

1T14

Cotação em 31/03/2014 (R\$)	25,00
Volume médio diário (R\$ milhões)	13,7
Lucro por ação (R\$)	0,46
Valor de mercado em 31/03/2014 (R\$ bilhões)	4,05

Principais indicadores.....	2
Comentário da Administração.....	3
Desempenho Operacional.....	4
Desempenho Financeiro.....	5
Faturamento da venda de pontos.....	5
Demonstração de resultados.....	6
Fluxo de caixa.....	10
Balço patrimonial.....	11
Estrutura Societária.....	12
Glossário.....	12

### TELECONFERÊNCIA DE RESULTADOS

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

9 de maio de 2014  
09:00h (horário de Brasília)  
08:00h (horário de Nova York)

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

Replay:  
Tel.: +55 (11) 2188-0155  
Disponível de 09/05/2014 até  
16/05/2014  
Código: Multiplus

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

### Relações com Investidores

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

## Faturamento atinge R\$ 538 milhões, crescimento de 9,4% vs 1T13

Lucro Líquido alcança R\$ 74,6 milhões

### Destaques Operacionais

- **12,5 milhões de participantes**, crescimento de 10,7% vs 1T13 e de 2,6% vs 4T13;
- **21,7 bilhões de pontos emitidos**, crescimento de 1,0% vs 1T13 e 9,0% vs 4T13;
- **17,5 bilhões de pontos resgatados**, crescimento de 10,3% vs 1T13 e 4,4% vs 4T13;
- **Breakage médio (12 meses) de 18,2%** vs 19,9% no 1T13 e 18,5% no 4T13.

### Destaques Financeiros

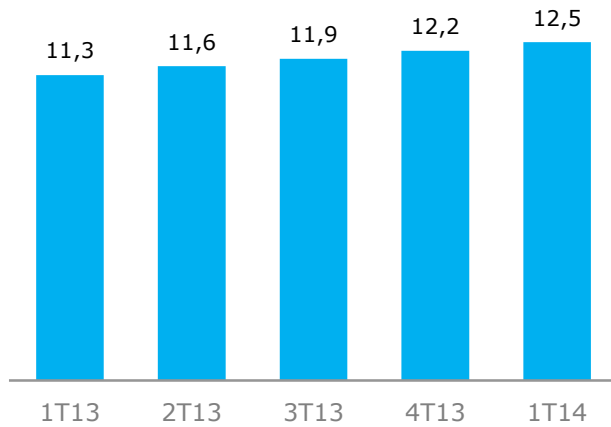
- **Faturamento de pontos de R\$538,3 milhões**, crescimento de 9,4% vs 1T13 e 12,2% vs 4T13;
- **Receita líquida de R\$440,6 milhões**, crescimento de 18,0% vs 1T13 e 8,0% vs 4T13;
- **Lucro líquido de R\$74,6 milhões**, crescimento de 59,2% vs 1T13 e 13,4% vs 4T13 (16,9% de margem).

(Em R\$ mil)

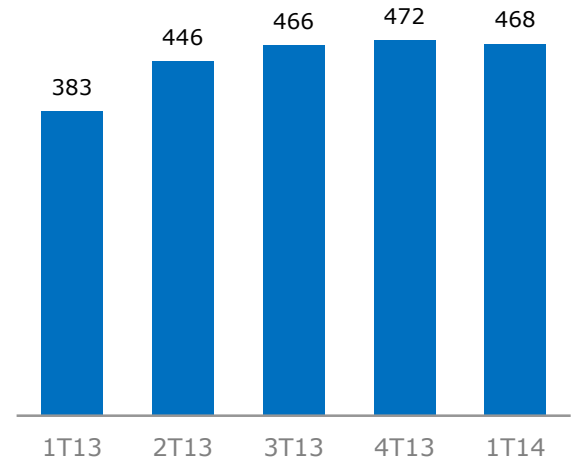
	1T13	1T14	1T14 vs 1T13
Participantes (milhões)	11,3	12,5	10,7%
Pontos emitidos (milhões)	21.530	21.742	1,0%
Pontos resgatados (milhões)	15.879	17.516	10,3%
Taxa de Breakage (média últ. 12m, %)	19,9%	18,2%	-1,7p.p.
Faturamento da venda de pontos	492.060	538.274	9,4%
Receita Líquida	373.413	440.684	18,0%
Lucro Líquido	46.850	74.602	59,2%
Margem Líquida	12,5%	16,9%	4,4p.p.

## PRINCIPAIS INDICADORES

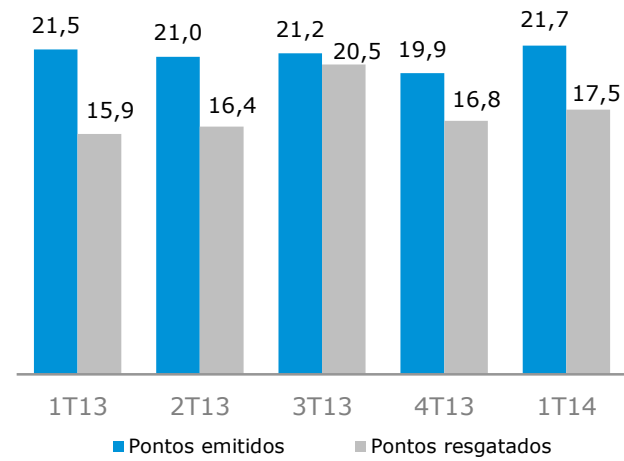
Participantes (milhões)



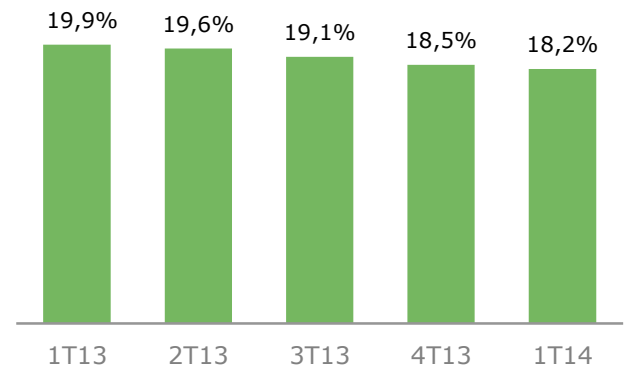
Parceiros



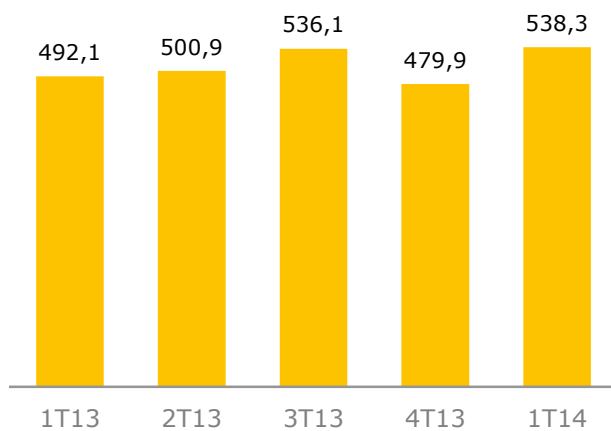
Pontos emitidos e resgatados (bilhões)



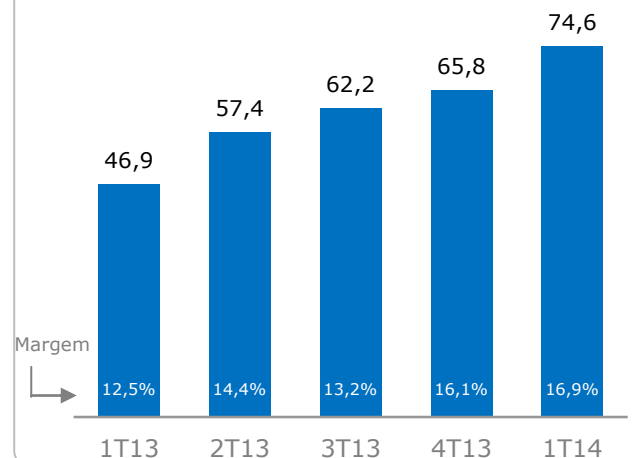
Breakage (%) – média de 12 meses



Faturamento (R\$ milhões)



Lucro Líquido (R\$ milhões)



## COMENTÁRIO DA ADMINISTRAÇÃO

### **Faturamento atinge R\$ 538 milhões, crescimento de 9,4% vs 1T13**

#### **Lucro líquido alcança R\$ 74,6 milhões**

Nesse trimestre, concentramos nossos esforços na entrega de uma experiência única aos nossos participantes e na geração de valor aos nossos parceiros comerciais com ofertas aderentes às necessidades de seus negócios. Os resultados dessa estratégia podem ser facilmente percebidos não somente pelo crescimento do faturamento e dos lucros, como também pelo maior engajamento dos parceiros e participantes com a rede.

Buscando consolidar a Multiplus como a melhor escolha para nossos clientes, simplificamos processos de resgates de prêmios, criamos formas alternativas de acesso à conta Multiplus por meio de aparelhos celulares e lançamos uma nova plataforma denominada Resgates Incríveis. Esta plataforma possibilita a troca de pontos por experiências únicas e exclusivas e teve como sua primeira oferta um roteiro turístico com o tema Carnaval que gerou grande repercussão nas redes sociais. Os Resgates Incríveis, associados ao nosso portfólio de ofertas de passagens internacionais e a melhor rede de parcerias, fortalecem nosso posicionamento estratégico de diferenciação do ponto Multiplus como objeto de desejo pelos participantes.

Lançamos também os produtos de venda e de renovação de pontos, já responsáveis por um volume superior a 70 milhões de pontos nos últimos meses. Continuaremos apresentando novidades e direcionando nossos esforços para o desenvolvimento de uma plataforma de e-commerce completamente nova, na qual os mais de 400 mil produtos e serviços, que já podem ser resgatados com pontos Multiplus, passem a ser facilmente visualizados pelos participantes da rede e adicionados a um único carrinho. Além disso, cada participante visualizará um conteúdo personalizado, de acordo com suas preferências, localização, histórico de navegação e últimas transações, aproximando-os ainda mais da rede.

Cada vez mais, estamos trabalhando em conjunto com a TAM na busca de oportunidades que aumentem o valor percebido pelos participantes. A sazonalidade natural do segmento de transporte aéreo e a nossa parceria estratégica de longo prazo com a TAM nos permitem apresentar ofertas de resgates singulares, criando um efeito positivo em toda a rede de parceiros.

Entendemos que os bancos são os parceiros que mais se beneficiam da crescente atratividade de nossas ofertas de resgates e do crescimento de nossa rede. Temos realizado ações em conjunto com esses parceiros cujos resultados têm superado nossas próprias expectativas. Dentre os principais objetivos dessas ações ressaltamos o de elevar as taxas de ativação dos cartões de crédito e o de aumentar o *spending* médio por cartão, métricas cruciais para o sucesso do negócio de nossos bancos parceiros.

Encerramos o primeiro trimestre de 2014 com 12,5 milhões de participantes, um crescimento de 10,7% em relação ao mesmo trimestre do ano anterior. A rede atingiu 468 parcerias, em comparação a 383 no mesmo período de 2013. Quanto aos resultados financeiros, o faturamento foi de R\$ 538,3 milhões, um crescimento de 9,4% quando comparado com o primeiro trimestre do ano anterior. A companhia obteve uma receita líquida de R\$ 440,7 milhões e o custo total de serviços foi de R\$ 317,1 milhões no trimestre, enquanto os pontos resgatados totalizaram 17,5 bilhões. As despesas operacionais somaram R\$ 36,7 milhões, apenas 2,8% superior ao trimestre anterior e em sua maioria concentradas em marketing e TI. A Companhia divulgou um lucro líquido de R\$ 74,6 milhões com margem líquida de 16,9%, o que representa um crescimento de 59,2% em relação ao mesmo período do ano anterior. Distribuiremos R\$ 70,9 milhões em dividendos e juros sobre capital próprio, um *payout* de 95,0% no trimestre.

## DESEMPENHO OPERACIONAL

Informações Operacionais	1T14		1T14 vs 1T13	4T13		1T14 vs 4T13
	1T13	1T14		4T13		
<b>Participantes (milhões)</b>	11,3	12,5	10,7%	12,2		2,6%
<b>Parcerias</b>	383	468	22,2%	472		-0,8%
<b>Pontos emitidos (milhões)</b>	21.530	21.742	1,0%	19.939		9,0%
TAM Linhas Aéreas - TLA	3.739	3.960	5,9%	4.325		-8,4%
Bancos, Varejo, Indústria e Serviços	17.790	17.783	0,0%	15.614		13,9%
<b>Pontos resgatados (milhões)</b>	15.879	17.516	10,3%	16.777		4,4%
Passagens aéreas	15.037	16.170	7,5%	15.223		6,2%
Outros produtos / serviços	842	1.347	59,9%	1.553		-13,3%
<b>Taxa de Breakage (média últ. 12m, %)</b>	19,9%	18,2%	-1,7p.p.	18,5%		-0,3p.p.
<b>Número de Funcionários</b>	164	184	12,2%	181		1,7%

**Pontos emitidos:** 21,7 bilhões, uma variação de:

1,0% vs 1T13, devido a:

- Pontos vendidos para bancos, varejo, indústria e serviços, em linha, devido à combinação dos seguintes fatores:
  - impacto positivo do crescimento da indústria de cartões de crédito;
  - efeito negativo da 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;
  - efeito negativo de ações de redução de custo implementadas por alguns bancos como elevação do limite mínimo para transferência de pontos, inclusão de deflatores e estímulos a resgates com menor custo como catálogos e outros programas de fidelização;
  - aumento de sinergia com os bancos, por meio de ofertas exclusivas.
- Crescimento de 5,9% na quantidade de pontos vendidos para TLA, principalmente devido a maior penetração do programa.

9,0% vs 4T13, devido a:

- Crescimento de 13,9% nos pontos vendidos para bancos, varejo, indústria e serviços devido a combinação dos seguintes fatores:
  - impacto positivo do crescimento da indústria de cartões de crédito;
  - mudança da sazonalidade no resgate de pontos, devido ao novo modelo de resgates aéreos;
  - aumento de sinergia com os bancos, por meio de ofertas exclusivas.
- Varição de -8,4% na quantidade de pontos vendidos para TLA, principalmente devido ao (i) maior número de passageiros utilizando passagens-prêmio os quais não pontuam e (ii) variação sazonal do setor aéreo

**Pontos resgatados:** 17,5 bilhões, uma variação de:

10,3% vs 1T13, devido a :

- Crescimento de 7,5% nos pontos resgatados em passagens aéreas devido ao contínuo aperfeiçoamento das ofertas em conjunto com a TAM
- Crescimento de 59,9% nos pontos resgatados em outros produtos/serviços devido à expansão da rede de parceiros e melhor segmentação das ofertas

4,4% vs 4T13, devido a:

- Crescimento de 6,2% nos pontos resgatados em passagens aéreas devido ao contínuo aperfeiçoamento das ofertas em conjunto com a TAM
- Varição de -13,3% nos pontos resgatados em outros produtos/serviços devido à sazonalidade do varejo.

## DESEMPENHO FINANCEIRO

### Faturamento da venda de pontos

(Em R\$ mil)	1T13	1T14	1T14 vs 1T13	4T13	1T14 vs 4T13
Faturamento da venda de pontos	492.060	538.274	9,4%	479.905	12,2%
TAM Linhas Aéreas – TLA	45.958	50.966	10,9%	55.559	-8,3%
Bancos, Varejo, Indústria e Serviços	446.102	487.308	9,2%	424.346	14,8%

**Faturamento da venda de pontos:** R\$538,3 milhões no 1T14, uma variação de:

9,4% vs 1T13, devido a:

- **TLA:** aumento de 10,9%, principalmente por uma combinação de (i) crescimento de 5,9% no total de pontos emitidos e (ii) aumento de preço em 4,7% para manter o equilíbrio econômico de acordo com o contrato de longo prazo entre a Multiplus e a TLA.
- **Bancos, Varejo, Indústria e Serviços:** aumento de 9,2% principalmente devido a uma combinação de (i) quantidade de pontos vendidos, em linha (vide página 4), (ii) efeito positivo da depreciação de 17,5% na cotação média do real em relação ao 1T13, visto que os contratos com os bancos são denominados em dólar e (iii) a um ajuste no preço unitário em dólar visando alinhar incentivos aos bancos para sustentar o crescimento no longo prazo.

12,2% vs 4T13, devido a:

- **TLA:** variação de -8,3%, principalmente por uma combinação de (i) variação de -8,4% no total de pontos emitidos (ii) leve aumento do preço em para manter o equilíbrio econômico de acordo com o contrato de longo prazo entre a Multiplus e a TLA.
- **Bancos, Varejo, Indústria e Serviços:** crescimento de 14,8%, principalmente pela (i) variação de 13,9% na quantidade de pontos vendidos (vide página 4) e (ii) leve oscilação no preço unitário em dólar dos parceiros com maior crescimento de volume.

#### Outros produtos

“Compra de pontos”, por meio do qual os nossos participantes podem adquirir pontos Multiplus diretamente em nosso site e “renovação de pontos” no qual o participante pode renovar os pontos que venceram, também, diretamente pelo site.

# Demonstração de Resultado

(Em R\$ mil)

## Demonstração de resultado

	1T13	1T14	1T14 vs 1T13	4T13	1T14 vs 4T13
<b>Receita bruta</b>	<b>411.951</b>	<b>486.698</b>	18,1%	<b>450.677</b>	8,0%
Venda de pontos	360.369	426.042	18,2%	398.930	6,8%
TAM Linhas Aéreas	40.808	36.906	-9,6%	35.980	2,6%
Bancos, varejo, indústria e serviços	319.561	389.136	21,8%	362.950	7,2%
Breakage	54.983	70.333	27,9%	61.987	13,5%
Hedge	(4.211)	(9.677)	129,8%	(10.240)	-5,5%
Outras Receitas	810	-	-100,0%	-	-
Impostos sobre vendas e serviços	(38.538)	(46.014)	19,4%	(42.717)	7,7%
<b>Receita Líquida</b>	<b>373.413</b>	<b>440.684</b>	<b>18,0%</b>	<b>407.961</b>	<b>8,0%</b>
Custo dos resgates de pontos	(274.619)	(317.080)	15,5%	(300.287)	5,6%
Passagens aéreas	(264.076)	(296.710)	12,4%	(277.387)	7,0%
Outros produtos / serviços	(10.544)	(20.370)	93,2%	(22.900)	-11,0%
<b>Total dos Custos dos Serviços Prestados</b>	<b>(274.619)</b>	<b>(317.080)</b>	<b>15,5%</b>	<b>(300.287)</b>	<b>5,6%</b>
<b>Equivalência patrimonial</b>	<b>(2.431)</b>	<b>(2.025)</b>	<b>-16,7%</b>	<b>(2.098)</b>	<b>-3,5%</b>
<b>Lucro Bruto</b>	<b>96.363</b>	<b>121.578</b>	<b>26,2%</b>	<b>105.575</b>	<b>15,2%</b>
Margem Bruta	25,8%	27,6%	1,8p.p.	25,9%	1,7p.p.
Serviços compartilhados	(1.907)	(811)	-57,5%	(843)	-3,8%
Despesas com pessoal	(10.806)	(12.415)	14,9%	(10.245)	21,2%
Marketing	(1.943)	(5.172)	166,2%	(6.676)	-22,5%
Depreciação	(1.861)	(3.416)	83,6%	(2.457)	39,1%
Outros	(17.836)	(14.854)	-16,7%	(15.449)	-3,9%
<b>Total das Despesas Operacionais</b>	<b>(34.353)</b>	<b>(36.668)</b>	<b>6,7%</b>	<b>(35.670)</b>	<b>2,8%</b>
<b>Total dos Custos e Despesas Operacionais</b>	<b>(311.403)</b>	<b>(355.773)</b>	<b>14,2%</b>	<b>(338.055)</b>	<b>5,2%</b>
<b>Lucro Operacional</b>	<b>62.010</b>	<b>84.911</b>	<b>36,9%</b>	<b>69.905</b>	<b>21,5%</b>
Margem Operacional	16,6%	19,3%	2,7p.p.	17,1%	2,1p.p.
Despesa/Receita Financeira	11.788	32.130	172,6%	32.536	-1,2%
Hedge	(2.939)	(2.113)	-28,1%	(4.448)	-52,5%
<b>Lucro antes do IR e CS</b>	<b>70.859</b>	<b>114.928</b>	<b>62,2%</b>	<b>97.993</b>	<b>17,3%</b>
Imposto de Renda e Contribuição Social	(24.009)	(40.326)	68,0%	(32.185)	25,3%
<b>Lucro Líquido no período</b>	<b>46.850</b>	<b>74.602</b>	<b>59,2%</b>	<b>65.807</b>	<b>13,4%</b>
Margem Líquida	12,5%	16,9%	4,4p.p.	16,1%	0,8p.p.

## Receita

A receita líquida foi de R\$440,7 milhões no 1T14, uma variação de:

18,0% vs 1T13, devido a:

8,0% vs 4T13, devido a:

- **Receita de venda pontos:** um crescimento de 18,2% devido a: (i) aumento de 10,3% no número de pontos resgatados, (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 *breakage*:** um crescimento de 27,9%, principalmente devido a recuperação gradual e esperada na curva de reconhecimento de *breakage*.
- **Hedge:** despesa de R\$9,7 milhões devido o reconhecimento dos contratos vencidos (hedge accounting).
- **Outras receitas:** redução de R\$810 mil devido a transferência dos funcionários do *backoffice* da TAM Fidelidade para a TAM, em setembro de 2013, que deixou de pagar a Multiplus R\$810 mil a cada trimestre. Este evento está sendo compensado com uma redução proporcional nas despesas com pessoal.
- **Receita de venda pontos:** um crescimento de 6,8%, devido a: (i) aumento de 4,4% no número de pontos resgatados, (ii) variação no mix de pontos reconhecidos como receita, com uma maior participação de resgates de pontos que haviam sido vendidos com melhor preço. 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 *breakage*:** um crescimento de 13,5%, principalmente devido a recuperação da curva de reconhecimento de *breakage*.
- **Hedge:** despesa de R\$9,7 milhões devido o reconhecimento dos contratos vencidos (hedge accounting).

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

### Prismah

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\$317,1 milhões, uma variação de:

15,5% vs 1T13, devido a:

- **Passagens aéreas:** aumento de 12,4%, principalmente como resultado do (i) crescimento de 7,5% no volume de pontos resgatados em passagens aéreas (ii) leve ajuste no custo a partir de julho de 2013 em função da celebração do 11º termo aditivo ao contrato operacional entre a companhia e a TLA, que promoveu o novo modelo de precificação com a TAM (iii) efeito da depreciação do real sobre o custos de resgates internacionais, denominados em dólar, representando aproximadamente um terço do total de pontos resgatados.
- **Outros produtos / serviços:** R\$20,4 milhões, crescimento de 93,2% quando comparado ao 1T13, principalmente como consequência do (i) aumento de 59,9% no volume de pontos resgatados e (ii) um ajuste no custo unitário para oferecer uma melhor proposta de valor de resgate não aéreos para os nossos participantes.

5,6% vs 4T13, devido a:

- **Passagens aéreas:** aumento de 7,0%, principalmente como resultado da (i) crescimento de 6,2% no volume de pontos resgatados em passagens aéreas e (ii) efeito da leve depreciação do real visto que o custo de resgates internacionais é denominado em dólar, e representam aproximadamente um terço do total de pontos resgatados
- **Outros produtos / serviços:** R\$20,4 milhões, redução de -11,0%, principalmente como consequência de (i) uma variação de -13,3% no volume de pontos resgatados e (ii) um ajuste no custo unitário para oferecer uma melhor proposta de valor de resgate não aéreos para os nossos participantes.

**Serviços Compartilhados:** R\$0,8 milhão, uma variação de:

-57,5% vs 1T13, devido a:

Internalização de algumas áreas, como por exemplo a tesouraria.

-3,8% vs 4T13, devido a:

Internalização de algumas áreas, como por exemplo a auditoria.

**Despesas com Pessoal:** R\$12,4 milhões, uma variação de:

14,9% vs 1T13, devido a:

Principalmente (i) aumento de 164 para 184 pessoas no quadro de funcionários, para assegurar o crescimento da Companhia combinado com a transferência dos funcionários do *backoffice* do TAM Fidelidade para a TAM e (ii) a provisões de incentivos de longo prazo aos executivos da companhia.

21,2% vs 4T13, devido a:

Principalmente devido a provisões de incentivos de longo prazo aos executivos da companhia.

**Despesas com Marketing:** R\$5,1 milhões, uma variação de:

166,2% vs 1T13, devido a:

Maior alocação das despesas de marketing, comparado ao ano anterior devido o desenvolvimento da nova campanha institucional "Você não sabe o que está ganhando".

-22,5% vs 4T13, devido a:

Redução da alocação sazonal das despesas de marketing devido a realização de campanhas de incentivo ao resgate de pontos ocorridas no 4T13 como por exemplo a "Black Friday".

**Outros:** R\$14,8 milhões, uma variação de:

-16,7% vs 1T13, devido a:

Menor concentração das despesas com TI no 1T14.

-3,9% vs 4T13, devido a:

Menor concentração das despesas com serviços de assessoria e consultoria.

**Despesas/Receita Financeira:** R\$32,1 milhões, uma variação de:

172,6% vs 1T13, devido a:

Principalmente devido ao (i) aumento da taxa Selic de 7,25% para 10,75% e (ii) nova política de investimentos, iniciada em janeiro de 2014, gerando uma alocação mais eficiente dos recursos.

-1,2% vs 4T13, devido a:

Principalmente devido a uma combinação do (i) aumento da taxa Selic de 10,0% para 10,75%, (ii) efeito contábil da compra antecipada de passagens aéreas encerrada no 4T13 que favoreceu o resultado daquele trimestre e (iii) nova política de investimentos, iniciada em janeiro de 2014, gerando uma alocação mais eficiente dos recursos.

**Hedge:** R\$2,1 milhões despesa referente à contabilização da parcela não efetiva do hedge de fluxo de caixa.

## Fluxo de Caixa

(Em R\$ mil)

### Fluxo de Caixa

1T13

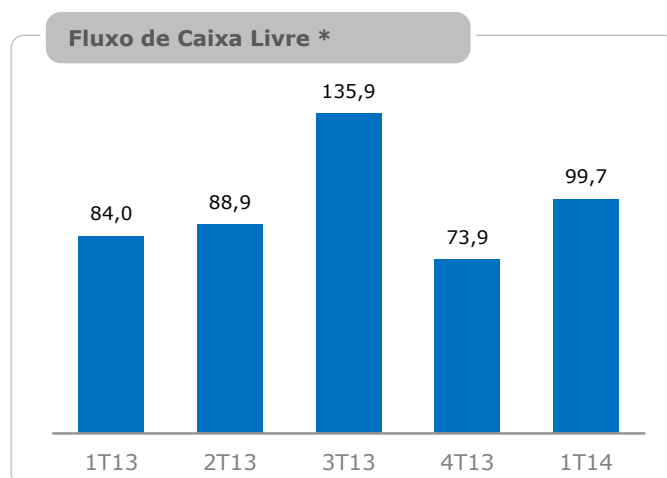
1T14

4T13

	1T13	1T14	4T13
<b>Lucro Líquido</b>	<b>46.850</b>	<b>74.602</b>	<b>65.807</b>
Depreciação/Amortização	1.861	3.416	2.457
Contas a Receber	(31.642)	(41.585)	31.229
Contas a Pagar	62.927	30.166	(24.353)
Impostos	12.753	5.334	(5.394)
Impostos Diferidos	7.386	4.122	4.093
Partes Relacionadas	145	1.514	(1.694)
Adiantamento a Fornecedores	(414.795)	33	275.785
Receita Diferida e Passivo de Breakage	76.537	41.277	18.178
Instrumentos Derivativos	(16.847)	(3.870)	(12.424)
Outros Ativos e Passivos	(21.150)	(10.202)	8.748
Equivalência patrimonial em resultados de investimentos da JV	2.431	2.025	2.098
<b>Fluxo de Caixa Operacional</b>	<b>(273.545)</b>	<b>106.832</b>	<b>364.530</b>
Investimento	(1.332)	(15.883)	(24.882)
Participações em empresas	1	1	(0)
<b>Fluxo de Caixa dos Investimentos</b>	<b>(1.331)</b>	<b>(15.883)</b>	<b>(24.882)</b>
Custo com emissão de ações	-	-	-
Capital Social	1	1.841	607
Reserva de Capital	1.194	799	816
Ajuste de avaliação patrimonial/Hedge	14.167	7.991	9.260
Dividendos e JCP	(67.136)	(74.001)	(58.897)
<b>Fluxo de Caixa dos Financiamentos</b>	<b>(51.773)</b>	<b>(63.370)</b>	<b>(48.214)</b>
<b>Aumento (Redução) do Caixa</b>	<b>(326.650)</b>	<b>27.579</b>	<b>291.433</b>
Caixa Inicial*	1.040.106	1.264.476	973.043
Caixa Final*	713.456	1.292.055	1.264.476

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

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



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

# Balço Patrimonial

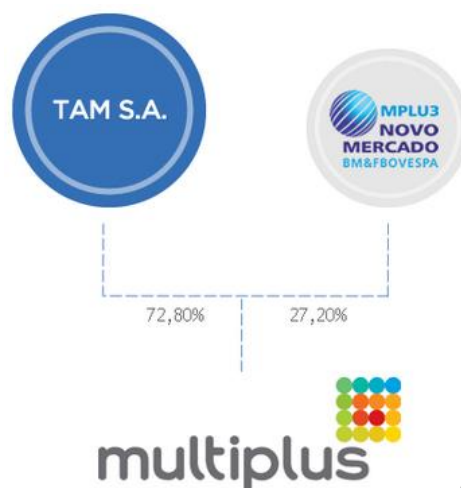
(Em R\$ mil)

## Balço Patrimonial

	1T13	1T14	1T14 vs 1T13	4T13	1T14 vs 4T13
<b>Ativo Total</b>	<b>1.426.657</b>	<b>1.615.511</b>	<b>13,2%</b>	<b>1.538.909</b>	<b>5,0%</b>
<b>Ativo Circulante</b>	<b>1.349.757</b>	<b>1.511.757</b>	<b>12,0%</b>	<b>1.441.476</b>	<b>4,9%</b>
Caixa e equivalentes de caixa	3.492	3.112	-10,9%	10.577	-70,6%
Ativos financeiros mensurados ao valor justo por meio do resultado	709.964	1.288.944	81,6%	1.253.899	2,8%
Ativos financeiros mantidos até o vencimento	-	-	-	(0)	-100,0%
Contas a receber	170.073	172.666	1,5%	131.081	31,7%
Tributos a recuperar	-	10.612	-	8.227	29,0%
Partes relacionadas	433.071	17.662	-95,9%	19.176	-7,9%
Conta corrente	16.818	17.662	5,0%	19.176	-7,9%
Despesas antecipadas	416.253	-	-100,0%	(0)	-100,0%
Instrumentos financeiros derivativos	-	-	-	(0)	-100,0%
Despesas antecipadas	-	6.376	-	6.409	-0,5%
Demais contas a receber	33.156	12.385	-62,6%	12.107	2,3%
<b>Ativo Não Circulante</b>	<b>76.900</b>	<b>103.754</b>	<b>34,9%</b>	<b>97.433</b>	<b>6,5%</b>
Ativos financeiros - depósitos bancários	-	-	-	-	-
Ativos financeiros mantidos até o vencimento	-	-	-	-	-
Imposto de renda e contribuição social diferidos	8.625	1.852	-78,5%	5.974	-69,0%
Instrumentos financeiros derivativos	550	-	-100,0%	-	-
Demais contas a receber	6.821	24	-99,6%	23	6,6%
Investimentos	1.937	5.058	161,1%	7.083	-28,6%
Imobilizado	3.208	9.231	187,8%	8.289	11,4%
Intangível	55.758	87.589	57,1%	76.064	15,2%
Partes Relacionadas	-	-	-	-	-
<b>Passivo Total</b>	<b>1.426.657</b>	<b>1.615.511</b>	<b>13,2%</b>	<b>1.538.909</b>	<b>5,0%</b>
<b>Passivo Circulante</b>	<b>1.282.334</b>	<b>1.418.313</b>	<b>10,6%</b>	<b>1.352.935</b>	<b>4,8%</b>
Fornecedores	122.751	160.053	30,4%	129.887	23,2%
Salários e encargos sociais	7.979	10.345	29,7%	12.841	-19,4%
Impostos, taxas e contribuições	610	5.423	789,3%	4.243	27,8%
Imposto de renda e contribuição social a pagar	23.921	14.848	-37,9%	8.309	78,7%
Juros sobre capital próprio e dividendos a pagar	-	-	-	-	-
Instrumentos financeiros derivativos	14.823	-	-100,0%	3.870	-100,0%
Receita diferida	964.864	1.072.284	11,1%	1.050.438	2,1%
Passivo de Breakage	137.748	152.329	10,6%	132.891	14,6%
Demais contas a pagar	9.639	3.030	-68,6%	10.456	-71,0%
Dividendos a pagar	-	-	-	-	-
<b>Passivo Não Circulante</b>	<b>-</b>	<b>83</b>	<b>-</b>	<b>91</b>	<b>-8,8%</b>
Partes Relacionadas	-	-	-	-	-
Instrumentos financeiros derivativos	-	-	-	(0)	-100,0%
Receita diferida	-	83	-	91	-8,8%
<b>Patrimônio Líquido</b>	<b>144.323</b>	<b>197.115</b>	<b>36,6%</b>	<b>185.883</b>	<b>6,0%</b>
Capital social	102.887	105.334	2,4%	103.493	1,8%
Reserva de capital	(2.520)	1.948	-177,3%	1.149	69,5%
Reserva de lucros	20.577	95.300	363,1%	94.699	0,6%
Ajuste de avaliação patrimonial	(23.472)	(5.467)	-76,7%	(13.458)	-59,4%
Lucros acumulados	46.850	-	-100,0%	-	-

## Estrutura Societária

A estrutura societária da Multiplus é a seguinte:



Atualizado em 31/03/2014

## GLOSSÁRIO

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

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

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

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

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

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

**Passivo de breakage:** valor correspondente ao percentual (=Taxa de Breakage) dos pontos emitidos que 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.

### Sobre a Multiplus

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

Ao conectar diferentes empresas e programas de fidelização, a Multiplus permite aos seus participantes acumularem e resgatarem pontos em várias empresas de diferentes segmentos. Atualmente a rede é composta por mais de 460 parceiros e reúne mais de 12,5 milhões de participantes que podem ganhar pontos Multiplus direta ou indiretamente (por meio da transferência do programa de um parceiro) em mais de 13 mil estabelecimentos comerciais. Além disso, é possível resgatar os pontos por mais de 420 mil opções de produtos e serviços.

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