

8 de agosto de 2013

Divulgação dos Resultados do 2T13



multiplus

ÍNDICE

DESTAQUES	2
COMENTÁRIO DA ADMINISTRAÇÃO	3
DESEMPENHO OPERACIONAL	4
DESEMPENHO FINANCEIRO	5
FATURAMENTO DA VENDA DE PONTOS	5
DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO	6
HEDGE CAMBIAL	9
FLUXO DE CAIXA	10
BALANÇO PATRIMONIAL	11
MERCADO DE CAPITAIS	12
GLOSSÁRIO	13

TELECONFERÊNCIA DE RESULTADOS

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

9 de agosto de 2013
11:00h (horário de Brasília)
10:00h (horário de Nova York)

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

Replay:
Tel.: +55 (11) 2188-0155
Disponível de 09/08/2013 até 16/08/2013
Código: Multiplus

Arquivo de áudio no formato MP3 estará disponível no site:
www.multiplusfidelidade.com.br/ri

DESTAQUES

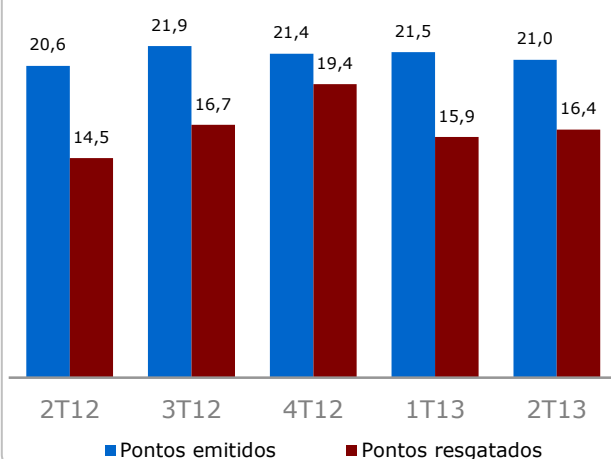
Destaque Operacionais

- **11,6 milhões de participantes**, crescimento de 15,1% vs 2T12 e de 2,9% vs 1T13;
- **21,0 bilhões de pontos emitidos**, crescimento de 2,1% vs 2T12 e variação de -2,2% vs 1T13;
- **16,4 bilhões de pontos resgatados**, crescimento de 13,3% vs 2T12 e 3,3% vs 1T13;
- **Breakage médio (12 meses) de 19,6%** vs 22,5% no 2T12 e 19,9% no 1T13.

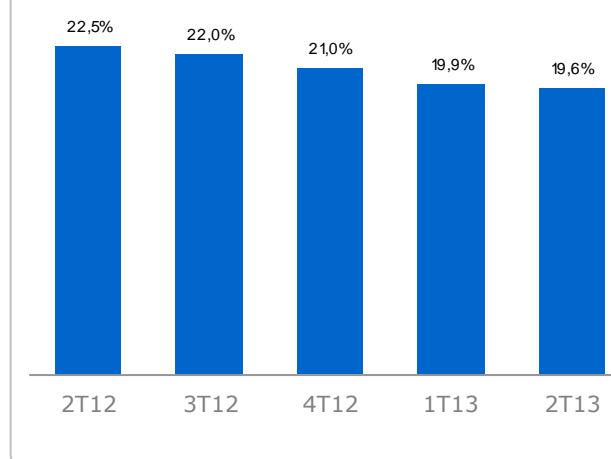
Destaque Financeiros

- **Faturamento de pontos de R\$500,9 milhões**, crescimento de 9,6% vs 2T12 e 1,8% vs 1T13;
- **Receita líquida de R\$398,6 milhões** variação de 24,7% vs 2T12 e 6,7% vs 1T13;
- **Lucro líquido de R\$57,4 milhões**, vs R\$43,3 milhões no 2T12 e R\$46,9 milhões no 1T13 (14,4% de margem).

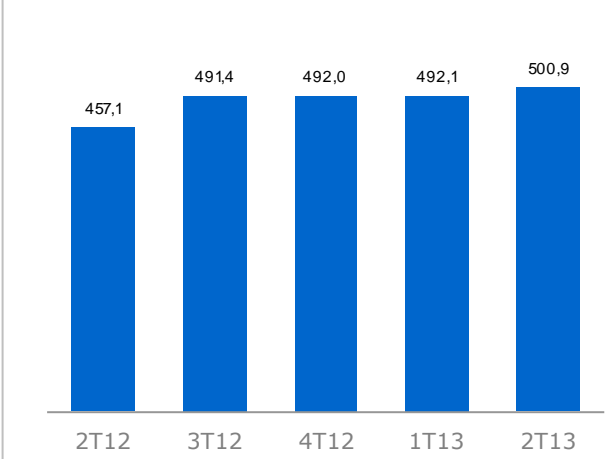
Pontos emitidos e resgatados (bilhões)



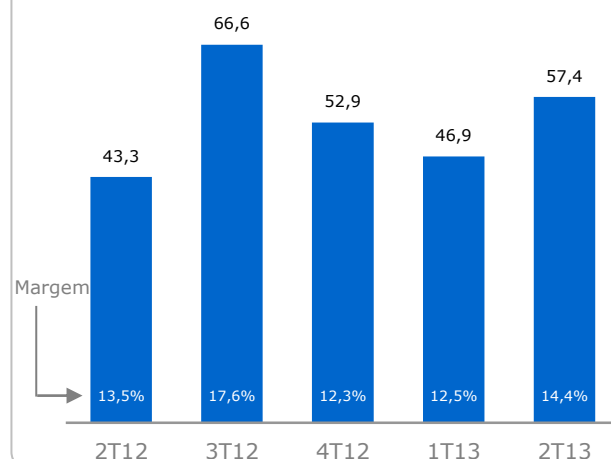
Breakage (%) – média de 12 meses



Faturamento (R\$ milhões)



Lucro Líquido (R\$ milhões)



COMENTÁRIO DA ADMINISTRAÇÃO

Lucro líquido atinge R\$ 57,4 milhões, 32,7% de crescimento vs 2T12

Faturamento atinge R\$ 500,9 milhões no 2T13

A Multiplus encerrou o segundo trimestre de 2013 com 11,6 milhões de participantes, um crescimento de 15,1% em relação ao mesmo trimestre do ano anterior. A rede de parceiros atingiu 446 parcerias, em comparação a 207 no mesmo período de 2012, principalmente refletindo o forte e recente desenvolvimento dos parceiros de capilaridade da Companhia.

As novas regras do programa TAM Fidelidade e os novos termos do Contrato Operacional entre Multiplus e TAM Linhas Aéreas entraram em vigor no dia 1º de junho. Entendemos que esse foi um importante passo para garantir a sustentabilidade do nosso negócio no longo prazo, principalmente, pela maior atratividade dos resgates para nossos participantes, o melhor alinhamento de interesses entre as companhias e a maior estabilidade em nossas margens devido à definição de limites para flutuação de nossos custos unitários. De um modo geral, podemos afirmar que os participantes reagiram muito positivamente ao início das novas regras dado que já observamos um aumento do prazo médio entre a data do resgate e a data do voo e um crescimento do número de resgates acima de nossas expectativas em junho, principalmente para rotas internacionais. Ao longo dos próximos meses, continuaremos monitorando nossa competitividade e realizaremos ações eventualmente necessárias, em conjunto com a TAM, para garantir um leque de ofertas interessantes para os participantes.

Mesmo com a crescente atratividade das ofertas de passagens com pontos Multiplus, os resgates de produtos não aéreos atingiram 7% do total de pontos resgatados pela primeira vez em um trimestre. Essa excelente realização é resultado não somente do crescimento de nossa rede de parcerias como também dos investimentos em marketing e dos nossos esforços para entender cada vez melhor o perfil de nossos participantes. Em maio, lançamos a campanha "Pontos que você junta, momentos que você guarda" em uma grande variedade de veículos de mídia. Essa campanha foca o apelo lúdico dos bons momentos proporcionados pelos resgates de pontos Multiplus sem deixar de reforçar o conceito inovador de uma conta única de pontos. Quanto ao entendimento dos participantes, podemos dizer que nossas ofertas de resgates estão em constante aprimoramento no que se refere a frequência, canais e segmentação e isso vem aumentando o engajamento de nossos participantes com a Rede Multiplus.

A Multiplus encerrou o segundo trimestre de 2013 com R\$ 500,9 milhões em faturamento da venda de pontos, um aumento de 9,6% quando comparado com o segundo trimestre do ano anterior. A companhia cresceu 24,7% na receita líquida atingindo R\$ 398,6 milhões e o custo total de serviços foi de R\$ 286,6 milhões no trimestre, enquanto os pontos resgatados totalizaram 16,4 bilhões. As despesas operacionais somaram R\$ 37,4 milhões neste trimestre, em sua maioria concentradas em TI e CRM, uma vez que a Companhia está expandindo seus processos e sistemas principais. A Companhia divulgou um lucro líquido de R\$ 57,4 milhões com margem líquida de 14,4%.

DESEMPENHO OPERACIONAL

Informações Operacionais	2T12	2T13	2T13 vs 2T12	1T13	2T13 vs 1T13
Participantes (milhões)	10,1	11,6	15,1%	11,3	2,9%
Parcerias	207	446	115,5%	383	16,4%
Pontos emitidos (milhões)	20.615	21.048	2,1%	21.530	-2,2%
TAM Linhas Aéreas - TLA	4.611	4.214	-8,6%	3.739	12,7%
Bancos, Varejo, Indústria e Serviços	16.004	16.834	5,2%	17.790	-5,4%
Pontos resgatados (milhões)	14.468	16.398	13,3%	15.879	3,3%
Passagens aéreas	13.847	15.253	10,2%	15.037	1,4%
Outros produtos / serviços	621	1.145	84,4%	842	36,0%
Taxa de Breakage (média últ. 12m, %)	22,5%	19,6%	-2,9p.p.	19,9%	-0,3p.p.
Número de Funcionários	127	179	40,9%	164	9,1%

Pontos emitidos: 21,0 bilhões, uma variação de:

+2,1% vs 2T12, devido a:

- Crescimento de 5,2% nos pontos vendidos para bancos, varejo, indústria e serviços;
- Redução de 8,6% na quantidade de pontos vendidos para TLA, principalmente devido ao (i) maior volume de passageiros utilizando passagens-prêmio e (ii) menor penetração.

-2,2% vs 1T13, devido a:

- Variação de -5,4% nos pontos vendidos para bancos, varejo, indústria e serviços, devido principalmente a depreciação do real, já que os bancos concedem pontos aos portadores de cartões de acordo com o equivalente ao valor da fatura convertida em dólares;
- Crescimento de 12,7% na quantidade de pontos vendidos para TLA. O segundo trimestre é geralmente um período com maior proporção de passageiros viajando a negócios em relação ao primeiro trimestre, favorecendo o índice de cartões fidelidade apresentados.

Pontos resgatados: 16,4 bilhões, uma variação de:

+13,3% vs 2T12:

Principalmente devido à implementação do novo modelo de precificação com a TAM, que tem como uma de suas principais características possibilitar que os participantes resgatem passagens aéreas com até 360 dias de antecedência da data do voo, além de uma melhor curva de preço em pontos. Além disso, os resgates não-aéreos foram impulsionados devido ao maior uso de ofertas direcionadas a participantes de acordo com seu perfil.

+3,3% vs 1T13:

Apesar da redução esperada pela sazonalidade do 2T, o aumento no volume de pontos resgatados ocorreu principalmente devido à implementação do novo modelo de precificação com a TAM, que tem como uma de suas principais características possibilitar que os participantes resgatem passagens aéreas com até 360 dias de antecedência da data do voo, além de uma melhor curva de preço em pontos. Além disso, os resgates não-aéreos foram impulsionados devido ao maior uso de ofertas direcionadas a participantes de acordo com seu perfil.

DESEMPENHO FINANCEIRO

Faturamento da venda de pontos

(Em R\$ mil)	2T12	2T13	2T13 vs 2T12	1T13	2T13 vs 1T13
Faturamento da venda de pontos	457.078	500.885	9,6%	492.060	1,8%
TAM Linhas Aéreas - TLA	62.024	51.810	-16,5%	45.958	12,7%
Bancos, Varejo, Indústria e Serviços	395.054	449.075	13,7%	446.102	0,7%

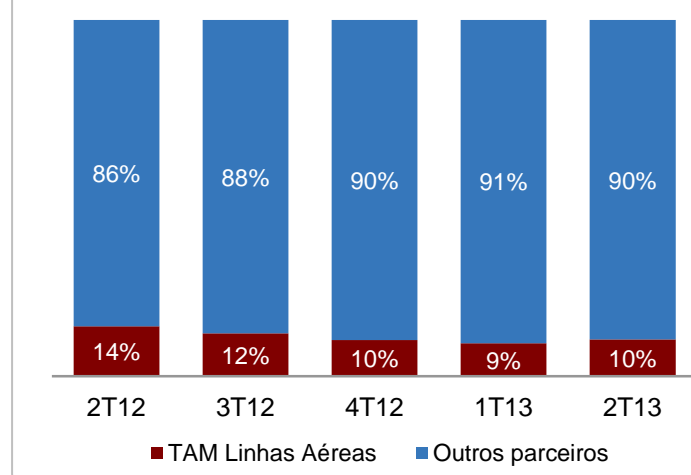
Faturamento da venda de pontos: R\$500,9 milhões no 2T13, uma variação de:

+9,6% vs 2T12, devido a:

+1,8% vs 1T13, devido a:

- **TLA:** redução de 16,5%, devido à redução de 8,6% da quantidade de pontos vendidos e a um leve ajuste no preço a partir de Setembro de 2012 em função da celebração do 8º Termo Aditivo Contrato Operacional entre a Companhia e a TLA, que promoveu algumas alterações na tabela de preços de passagens e inclusão de novas classes tarifárias conforme recomendação da Diretoria da Companhia;
- **Bancos, Varejo, Indústria e Serviços:** crescimento de 13,7%, principalmente pelo (i) crescimento de 5,2% da quantidade de pontos vendidos (vide página 4) e (ii) depreciação de 6,9% na cotação média do real em relação ao 2T12, visto que os contratos com os bancos são denominados em dólar.
- **TLA:** crescimento de 12,7%, devido ao aumento de 12,7% da quantidade de pontos vendidos;
- **Bancos, Varejo, Indústria e Serviços:** crescimento de 0,7%, principalmente pela (i) redução de 5,4% na quantidade de pontos vendidos (vide página 4) e (ii) elevação de 6,2% na cotação média do dólar em relação ao 1T13, visto que os contratos com os bancos são denominados em dólar.

Faturamento por origem (%)



Demonstração de Resultado

(Em R\$ mil)	2T12	2T13	2T13 vs 2T12	1T13	2T13 vs 1T13
Demonstração de resultado					
Receita bruta	352.226	439.332	24,7%	411.951	6,6%
Venda de pontos	309.715	379.447	22,5%	360.369	5,3%
TAM Linhas Aéreas	47.138	40.838	-13,4%	40.808	0,1%
Bancos, varejo, indústria e serviços	262.577	338.609	29,0%	319.561	6,0%
Breakage	42.664	64.532	51,3%	54.983	17,4%
Hedge	(963)	(5.457)	466,6%	(4.211)	29,6%
Outras Receitas	810	810	0,0%	810	0,0%
Impostos sobre vendas e serviços	(32.710)	(40.767)	24,6%	(38.538)	5,8%
Receita Líquida	319.515	398.565	24,7%	373.413	6,7%
Custo dos resgates de pontos	(236.592)	(286.634)	21,2%	(274.619)	4,4%
Passagens aéreas	(228.154)	(270.388)	18,5%	(264.076)	2,4%
Outros produtos / serviços	(8.438)	(16.246)	92,5%	(10.544)	54,1%
Total dos Custos dos Serviços Prestados	(236.592)	(286.634)	21,2%	(274.619)	4,4%
Equivalência patrimonial	-	(1.703)	N.A.	(2.431)	-29,9%
Lucro Bruto	82.923	110.228	32,9%	96.363	14,4%
Margem Bruta	26,0%	27,7%	1,7p.p.	25,8%	1,9p.p.
Serviços compartilhados	(1.907)	(473)	-75,2%	(1.907)	-75,2%
Despesas com pessoal	(11.467)	(11.964)	4,3%	(10.806)	10,7%
Marketing	(3.406)	(6.404)	88,0%	(1.943)	229,6%
Depreciação	(2.203)	(1.978)	-10,2%	(1.861)	6,3%
Outros	(17.089)	(16.539)	-3,2%	(17.836)	-7,3%
Total das Despesas Operacionais	(36.071)	(37.359)	3,6%	(34.353)	8,8%
Total dos Custos e Despesas Operacionais	(272.663)	(325.695)	19,4%	(311.403)	4,6%
Lucro Operacional	46.852	72.869	55,5%	62.010	17,5%
Margem Operacional	14,7%	18,3%	3,6p.p.	16,6%	1,7p.p.
Despesa/Receita Financeira	21.032	17.880	-15,0%	11.788	51,7%
Hedge	(1.004)	(7.972)	694,4%	(2.939)	171,2%
Lucro antes do IR e CS	66.881	82.777	23,8%	70.859	16,8%
Imposto de Renda e Contribuição Social	(23.614)	(25.342)	7,3%	(24.009)	5,6%
Lucro Líquido no período	43.267	57.434	32,7%	46.850	22,6%
Margem Líquida	13,5%	14,4%	0,9p.p.	12,5%	1,9p.p.

Receita

A receita líquida foi de R\$398,6 milhões no 2T13, uma variação de:

+24,7% vs 2T12, devido a:

+6,7% vs 1T13, devido a:

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Receita de venda pontos: um crescimento de 22,5% devido a: (i) crescimento de 13,3% do número de pontos resgatados e (ii) variação no mix de pontos reconhecidos como receita, com uma maior participação de resgates de pontos que haviam sido vendidos com preço melhor. O mix de pontos reconhecidos como receita tende a convergir para a composição observada no faturamento de pontos, seguindo as curvas de resgates dos parceiros. • Receita de <i>breakage</i>: um aumento de 51,3%, principalmente devido a recuperação gradual e esperada na curva de reconhecimento de <i>breakage</i>. • Receita de <i>hedge</i>: despesa de R\$5,5 milhões devido a contratos vencidos neste trimestre. (Vide seção <i>Hedge</i>). • Outras receitas: em linha com o 2T12 | <ul style="list-style-type: none"> • Receita de venda pontos: um crescimento de 5,3%, devido principalmente ao (i) aumento de 3,3% do número de pontos resgatados e (ii) variação no mix de pontos reconhecidos como receita, com uma maior participação de resgates de pontos que haviam sido vendidos com preço melhor. O mix de pontos reconhecidos como receita tende a convergir para a composição observada no faturamento de pontos, seguindo as curvas de resgates dos parceiros. • Receita de <i>breakage</i>: um crescimento de 17,4%, principalmente devido a recuperação gradual e esperada na curva de reconhecimento de <i>breakage</i>. • Receita de <i>hedge</i>: despesa de R\$5,5 milhões, devido a contratos vencidos. (Vide seção <i>Hedge</i>). • Outras receitas: em linha com o 1T13. |
|--|--|

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

Prismah

Multiplus controla em conjunto com a AIMIA Newco UK LLP ("Aimia"), uma das líderes globais no mercado de fidelização com sede no Canadá, a empresa Prismah Fidelidade S.A. ("Prismah"), companhia de serviços de marketing de fidelização. Essa joint venture, que é controlada com participações iguais pelas partes, irá oferecer desenho, desenvolvimento e gerenciamento de programas de fidelidade de terceiros, além de serviços de consultoria e análise de dados relacionados a fidelização de clientes.

Custos e Despesas Operacionais

Custo dos resgates de pontos: R\$286,6 milhões, uma variação de:

+21,2% vs 2T12, devido a:	+4,4% vs 1T13, devido a:
<ul style="list-style-type: none"> • Passagens aéreas: aumento de 18,5%, principalmente como resultado de: (i) crescimento de 10,2% no volume de pontos resgatados em passagens aéreas e (ii) leve ajuste no custo unitário a partir de setembro/2012 em função da celebração do 8º Termo Aditivo Contrato Operacional, entre a Companhia e a TLA que promoveu algumas alterações na tabela de preços de passagens e inclusão de novas classes tarifárias conforme recomendação da Diretoria da Companhia e (iii) ajuste no custo unitário, a partir de junho de 2013 com base no 11º Aditivo ao Contrato Operacional entre a Companhia e a TLA que promoveu importantes melhorias no novo modelo de precificação. • Outros produtos / serviços: R\$16,2 milhões, comparado a R\$8,4 milhões no 2T12, como consequência do (i) aumento de 84,4% no volume de pontos resgatados e (ii) um leve ajuste no custo unitário para oferecer uma melhor proposta de valor de resgates não aéreos para os nossos participantes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Passagens aéreas: crescimento de 2,4%, como resultado de (i) aumento de 1,4% no volume de pontos resgatados em passagens aéreas e (ii) ajuste no custo unitário, a partir de junho de 2013 com base no 11º Aditivo ao Contrato Operacional entre a Companhia e a TLA que promoveu importantes melhorias no novo modelo de precificação. • Outros produtos / serviços: R\$16,2 milhões, um crescimento de 54,1%, quando comparado com 1T13, como consequência de (i) um aumento de 36% no volume de pontos resgatados e (ii) um leve ajuste no custo unitário para oferecer uma melhor proposta de valor de resgates não aéreos para os nossos participantes.

Serviços Compartilhados: R\$0,5 milhão, uma forte redução comparado ao 2T12 e 1T13, devido a internalização de algumas áreas-chave.

Despesas com Pessoal: R\$12,0 milhões, uma variação de:

+4,3% vs 2T12, devido a:	+10,7% vs 1T13, devido a:
Aumento de 127 para 179 pessoas no quadro de funcionários, para assegurar o crescimento da Companhia.	Aumento de 164 para 179 pessoas no quadro de funcionários, para assegurar o crescimento da Companhia.

Despesas com Marketing: R\$6,4 milhão, uma variação de:

+88,0% vs 2T12, devido a:	+229,6% vs 1T13, devido a:
Alocação sazonal das despesas de marketing, devido ao lançamento da campanha "Pontos que você junta, momentos que você guarda" em veículos de comunicação como rádio, revistas, TV e mídia online.	Alocação sazonal das despesas de marketing, devido ao lançamento da campanha "Pontos que você junta, momentos que você guarda" em veículos de comunicação como rádio, revistas, TV e mídia online.

Outros: R\$16,5 milhões, uma diminuição em relação ao 2T12 e 1T13, devido a uma redução das despesas de TI.

Despesas/Receita Financeira: R\$17,9 milhões, uma variação de:

-15,0% vs 2T12, devido a:	+51,7% vs 1T13, devido a:
Redução do retorno da taxa Selic de 8,99% para 7,25%.	Efeito contábil da compra antecipada de passagens áreas no trimestre anterior.

Hedge: R\$8,0 milhões despesa referente à contabilização da parcela não efetiva do hedge de fluxo de caixa. (Vide seção *Hedge*).

Hedge Cambial

A Companhia está exposta a risco cambial em suas atividades comerciais normais, visto que a maior parte dos contratos de venda de pontos com as instituições financeiras são referenciados em dólares americanos. Esses parceiros representaram mais de 90% do faturamento da Multiplus no trimestre.

A organização aprovou em dezembro de 2010 uma política de riscos financeiros, determinando limites de cobertura e lista de instrumentos financeiros permitidos, além de regras de elegibilidade e de concentração por contraparte.

Posição Atual

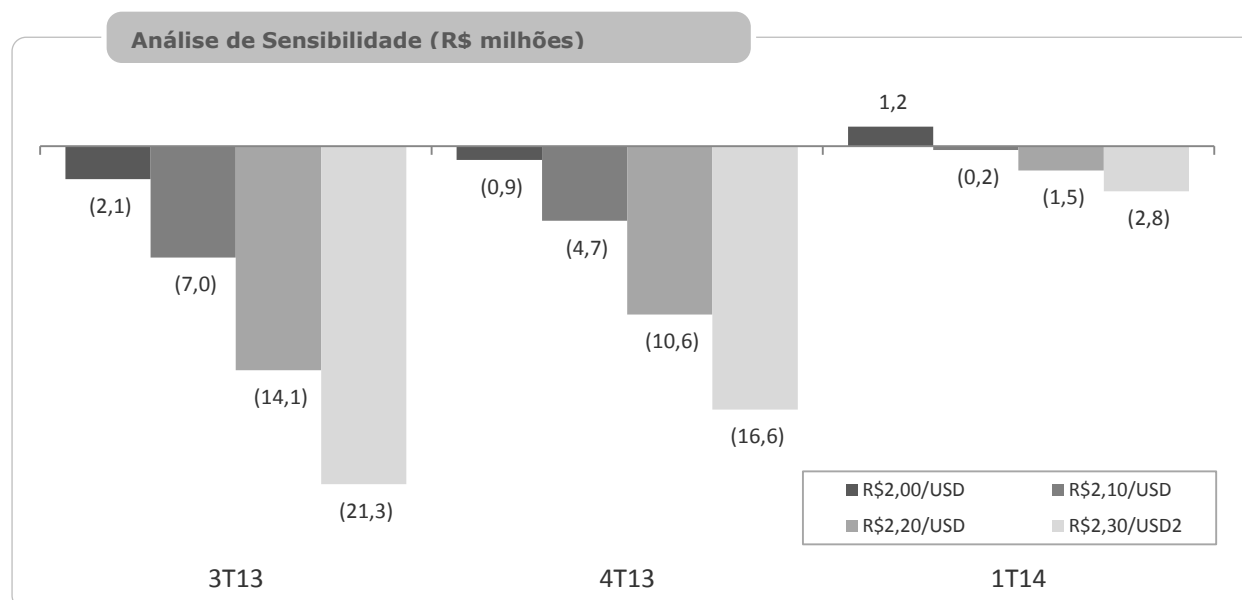
Posição em 30/06/2013:

	2013	2014	Total
Volume (em USD milhões)	132,0	18,0	150,0
PUT*	1,91	1,97	1,93
CALL*	2,01	2,07	2,03

* média dos preços de exercício (R\$/USD)

Sensibilidade

Apresentamos uma análise de sensibilidade para reembolsos futuro com as nossas posições de hedge até o 1T14, simulando as cotações médias R\$/USD em R\$ 2,00, R\$ 2,10, R\$ 2,20 e R\$ 2,30.

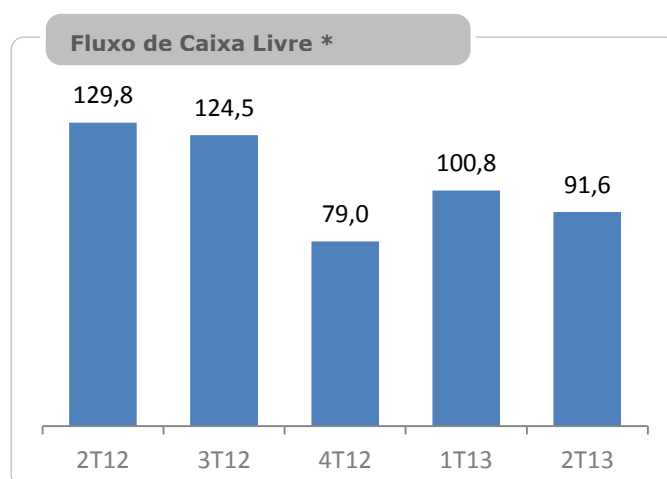


Fluxo de Caixa

(Em R\$ mil)	2T12	2T13	1T13
Fluxo de Caixa			
Lucro Líquido	43.267	57.434	46.850
Depreciação/Amortização	2.203	1.978	1.861
Contas a Receber	2.827	(45.729)	(31.642)
Contas a Pagar	(8.021)	28.271	62.927
Impostos	(8.956)	(13.314)	12.753
Impostos Diferidos	(19.981)	(7.382)	7.386
Partes Relacionadas	114	3.441	(416.108)
Adiantamento a Fornecedores	1.587	-	1.458
Receita Diferida e Passivo de Breakage	104.699	56.870	76.537
Instrumentos Derivativos	55.895	20.597	(16.847)
Outros Ativos e Passivos	1.118	11.423	(21.150)
Equivalência patrimonial em resultados de investimentos da JV	-	1.703	2.431
Fluxo de Caixa Operacional	174.752	115.293	(273.545)
Investimento	(8.104)	(2.624)	(1.332)
Participações em empresas	-	(11.029)	1
Fluxo de Caixa dos Investimentos	(8.104)	(13.653)	(1.331)
Custo com emissão de ações	-	-	-
Capital Social	-	(1)	1
Reserva de Capital	2.995	1.524	1.194
Ajuste de avaliação patrimonial/Hedge	(38.279)	(8.098)	14.167
Dividendos e JCP	(0)	(44.706)	(67.136)
Fluxo de Caixa dos Financiamentos	(35.284)	(51.282)	(51.773)
Aumento (Redução) do Caixa	131.364	50.359	(326.650)
Caixa Inicial*	919.865	713.456	1.040.106
Caixa Final*	1.051.229	763.815	713.456

*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 despesas antecipadas e capital (4T12 exclui e 1T13 inclui R\$ 71,3 milhões referentes a liquidação antecipada a fornecedores).

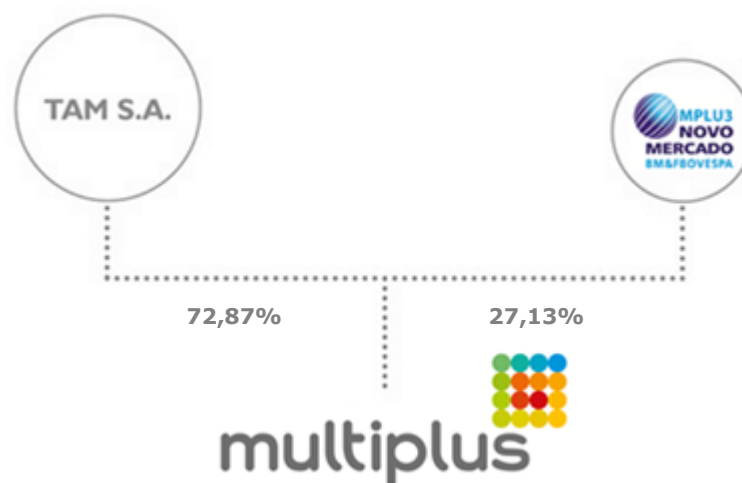
Balanço Patrimonial

(Em R\$ mil)	2T12	2T13	2T13 vs 2T12	1T13	2T13 vs 1T13
Balanço Patrimonial					
Ativo Total	1.324.453	1.529.342	15,5%	1.426.657	7,2%
Ativo Circulante	1.224.355	1.437.166	17,4%	1.349.757	6,5%
Caixa e equivalentes de caixa	1.188	3.410	187,0%	3.492	-2,4%
Ativos financeiros mensurados ao valor justo por meio do resultado	876.811	747.623	-14,7%	709.964	5,3%
Ativos financeiros mantidos até o vencimento	161.364	12.782	-92,1%	-	N.A.
Contas a receber	144.308	215.802	49,5%	170.073	26,9%
Tributos a recuperar	3.388	5.269	55,5%	-	N.A.
Partes relacionadas	21.928	429.630	1859,3%	433.071	-0,8%
Instrumentos financeiros derivativos	-	-	N.A.	-	N.A.
Despesas antecipadas	4.311	-	-100,0%	-	N.A.
Demais contas a receber	11.057	22.650	104,8%	33.156	-31,7%
Ativo Não Circulante	100.098	92.176	-7,9%	76.900	19,9%
Ativos financeiros - depósitos bancários	-	-	N.A.	-	N.A.
Ativos financeiros mantidos até o vencimento	11.866	-	-100,0%	-	N.A.
Imposto de renda e contribuição social diferidos	25.958	16.008	-38,3%	8.625	85,6%
Instrumentos financeiros derivativos	66	-	-100,0%	550	-100,0%
Demais contas a receber	14.256	5.293	-62,9%	6.821	-22,4%
Investimentos	-	11.263	N.A.	1.937	481,3%
Imobilizado	2.312	3.951	70,9%	3.208	23,2%
Intangível	45.640	55.661	22,0%	55.758	-0,2%
Partes Relacionadas	-	-	N.A.	-	N.A.
Passivo Total	1.324.453	1.529.342	15,5%	1.426.657	7,2%
Passivo Circulante	1.137.577	1.378.760	21,2%	1.282.334	7,5%
Fornecedores	116.956	151.022	29,1%	122.751	23,0%
Salários e encargos sociais	5.281	9.509	80,1%	7.979	19,2%
Impostos, taxas e contribuições	4.760	3.963	-16,7%	610	549,9%
Imposto de renda e contribuição social a pagar	13.393	12.523	-6,5%	23.921	-47,6%
Juros sobre capital próprio e dividendos a pagar	-	-	N.A.	-	N.A.
Instrumentos financeiros derivativos	38.498	34.870	-9,4%	14.823	135,2%
Receita diferida	813.535	1.022.699	25,7%	964.864	6,0%
Passivo de Breakage	134.073	136.676	1,9%	137.748	-0,8%
Demais contas a pagar	11.081	7.498	-32,3%	9.639	-22,2%
Dividendos a pagar	-	-	N.A.	-	N.A.
Passivo Não Circulante	26.091	107	-99,6%	-	N.A.
Partes Relacionadas	-	-	N.A.	-	N.A.
Instrumentos financeiros derivativos	26.091	-	-100,0%	-	N.A.
Receita diferida	-	107	N.A.	-	N.A.
Patrimônio Líquido	160.785	150.475	-6,4%	144.323	4,3%
Capital social	93.722	102.886	9,8%	102.887	0,0%
Reserva de capital	(6.631)	(996)	-85,0%	(2.520)	-60,5%
Reserva de lucros	18.744	20.577	9,8%	20.577	0,0%
Ajuste de avaliação patrimonial	(49.903)	(31.570)	-36,7%	(23.472)	34,5%
Lucros acumulados	104.853	59.578	-43,2%	46.850	27,2%

MERCADO DE CAPITAIS

Estrutura Societária

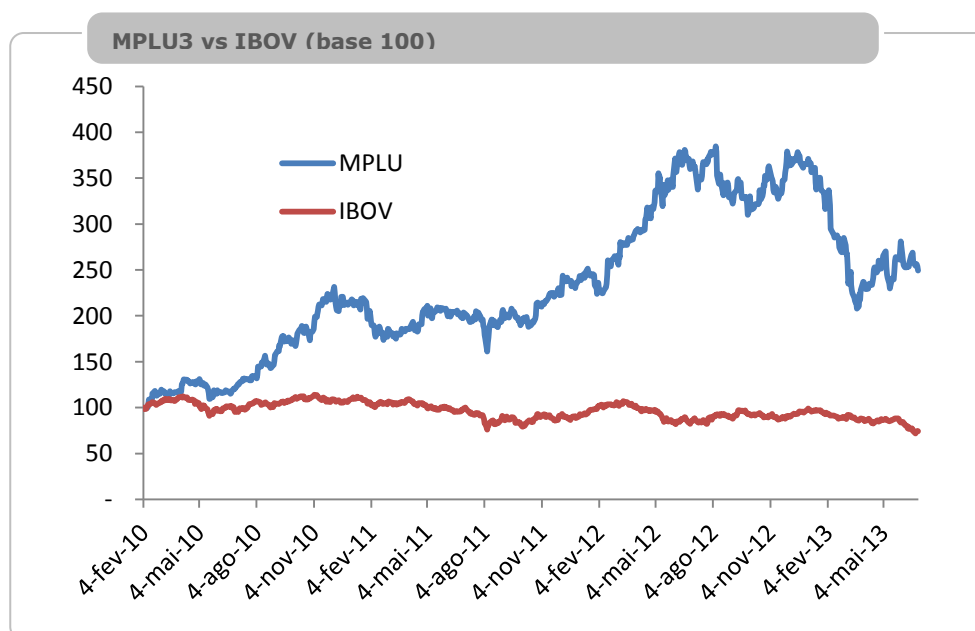
A estrutura societária da Multiplus é a seguinte:



Atualizado em 30/06/2013

Desempenho das Ações

Em 30 de junho de 2013, as ações MPLU3 estavam cotadas a R\$ 32,56, representando uma valorização de 149,3% desde o início da oferta de ações e um valor de mercado de R\$ 5,3 bilhões. Em 2013, a variação foi de -31,7% comparado a desvalorização de 24,1% do índice Ibovespa (IBOV) e o volume médio diário foi de aproximadamente R\$ 18,7 milhões.



GLOSSÁRIO

ANAC: Agência Nacional de Aviação Civil

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.

EBITDA Ajustado: medida não contábil calculada com base nas informações financeiras e que corresponde ao lucro operacional, ajustado por determinados itens que impactam o resultado das operações da Multiplus como o faturamento e a receita do período, além de custos estimados com resgates 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

Resgates promocionais: resgates de passagens-prêmio por menos de 10.000 pontos.

RPK: Passageiros/Km Transp. Pagos (*Revenue Passenger Kilometer*). Quantidade de quilômetros voados por passageiro pagante.

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 se estima não ser 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.

Contato Relações com Investidores

Ronald Domingues

Ivan Bonfanti

Filipe Scalco

Tel.: (11) 5105-1847 | invest@multiplusfidelidade.com.br | www.multiplusfidelidade.com.br/ri

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 72,87% 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 mais de 440 parceiros e reúne mais de 11 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 370 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), Livraria Cultura (livraria), Accor e Hilton HHonors (hotelaria), Oi (telecomunicação), Editora Globo (editora), SKY (TV por assinatura), Pontofrio.com (e-commerce), Luigi Bertolli, Cori e Emme (vestuário), 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 (compra coletiva), Movida e Lokamig (aluguel de automóveis), Grupo Muffato (supermercados).