

São Paulo, 10 de agosto de 2016 - A CSU (BM&FBOVESPA: CARD3), empresa líder no mercado brasileiro de prestação de serviços de alta tecnologia voltados ao consumo, relacionamento com clientes, processamento e transações eletrônicas anuncia os resultados do segundo trimestre de 2016 (2T16). As informações financeiras são apresentadas em IFRS e em Reais (R\$), exceto quando indicado o contrário, de acordo com os pronunciamentos emitidos pelo Comitê de Pronunciamentos Contábeis. As comparações referem-se ao 2T15 e 1T16.



## Relações com Investidores

### Ricardo Ribeiro Leite

Diretor Financeiro e DRI

### Renata Oliva Battiferro

Diretora de Relações com Investidores

### Rodrigo Faria

Gerente de Relações com Investidores

### Contato:

[www.csu.com.br/ri](http://www.csu.com.br/ri)

[ri@csu.com.br](mailto:ri@csu.com.br)

+55 (11) 2106-3700

### NOVO MERCADO

Código na Bolsa: CARD3

Total de Ações: 41.800 mil

Ações em circulação (*free float*):

14.896 mil (35,6%)

### Teleconferência de Resultados 2T16

Quinta-feira, 11 de agosto de 2016

09h00 (horário de Brasília) – Português

*Tradução simultânea*

Telefone: (11) 2188-0155 (Brasil)

Código de acesso: CSU

Webcast: [www.csu.com.br/ri](http://www.csu.com.br/ri)

## EXPANSÃO ANUAL DE 45,1% DO EBITDA COM

## LUCRO LÍQUIDO DE R\$ 16,5 MILHÕES NO PRIMEIRO SEMESTRE DO ANO

### DESTAQUES DO PERÍODO:

#### RECEITA BRUTA de R\$ 132,7 milhões no 2T16 e R\$ 267,3 no 1S16:

☞ +5,0% (vs. 2T15) e +7,5% (vs. 1S15), impulsionada pela expansão dos negócios e superior ao aumento dos custos em ambos os períodos.

☞ CSU CardSystem responsável por 55,8% (+3,5 p.p. YoY) do faturamento total no 1S16.

#### EBITDA de R\$ 24,1 milhões no 2T16 e R\$ 47,6 milhões no 1S16:

☞ Expansão de 42,7% (vs. 2T15) e de 45,1% (vs. 1S15).

#### LUCRO LÍQUIDO de R\$ 8,3 milhões no 2T16 e R\$ 16,5 milhões no 1S16:

☞ 1,2 vez o lucro líquido reportado tanto no 2T15, quanto no 1S15.

#### GERAÇÃO OPERACIONAL DE CAIXA:

☞ Consistente geração operacional de caixa em decorrência do crescimento do EBITDA e da eficiente gestão de capital de giro.

#### CARDSYSTEM:

☞ 22,8 milhões de cartões cadastrados: + 26,5% em doze meses e +3,4% sobre o 1T16.

Principais Indicadores (em milhares ou %)	2T16	1T16	2T15	% Variação vs.		1S16	1S15	% Variação
				1T16	2T15			
<b>Destaque Operacionais</b>								
Cartões Cadastrados	22.755	22.005	17.986	3,4%	26,5%	22.755	17.986	26,5%
Cartões Faturados	19.719	18.780	16.813	5,0%	17,3%	19.719	16.813	17,3%
Posições de Atendimento	2.285	2.476	2.576	-7,7%	-11,3%	2.381	2.577	-7,6%
<b>Destaque Financeiros</b>								
Receita Bruta	132.682	134.643	126.323	-1,5%	5,0%	267.325	248.626	7,5%
Receita Líquida	119.783	121.938	116.438	-1,8%	2,9%	241.721	229.056	5,5%
Margem Bruta	26,9%	27,6%	20,4%	-0,7 p.p.	6,5 p.p.	27,3%	20,6%	6,6 p.p.
EBITDA	24.074	23.527	16.869	2,3%	42,7%	47.600	32.816	45,0%
Margem EBITDA	20,1%	19,3%	14,5%	0,8 p.p.	5,6 p.p.	19,7%	14,3%	5,4 p.p.
EBIT	16.058	15.760	9.854	1,9%	63,0%	31.819	19.030	67,2%
Margem EBIT	13,4%	12,9%	8,5%	0,5 p.p.	4,9 p.p.	13,2%	8,3%	4,9 p.p.
Lucro Líquido	8.340	8.153	3.819	2,3%	118,4%	16.493	7.511	119,6%
Margem Líquida	7,0%	6,7%	3,3%	0,3 p.p.	3,7 p.p.	6,8%	3,3%	3,5 p.p.
Capex	10.205	9.472	8.171	7,7%	24,9%	19.677	16.859	16,7%
Capex/Receita Líquida	8,5%	7,8%	7,0%	0,8 p.p.	1,5 p.p.	8,1%	7,4%	0,8 p.p.
Dívida Líquida	28.559	53.080	62.493	-46,2%	-54,3%	28.559	62.493	-54,3%
Dívida Líquida/EBITDA	0,3	0,7	1,0	-0,4x	-0,7x	0,3	1,0	-0,7x

\* Nota: Os números de Posições de Atendimento referem-se às médias das unidades faturadas nos respectivos períodos.

## - COMENTÁRIOS DA ADMINISTRAÇÃO -

Mesmo em um cenário econômico não favorável, ainda volátil e incerto, a Companhia seguiu por mais um trimestre consecutivo registrando resultados sustentáveis em todas as linhas de negócio. Esses, porém, apresentaram um ritmo menor comparado aos últimos trimestres, reflexo do panorama econômico atual.

Os resultados financeiros do 2T16 foram positivos, com lucro líquido de R\$ 8,3 milhões, em linha com o registrado no 1T16 (R\$ 8,2 milhões), e mais que o dobro dos R\$3,8 milhões no 2T15. A receita líquida totalizou R\$ 119,8 milhões, praticamente estável em relação aos R\$ 121,9 milhões registrados no 1T16 e 2,9% superior aos R\$ 116,4 milhões no 2T15. Já o EBITDA totalizou R\$ 24,1 milhões, comparado com R\$ 23,5 milhões no 1T16 e R\$ 16,9 milhões no mesmo período do ano anterior. A margem EBITDA consolidada, por sua vez, atingiu 20,1%, crescimento frente aos 19,3% no 1T16 e 14,5% no 2T15. Destacamos que a Companhia vem buscando ampliar, ainda mais, a sua eficiência na gestão de custos com o objetivo de melhor absorver os benefícios de sua alavancagem operacional positiva, permitindo assim, o crescimento sustentável dos seus principais indicadores financeiros.

Segundo estimativa da ABECS, associação do setor de meios eletrônicos de pagamento, as transações com cartões de crédito e débito no Brasil somaram R\$ 275 bilhões no 2º trimestre de 2016, montante 7,9% superior ao mesmo período do ano passado. Favorecido pelo aquecimento do setor, a divisão CardSystem encerrou o trimestre com 22,8 milhões de cartões cadastrados, crescimento de 26,5% comparado com o 2T15.

Ainda com relação à divisão de meios eletrônicos de pagamentos, sempre engajada a iniciativas globais que impactam na sua operação, a CardSystem passou a autorizar, para um de seus clientes, as transações através de aplicativo *mobile payment*, aprimorando a experiência de compra do consumidor final, além de promover o seu programa de relacionamento em sinergia com a divisão MarketSystem.

Na MarketSystem, divisão especializada em marketing de relacionamento, programas de fidelidade e e-commerce, a plataforma OPTe+ permanece registrando aumento de sua aceitação no mercado, verificado através do aumento de 338% do consumo dentro da plataforma em detrimento à transferência de pontos para demais programas de fidelidade desde o 1T14. Contudo, registramos queda do volume financeiro transacional, ainda como reflexo da retratação da economia do país, tendência esta que entendemos que possa ser revertida no futuro próximo com estabilidade da moeda e melhoria das perspectivas econômicas.

Também, visando maior eficiência de suas operações, as atividades da CSU MarketSystem foram desmembradas em duas frentes, cada uma passando a ser conduzida por dois novos executivos voltados exclusivamente ao mercado de “Loyalty” e ao “Consumidor Final” (B2C).

Já a CSU Contact, unidade especializada em soluções para *contact center*, encerrou o segundo trimestre com média de 2.285 Posições de Atendimento (PA's) faturadas, comparada com 2.476 PA's no 1T16 e 2.576 no 2T15. Tal resultado se deve ao arrefecimento do volume de chamadas, resultando na readequação de algumas operações, o que aliado à sazonalidade normal da operação de alguns clientes, levou à redução de algumas operações.

Apesar do cenário econômico desafiador, a diversificação dos negócios vem possibilitando sólidas entregas de resultados com crescimento dos principais indicadores financeiros. No que tange o planejamento futuro, permanecemos focados em alcançar eficiência operacional, mantendo custos e despesas sob controle, sempre buscando novas oportunidades de negócios. Seguimos confiantes de que a Companhia tem o potencial de crescimento frente ao desafiador mercado brasileiro e que a busca pela expansão sustentável é viável.

## - DESEMPENHO OPERACIONAL POR UNIDADE DE NEGÓCIO -

### CSU.CARDSYSTEM

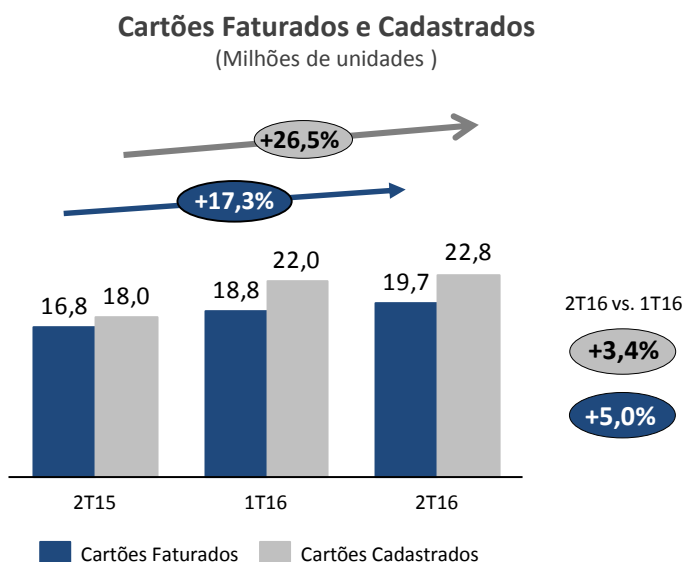
A **CSU CardSystem** é a Unidade que engloba as divisões de negócios responsáveis pelo processamento e administração dos meios eletrônicos de pagamento (**CardSystem**), soluções de marketing de relacionamento, fidelidade e e-commerce (**MarketSystem**) e terceirização de TI (**CSU ITS**).

#### 1.1 - CARDSYSTEM: MEIOS ELETRÔNICOS DE PAGAMENTO

A **CARDSYSTEM** oferece aos clientes o processamento e a administração de cartões de crédito, private labels e cartões híbridos (cartões private labels com bandeira Visa ou MasterCard), além de serviços de processamentos aos adquirentes (Acquirer).

#### Desempenho Operacional

A Companhia encerrou o período com 22,8 milhões de cartões cadastrados, 3,4% superior à base de cartões exibida no mês de março e 26,5% acima da base apresentada ao final de junho/15. Já com relação aos cartões faturados, a divisão apresentou crescimentos de 5,0%, frente a março/16, e de 17,3%, ao longo dos últimos doze meses, encerrando o período com 19,7 milhões de cartões.



Os crescimentos apresentados refletem o crescimento orgânico da base de cartões, com aumento dos volumes de processamento, ativação e emissão de novos cartões. Adicionalmente, a comparação anual entre o 2T16 e o 2T15 foi positivamente impactada pela conquista de novos contratos.

A CardSystem continua apresentando perspectivas positivas de crescimento, tanto em decorrência da consolidação de sua atuação em novos segmentos, como pela ainda relativamente baixa penetração dos meios eletrônicos de pagamentos no consumo das famílias brasileiras quando comparada com mercados mais maduros.

Um dos destaques do trimestre foi a disponibilização do novo meio de pagamento por meio do aplicativo Samsung Pay aos clientes do **Cartão de Crédito Porto Seguro Visa**. Dessa forma, os clientes farão pagamentos de maneira mais fácil e segura, aprimorando a experiência de compra do consumidor. A utilização do aplicativo está disponível em todo o Brasil desde julho para determinados modelos de celulares da **Samsung**, e a maior parte dos terminais nos estabelecimentos do país já são compatíveis com o sistema. No caso dos clientes Porto Seguro Cartões, aqueles que cadastrarem o cartão no aplicativo Samsung Pay vão ganhar 1.000 pontos no programa de relacionamento, processado pela CSU através da divisão MarketSystem, comprovando o elevado nível de sinergia entre as divisões de negócios.

Já a divisão responsável pelo processamento de adquirência, consolidada na unidade CSU CardSystem, registrou crescimento anual no volume de transações faturadas de 60,2% no 2T16. Já na comparação com o trimestre imediatamente anterior, o volume de transações faturadas apresentou crescimento de 5,5%.

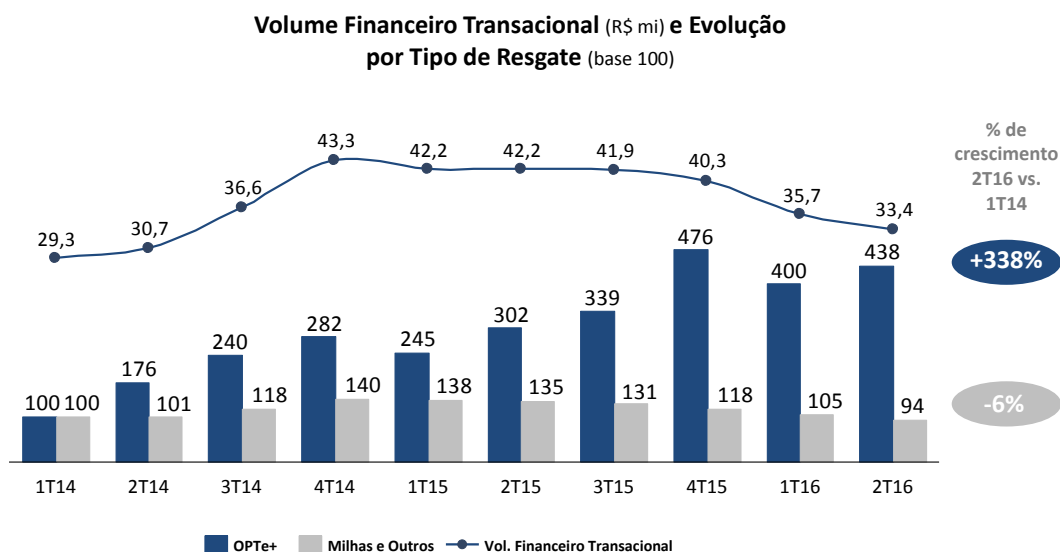
## **1.2 - MARKETSYSTEM: MARKETING, FIDELIDADE E E-COMMERCE**

*A MarketSystem é a divisão provedora de soluções de marketing de relacionamento e programas de fidelidade (Loyalty) e E-commerce, através da plataforma tecnológica OPTe+.*

### **Desempenho Operacional**

No segundo trimestre de 2016, a MarketSystem continuou trabalhando para o aprimoramento de todas as suas linhas de negócios, direcionando esforços para a prospecção de novos clientes, expansão da sua base de parceiros e fortalecimento da marca OPTe+ no mercado.

A Plataforma **OPTe+**, *marketplace* B2C e B2B, segue adicionando novos parceiros com o objetivo de diversificar sua oferta de produtos e estimular a competitividade de preços entre os parceiros integrados, gerando assim, maior atratividade aos programas de fidelidade de seus clientes, *vis-à-vis* a transferência de pontos para empresas coalizadoras de programas de fidelidade, bem como para os clientes do Shopping Corporativo e os consumidores finais do *e-commerce* (operação B2C).



Neste trimestre, o volume financeiro transacional apresentou quedas de 20,9% em relação a 2T15 e de 6,3% na comparação com o 1T16. Dentre alguns motivos estão (i) os esforços de redução de custos das empresas patrocinadoras devido cenário macroeconômico fragilizado, (ii) o encarecimento da conversão de moeda em pontos, em grande parte devido à volatilidade do dólar, e (iii) fatores macroeconômicos diversos, como queda no consumo e o próprio efeito da inflação.

Contudo, o volume de resgates do OPTe+ segue comprovando a sua atratividade perante os resgates feitos em Milhas e Outros, apresentando um aumento de 338% dos resgates feitos dentro da plataforma entre o 2T16 e o 1T14, ante uma queda de 6% dos demais canais de resgate. Esse desempenho continua evidenciando o contínuo processo de mudança do padrão cultural de comportamento dos participantes dos programas de fidelidade, cada vez mais dispostos a considerar uma gama muito mais ampla de opções de resgates, demonstrando a atratividade da solução tecnológica para os clientes da MarketSystem.

Voltado ao OPTe+, a MarketSystem segue com ações de marketing pontuais para a consolidação da marca no segmento de e-commerce.

## CSU CONTACT

*A CSU Contact é a unidade da CSU especializada na prestação de serviços de teleatendimento, help desk, cobrança, back office, televendas, engajamento e relacionamento com o cliente, através de posições de atendimento humano ou canais digitais.*

### Desempenho Operacional

A unidade encerrou o segundo trimestre do ano com 2.285 posições de atendimento (PA's) médias faturadas, reduções de 7,7% e de 11,3% em relação ao 1T16 e ao 2T15, respectivamente. No acumulado do primeiro semestre, a média de PA's faturadas foi de 2.381 posições, queda de 7,6% YoY.

As reduções apresentadas devem-se, principalmente, às readequações de PA's ao longo dos referidos períodos, explicado pelo arrefecimento das operações de alguns clientes com menor volume de chamadas, reflexo do cenário macroeconômico atual, e por um período prejudicado pela sazonalidade de algumas operações.

A unidade segue priorizando operações mais complexas, com foco em operações com maior valor agregado, com margens sustentáveis para os negócios da Companhia. Buscando atender às demandas e ao dinamismo do mercado com serviços diferenciados, a Companhia adotou diversas iniciativas de otimização de estrutura, incremento de produtividade e revisão dos processos de atendimento, ações estas que permitiram, além da redução custos, ganhos importantes nos índices de qualidade e de satisfação dos clientes.

Como resultado destas iniciativas, a CSU Contact foi reconhecida em algumas de suas operações como “Excelência em atendimento de Ouvidoria”, “Inovação em relacionamento” e “Melhor operação de recuperação de crédito”, recebendo diversas premiações de renomadas empresas de vários segmentos.

Adicionalmente, a utilização dos canais digitais, em combinação com recursos tradicionais humanos, permitiu ampliar a recuperação de crédito em algumas operações, elevando assim a efetividade da operação. Com a condição de inadimplência mais presente pela deterioração econômica atual, acreditamos que isto poderá significar maiores negócios para a Unidade.

Em paralelo, a CSU Contact vem investindo bastante em estudos, análises de mercado e, principalmente, em tecnologia, com foco em inovação de seus processos em busca do incremento de produtividade e excelência na prestação dos serviços. Nesse sentido, a unidade vem se destacando como uma empresa reconhecidamente especializada em operações de alta complexidade, ao prover soluções inovadoras e em linha com as novas tendências de mercado, em automação, robotização e atendimento ao cliente digital.

### DEMAIS INICIATIVAS

O produto **C360**, plataforma de inteligência de mercado para relacionamento e abordagem de clientes e *prospects*, e a divisão **CSU ITS**, responsável por serviços de infraestrutura tecnológica (BPO/ITO), seguem contribuindo com ganhos de eficiência e economia de custo em operações que envolvem as demais áreas de negócios da CSU. Tais frentes permanecem colaborando para a ampliação de alguns contratos vigentes, através de demais unidades de negócios da Companhia, suportando as atividades de maneira sinérgica e complementar aos serviços ofertados, ampliando a produtividade e reduzindo custos.

No 2T16, o C360 foi uma importante ferramenta para as operações de recuperação de crédito e cobrança da unidade CSU Contact, gerando ganhos de eficiência de até 3 p.p. do nível de recuperabilidade de determinadas carteiras e, conseqüentemente, arrecadações adicionais para os clientes em questão.

Já no acumulado do primeiro semestre de 2016, o C360 também contribuiu para os resultados da Companhia ao ser implantado para a prestação de serviço de desbloqueio de cartões emitidos em determinadas operações da divisão CardSystem, resultando em um aumento de cerca de 25 p.p. do volume de cartões desbloqueados no 1T16. Assim como ocorrido no 2T16, a ampliação da quantidade de clientes a utilizar a ferramenta C360 resultou em maior eficiência na CSU Contact, ampliando o nível de recuperação e cobrança de suas respectivas operações.

A infraestrutura TIER III da CSU ITS vem recebendo investimentos adicionais que montarão ao longo do ano em cerca de R\$ 4 milhões, posicionando a CSU como empresa provedora de uma infraestrutura PREMIUM de *Private Cloud e Hosting*. Estes investimentos garantirão a oferta de ambientes de alta *performance* utilizando as mais modernas tecnologias existentes no mercado. Além de atender às operações da Companhia com o máximo de segurança e disponibilidade, a divisão permanece como diferencial para o crescimento em operações de alto valor agregado.

## - PANORAMA DE NEGÓCIOS: ASPECTOS COMERCIAIS -

A CSU encontra-se engajada a ampliar cada vez mais sua participação no mercado brasileiro, firmando contratos sustentáveis para os negócios da Companhia. Conforme exposto a seguir, ao longo dos últimos doze meses novos contratos foram acordados, renovados, assim como resilidos. Alguns destes novos contratos já iniciaram suas operações e outros estão em processo de implantação, contribuindo assim para o crescimento dos resultados da Companhia como um todo. Adicionalmente, visando impulsionar as operações da Companhia, a administração da CSU vem trabalhando para que novos contratos comerciais possam ser conquistados em breve.

### CSU.CARDSYSTEM

Em janeiro de 2016, teve início o novo contrato, decorrente de licitação ganha no ano anterior da CSU com o Banco Banestes, para prestação de serviços de **processamento de cartões Banestes Visa** na CardSystem. O novo contrato define a continuidade da relação com o Banestes, que passa a ter um novo horizonte contratual na prestação desses serviços. Adicionalmente, além da operação de meios eletrônicos de pagamentos, encontra-se em fase piloto a implantação dos **Novos Portais e catálogo Online OPTe+ para os programas de fidelidade dos cartões Banestes Visa e cartões Banescard**, disponibilizando viagens, produtos de varejo, moda e serviços através da plataforma para os seus clientes.

Também, em março de 2016, foi firmado, no modelo “*Full Service*” de processamento, novo contrato com o **BMB - Banco Mercantil do Brasil** para o serviço de processamento e administração de cartões de crédito na unidade CardSystem. A migração da carteira total do Banco deverá ocorrer dentro dos próximos seis meses.

Além disso, atenta às tendências do mercado, ao final deste primeiro semestre, a CardSystem passou a autorizar as transações via *Mobile*, processando o pagamento do **Cartão de Crédito Porto Seguro Visa** através dos dispositivos móveis, melhorando a experiência do consumidor final. Utilizando o Samsung Pay, clientes da “Porto Seguro Cartões” poderão utilizar seus dispositivos móveis para realizar as suas compras, com comodidade e segurança.

Já com relação à divisão de serviços prestados para empresas de adquirência, com o término do contrato em 30/06/16, houve a finalização da prestação de serviços ao **Banco Banrisul**. Os demais serviços prestados, através das unidades de negócios CardSystem, MarketSystem e Contact permanecem ativos. A operação de adquirência foi descontinuada pelo banco, passando a realizar esta atividade internamente. Apesar disto, a Companhia mantém sua visão estratégica quanto ao potencial desta divisão de serviços, buscando conquistar novos clientes para o processamento das transações de adquirência.

**CSU.MARKETSYSTEM**

Durante o segundo semestre de 2015, houve a implantação do novo programa de fidelidade da **Pernambucanas**, com início da operação em abril de 2016. O “Sempre Mais Pernambucanas” passou a distribuir pontos aos clientes que utilizam o cartão de crédito da varejista em compras nas lojas da rede ou em outros estabelecimentos comerciais. Estes pontos poderão ser trocados por produtos e viagens no site do programa ([www.sempremaispernambucanas.com.br](http://www.sempremaispernambucanas.com.br)). Toda a operação de premiação do programa está sob a responsabilidade da CSU, através da unidade de negócio CSU MarketSystem. A premiação é realizada por meio da troca de pontos por produtos e viagens na plataforma tecnológica OPTe+.

Também em setembro de 2015, houve a adesão da **Electrolux**, cliente da CSU MarketSystem desde 2003, à plataforma OPTe+, revigorando e ampliando a variedade de premiação aos colaboradores da empresa.

Convém mencionar que em meio a um cenário econômico adverso, é mais vantajoso financeiramente as empresas fidelizarem seus atuais consumidores a conquistar novos clientes. Neste sentido, a CSU vem evidenciando a tendência positiva quanto ao crescimento do mercado de *Loyalty*, através da implantação da plataforma OPTe+ no mercado.

Ainda no segundo semestre de 2015, ocorreu à implantação do “Shopping Corporativo” para o **Santos Futebol Clube**. Este último, inclusive, já conta com um programa de fidelidade, no qual usuários do Shopping Corporativo poderão acumular pontos para futuros resgates dentro da plataforma OPTe+.

Na modalidade de Shopping Corporativo, plataforma de e-commerce para que empresas com grandes bases de clientes possam ter uma ferramenta moderna para fidelizá-las e monetizá-las, está prevista a implantação do contrato firmado com a **Souza Cruz** dentro dos próximos dois meses.

Neste primeiro semestre, buscando ampliar as oportunidades de negócios através de clientes já existentes na CSU, através da plataforma OPTe+ foi implantado o programa de incentivo da **Vivo**. O programa “Vivo Turbine suas Vendas” é voltado ao varejo e objetiva melhorar o relacionamento dos vendedores, recompensando-os com pontos através da venda de produtos da Empresa.

A CSU também firmou contrato com o **Banco Cooperativo do Brasil (Bancoob)** em julho de 2016, o qual ainda contratou o serviço de Gestão de Passivo de Pontos. O novo cliente da MarketSystem irá utilizar o OPTe+ como plataforma de resgate para o programa de relacionamento de seus cartões de crédito, o Sicoobcard Prêmios, ampliando o *market share* da plataforma OPTe+ no mercado de fidelidade. Convém destacar que o contrato assinado com o Bancoob permitirá expandir a operação OPTe+ para além do programa do Sicoob, atuando também com as demais parcerias das quais o banco é emissor, com crescimento

esperado para os próximos anos. A CSU esta engajada para a implantação do OPTe+ o mais breve possível.

Através das iniciativas comerciais que vem sendo firmadas na MarketSystem, a Companhia encontra-se otimista quanto ao crescimento desta divisão de negócios.

### **CSU CONTACT**

Dentre os mercados em que a CSU atua, o de prestação de serviços de atendimento ao consumidor vem sendo o mais atingido pela retração do consumo. Na CSU Contact registramos o encerramento da parceria com a **Vivo**, solicitada pelo cliente por necessidade de redução de custos, e diminuição do volume de atendimento nos últimos doze meses, movimento este que, apesar de reduzir faturamento, impulsionou as diversas iniciativas adotadas pela Companhia com o objetivo de otimizar os custos da unidade de negócios, conforme já mencionadas.

Mesmo em meio a esse cenário econômico desafiador, tivemos a conquista de novos clientes, onde, até o momento, foram firmados contratos com a **Claro**, empresa de telecomunicações do grupo América Móvil, **Carglass**, empresa com atuação em mais de 30 Países no segmento automotivo, e **Odonto Empresas Convênios Dentários**, uma empresa Caixa Seguradora. As novas operações estão sendo implantadas de forma gradativa até o final desse ano, com perspectivas favoráveis para a unidade.

Adicionalmente à conquista de novos clientes, tivemos o crescimento e diversificação dos negócios de alguns clientes atuais, como, por exemplo, a **Natura**, que passou a concentrar todas as posições de atendimento de cobrança “amigável” em nossas instalações, as quais foram implantadas no final deste segundo trimestre.

Juntas, as referidas conquistas comerciais permitirão a adição de cerca de 350 PA’s às operações da unidade CSU Contact.

**- DESEMPENHO FINANCEIRO POR UNIDADE DE NEGÓCIO -**

Principais Indicadores (em milhares ou %)	2T16	1T16	2T15	% Variação vs.		1S16	1S15	% Variação
				1T16	2T15			
Cartões Cadastrados	22.755	22.005	17.986	3,4%	26,5%	22.755	17.986	26,5%
Cartões Faturados	19.719	18.780	16.813	5,0%	17,3%	19.719	16.813	17,3%
Posições de Atendimento	2.285	2.476	2.576	-7,7%	-11,3%	2.381	2.577	-7,6%
<b>Receita Bruta</b>	<b>132.682</b>	<b>134.643</b>	<b>126.323</b>	<b>-1,5%</b>	<b>5,0%</b>	<b>267.325</b>	<b>248.626</b>	<b>7,5%</b>
<i>CSU CardSystem</i>	75.433	73.768	66.598	2,3%	13,3%	149.201	130.101	14,7%
<i>CSU Contact</i>	57.249	60.875	59.725	-6,0%	-4,1%	118.124	118.524	-0,3%
<b>Receita Líquida</b>	<b>119.783</b>	<b>121.938</b>	<b>116.438</b>	<b>-1,8%</b>	<b>2,9%</b>	<b>241.721</b>	<b>229.056</b>	<b>5,4%</b>
<i>CSU CardSystem</i>	67.396	66.177	61.114	1,8%	10,3%	133.573	119.232	12,0%
<i>CSU Contact</i>	52.387	55.761	55.325	-6,1%	-5,3%	108.148	109.825	-1,5%
<b>Margem Bruta</b>	<b>26,9%</b>	<b>27,6%</b>	<b>20,4%</b>	<b>-0,7 p.p.</b>	<b>6,5 p.p.</b>	<b>27,3%</b>	<b>20,6%</b>	<b>6,6 p.p.</b>
<i>CSU CardSystem</i>	40,1%	40,0%	27,9%	0,1 p.p.	12,2 p.p.	40,0%	28,8%	11,2 p.p.
<i>CSU Contact</i>	9,9%	12,9%	12,2%	-3,0 p.p.	-2,4 p.p.	11,5%	11,7%	-0,2 p.p.
<b>EBITDA</b>	<b>24.074</b>	<b>23.527</b>	<b>16.869</b>	<b>2,3%</b>	<b>42,7%</b>	<b>47.600</b>	<b>32.816</b>	<b>45,0%</b>
<i>CSU CardSystem</i>	23.865	21.827	13.667	9,3%	74,6%	45.691	27.575	65,7%
<i>CSU Contact</i>	209	1.700	3.202	-87,7%	-93,5%	1.909	5.241	-63,6%
<b>Margem EBITDA</b>	<b>20,1%</b>	<b>19,3%</b>	<b>14,5%</b>	<b>0,8 p.p.</b>	<b>5,6 p.p.</b>	<b>19,7%</b>	<b>14,3%</b>	<b>5,4 p.p.</b>
<i>CSU CardSystem</i>	35,4%	33,0%	22,4%	2,4 p.p.	13,0 p.p.	34,2%	23,1%	11,1 p.p.
<i>CSU Contact</i>	0,4%	3,0%	5,8%	-2,6 p.p.	-5,4 p.p.	1,8%	4,8%	-3,0 p.p.
<b>Lucro Líquido</b>	<b>8.340</b>	<b>8.153</b>	<b>3.819</b>	<b>2,3%</b>	<b>118,4%</b>	<b>16.493</b>	<b>7.511</b>	<b>119,6%</b>
<b>Margem Líquida</b>	<b>7,0%</b>	<b>6,7%</b>	<b>3,3%</b>	<b>0,3 p.p.</b>	<b>3,7 p.p.</b>	<b>6,8%</b>	<b>3,3%</b>	<b>3,5 p.p.</b>

## Receita Bruta

A receita bruta do segundo trimestre de 2016 totalizou R\$ 132,7 milhões, crescimento de 5,0% na comparação com o 2T15, resultado da diversificação das operações da CSU com as novas frentes de negócio e ampliação do escopo de produtos e serviços na unidade de negócios CSU CardSystem, mais que compensando a retração percebida na unidade CSU Contact. Na comparação com o trimestre imediatamente anterior, a receita bruta do 2T16 apresentou decréscimo de 1,5%, explicado pela retração econômica e seus impactos, sobretudo, na unidade de negócios CSU Contact.

No acumulado do primeiro semestre, a receita bruta foi de R\$ 267,3 milhões, aumento de 7,5% em relação ao mesmo período em 2015. O crescimento é explicado, principalmente, pela expansão das operações e conquista de novos clientes da unidade CSU CardSystem.

- **CSU CardSystem:** A receita bruta foi de R\$ 75,4 milhões no 2T16, um crescimento de 13,3% nos últimos doze meses e de 2,3% em relação ao 1T16. No 1S16, o aumento foi de 14,7% em relação ao mesmo período no ano passado.

Ambos os resultados apresentados nas comparações anuais refletem (i) o crescimento orgânico da base de cartões no período, (ii) a expansão da base de clientes com a entrada no segmento de cartões de crédito consignado no segundo semestre de 2015, (iii) os reajustes dos contratos e (iv) do crescimento do número de transações faturadas na divisão de adquirencia. Combinados, esses desempenhos mais que compensaram a queda na receita da

MarketSystem devido aos efeitos do menor volume financeiro transacional apresentado na MarketSystem e as readequações contábeis ocorridas e divulgadas no 4T15<sup>(1)</sup>.

Quando comparado com o trimestre imediatamente anterior, a receita bruta da unidade foi beneficiada, basicamente, pelo crescimento orgânico da base de cartões.

▪ **CSU Contact:** A unidade de *contact center* registrou uma receita bruta de R\$ 57,2 milhões no 2T16, 4,1% inferior ao 2T15 e 6,0% menor em relação ao faturamento reportado no 1T16. No acumulado do primeiro semestre, a receita da unidade totalizou R\$ 118,1 milhões, praticamente estável (-0,3%) em relação ao mesmo período no ano anterior.

Os resultados refletem o menor volume de ligações nas operações, reflexo direto do atual cenário macroeconômico enfraquecido, resultando na necessidade da Companhia em readequar o quadro de posições de atendimento de suas operações.

É importante ressaltar que as quedas percebidas no faturamento, tanto nas comparações anuais quanto na comparação trimestral, apresentaram menores variações quando comparadas àquelas referentes ao número médio de PA's. Esse desempenho é explicado (i) pelo reajuste dos contratos, (ii) pela conquista e expansão de operações de maior valor agregado ao longo dos períodos e (iii) pelo melhor resultado de operações atreladas à taxas de sucesso, que, por sua vez, contribuem para a melhoria da receita e da rentabilidade da unidade.

Na comparação com o trimestre imediatamente anterior, a queda da receita se deve também por questões de sazonalidade.

## Custos

O custo total da Companhia no segundo trimestre de 2016 foi de **R\$ 87,6 milhões**, 5,5% menor em relação ao custo do 2T15 e 0,8% inferior se comparado ao 1T16. No acumulado do primeiro semestre de 2016, o custo totalizou R\$ 175,8 milhões, queda de 3,3% em relação ao mesmo período no ano passado.

Destacamos que, em ambas as comparações anuais, os custos apresentaram decréscimos enquanto que as receitas brutas apresentaram crescimento, consequência do estrito trabalho da Companhia no controle dos seus custos, além do benefício intrínseco da alavancagem operacional positiva de algumas operações. Os resultados desses desempenhos foram os aumentos do lucro bruto em 35,4% YoY no 2T16 e em 39,5% YoY no primeiro semestre de 2016.

---

<sup>1</sup> Readequações contábeis realizadas a partir do 4T15, com o objetivo de otimizar e simplificar os modelos financeiros e tributários de alguns contratos existentes. Receita e Custo impactados em igual proporção, sem impacto nos resultados nominais da unidade.

Já na comparação trimestral, o mesmo desempenho não pode ser percebido devido ao menor volume de negócios nas operações da MarketSystem e Contact. Para o melhor entendimento destas variações, segue abaixo a análise de custos por Unidade de Negócio.

- **CSU CardSystem:** Os custos da unidade CSU CardSystem totalizaram R\$ 40,4 milhões no 2T16, inferior em 8,4% sobre o 2T15, mas 1,6% maior em relação aos custos reportados no 1T16. No 1S16, houve decréscimo de 5,6% em relação ao 1S15, totalizando R\$ 80,1 milhões. Em todas as comparações, a variação dos custos foi inferior ao crescimento da receita líquida.

CSU CardSystem (R\$ mil)	2T16	1T16	2T15	%Variação vs.		1S16	1S15	% Variação
				1T16	2T15			
<b>Receita Bruta</b>	<b>75.433</b>	<b>73.768</b>	<b>66.598</b>	2,3%	13,3%	<b>149.201</b>	<b>130.101</b>	<b>14,7%</b>
Deduções da Receita (-)	8.037	7.591	5.485	5,9%	46,5%	15.628	10.871	43,8%
<b>Receita Líquida</b>	<b>67.396</b>	<b>66.177</b>	<b>61.114</b>	1,8%	10,3%	<b>133.573</b>	<b>119.232</b>	<b>12,0%</b>
<b>Custos (-)</b>	<b>40.360</b>	<b>39.722</b>	<b>44.041</b>	1,6%	-8,4%	<b>80.083</b>	<b>84.834</b>	<b>-5,6%</b>
Pessoal	11.814	10.688	10.700	10,5%	10,4%	22.502	20.126	11,8%
Expedição	8.529	7.468	10.190	14,2%	-16,3%	15.998	19.843	-19,4%
Comunicação	1.236	1.151	1.035	7,4%	19,5%	2.388	2.082	14,7%
Depreciação/Amortização	5.287	5.025	4.662	5,2%	13,4%	10.311	9.169	12,5%
Prédios	2.080	2.304	1.871	-9,7%	11,2%	4.384	3.478	26,0%
Custos dos Prêmios Entregues	4.424	6.391	10.763	-30,8%	-58,9%	10.815	20.482	-47,2%
Outros	6.990	6.695	4.820	4,4%	45,0%	13.685	9.654	41,8%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>27.036</b>	<b>26.455</b>	<b>17.072</b>	2,2%	58,4%	<b>53.490</b>	<b>34.397</b>	<b>55,5%</b>
<i>Margem Bruta</i>	40,1%	40,0%	27,9%	0,1 p.p.	12,2 p.p.	40,0%	28,8%	11,2 p.p.

Na comparação anual, o total dos custos fixos da unidade (Pessoal, Depreciação/Amortização, Prédios e Outros) apresentaram crescimentos justificados pela expansão dos negócios e inflação no período, com variação em termos absolutos inferior à da receita líquida. Esse desempenho é resultado da característica intrínseca de alavancagem operacional positiva da unidade, sobretudo na divisão CardSystem. Adicionalmente, os custos totais da unidade também foram positivamente impactados pelas readequações contábeis de receitas e custos de expedição e de prêmios entregues, conforme já explicado no 4T15. Com isso, houve aumento anual de 12,2 p.p. da margem bruta no 2T16 e de 11,2 p.p. no 1S16, mais que compensando os efeitos do aumento da alíquota de contribuição referente ao programa de desoneração de mão-de-obra do Plano 'Brasil Maior'<sup>2</sup>.

Em relação ao 1T16, a margem bruta permaneceu praticamente estável, com expansão de 0,1 p.p., explicada principalmente pelo crescimento orgânico das operações das divisões de processamento de cartões e transações de aquisição, compensando a queda do volume de produtos entregues da MarketSystem, dada a retração do consumo, conforme explicada anteriormente.

- **CSU Contact:** Os custos da CSU Contact totalizaram R\$ 47,2 milhões no 2T16, 2,9% menor em relação ao 2T15 e 2,8% inferior ao 1T16. No 1S16, os custos apresentaram retração de 1,3%, acumulando um total de R\$ 95,7 milhões.

<sup>2</sup> Plano Brasil Maior (Medida Provisória 540) – programa de desoneração do custo de mão-de-obra que beneficiou as operações de tecnologia e de *contact center* da Companhia, no qual a compensação era através de uma alíquota de contribuição de 2% sobre o faturamento das respectivas operações. A partir de dezembro/15, essa alíquota passou a ser de 4,5% para as operações de tecnologia e de 3,0% para as operações de *contact center*.

CSU Contact (R\$ mil)	2T16	1T16	2T15	%Variação vs.		1S16	1S15	% Variação
				1T16	2T15			
<b>Receita Bruta</b>	<b>57.249</b>	<b>60.875</b>	<b>59.725</b>	-6,0%	-4,1%	<b>118.124</b>	<b>118.524</b>	<b>-0,3%</b>
Deduções da Receita (-)	4.862	5.114	4.400	-4,9%	10,5%	9.977	8.699	14,7%
<b>Receita Líquida</b>	<b>52.387</b>	<b>55.761</b>	<b>55.325</b>	-6,1%	-5,3%	<b>108.148</b>	<b>109.825</b>	<b>-1,5%</b>
<b>Custos (-)</b>	<b>47.196</b>	<b>48.541</b>	<b>48.591</b>	-2,8%	-2,9%	<b>95.737</b>	<b>96.997</b>	<b>-1,3%</b>
Pessoal	35.352	36.844	36.700	-4,0%	-3,7%	72.195	73.304	-1,5%
Comunicação	911	822	851	10,8%	7,1%	1.733	1.662	4,3%
Depreciação/Amortização	1.804	1.811	1.798	-0,4%	0,3%	3.616	3.691	-2,0%
Prédios	6.869	7.102	6.939	-3,3%	-1,0%	13.971	13.752	1,6%
Outros	2.260	1.962	2.303	15,2%	-1,9%	4.222	4.587	-8,0%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>5.191</b>	<b>7.220</b>	<b>6.734</b>	-28,1%	-22,9%	<b>12.411</b>	<b>12.828</b>	<b>-3,2%</b>
<i>Margem Bruta</i>	9,9%	12,9%	12,2%	-3,0 p.p.	-2,4 p.p.	11,5%	11,7%	-0,2 p.p.

As reduções dos custos no segundo trimestre e no primeiro semestre de 2016 são explicadas, sobretudo, pela redução do volume de ligações nas operações, consequência do atual contexto macroeconômico. Contudo, as reduções apresentadas também são resultado não apenas do estrito controle de custos realizado pela Companhia com o objetivo de buscar ganhos de produtividade, mas também pela sua eficiência em readequar a dinâmica de custos ao arrefecimento apresentado no faturamento da unidade, seja através da redução do número de PA's ativas ou através de renegociações com seus fornecedores.

No entanto, mesmo com os esforços perpetrados, houve ainda impactos negativos no resultado bruto da unidade, devido: (i) às pressões inflacionárias nos custos, com reajustes salariais; (ii) ao aumento da alíquota de contribuição referente ao programa de desoneração de mão-de-obra do Plano 'Brasil Maior'; e (iii) à necessidade de maior volume de custos rescisórios, estrategicamente importantes para a proteção das margens brutas dos próximos trimestres.

### Despesas com Vendas e Marketing, Gerais e Administrativas

Despesas (R\$ mil)	2T16	1T16	2T15	%Variação vs.		1S16	1S15	% Variação
				1T16	2T15			
Gerais e Administrativas	(14.839)	(16.036)	(12.577)	-7,5%	18,0%	(30.875)	(25.531)	20,9%
Depreciação/Amortização	(925)	(930)	(554)	-0,6%	66,9%	(1.855)	(926)	100,3%
Vendas e Marketing	(823)	(1.236)	(1.163)	-33,4%	-29,2%	(2.059)	(2.224)	-7,4%
<b>Total Desp. Vendas, Gerais e Adm.</b>	<b>(16.587)</b>	<b>(18.202)</b>	<b>(14.294)</b>	-8,9%	16,0%	<b>(34.789)</b>	<b>(28.681)</b>	<b>21,3%</b>
<i>% da receita líquida</i>	13,8%	14,9%	12,3%	-1,1 p.p.	1,5 p.p.	14,4%	12,5%	1,9 p.p.

O total das despesas no 2T16 foi de R\$ 16,6 milhões, superior em 16,0% em relação ao 2T15 e inferior em 8,9% em relação ao 1T16. No acumulado do 1S16, as despesas totais foram de R\$ 34,8 milhões, 21,3% maior do que no mesmo período do ano anterior.

Os crescimentos anuais das despesas totais no 2T16 e no 1S16, bem como os aumentos das representatividades das despesas totais em relação à receita líquida em 1,5 p.p. e 1,9 p.p., respectivamente, são explicados (i) pelos aumentos das despesas Gerais e Administrativas, resultado de maiores despesas de Pessoal com o acordo coletivo ocorrido em agosto/15 com impacto de R\$ 276 mil mensais, maior valor de reconhecimento de provisões referentes a contingências trabalhistas (acréscimo pontual de R\$ 0,5 milhão no trimestre), maior provisão de bonificação conforme o Estatuto da Companhia (R\$ 0,8 milhão) e da expansão das

operações, e (ii) pelo crescimento das despesas de Depreciação/Amortização, explicado pelo maior volume de amortização de *software* a partir de junho/15, no valor de R\$ 173 mil mensais. Esses fatores mais que anularam as reduções das despesas com Vendas e *Marketing* em ambos os períodos.

Adicionalmente, é importante ressaltar que na comparação do 1S16 com o 1S15, o aumento também é explicado pelo reconhecimento de provisão tributária pontual no valor de R\$ 1,7 milhão, ocorrido no 1T16.

A queda sequencial no 2T16 de 8,9% das despesas totais e de 1,1 p.p. de sua representatividade em relação à receita líquida se devem (i) à queda de 7,5% das despesas Gerais e Administrativas, dado o aumento pontual do reconhecimento de provisão tributária no valor de R\$ 1,7 milhão no 1T16, além do estrito controle de despesas realizado pela Companhia e (ii) redução de 33,4% das despesas com Vendas e *Marketing*, uma vez que esses gastos foram mais concentrados no 1T16 com a divulgação da marca OPTe+. Esses fatores mais que compensaram o acréscimo de contingências trabalhistas de R\$ 0,3 milhão no 2T16.

## EBITDA

A Companhia apresentou um **EBITDA de R\$ 24,1 milhões no segundo trimestre de 2016**, 42,7% superior ao 2T15 e 2,3% acima do EBITDA reportado no 1T16. A margem EBITDA de 20,1% no 2T16 apresentou uma evolução de 5,6 p.p. em doze meses e de 0,8 p.p. sobre o 1T16. No 1S16, o EBITDA totalizou R\$ 47,6 milhões, 45,1% maior do que o reportado no mesmo período do ano passado.

A Companhia segue beneficiando-se das características intrínsecas de alavancagem operacional positiva da divisão de processamento de meios eletrônicos de pagamentos ao longo dos últimos trimestres, além de, constantemente, apresentar maior representatividade da receita proveniente das operações da unidade CSU CardSystem em relação à receita total (+4,1 p.p. YoY e +2,1 p.p. QoQ no 2T16, e +3,5 p.p. YoY no 1S16). Essa melhora da divisão da receita é resultado direto das iniciativas de diversificação das operações adotadas pela Companhia, permitindo as expansões anuais do lucro bruto total em 35,4% no 2T16 e em 39,5% no 1S16. Quando comparado ao trimestre imediatamente anterior, a queda de 4,3% do lucro bruto é explicada, basicamente, pela piora percebida na unidade CSU Contact, uma vez que a unidade CSU CardSystem apresentou crescimento de 2,2% para o mesmo período.

A tabela a seguir mostra a reconciliação do EBITDA:

Reconciliação EBITDA (R\$ mil)	2T16	1T16	2T15	% Variação vs.		1S16	1S15	% Variação
				1T16	2T15			
<b>Lucro Líquido</b>	<b>8.340</b>	<b>8.153</b>	<b>3.819</b>	<b>2,3%</b>	<b>118,4%</b>	<b>16.493</b>	<b>7.511</b>	<b>119,6%</b>
(+) Imposto de Renda e CSLL	4.528	4.095	1.965	10,6%	130,4%	8.623	3.923	119,8%
(+) Resultado Financeiro Líquido	3.191	3.512	4.070	-9,1%	-21,6%	6.704	7.596	-11,8%
(+) Depreciação/Amortização	8.015	7.767	7.015	3,2%	14,3%	15.782	13.786	14,5%
<b>EBITDA</b>	<b>24.074</b>	<b>23.527</b>	<b>16.869</b>	<b>2,3%</b>	<b>42,7%</b>	<b>47.600</b>	<b>32.816</b>	<b>45,0%</b>
CSU CardSystem	23.865	21.827	13.667	9,3%	74,6%	45.691	27.575	65,7%
CSU Contact	209	1.700	3.202	-87,7%	-93,5%	1.909	5.241	-63,6%
<b>Margem EBITDA</b>	<b>20,1%</b>	<b>19,3%</b>	<b>14,5%</b>	<b>0,8 p.p.</b>	<b>5,6 p.p.</b>	<b>19,7%</b>	<b>14,3%</b>	<b>5,4 p.p.</b>
CSU CardSystem	35,4%	33,0%	22,4%	2,4 p.p.	13,0 p.p.	34,2%	23,1%	11,1 p.p.
CSU Contact	0,4%	3,0%	5,8%	-2,6 p.p.	-5,4 p.p.	1,8%	4,8%	-3,0 p.p.

Nota: O EBITDA (lucro antes de juros, impostos, depreciação e amortização) é uma informação não contábil, adicional às informações trimestrais revisadas da Companhia, calculado conforme a instrução CVM 527.

▪ **CSU CardSystem:** O EBITDA da unidade CSU CardSystem totalizou R\$ 23,9 milhões no 2T16, aumento de 74,6% em relação ao 2T15 e de 9,3% se comparado ao 1T16. No 1S16, o crescimento foi de 65,7%, alcançando R\$ 45,7 milhões no acumulado do período. Já a margem EBITDA foi de 35,4% no 2T16 (+13,0 p.p. YoY e +2,4 p.p. QoQ) e de 34,2% no 1S16 (+11,1 p.p. YoY).

O desempenho do EBITDA é resultado da alavancagem operacional positiva, sustentada pela expansão das receitas das divisões de processamento de meios eletrônicos de pagamento e aquisição em maior proporção em relação à evolução dos custos e despesas, resultando em ganhos de lucro operacional no 2T16 de 91,2% e 3,1%, em relação ao 2T15 e ao 1T16, respectivamente, e de 83,3% YoY no 1S16.

▪ **CSU Contact:** O EBITDA da unidade CSU Contact foi de R\$ 0,2 milhão no 2T16, menor em 93,5% em relação ao 2T15 e em 87,7% quando comparado ao trimestre imediatamente anterior. No acumulado do semestre, o EBITDA apresentou retração de 63,6% na comparação anual, totalizando R\$ 1,9 milhão. A margem EBITDA no 2T16 foi de 0,4%, inferior em 5,4 p.p. e 2,6 p.p. em relação ao 2T15 e ao 1T16, respectivamente, enquanto que no primeiro semestre de 2016 a margem foi de 1,8%, 3,0 p.p. menor que ao apresentado no mesmo período do ano passado.

Cabe ressaltar que as comparações anuais são impactadas negativamente pelo aumento da alíquota de imposto do Plano Brasil Maior, em vigor desde dezembro/15, conforme mencionado anteriormente.

## Resultado Financeiro Líquido

O resultado financeiro líquido totalizou uma despesa de R\$ 3,2 milhões no 2T16, menor em 21,6% em relação ao 2T15 e em 9,1% quando comparado ao 1T16. No acumulado do 1S16, a queda é de 11,8%, para uma despesa financeira líquida de R\$ 6,7 milhões. As reduções nas

comparações anuais e sequencial são explicadas, principalmente, pela redução da dívida líquida nos períodos.

### Resultado Líquido

No segundo trimestre de 2016, a Companhia reportou um **lucro líquido de R\$ 8,3 milhões**, mais que o dobro do resultado reportado no 2T15 e 2,3% acima do resultado do 1T16. No primeiro semestre de 2016, o lucro líquido acumulado foi de R\$ 16,5 milhões, 1,2 vez maior que no ano anterior. Como consequência, a margem líquida apresentou expansão de 3,7 p.p. na comparação com o 2T15 e de 0,3 p.p. na comparação sequencial, encerrando o segundo trimestre do ano em 7,0%. No semestre, a margem foi de 6,8%, 3,5 p.p. maior que o 1S15.

A evolução do resultado líquido é reflexo da expansão da receita, do lucro bruto e do EBITDA na unidade CSU CardSystem.

**- INVESTIMENTOS -**

No segundo trimestre de 2016, a Companhia realizou investimentos no montante de R\$ 10,2 milhões, aumento de 24,9% quando comparado ao 2T15 e de 7,7% em relação ao 1T16. Nos seis primeiros meses de 2016, os investimentos totalizaram o montante de R\$ 19,7 milhões, um aumento de 16,7% em relação ao mesmo período no ano passado.

Além de novos investimentos realizados no ITS, os crescimentos anuais se devem à expansão das operações da unidade de negócios CSU CardSystem com a diversificação do escopo de serviços prestados na área de meios eletrônicos de pagamento. Esta tendência poderá se intensificar ainda mais no futuro próximo, em decorrência do surgimento de novas tecnologias disruptivas e da consequente adaptação da plataforma tecnológica às novas demandas do mercado.

Investimentos (R\$ mil)	2T16	1T16	2T15	% Variação vs.		1S16	1S15	% Variação
				1T16	2T15			
<b>CSU CardSystem</b>	7.648	7.900	5.912	-3,2%	29,4%	15.548	12.055	29,0%
<b>CSU ITS</b>	1.151	184	-	525,5%	-	1.335	-	-
<b>CSU Contact</b>	1.113	1.027	1.580	8,4%	-29,6%	2.140	3.905	-45,2%
<b>Corporativo</b>	293	361	680	-18,8%	-56,9%	654	899	-27,3%
<b>Capex</b>	<b>10.205</b>	<b>9.472</b>	<b>8.171</b>	<b>7,7%</b>	<b>24,9%</b>	<b>19.677</b>	<b>16.859</b>	<b>16,7%</b>
<i>% da Receita Líquida</i>	<i>8,5%</i>	<i>7,8%</i>	<i>7,0%</i>	<i>0,7 p.p.</i>	<i>1,5 p.p.</i>	<i>8,1%</i>	<i>7,4%</i>	<i>0,7 p.p.</i>

*Nota: Os investimentos corporativos refletem, em sua grande maioria, os investimentos nas plataformas tecnológicas de gestão, tanto em termos de software como de hardware, bem como benfeitorias em geral.*

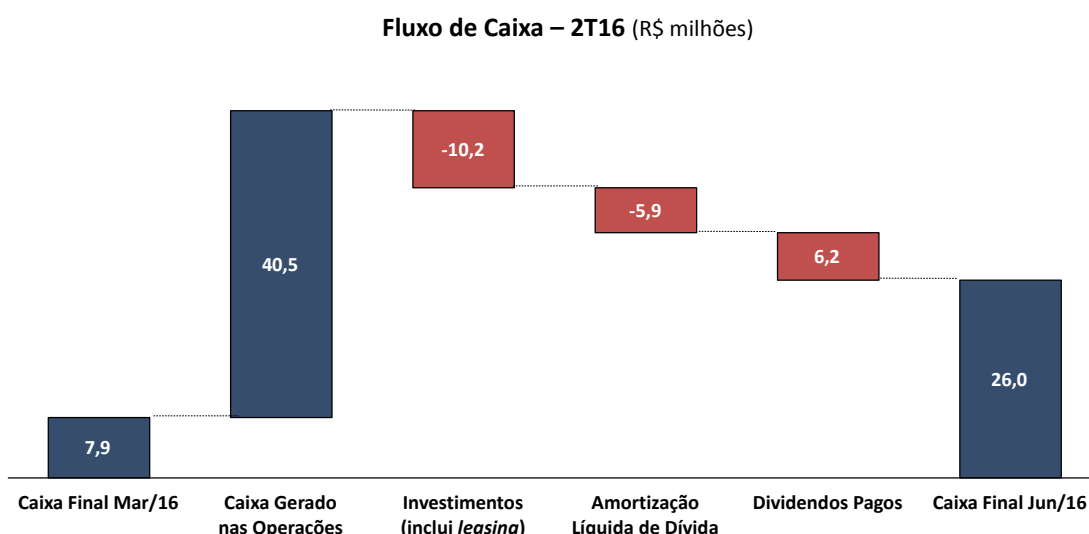
### - FLUXO DE CAIXA -

No 2T16, a Companhia registrou uma geração de caixa operacional líquida de R\$ 40,5 milhões, maior em R\$ 30,1 milhões em relação à geração de caixa operacional obtida no mesmo período do ano anterior e em R\$ 36 milhões em relação ao 1T16. Ambos os crescimentos são explicados, principalmente, (i) pela expansão do EBITDA nos períodos e (ii) pela regularização do atraso pontual no recebimento de determinadas receitas do 1T16, com impacto positivo no contas a receber do 2T16.

A consistente geração de caixa operacional contribuiu para a queda da alavancagem da Companhia, materializada na relação dívida líquida/EBITDA de 0,3x, fato que possibilitará a expansão dos investimentos nas atividades de meios de pagamento, condição necessária à manutenção da competitividade e vanguarda da Companhia neste segmento em franca transformação. Especificamente neste trimestre, as atividades de Investimento realizadas totalizaram R\$ 10,2 milhões.

A Companhia seguiu com seu cronograma de amortização de empréstimos e financiamentos durante o 2T16, no valor de R\$ 5,9 milhões, além de realizar o pagamento de dividendos, na forma de Juros Sobre Capital Próprio ("JCP") referente ao exercício de 2015, no montante líquido de R\$ 6,2 milhões.

Com essas movimentações, a Companhia encerrou o trimestre com uma posição de caixa final no montante de R\$ 26,0 milhões no 2T16, aumento de 61,6% em relação ao saldo final do 2T15 e cerca de 3,3 vezes o montante do saldo ao final do 1T16.



### - ESTRUTURA DE CAPITAL -

Em 30 de junho de 2016, o endividamento líquido da Companhia era de R\$ 28,6 milhões, 54,2% inferior em relação ao mesmo período do ano anterior, como resultado de uma melhor geração de caixa da Companhia nos últimos doze meses. Na comparação com o endividamento líquido em 31/03/2016, a redução em 46,1% é explicada, não apenas pela melhor geração de caixa, mas pela regularização Contas a Receber da Companhia que afetou de forma negativa o saldo de caixa ao final do 1T16.

A dívida bruta da CSU no montante de R\$ 54,6 milhões ao final do 2T16 reportou uma redução de 30,5% se comparada ao 2T15 e de 10,5% em relação ao 1T16.

A Companhia mantém uma gestão responsável de sua estrutura de capital, viabilizando o financiamento de seus investimentos e mantendo seu endividamento em patamares adequados.

A CSU não possui dívidas em moeda estrangeira e não se utiliza de instrumentos derivativos. O caixa é aplicado em Certificados de Depósito Bancários (CDBs) compromissados emitidos por bancos de primeira linha.

Endividamento (R\$ milhões)	2T16	1T16	2T15	%Variação vs.	
				1T16	2T15
<b>Curto prazo</b>	<b>22,5</b>	<b>26,1</b>	<b>31,6</b>	<b>-13,8%</b>	<b>-28,8%</b>
Empréstimos e Financiamentos	14,3	17,6	23,5	-18,5%	-39,1%
Leasing	8,2	8,5	8,1	-3,5%	1,2%
<b>Longo prazo</b>	<b>32,1</b>	<b>34,9</b>	<b>47,0</b>	<b>-7,8%</b>	<b>-31,7%</b>
Empréstimos e Financiamentos	20,9	24,0	35,2	-12,9%	-40,6%
Leasing	11,2	10,9	11,8	2,8%	-5,1%
<b>Dívida Bruta</b>	<b>54,6</b>	<b>61,0</b>	<b>78,6</b>	<b>-10,5%</b>	<b>-30,5%</b>
(-) Disponibilidades	26,0	7,9	16,1	229,1%	61,5%
<b>Dívida Líquida</b>	<b>28,6</b>	<b>53,1</b>	<b>62,5</b>	<b>-46,1%</b>	<b>-54,2%</b>
<b>Dívida Líquida/EBITDA 12M (x)</b>	<b>0,3</b>	<b>0,7</b>	<b>1,0</b>	<b>-0,4x</b>	<b>-0,7x</b>

Nota: 12M = últimos 12 meses

### - MERCADO DE CAPITAIS -

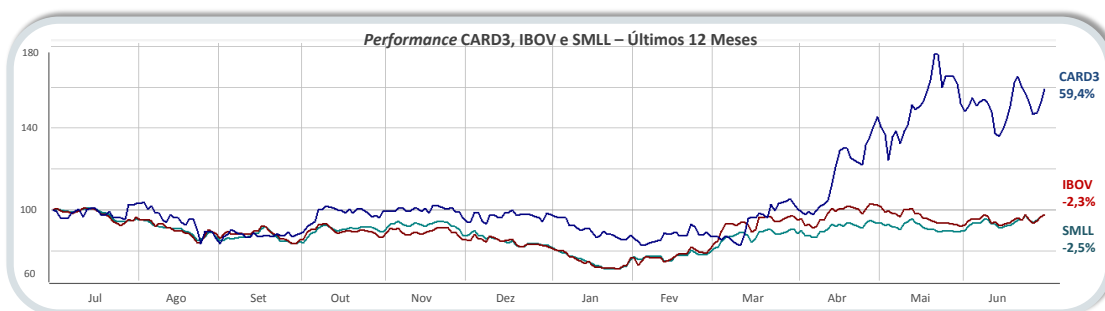
As ações da CSU (CARD3) são negociadas no Novo Mercado da BM&FBovespa desde 2006, no mais elevado nível de Governança Corporativa. As ações também fazem parte dos índices ITAG – Índice de *Tag Along* Diferenciado e do IGCX – Índice de Governança Corporativa Diferenciada. A Companhia é controlada pela *Greenville Delaware LLC*, Empresa controlada indiretamente pelo Diretor-Presidente da Companhia, o Sr. Marcos Ribeiro Leite.

Em 30 de junho de 2016, o Capital Social da CSU era composto por 41.800.000 ações ordinárias (ON), das quais 35,6% correspondiam à ações livres para serem negociadas no mercado (*free float*).

Acionistas	Quantidade de Ações	%
Grupo de Controle	26.369.549	63,1%
Ações em Circulação	14.877.243	35,6%
Ações em Tesouraria	553.208	1,3%
<b>Total CSU</b>	<b>41.800.000</b>	<b>100,0%</b>

Data base: 30 de junho de 2016.

As ações da CSU (CARD3) encerraram o último pregão deste primeiro semestre de 2016 cotadas a R\$ 4,80 por ação, uma valorização anual de 61,07%, enquanto o Ibovespa e o Índice Small Cap registraram quedas de 18,9% e -17,7%, respectivamente. Abaixo a performance da ação nos últimos doze meses.



Fonte: Economática | Base 100 | ajustado por proventos | Data base: 30.06.2016

Ao longo dos últimos anos, a área de Relações com Investidores da Companhia vem ampliando, perante analistas, investidores e potenciais acionistas, a visibilidade da CSU no mercado de capitais.

Por meio de apresentações institucionais, intenso trabalho de *targeting* recebendo acionistas e investidores na sede da Companhia, realização e aprimoramento de reuniões públicas com analistas, além da reformulação dos materiais de divulgação, a equipe vem ampliando as informações disponibilizadas ao mercado e reposicionando a CSU como uma empresa completa, provedora de soluções tecnológicas.

Recentemente, a CSU recebeu algumas premiações:

- ⌘ **PRÊMIO QUALIDADE APIMEC 2015:** A CSU foi avaliada com uma das 10 melhores reuniões públicas com investidores pela APIMEC-SP. O prêmio reconheceu as empresas quem vem se comunicando bem com o mercado.
- ⌘ **GRAND PRIX FOR BEST OVERALL IR - SMALL CAP:** a CSU ficou entre as 5 empresas mais bem avaliadas pelo IR MAGAZINE AWARDS BRAZIL 2016. O IR Magazine Awards Brazil reconheceu a excelência em transparência e comunicação com os investidores no Brasil, através de pesquisa independente realizada com mais de 250 analistas e investidores.

Além dos prêmios acima, pela 1ª vez a CSU recebeu, pelo **INSTITUTIONAL INVESTOR 2015**, votos de analistas de mercado para a categoria “Melhor Programa de RI, CEO, CFO e Profissionais de RI”. A premiação avalia os melhores executivos de empresas listadas em cada continente, bem como dos profissionais de RI e de analistas de mercado. O resultado sairá dia 30 de agosto.

**ANEXOS**

Demonstração do Resultado (R\$ Mil)								
Descrição da Conta	2T16	1T16	2T15	2T16 vs. 1T16	2T16 vs. 2T15	1S16	1S15	1S16 vs. 1S15
<b>Receita Bruta</b>	<b>132,682</b>	<b>134,643</b>	<b>126,323</b>	<b>-1.5%</b>	<b>5.0%</b>	<b>267,325</b>	<b>248,626</b>	<b>7.5%</b>
Receita de Venda de Bens e/ou Serviços	119,783	121,938	116,438	-1.8%	2.9%	241,721	229,056	5.5%
Custo dos Bens e/ou Serviços Vendidos	(87,556)	(88,263)	(92,632)	-0.8%	-5.5%	(175,819)	(181,831)	-3.3%
<b>Resultado Bruto</b>	<b>32,227</b>	<b>33,675</b>	<b>23,806</b>	<b>-4.3%</b>	<b>35.4%</b>	<b>65,902</b>	<b>47,225</b>	<b>39.5%</b>
<b>Despesas/Receitas Operacionais</b>	<b>(16,168)</b>	<b>(17,915)</b>	<b>(13,952)</b>	<b>-9.8%</b>	<b>15.9%</b>	<b>(34,083)</b>	<b>(28,195)</b>	<b>20.9%</b>
Despesas com Vendas	(823)	(1,236)	(1,163)	-33.4%	-29.2%	(2,059)	(2,224)	-7.4%
Despesas Gerais e Administrativas	(15,764)	(16,966)	(13,131)	-7.1%	20.1%	(32,730)	(26,457)	23.7%
Outros Resultados Operacionais	419	287	342	46.0%	22.5%	706	486	45.3%
<b>Resultado Antes do Resultado Financeiro e dos Tributos</b>	<b>16,059</b>	<b>15,760</b>	<b>9,854</b>	<b>1.9%</b>	<b>63.0%</b>	<b>31,819</b>	<b>19,030</b>	<b>67.2%</b>
<b>Resultado Financeiro</b>	<b>(3,191)</b>	<b>(3,512)</b>	<b>(4,070)</b>	<b>-9.1%</b>	<b>-21.6%</b>	<b>(6,703)</b>	<b>(7,596)</b>	<b>-11.8%</b>
Receitas Financeiras	897	1,552	1,304	-42.2%	-31.2%	2,449	2,490	-1.6%
Despesas Financeiras	(4,088)	(5,064)	(5,374)	-19.3%	-23.9%	(9,152)	(10,086)	-9.3%
<b>Resultado Antes dos Tributos sobre o Lucro</b>	<b>12,868</b>	<b>12,248</b>	<b>5,784</b>	<b>5.1%</b>	<b>122.5%</b>	<b>25,116</b>	<b>11,434</b>	<b>119.7%</b>
<b>Imposto de Renda e Contribuição Social sobre o Lucro</b>	<b>(4,528)</b>	<b>(4,095)</b>	<b>(1,965)</b>	<b>10.6%</b>	<b>130.4%</b>	<b>(8,623)</b>	<b>(3,923)</b>	<b>119.8%</b>
Corrente	5,364	(5,364)	(2,141)	-	-	-	(4,054)	-
Diferido	(9,892)	1,269	176	-	-	(8,623)	131	-
<b>Resultado Líquido das Operações Continuadas</b>	<b>8,340</b>	<b>8,153</b>	<b>3,819</b>	<b>2.3%</b>	<b>118.4%</b>	<b>16,493</b>	<b>7,511</b>	<b>119.6%</b>
<b>Lucro do Período</b>	<b>8,340</b>	<b>8,153</b>	<b>3,819</b>	<b>2.3%</b>	<b>118.4%</b>	<b>16,493</b>	<b>7,511</b>	<b>119.6%</b>

Balanco Patrimonial - (Reais Mil)					
ATIVO	30/06/2016	31/03/2016	30/06/2016 vs. 31/03/2016	30/06/2015	30/06/2016 vs. 30/06/2015
<b>Ativo Total</b>	<b>329,821</b>	<b>382,011</b>	<b>-13.7%</b>	<b>372,259</b>	<b>-11.4%</b>
<b>Ativo Circulante</b>	<b>99,885</b>	<b>87,968</b>	<b>13.5%</b>	<b>84,123</b>	<b>18.7%</b>
Caixa e Equivalente de Caixa	26,036	7,877	230.5%	16,108	61.6%
Aplicações Financeiras	-	-	-	1,252	-
Contas a Receber	50,622	64,730	-21.8%	55,637	-9.0%
Estoques	2,123	2,270	-6.5%	1,547	37.2%
Tributos a Recuperar	16,611	8,852	87.7%	6,080	173.2%
Outros Ativos Circulantes	4,493	4,239	6.0%	3,499	28.4%
<b>Ativo Não Circulante</b>	<b>229,936</b>	<b>294,043</b>	<b>-21.8%</b>	<b>288,136</b>	<b>-20.2%</b>
<b>Ativo Realizável a Longo Prazo</b>	<b>21,581</b>	<b>87,816</b>	<b>-75.4%</b>	<b>89,078</b>	<b>-75.8%</b>
Tributos Diferido	621	10,512	-94.1%	8,344	-92.6%
Depósitos Judiciais	19,097	75,227	-74.6%	77,798	-75.5%
Outros	1,863	2,077	-10.3%	2,936	-36.5%
<b>Imobilizado</b>	<b>38,014</b>	<b>37,979</b>	<b>0.1%</b>	<b>39,476</b>	<b>-3.7%</b>
<b>Intangível</b>	<b>170,341</b>	<b>168,248</b>	<b>1.2%</b>	<b>159,582</b>	<b>6.7%</b>

Balanco Patrimonial Passivo (Reais Mil)					
PASSIVO E P. L.	30/06/2016	31/03/2016	30/06/2016 vs. 31/03/2016	30/06/2015	30/06/2016 vs. 30/06/2015
<b>Passivo Total</b>	<b>329,821</b>	<b>382,011</b>	<b>-13.7%</b>	<b>372,259</b>	<b>-11.4%</b>
<b>Passivo Circulante</b>	<b>96,691</b>	<b>99,953</b>	<b>-3.3%</b>	<b>93,902</b>	<b>3.0%</b>
Obrigações Sociais e Trabalhistas	38,830	34,586	12.3%	34,965	11.1%
Fornecedores	24,482	22,568	8.5%	22,218	10.2%
Obrigações Fiscais	2,815	3,868	-27.2%	2,806	0.3%
Obrigações Fiscais Federais	1,396	2,411	-42.1%	1,384	0.9%
Imposto de Renda e Contribuição Social a Pagar	-	825	-	56	-
Outros Impostos federais	1,396	1,586	-12.0%	1,328	5.1%
Obrigações Fiscais Estaduais	-	70	-	-	-
Obrigações Fiscais Municipais	1,419	1,387	2.3%	1,422	-0.2%
Empréstimos e Financiamentos	22,507	26,100	-13.8%	31,612	-28.8%
Empréstimos e Financiamentos	14,318	17,577	-18.5%	23,545	-39.2%
Financiamento por Arrendamento Financeiro	8,189	8,523	-3.9%	8,067	1.5%
Outras Obrigações	8,057	12,831	-37.2%	2,301	250.2%
<b>Passivo Não Circulante</b>	<b>45,419</b>	<b>102,712</b>	<b>-55.8%</b>	<b>111,685</b>	<b>-59.3%</b>
Empréstimos e Financiamentos	20,906	23,956	-12.7%	35,190	-40.6%
Financiamento por Arrendamento Financeiro	11,182	10,901	2.6%	11,799	-5.2%
Outros	335	335	0.0%	335	0.0%
Passivos judiciais	12,996	67,520	-80.8%	64,361	-79.8%
<b>Patrimônio Líquido</b>	<b>187,711</b>	<b>179,346</b>	<b>4.7%</b>	<b>166,672</b>	<b>12.6%</b>
Capital Social Realizado	129,232	129,232	0.0%	129,232	0.0%
Reservas de Capital	456	431	5.8%	409	11.5%
Reserva Legal	5,771	5,771	0.0%	4,820	19.7%
Reserva de Lucros a Realizar	37,330	37,330	0.0%	26,270	42.1%
Ações em Tesouraria	(1,571)	(1,571)	0.0%	(1,570)	0.1%
Lucro/Prejuízos Acumulados	16,493	8,153	102.3%	7,511	119.6%

Demonstração de Fluxo de Caixa (Reais Mil)								
Descrição da Conta	2T16	1T16	2T15	2T16 vs. 1T16	2T16 vs. 2T15	1S16	1S15	1S16 vs. 1S15
<b>Caixa Líquido Proveniente das Atividades Operacionais</b>	<b>40,467</b>	<b>4,514</b>	<b>10,406</b>	<b>796.5%</b>	<b>288.9%</b>	<b>44,981</b>	<b>22,312</b>	<b>101.6%</b>
Lucro Líquido (Prejuízo) do período	8,340	8,153	3,819	2.3%	118.4%	16,493	7,511	119.6%
Ajustes	22,035	10,019	10,994	119.9%	100.4%	32,054	22,754	40.9%
Depreciação e amortização	8,015	7,767	7,015	3.2%	14.3%	15,782	13,786	14.5%
Valor residual dos ativos baixados	60	42	87	42.9%	-31.0%	102	398	-74.4%
Juros e variações monetárias	2,659	2,815	3,111	-5.5%	-14.5%	5,474	6,205	-11.8%
Instrumento patrimonial p/ pagamento em ações	25	17	-	47.1%	-	42	15	180.0%
Provisão para crédito de liquidação duvidosa	(70)	-	-	-	-	(70)	-	-
Provisão para contingências	1,454	647	957	124.7%	51.9%	2,101	2,481	-15.3%
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	9,892	(1,269)	(176)	-	-	8,623	(131)	-
Variações nos Ativos e Passivos	11,013	(14,754)	(1,441)	-	-	(3,741)	(1,287)	190.7%
Contas a receber	14,177	(14,167)	(6,423)	-	-	10	(11,973)	-
Estoques	147	(511)	378	-	-61.1%	(364)	433	-
Depósitos Judiciais	56,052	992	580	5550.4%	9564.1%	57,044	612	9220.9%
Outros Ativos	(7,411)	(322)	1,007	2201.6%	-	(7,733)	1,658	-
Fornecedores	1,914	(889)	(824)	-	-	1,025	2,000	-48.8%
Salários e Encargos Sociais	4,184	3,098	3,478	35.1%	20.3%	7,282	5,733	27.0%
Baixas por pagamento de contingências	(56,682)	(918)	(1,363)	6074.5%	4058.6%	(57,600)	(2,775)	1975.7%
Outros Passivos	(1,368)	(2,037)	1,726	-32.8%	-	(3,405)	3,025	-
Outros	(921)	1,096	(2,966)	-	-68.9%	175	(6,666)	-
Juros Pagos	(1,746)	(2,067)	(2,291)	-15.5%	-23.8%	(3,813)	(5,928)	-35.7%
Imposto de Renda e Contribuição Social Pagos	825	3,163	(675)	-73.9%	-	3,988	(738)	-
<b>Caixa Líquido Atividades de Investimento</b>	<b>(8,857)</b>	<b>(7,679)</b>	<b>(7,480)</b>	<b>15.3%</b>	<b>18.4%</b>	<b>(16,536)</b>	<b>(15,267)</b>	<b>8.3%</b>
Aquisição de Ativos	(942)	(558)	(819)	68.8%	15.0%	(1,500)	(1,784)	-15.9%
Aquisição de ativo intangível	(7,915)	(8,474)	(6,661)	-6.6%	18.8%	(16,389)	(13,483)	21.6%
Aplicação Financeira	-	1,353	-	-100.0%	-	1,353	-	-
<b>Caixa Líquido Atividades Financiamento</b>	<b>(13,451)</b>	<b>(7,672)</b>	<b>4,080</b>	<b>75.3%</b>	<b>-</b>	<b>(21,123)</b>	<b>(3,806)</b>	<b>455.0%</b>
Ingresso de empréstimos e financiamentos	-	-	15,000	-	-100.0%	-	15,003	-100.0%
Amortização de Emprést. e Financiamentos	(7,280)	(7,672)	(7,751)	-5.1%	-6.1%	(14,952)	(15,640)	-4.4%
Dividendos Pagos	(6,171)	-	(3,169)	-	94.7%	(6,171)	(3,169)	94.7%
<b>Aumento (Redução) de Caixa e Equivalentes</b>	<b>18,159</b>	<b>(10,837)</b>	<b>7,006</b>	<b>-</b>	<b>159.2%</b>	<b>7,322</b>	<b>3,239</b>	<b>126.1%</b>
<b>Saldo Inicial de Caixa e Equivalentes</b>	<b>7,877</b>	<b>18,714</b>	<b>9,101</b>	<b>-57.9%</b>	<b>-13.4%</b>	<b>18,714</b>	<b>12,868</b>	<b>45.4%</b>
<b>Saldo Final de Caixa e Equivalentes</b>	<b>26,036</b>	<b>7,877</b>	<b>16,107</b>	<b>230.5%</b>	<b>61.6%</b>	<b>26,036</b>	<b>16,107</b>	<b>61.6%</b>

**SOBRE A CSU**

A CSU é empresa líder no mercado brasileiro de prestação de serviços de alta tecnologia voltados ao consumo, relacionamento com clientes, processamento e transações eletrônicas. Oferece soluções completas de programas de cartões de crédito e meios de pagamento eletrônicos, *data center*, soluções customizadas de *loyalty*, *e-commerce*, vendas, cobrança, crédito e *contact center*. Atuando de forma pioneira, a Companhia possui mais de 20 anos de mercado e tem suas ações listadas no Novo Mercado da BM&FBovespa (CARD3), o mais alto nível de Governança Corporativa.

**CSU CARDSYSTEM**

A CSU é a maior companhia independente da América Latina especializada no processamento de meios eletrônicos de pagamento, sendo a primeira empresa a trabalhar com as três bandeiras internacionais simultaneamente. A CSU CardSystem tem entre seus principais clientes bancos, financeiras, seguradoras e varejistas do Brasil, totalizando uma carteira de 22,0 milhões de cartões de crédito, *private labels* e cartões híbridos.

Por meio do modelo *full service*, a CSU CardSystem oferece um leque completo de serviços e soluções que compreende todo o ciclo operacional relacionado a cartões de crédito, possibilitando ao emissor ter toda a atividade operacional em regime de terceirização.

Dentre os serviços e soluções ofertados destacam-se: processamento das transações do cartão, emissão de cartões, postagem das faturas, prevenção à fraude e desenvolvimento de melhorias no produto, de acordo com a determinação do cliente.

**CSU MARKETSYSTEM**

Com mais de 15 anos de atuação no mercado, a CSU MarketSystem é a provedora de solução de *marketing* de relacionamento e programas de fidelidade, tendo já planejado, implementado e gerido dezenas de programas de grande porte. A CSU MarketSystem é uma divisão de negócios que tem seus resultados consolidados na CSU CardSystem.

**SOBRE O OPTE+**

O OPTE+ é o maior *e-marketplace* do mercado brasileiro e o único do segmento a trabalhar com os conceitos *Multiâncora* (diversas marcas renomadas concorrentes integradas), *Multi gateway* (produtos físicos, bilhetes aéreos, pacotes, compra coletiva, leilões *online*, vale presentes, vouchers e serviços em uma plataforma *online* com uma única integração para o dono do programa) e *Multi fornecedor* (variados parceiros integrados com um buscador de ofertas inteligente, trazendo sempre a melhor oferta para o produto escolhido). É oferecido ao mercado de três maneiras distintas:

- ❖ O **OPTE+Loyalty**, a nova geração de soluções de premiação para Programas de Fidelidade. Possibilita aos participantes a experiência de compra dos principais *e-commerces* do mundo, com o resgate de pontos por produtos ou viagens;
- ❖ **OPTE+Shopping**, na forma de oportunidade para as empresas lançarem seus próprios Shoppings Corporativos, visando novas fontes de receita e maior interação com sua base de clientes, com a oferta de produtos e viagens por meio de um Shopping Online.
- ❖ **Shopping Online OPTE+**, o recém lançado *e-marketplace* onde a CSU oferece os benefícios da sua plataforma diretamente ao consumidor final, com o adicional de ter um cartão de crédito e um programa de fidelidade próprios (Passaporte OPTE+). Nessa modalidade, o consumidor final realiza compras no ambiente OPTE+(www.optemais.com.br) e acumula pontos que podem ser utilizados como forma de pagamento total ou parcial de produtos, passagens aéreas e pacotes turísticos.

Através do OPTe+Loyalty, a Companhia disponibiliza um robusto catálogo *online* com produtos e viagens. A principal fonte de receita vem do rebate dos fornecedores (comissionamento sobre as vendas). Adicionalmente, é cobrado do cliente uma taxa sobre o *spread* dos pontos ou mesmo um percentual sobre o volume de vendas. O *set up* da ferramenta é pago pelo cliente e cobre o custo inicial de implantação e uso do *software*.

Na modalidade Shopping Corporativo, a receita é proveniente de uma taxa cobrada ao cliente no momento da implantação e de um percentual sobre as vendas que os parceiros/fornecedores realizam no ambiente OPTe+.

Por fim, na modalidade Shopping Online OPTe+, a única oferecida diretamente ao consumidor final (B2C), a receita é originada apenas sobre o rebate do fornecedor.

#### **CSU CONTACT**

A CSU Contact é a unidade da CSU especializada na prestação de serviços de tele-atendimento, *help desk*, cobrança, *back office*, televendas e relacionamento com o cliente, seja por meio de posições de trabalho ou através de canais digitais.

#### **CSU ITS**

A CSU ITS definiu a entrada da CSU na prestação de serviços de terceirização de TI, alavancando mais de 20 anos de expertise em gestão de *data center*. Através do *data center* TIER III, localizado na sede da Companhia, em Barueri, a CSU ITS oferece serviços de *hosting*, *colocation*, *cloud computing* e serviços consultivos. A CSU ITS é uma divisão de negócios alocada na CSU CardSystem.

#### **C360**

O C360 é uma robusta plataforma de relacionamento e abordagem de clientes e *prospects*. Integra modelagem estatística e segmentação de base de dados, automatização do gerenciamento de campanhas e acionamento multicanal de forma integrada, visando melhor desempenho e maior eficiência em gestão de campanhas por meio de processos automatizados. Entende-se eficiência do contato o resultado de maior índice de conversão ao menor custo.

As principais aplicações do C360 são para campanhas de aquisição de novos clientes, ciclo de vida (ativação, relacionamento, renovação e retenção de clientes), *upgrade* e *cross-sell* de produtos e serviços e engajamento e recuperação de crédito.

A remuneração pelo serviço é fixa e mensal, e está relacionada à gestão e à disponibilização da plataforma. De forma complementar, há uma variável com base nos resultados alcançados.

**Afirmações sobre Expectativas Futuras:** Este relatório pode incluir declarações que representem expectativas sobre eventos ou resultados futuros. Essas declarações estão baseadas em certas suposições e análises feitas pela Companhia de acordo com a sua experiência e o ambiente econômico e nas condições de mercado e nos eventos futuros esperados, muitos dos quais estão fora do controle da Companhia. Em razão desses fatores, os resultados reais da Companhia podem diferir significativamente daqueles indicados ou implícitos nas declarações de expectativas sobre eventos ou resultados futuros.