcionários	242	233	3,9%	189	28,0%	242	189	28,0%

PONTOS EMITIDOS totalizaram 21,7 bilhões no segundo trimestre de 2015, aumentando de 20,1 bilhões no mesmo trimestre do ano passado, impulsionado pela maior transferência de pontos de bancos e outros parceiros de varejo. Isso representa um aumento de 8% no segundo trimestre de 2015 vs 2T14 e 3,6% no período de seis meses. É importante mencionar que a desvalorização do real e a desaceleração da economia tem afetado nossa performance. Entretanto, o número de pontos vindos dos parceiros financeiros e de varejo totalizaram 18,1 bilhões, 12,8% maior que o mesmo período do ano passado. Nós tivemos menos acúmulo de pontos vindos da TAM, principalmente como consequência da menor demanda de passagens aéreas corporativas.

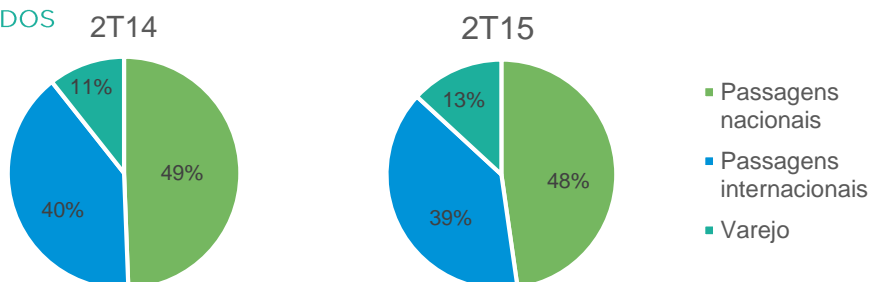
PONTOS EMITIDOS (bilhões)



Pontos vendidos (ex-bônus) no segundo trimestre de 2015 totalizaram 20,8 bilhões, representando um aumento de 5,4% em relação ao 2T14. No primeiro semestre, somaram 42,1 bilhões de pontos, representando um crescimento de 1,3% em relação ao primeiro semestre do ano anterior.

PONTOS RESGATADOS totalizaram 19,1 bilhões, representando um crescimento de 19,4% vs 2T14, e um incremento de 0,3% quando comparado com o 1T15. Essa melhoria é atribuída à um aumento de 16,2% no resgate de passagens aéreas e um crescimento de 46,8% no resgate com outros produtos, quando comparado com o mesmo período do ano anterior.

PONTOS RESGATADOS

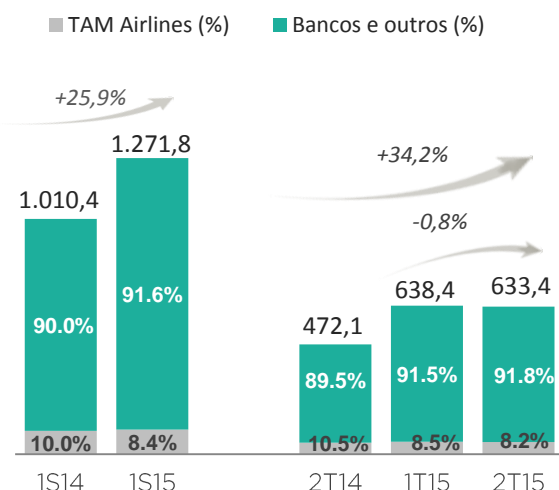


DESEMPENHO FINANCEIRO

(Em R\$ milhões)	2T15	1T15	Var %	2T14	Var %	1S15	1S14	Var %
Faturamento da venda de pontos	633,4	638,4	-0,8%	472,1	34,2%	1.271,8	1.010,4	25,9%
TAM Linhas Aéreas - TLA	52,1	54,2	-3,8%	49,8	4,7%	106,2	100,7	5,5%
Bancos, Varejo, Indústria e Serviços	581,3	584,2	-0,5%	422,3	37,6%	1.165,6	909,7	28,1%

FATURAMENTO DE VENDA DE PONTOS no segundo trimestre atingiu R\$633,4 milhões, ante R\$472,1 milhões no ano anterior, um expressivo aumento de 34,2% vs 2T14. Este resultado foi positivamente influenciado principalmente pela desvalorização do Real que impactou positivamente o preço médio por ponto nesse período. No primeiro semestre de 2015, geramos R\$1.271,8 milhões em faturamento, que foi 25,9% maior do que aquele reportado no ano passado.

FATURAMENTO (R\$ milhões)



Varição de (+) 34,2% vs 2T14, devido à:

- ✓ **Bancos, Varejo, Indústria e Serviços:** crescimento de 37,6%, devido principalmente à combinação de (i) um aumento de 12,8% no número de pontos emitidos; (ii) aumento do preço médio unitário em razão da desvalorização do dólar.
- ✓ **TAM Linhas Aéreas - TLA:** um crescimento de 4,7% principalmente a maior preço unitário, apesar de uma queda de 11,7% no número de pontos emitidos para a companhia aérea.

(+) 25,9% vs 1S14, devido à:

- ✓ **Bancos, Varejo, Indústria e Serviços:** aumento de 28,1%, principalmente devido a (i) aumento de 6,8% o volume de pontos emitidos para bancos; (ii) aumento do preço médio unitário em razão da desvalorização do dólar.
- ✓ **TAM Linhas Aéreas - TLA:** crescimento de 5,5% devido a maior preço unitário, apesar de uma queda de 10,3% no volume de pontos emitidos para a TLA.

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO

(Em R\$ mil)

Demonstração de resultado	2T15	1T15	Var %	2T14	Var %	1S15	1S14	Var %
Receita bruta	617.811	588.988	4,9%	460.464	34,2%	1.206.799	947.162	-21,5%
Venda de pontos	515.086	492.618	4,6%	384.678	33,9%	1.007.703	810.719	-19,5%
TAM Linhas Aéreas	38.711	38.658	0,1%	33.707	14,8%	77.369	70.613	-8,7%
Bancos, varejo, indústria e serviços	476.374	453.960	4,9%	350.970	35,7%	930.334	740.106	-20,4%
Breakage	103.019	96.744	6,5%	80.159	28,5%	199.762	150.493	-24,7%
Hedge	(293)	(374)	-21,6%	(4.373)	-93,3%	(667)	(14.050)	2007,8%
Outras Receitas	-	-	-	-	-	-	-	-
Impostos sobre vendas e serviços	(57.220)	(54.622)	4,8%	(43.068)	32,9%	(111.842)	(89.083)	-20,3%
Receita Líquida	560.591	534.366	4,9%	417.395	34,3%	1.094.957	858.079	-21,6%
Custo dos resgates de pontos	(389.919)	(378.263)	3,1%	(285.562)	36,5%	(768.182)	(602.642)	27,5%
Passagens aéreas	(350.985)	(344.868)	1,8%	(258.364)	35,8%	(695.853)	(555.075)	25,4%
Outros produtos / serviços	(38.934)	(33.395)	16,6%	(27.197)	43,2%	(72.329)	(47.567)	52,1%
Equivalência patrimonial	-	-	-	(1.443)	-100,0%	-	(3.468)	-100,0%
Lucro Bruto	170.672	156.103	9,3%	130.390	30,9%	326.775	251.969	29,7%
Margem Bruta	30,4%	29,2%	1,2p.p.	31,2%	-0,8p.p.	29,8%	29,4%	1,9p.p.
Serviços compartilhados	(1.278)	(767)	66,7%	(779)	64,1%	(2.045)	(1.590)	28,6%
Despesas com pessoal	(16.899)	(15.843)	6,7%	(12.333)	37,0%	(32.742)	(24.747)	32,3%
Marketing	(5.928)	(4.706)	26,0%	(8.055)	-26,4%	(10.634)	(13.227)	-19,6%
Depreciação	(6.285)	(6.256)	0,5%	(4.385)	43,3%	(12.541)	(7.801)	60,8%
Outros	(20.835)	(16.475)	26,5%	(16.662)	25,0%	(37.310)	(31.516)	18,4%
Total das Despesas Operacionais	(51.225)	(44.047)	16,3%	(42.213)	21,3%	(95.272)	(78.881)	20,8%
Lucro Operacional	119.447	112.056	6,6%	88.177	35,5%	231.503	173.087	33,7%
Margem Operacional	21,3%	21,0%	0,3p.p.	21,1%	0,2p.p.	21,1%	20,2%	1,0p.p.
Despesa/Receita Financeira	43.506	36.379	19,6%	32.773	32,7%	79.885	64.903	23,1%
Hedge	-	-	-	-	-	-	(2.113)	-100,0%
Lucro antes do IR e CS	162.953	148.435	9,8%	120.950	34,7%	311.387	235.878	32,0%
Imposto de Renda e Contribuição Social	(53.698)	(48.423)	10,9%	(40.894)	31,3%	(102.121)	(81.220)	25,7%
Lucro Líquido no período	109.255	100.012	9,2%	80.055	36,5%	209.266	154.658	35,3%
Margem Líquida	19,5%	18,7%	0,8p.p.	19,2%	0,3p.p.	19,1%	18,0%	1,1p.p.

RECEITA LÍQUIDA

Geramos R\$ 560,6 milhões de receita líquida no segundo trimestre, e R\$ 1.095,0 milhões no primeiro semestre de 2015. Isso representa um aumento de 34,3% vs 2T14 e 27,6% respectivamente.

Variação de (+) 34,3% vs 2T14, devido à:

- ✓ **Receita de pontos vendidos:** crescimento de 33,9%, beneficiada principalmente por: (i) aumento de 19,4% no número de pontos resgatados, levados por um aumento nas campanhas promocionais e melhor direcionamento das ofertas (melhor market place e aplicativo mobile); e (ii) melhor preço unitário em reais.
- ✓ **Receita de breakage:** aumento de 28,5% por efeito de um forte crescimento no faturamento e curva de resgate mais acelerada.

(+) 27,6% vs 1S14, devido à:

- ✓ **Receita de pontos vendidos:** Crescimento de 24,3%, principalmente por: (i) um aumento de 13,8% nos pontos resgatados e (ii) maior preço médio unitário.
- ✓ **Receita de breakage:** aumento de 32,7%, positivamente impactado por um maior crescimento no faturamento, e melhores taxas de resgate durante esse período.

CUSTOS E DESPESAS OPERACIONAIS

CUSTO DOS RESGATES DE PONTOS totalizou R\$390,0 milhões no segundo trimestre, um aumento de 36,5% vs 2T14. No semestre representou aumento de 27,5%, totalizando R\$768,2 milhões. Esse aumento se deveu principalmente ao aumento de 35,8% no custo de resgate das passagens aéreas no segundo trimestre de 2015, e aumento de 25,4% quando comparado ao primeiro semestre do ano anterior. Além disso, esse custo foi influenciado pela depreciação do real, quando considerados os resgates de passagens aéreas internacionais que representaram aproximadamente 55% do total de custos em passagens aéreas no segundo trimestre e 53% no primeiro semestre de 2015. Ademais, o custo foi impactado pelo maior crescimento de pontos resgatados em passagens aéreas no 2T15 vs 2T14. O volume de resgates de outros produtos aumentou 43,2% no 2T15 e 52,1% no 1S15, quando comparados com o mesmo período do ano anterior, respectivamente.

SERVIÇOS COMPARTILHADOS referem-se à remuneração paga a TAM Linhas Aéreas pelos serviços compartilhados. Este custo somou R\$1,3 milhões no trimestre e R\$2,0 milhões no primeiro semestre, representando um aumento de 64,1% vs 2T14 e 28,6% vs 1S14. Esse aumento deveu-se a provisão não recorrente de faturas do serviço SAP compartilhado com a TAM Linhas Aéreas desde o início de 2015.

DESPESAS COM PESSOAL totalizaram R\$16,9 milhões no trimestre, gerando aumento de 37,0%, comparado com o mesmo período do ano anterior. Em relação ao trimestre anterior, teve aumento de 6,7%. Esse aumento aconteceu por aumento do quadro de pessoal.

DESPESAS COM MARKETING totalizaram R\$ 5,9 milhões no segundo trimestre de 2015. Houve uma redução dessas despesas em 26,4% quando comparado com o mesmo período do ano anterior e aumento de 26% com relação ao trimestre anterior, em virtude da maior alocação de despesas direcionadas a novas campanhas. No primeiro semestre, essas despesas totalizaram R\$ 10,6 milhões, 19,6% menor do que o ano anterior.

OUTRAS DESPESAS, que estão relacionadas com serviços de TI terceirizados, aluguel, entre outros, totalizaram R\$20,8 milhões no 2T15, registrando um aumento de 25,0% quando comparado com o mesmo período de 2014. Nesse trimestre houve uma provisão de aproximadamente R\$4 milhões de write off devido a mudança do escritório central.

DESPESAS/RECEITA FINANCEIRA totalizou R\$43,5 milhões no segundo trimestre, apresentando um crescimento de 32,7% comparado com o 2T14. Esse desempenho expressivo foi beneficiado devido ao aumento da taxa básica de juros (CDI) e melhoria do desempenho da carteira no geral. Além disso, a Companhia efetuou a compra antecipada de passagens aéreas da TAM Linhas Aéreas (TLA), que oferece melhores rendimentos do que outros investimentos.

Em 04 de dezembro de 2013 o Conselho de Administração aprovou a compra antecipada de passagens aéreas pela TAM, limitada à R\$ 500 milhões, aprovado pelo Comitê Financeiro e pelo Comitê de Partes Relacionadas (*documento disponível em nosso site de RI em Documentos CVM > 2013 > Reunião da Administração > ATA RCA - Aprovações*).

Em setembro de 2014 a metodologia foi aprimorada e começou a considerar no portfólio a duração dos recebíveis. A taxa de antecipação é definida como sendo a maior taxa entre as melhores cotações que a TAM obteve no mercado financeiro para operações similares e o custo de oportunidade de MPLU acrescida de um spread de risco da opção. Os recursos são utilizados exclusivamente para a compra de passagens aéreas, resgatadas pelos participantes, de acordo com os termos do acordo operacional, não sendo permitida a utilização de tal uso para qualquer outra finalidade.

A compra antecipada de passagens aéreas no segundo trimestre foi realizada a 105,89% do CDI, quando a performance do portfólio da Multiplus foi equivalente a um retorno de 105,13% do CDI. Isso gerou uma receita financeira de R\$2,4 milhões no trimestre. No primeiro semestre, a taxa de antecipação foi equivalente a 105,98% do CDI no mesmo período, versus o portfólio da Multiplus, que rendeu 105,17% do CDI no mesmo período sem antecipação. Isso gerou uma receita financeira adicional de R\$4,7 milhões no semestre.

GOVERNANÇA CORPORATIVA E MERCADO DE CAPITAIS

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 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 à ética, gestão de pessoas e operações envolvendo partes relacionadas.

No final de junho de 2015, a Multiplus apresentava um valor de mercado equivalente a R\$ 6.084 milhões tendo como base a cotação final da ação de R\$ 37,50.

ESTRUTURA SOCIETÁRIA

The ownership structure of Multiplus is as follows:



Número total de ações: 162.246.573

FLUXO DE CAIXA

(Em R\$ mil)

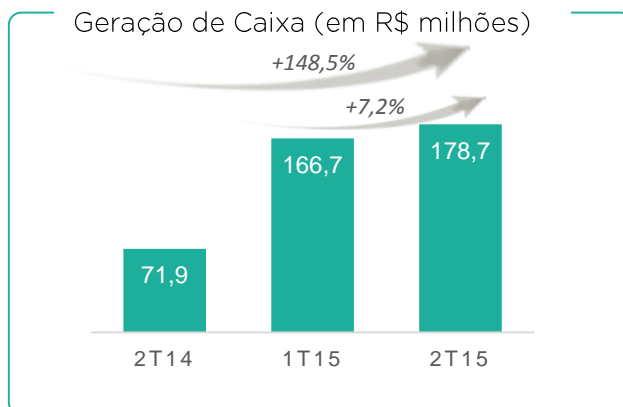
Fluxo de Caixa	2T15	1T15	Var%	2T14	Var%
Lucro Líquido	109.255	100.012	9,2%	80.055	36,5%
Depreciação/Amortização	6.285	6.256	0,5%	4.385	43,3%
Contas a Receber	43.029	(17.247)	-349,5%	23.194	85,5%
Contas a Pagar	1.027	61.812	-98,3%	(36.478)	-102,8%
Impostos	(5.802)	(3.133)	85,2%	(9.098)	-36,2%
Impostos Diferidos	(2.253)	(172)	1210,8%	1.023	-320,3%
Adiantamento a Fornecedores	148.150	(420.055)	-135,3%	76	194834,8%
Receita Diferida e Passivo de Breakage	32.516	29.660	9,6%	6.726	383,5%
Instrumentos Derivativos	-	-	-	-	-
Adiantamento de Clientes	160.538	-	-	-	-
Outros Ativos e Passivos	1.873	(8.447)	-122,2%	3.417	-45,2%
Equivalência patrimonial em resultados de investimentos da JV	-	-	-	1.443	-100,0%
Fluxo de Caixa Operacional	494.618	(251.314)	-296,8%	74.743	561,8%
Investimento	(7.902)	293	-2797,5%	(6.186)	27,7%
Participações em empresas	-	(91)	-100,0%	(0)	-100,0%
Fluxo de Caixa dos Investimentos	(7.902)	202	-4013,2%	(6.186)	27,7%
Custo com emissão de ações	-	-	-	-	-
Capital Social	0	(0)	-100,0%	632	-
Reserva de Capital	602	(2.668)	-122,6%	402	49,7%
Ajuste de avaliação patrimonial/Hedge	69	379	-81,7%	3.018	-97,7%
Dividendos e JCP	(95.011)	(94.952)	0,1%	(70.873)	34,1%
Fluxo de Caixa dos Financiamentos	(94.340)	(97.242)	-3,0%	(66.821)	41,2%
Aumento (Redução) do Caixa	392.377	(348.354)	-212,6%	1.736	22501,7%
Caixa Inicial*	837.374	1.185.727	-29,4%	1.292.056	-35,2%
Caixa Final*	1.229.750	837.374	46,9%	1.293.792	-4,9%

* 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 segundo trimestre: excluindo efeitos de dividendos, JCP e variação de antecipações a fornecedores, capital e antecipação de clientes, totalizou R\$ 178,7 milhões, um aumento de 148,5% vs. 2T14.



BALANÇO PATRIMONIAL

(Em R\$ mil)

Balanco Patrimonial	30/06/2015	AV	31/03/2015	AV	30/06/2014	AV
Ativo Total	1.965.687	100,0%	1.762.295	100,0%	1.593.281	100,0%
Ativo Circulante	1.846.244	93,9%	1.646.680	93,4%	1.490.189	93,5%
Caixa e equivalentes de caixa	128	0,0%	650	0,0%	3.127	0,2%
Ativos financeiros mensurados ao valor justo por meio do resultado	1.229.622	62,6%	836.724	47,5%	1.290.665	81,0%
Ativos financeiros mantidos até o vencimento	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%
Contas a receber	201.265	10,2%	245.856	14,0%	132.259	8,3%
Tributos a recuperar	26.304	1,3%	27.235	1,5%	9.488	0,6%
Partes relacionadas	19.531	1,0%	17.969	1,0%	34.875	2,2%
Instrumentos financeiros derivativos	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%
Adiantamentos a fornecedores	367.360	18,7%	515.511	29,3%	6.300	0,4%
Demais contas a receber	2.035	0,1%	2.736	0,2%	13.475	0,8%
Ativo Não Circulante	119.443	6,1%	115.614	6,6%	103.092	6,5%
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	10.382	0,5%	8.129	0,5%	829	0,1%
Instrumentos financeiros derivativos	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%
Demais contas a receber	33	0,0%	74	0,0%	27	0,0%
Investimentos	91	0,0%	91	0,0%	3.615	0,2%
Imobilizado	13.762	0,7%	12.905	0,7%	14.795	0,9%
Intangível	95.175	4,8%	94.415	5,4%	83.826	5,3%
Partes Relacionadas	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%
Passivo Total	1.965.687	100,0%	1.762.295	100,0%	1.593.281	100,0%
Passivo Circulante	1.727.500	87,9%	1.539.023	87,3%	1.382.854	86,8%
Fornecedores	202.989	10,3%	201.962	11,5%	123.575	7,8%
Salários e encargos sociais	14.562	0,7%	12.622	0,7%	11.846	0,7%
Impostos, taxas e contribuições	377	0,0%	7.111	0,4%	2.466	0,2%
Imposto de renda e contribuição social a pagar	-	0,0%	-	0,0%	7.583	0,5%
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	1.141.449	58,1%	1.105.123	62,7%	1.066.245	66,9%
Passivo de Breakage	204.781	10,4%	208.591	11,8%	165.100	10,4%
Adiantamento de clientes	160.538	-	-	-	-	-
Demais contas a pagar	2.804	0,1%	3.612	0,2%	6.039	0,4%
Dividendos a pagar	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%
Passivo Não Circulante	-	0,0%	-	0,0%	77	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%	77	0,0%
Patrimônio Líquido	238.187	12,1%	223.272	12,7%	210.350	13,2%
Capital social	107.300	5,5%	107.300	6,1%	105.966	6,7%
Reserva de capital	(4.618)	-0,2%	(5.220)	-0,3%	2.350	0,1%
Reserva de lucros	135.715	6,9%	121.471	6,9%	104.483	6,6%
Ajuste de avaliação patrimonial	(210)	0,0%	(279)	0,0%	(2.449)	-0,2%
Lucros acumulados	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%

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.

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

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 72,74% de suas ações.

Ao conectar diferentes empresas e programas de fidelização, a Multiplus permite aos seus participantes acumular e resgatar pontos em várias empresas de diferentes segmentos. Atualmente a rede é composta por 400 parceiros e reúne mais de 13 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), Drogeria 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).