

São Paulo, 11 de maio de 2015 - 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 primeiro trimestre de 2015. 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 4T14 e ao 1T14.



Relações com Investidores

Ricardo Ribeiro Leite

Diretor Financeiro

Renata Oliva Battiferro

Diretora de Relações com Investidores

Rodrigo Faria

Gerente de Relações com Investidores

Tatiana Brandt

Analista de Relações com Investidores

Contato:

www.csu.com.br/ri

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*):

14.877mil (35,6%)

Teleconferência de Resultados 1T15

Terça-feira, 12 de maio de 2015

11h00 (horário de Brasília) – Português

Tradução simultânea

Telefone:(11) 2188-0155 (Brasil)

Código de acesso: CSU

Webcast: www.csu.com.br/ri

CRESCIMENTO DE 42% DO EBITDA IMPULSIONA LUCRO LÍQUIDO A ALCANÇAR R\$ 3,7 MILHÕES NO 1T15

Destaques do Período:

- ☞ **Receita bruta** de R\$ 122,3 milhões no 1T15:
 - Crescimento de 21,1% frente ao 1T14 e de 6,2% em relação ao 4T14, impulsionado pelo crescimento dos volumes físicos em todas as unidades de negócios.
 - CSU CardSystem foi responsável por 52% do faturamento total da Companhia.
- ☞ **EBITDA** de R\$ 15,9 milhões no 1T15:
 - Expansão de 42,2% sobre o 1T14 e de 13,3% sobre o 4T14.
- ☞ **Lucro líquido** de R\$ 3,7 milhões no 1T15:
 - Crescimento de 156,6% nos últimos doze meses e de 2,1% sobre o 4T14.
- ☞ **Estrutura de Capital:**
 - Aumento de 46,9% da geração operacional de caixa, totalizando R\$ 11,9 milhões no 1T15, com consequente redução de 18,6% do endividamento líquido em doze meses e de 5,3% sobre o 4T14.
- ☞ **OPTe+:**
 - Incremento da plataforma OPTe+ por meio de novos parceiros comerciais conquistados, ampliando o segmento de atuação.
 - Desenvolvimento e fortalecimento da plataforma OPTe+ para o consumidor final (“*Business to Consumer*” - B2C).
- ☞ **CSU ITS:**
 - Desenvolvimento de parcerias com *players* do mercado para oferta conjunta de terceirização de *data center*.

Principais Indicadores (em milhares ou %)	1T15	4T14	1T14	% Variação vs.	
				4T14	1T14
Destaques Operacionais					
Cartões Cadastrados	18.498	17.595	16.511	5,1%	12,0%
Cartões Faturados	15.996	15.135	14.436	5,7%	10,8%
Posições de Atendimento*	2.585	2.393	2.244	8,0%	15,2%
Destaques Financeiros					
Receita Bruta	122.303	115.142	101.029	6,2%	21,1%
Receita Líquida	112.618	106.008	93.278	6,2%	20,7%
Margem Bruta	20,8%	21,5%	19,6%	-0,7 p.p.	1,2 p.p.
EBIT	9.176	7.231	4.763	26,9%	92,6%
Margem EBIT	8,1%	6,8%	5,1%	1,3 p.p.	3,0 p.p.
EBITDA	15.947	14.079	11.216	13,3%	42,2%
Margem EBITDA	14,2%	13,3%	12,0%	0,9 p.p.	2,1 p.p.
Lucro Líquido	3.692	3.617	1.439	2,1%	156,6%
Margem Líquida	3,3%	3,4%	1,5%	-0,1 p.p.	1,8 p.p.
Capex	8.688	7.058	4.648	23,1%	86,9%
Capex/Receita Líquida	7,7%	6,7%	5,0%	1,1 p.p.	2,7 p.p.
Dívida Líquida	60.830	64.225	74.751	-5,3%	-18,6%
Dívida Líquida/EBITDA	1,0	1,2	1,8	-0,2x	-0,8x

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

COMENTÁRIOS DA ADMINISTRAÇÃO

Os primeiros meses do ano foram marcados por mais um período de resultados crescentes, com margens saudáveis para os nossos negócios e que asseguram o equilíbrio econômico-financeiro e o contínuo crescimento da Companhia. A ampliação das frentes de negócios e o reposicionamento da CSU como empresa única na prestação de serviços de alta tecnologia voltados ao consumo, relacionamento com clientes, processamento e transações eletrônicas vêm demonstrando a entrega consistente de resultados e expansão dos indicadores financeiros. Neste trimestre reportamos um aumento de 21,1% na receita bruta comparada ao mesmo período do ano anterior, e de 6,2% contra o quarto trimestre de 2014.

Apesar do cenário macroeconômico adverso, com a alta pressão inflacionária, sobretudo nos custos com Pessoal, obtivemos um patamar financeiro e operacional bastante positivo, com entrega consistente de resultados em todas as unidades de negócios.

Na **CardSystem**, que há mais de 20 anos presta serviços de processamento e administração de meios eletrônicos de pagamento, destacamos a conclusão da primeira fase de migração dos cartões consignados do Banco BMG, aproximadamente 500 mil cartões, e encerramos o período com 18,5 milhões de plásticos, crescimento de 12,0% nos últimos doze meses. Já a divisão de aquisição registrou crescimento de 84,0% no volume de transações processadas neste mesmo período.

Segundo estimativas do mercado, o setor de meios eletrônicos de pagamento deverá crescer cerca de 12% em 2015, bastante significativo para um cenário macroeconômico adverso. A ABECS (Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços) prevê que os cartões ultrapassem 40% de penetração no consumo das famílias. Em 2014, apenas 30% da população brasileira havia substituído os tradicionais meios de pagamento, deixando uma lacuna relevante para evolução do setor.

Através da **MarketSystem**, unidade com mais de 15 anos de atuação especializada em *marketing* de relacionamento, programas de fidelidade e *e-commerce*, implantamos novos parceiros comerciais para a plataforma **OPTe+**, contribuindo para a ampliação de ofertas, que já consolida mais de 1 milhão de produtos dos maiores varejistas do país, além de viagens, passagens aéreas e pacotes turísticos. Mais do que conquistar novos clientes, a palavra de ordem é fidelizar. Nessa linha, a **MarketSystem** continua apresentando crescimento consistente, impulsionada pela plataforma OPTe+, inserida em um segmento ainda recente no Brasil, com muitas oportunidades e espaço para desenvolvimento a longo prazo. Ao final de março de 2015, os programas de fidelização gerenciados por esta unidade alcançaram um crescimento de 20% no número de clientes participantes frente a março de 2014. Estamos convictos de que o setor continuará crescendo e buscando atingir faixas da população ainda pouco penetradas, como as classes C e D, e que outros segmentos ainda pouco participativos no mercado de fidelidade, como o varejo, por exemplo, investirão cada vez mais nestas iniciativas como estratégia de mitigação de perdas, decorrentes do cenário de menor crescimento da economia. Adicionalmente, através do Shopping Online OPTe+, o ano de 2015 marca o ingresso da plataforma no mercado B2C, também um segmento com muitas oportunidades e espaço para desenvolvimento a longo prazo.

Na **CSU Contact**, unidade especializada em BPO de atendimento, encerramos o primeiro trimestre de 2015 com 2.585 Posições de Atendimento (PA's) médias faturadas, crescimento de 15,2% em doze meses. Dada a amplitude dos serviços prestados através das unidades de negócios, modelo *full service*, recentemente conquistamos a operação de *call center* do Banco BMG. O **C360**, ferramenta de inteligência de mercado para contato e abordagem de clientes e *prospects* via canais digitais, vem contribuindo para ampliar alguns contratos vigentes, através de demais unidades de negócios da Companhia, suportando as atividades de maneira sinérgica e complementar aos serviços ofertados.

Por fim, a divisão voltada à terceirização de *data center*, a **CSU ITS**, segue como alavanca para contratos já existentes através das demais unidades de negócios da Companhia. Além disso, estão sendo trabalhadas oportunidades de parcerias para a oferta conjunta de terceirização de *data center*.

Os avanços operacionais, ocorridos ao longo do primeiro trimestre de 2015, possibilitaram à CSU prosseguir com a evolução dos principais indicadores financeiros: a receita bruta atingiu R\$ 122,3 milhões e foi 21,1% superior ao primeiro trimestre de 2014, o EBITDA cresceu 42,2%, totalizando R\$ 15,9 milhões no período, ao passo que o lucro líquido alcançou R\$ 3,7 milhões, mais que dobrando o montante referente ao 1T14.

Em paralelo, apresentamos uma estrutura sólida de capital da Companhia, com redução de 18,6% da dívida líquida, que totalizava R\$ 60,8 milhões ao final do 1T15, reduzindo, assim, a relação dívida líquida/EBITDA dos últimos doze meses para 1,0x.

Continuamos aprimorando nossos negócios e buscando novas oportunidades para o crescimento e consolidação da Companhia nos próximos trimestres, seguindo nossa política de controle de custos e despesas e uma postura diligente com relação aos investimentos realizados. Confiamos em nosso modelo de negócios diferenciado e na sinergia existente entre nossas frentes de atuação, que nos posicionam como uma empresa completa de tecnologia, capaz de suportar todo o regime de terceirização de clientes dos segmentos financeiro, bancário, seguros, varejistas, industriais e outros prestadores de serviços.

A todos, agradecemos a confiança e compartilhamos o sucesso alcançado nestes últimos trimestres.

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**), **MarketSystem** (soluções de marketing de relacionamento, fidelidade e e-commerce) e **CSU ITS** (terceirização de TI).

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

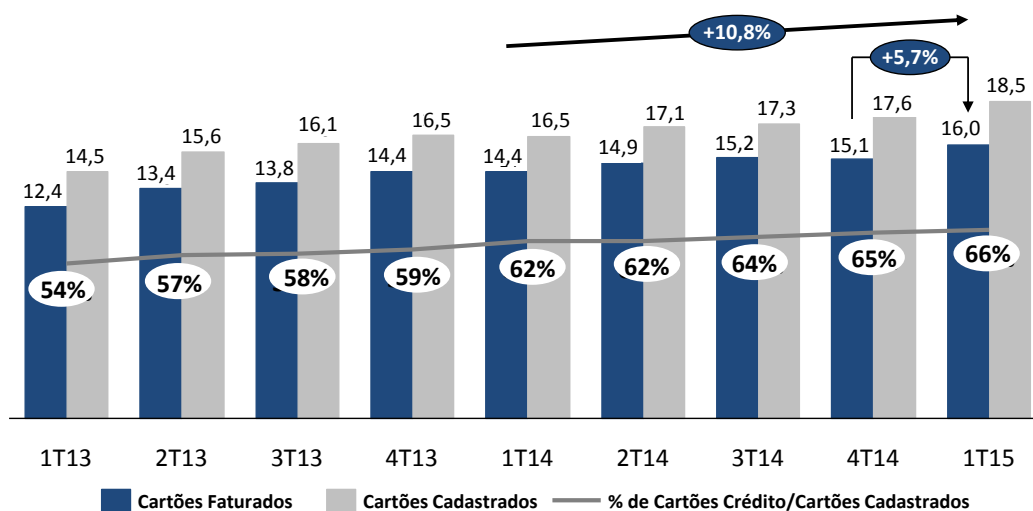
A base de cartões cadastrados da CardSystem alcançou **18,5 milhões de plásticos** ao final do primeiro trimestre de 2015, um crescimento de 12,0% em 12 meses e de 5,1% em relação ao trimestre anterior. Este resultado consolida mais um período consecutivo de crescimento operacional da unidade, que há dois anos vem apresentando aumento consistente no número de cartões processados e com maior participação dos cartões de crédito na base total, os quais possuem ativação superior aos demais cartões.

Essa expansão é explicada pelo crescimento orgânico da base de cartões. Além disso, a efetivação da primeira fase de migração de cartões consignados do Banco BMG, ocorrida ao final de fevereiro de 2015 e anunciada no trimestre anterior, contribuiu para o crescimento da carteira, adicionando cerca de 500 mil cartões.

Em 09 de abril de 2015, foi aprovada a Medida Provisória 661/14, ampliando o potencial para crescimento de negócios para processamento e administração dos cartões consignados. A migração da segunda fase dos cartões do Banco BMG, que envolve cerca de 600 mil cartões de créditos de convênios, deverá ocorrer nos próximos meses.

O gráfico a seguir sinaliza a evolução operacional da CardSystem nos últimos dois anos, abrangendo, além do aumento da quantidade de cartões cadastrados e faturados, a expansão do número de cartões de crédito.

Cartões Faturados e Cadastrados
(Milhões de unidades)



A divisão responsável pelo processamento de aquisição, consolidada na unidade CardSystem, registrou um crescimento de 84,0% no número de transações processadas nos últimos 12 meses. O ritmo de crescimento desta divisão continua alto, de forma que, mesmo considerando a forte sazonalidade observada no consumo no 4T14, principalmente no mês de dezembro, o volume de transações processadas no comparativo do 1T15 ante o trimestre anterior ficou praticamente estável, sendo apenas 0,5% inferior.

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, com mais de 15 anos de atuação.

Desempenho Operacional

O primeiro trimestre do ano se concretizou como mais um período de avanço no posicionamento da MarketSystem, que desde o início de 2013 vem crescendo significativamente e atraindo a atenção do mercado.

O desenvolvimento do OPTe+ revolucionou os programas de fidelidade gerenciados pela unidade, transformando os catálogos impressos em um ambiente *online* de múltiplos fornecedores, o *e-marketplace*. Com mais de 1 milhão de produtos disponíveis dos mais diversos segmentos, pacotes turísticos, viagens e passagens aéreas, o OPTe+ eliminou a necessidade de manutenção do estoque físico de produtos e agilizou o processo de compra e pesquisa de preços. A plataforma consolida um buscador de ofertas inteligente e ainda permite que todas as operações sejam realizadas em apenas um carrinho, com *check*

out único, uma característica relevante do *e-commerce*, comprovando a capacidade tecnológica da Companhia para melhor atender às necessidades do mercado.

A forte aceitação da plataforma OPTe+ permitiu sua expansão para novas frentes de negócios: i) como solução de premiação (resgate de pontos) e benefícios para **programas de relacionamento e fidelidade**; ii) como **Shopping Corporativo** (plataforma de *e-commerce White Label*) para empresas que possuem grandes bases de clientes possam ter uma ferramenta moderna para monetizá-las, e iii) **operação B2C**, na qual a marca OPTe+ é apresentada e disponibilizada diretamente para o consumidor final (Shopping Online OPTe+).

No primeiro trimestre de 2015, novos fornecedores Marcyn e Glamour, ambos do segmento de moda e vestuário, foram adicionados à plataforma. Também foi firmado contrato com a Época Cosméticos, permitindo ampliar o *portfólio* de produtos oferecidos e marcando a entrada do OPTe+ em mais um segmento de mercado, o de beleza e cosméticos.

Adicionalmente, a MarketSystem celebrou uma importante parceria com a plataforma de *e-commerce* Vtex, cujo objetivo é proporcionar agilidade técnica para as interações dos parceiros OPTe+ que utilizarem a sua plataforma. Neste mesmo período, a Companhia também trabalhou para divulgação da marca Shopping Online OPTe+ no mercado, por meio de eventos e patrocínios pontuais realizados.

O mercado de fidelidade, ainda bastante incipiente no Brasil se comparado a mercados maduros, deve permanecer com taxas atrativas de crescimento e com espaço significativo para disseminação dos programas de fidelidade. Para a CSU, isso se traduz em oportunidade para oferta de soluções de *marketing* de relacionamento e benefícios, com a ampliação dos programas de fidelidade no mercado brasileiro.

Tendo em vista o crescimento das novas frentes de atuação da MarketSystem, a Companhia reforçou a gestão desta unidade através de contratação e criação de duas novas gerências, com foco em *e-commerce* e em mídias sociais, além de ampliar a área responsável pelas parcerias do OPTe+.

1.3 - ITS: TERCEIRIZAÇÃO DE TI.

O ITS é a divisão responsável por soluções de infraestrutura tecnológica que ajuda a integrar sistemas legados e novas arquiteturas, como nuvem e virtualização, em um data center dinâmico, escalável e otimizado. Trata-se de um dos mais modernos data centers do país com equipamentos de última geração e elevado nível de segurança, o que garante altíssima disponibilidade, segurança e confiabilidade.

Desempenho Operacional

No primeiro trimestre de 2015, a divisão CSU ITS firmou importantes parcerias com *players* do mercado de tecnologia, que passaram a oferecer de forma conjunta soluções de TI + infraestrutura, a diversos segmentos do mercado. Essas parcerias contribuem para o processo de consolidação da marca CSU ITS no mercado.

A divisão permanece prestando serviços através de contratos já existentes com outras unidades de negócios da Companhia. A unidade CSU Contact, por exemplo, possui clientes cuja base de dados está sendo armazenada e gerenciada na infraestrutura TIER III da CSU ITS, o que garante altíssima disponibilidade e qualidade dos serviços prestados, constituindo um diferencial determinante na estratégia de crescimento em operações de alto valor agregado. Por outro lado, o portal de *e-commerce* (www.optemais.com.br), da unidade de negócio CSU Market System, encontra-se em fase final de migração para hospedagem e operacionalização pelo ITS.

Como forma de reforçar a vertente do crescimento comercial e alavancar os negócios do ITS, a Companhia contratou um novo Diretor Executivo Comercial para atuar exclusivamente na área comercial do ITS. Com vasta experiência nos setores de Tecnologia da Informação e Telecomunicações, Carlos Randi Jr. se uniu à Companhia em março deste ano.

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, seja através de posições de atendimento ou canais digitais.

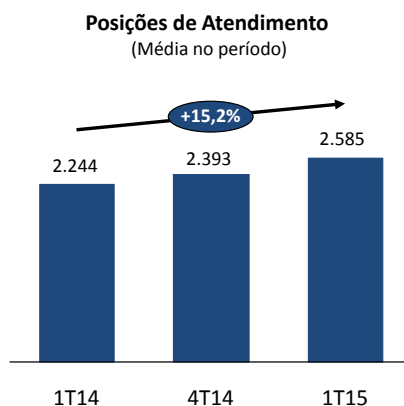
Desempenho Operacional

A CSU Contact encerrou o primeiro trimestre de 2015 com **2.585 posições de atendimento** (PA's) médias faturadas, crescimento de 15,2% nos últimos doze meses. Essa expansão é explicada pela conquista de novos contratos e encontra-se com a estratégia de crescimento seletivo, diluição dos custos fixos da unidade e preservação das margens.

Na comparação com o trimestre anterior, a Contact registrou crescimento de 8,0% no volume médio de PA's, resultado do aumento de algumas operações contratadas, com destaque para as novas posições de atendimento, implantadas para a Net 2.0 e Net Recuperação, além das posições referentes ao contrato firmado para a implantação da operação de processamento de cartões do Banco BMG.

Adicionalmente, a unidade de *call center* possibilita identificar oportunidades entre as unidades da Companhia, podendo ampliar o escopo da contratação para outras frentes de

negócios, como a divisão voltada para terceirização de *data center* (CSU ITS) e o produto C360, assim como, ser impactada positivamente pela contratação de serviços através das operações de outras unidades. No primeiro trimestre de 2015, a CSU firmou um novo contrato com o Banco BMG para prestação de serviços de *contact center*, expandindo os serviços já prestados pela Companhia.



NOVOS PRODUTOS | C.360

O C360 é a plataforma de inteligência de mercado da CSU para relacionamento e abordagem de clientes e prospects. Une 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.

Desempenho Operacional

Reafirmando a sinergia existente entre as frentes de atuação da Companhia, o C360 segue oferecendo apoio e maior eficiência para operações de *contact center* da CSU, principalmente às que estão atreladas a uma taxa de sucesso.

O uso de canais digitais como SMS, redes sociais, *voicer*, *chat*, *web* e *e-mail*, possibilita a redução de custos com pessoal e, associado a um *software* estatístico para segmentação e identificação da melhor forma para abordagem do cliente, contribui para uma maior assertividade no contato.

No primeiro trimestre de 2015, o C360 foi utilizado como ferramenta de suporte para o planejamento de *marketing* do Shopping Online OPTe+ (B2C), sendo essencial para análise, limpeza e segmentação da base de dados, e para posterior realização da abordagem de clientes.

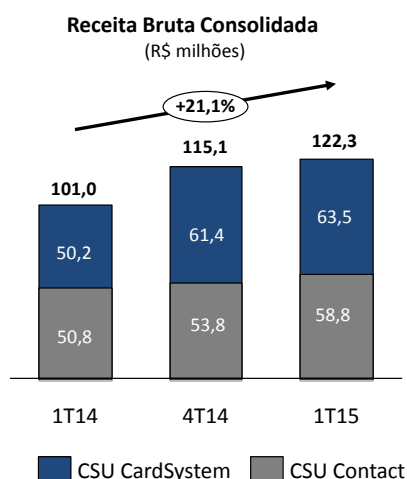
No mercado, o C360 já presta serviços para clientes de diferentes segmentos. Em 2015, continuaremos trabalhando para prospecção comercial e para potencialização de contratos firmados por outras unidades de negócios.

Desempenho Financeiro por Unidade de Negócio

Principais Indicadores (em milhares ou %)	1T15	4T14	1T14	%Variação vs.	
				4T14	1T14
Cartões Cadastrados	18.498	17.595	16.511	5,1%	12,0%
Cartões Faturados	15.996	15.135	14.436	5,7%	10,8%
Posições de Atendimento	2.585	2.393	2.244	8,0%	15,2%
Receita Bruta	122.303	115.142	101.029	6,2%	21,1%
CSU CardSystem	63.504	61.353	50.201	3,5%	26,5%
CSU Contact	58.799	53.789	50.828	9,3%	15,7%
Receita Líquida	112.618	106.008	93.278	6,2%	20,7%
CSU CardSystem	58.118	56.286	46.176	3,3%	25,9%
CSU Contact	54.500	49.722	47.103	9,6%	15,7%
Margem Bruta	20,8%	21,5%	19,6%	-0,7 p.p.	1,2 p.p.
CSU CardSystem	29,8%	29,2%	26,6%	0,6 p.p.	3,2 p.p.
CSU Contact	11,2%	12,7%	12,8%	-1,5 p.p.	-1,6 p.p.
EBITDA	15.947	14.079	11.216	13,3%	42,2%
CSU CardSystem	13.908	12.936	9.807	7,5%	41,8%
CSU Contact	2.039	1.143	1.409	78,4%	44,7%
Margem EBITDA	14,2%	13,3%	12,0%	0,9 p.p.	2,1 p.p.
CSU CardSystem	23,9%	23,0%	21,2%	0,9 p.p.	2,7 p.p.
CSU Contact	3,7%	2,3%	3,0%	1,4 p.p.	0,7 p.p.
Lucro Líquido	3.692	3.617	1.439	2,1%	156,6%
Margem Líquida	3,3%	3,4%	1,5%	-0,1 p.p.	1,8 p.p.

Receita Bruta

No primeiro trimestre de 2015 a **receita bruta atingiu R\$ 122,3 milhões**, crescimento de 21,1% em doze meses e de 6,2% comparado com o trimestre imediatamente anterior, com crescimento das receitas em todas as unidades de negócios.



- **CSU CardSystem:** Registrou aumento da receita bruta de 26,5% nos últimos doze meses e de 3,5% na comparação com 4T14, totalizando R\$ 63,5 milhões no 1T15.

O bom desempenho da unidade nos últimos doze meses é explicado pelo (i) aumento de cartões faturados em 10,8%, com maior participação dos cartões de créditos (ii)

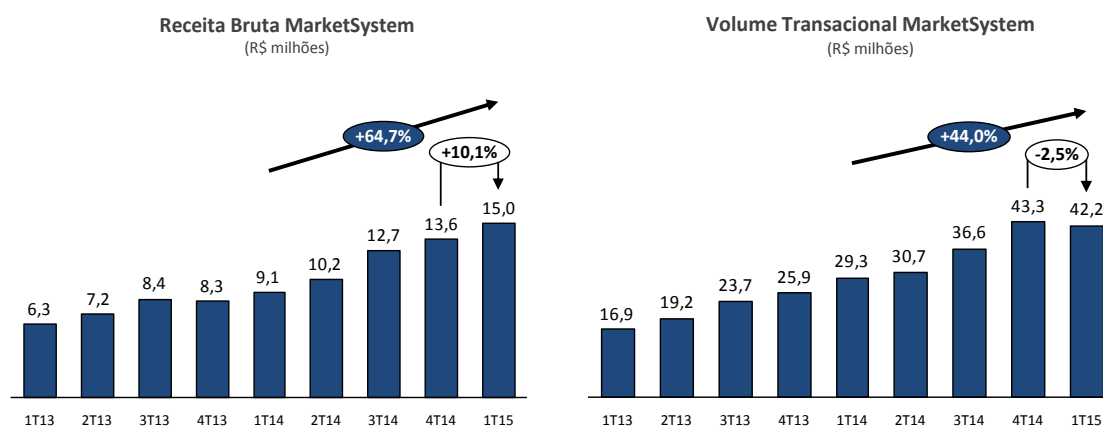
crescimento de 84,0% no número de transações da divisão responsável pelo processamento de adquirência, e (iii) crescimento consistente de 64,7% da receita da divisão MarketSystem e de 44,0% do volume financeiro transacional.

Na comparação com o 4T14, os principais fatores de crescimento foram (i) o aumento na base processada de cartões, (ii) o crescimento nas receitas decorrentes de emissões de faturas e (iii) aumento do faturamento da MarketSystem em 10,1%, mesmo com a sazonalidade de consumo no 4T14.

O aumento da base de cartões processados da unidade CardSystem se deu, principalmente, pela conclusão da migração da primeira fase dos cartões consignados do Banco BMG, ocorrida no final de fevereiro de 2015. Devido à alavancagem operacional positiva da unidade, característica do negócio, no momento da entrada dos cartões na base, há um aumento imediato nas receitas, com conseqüente contribuição para diluição de custos fixos.

Vale destacar que a MarketSystem permanece apresentando crescimentos consistentes. O volume financeiro transacional, ou seja, o volume financeiro total gerado pelos resgates nos programas de fidelidade administrados pela unidade e pelas vendas intermediadas nos programas de Shoppings Corporativos e no próprio Shopping Online Opte+, cresceu 44,0% no comparativo entre o 1T15 e o 1T14.

No comparativo com o trimestre anterior, 4T14, o volume financeiro transacional sofreu pequena retração, como conseqüência de comportamento sazonal de maior volume de resgates no último trimestre do ano, impulsionado pela estratégia de campanhas de incentivo usadas por alguns de nossos clientes neste período. Este efeito fica evidente no forte crescimento entre o 3T14 e o 4T14 em 18,3%. Desde 2013, o volume financeiro transacionado, na unidade, vem apresentando um crescimento médio ponderado de 12,1%, como pode ser observado no gráfico abaixo.



Informamos que a partir do próximo trimestre passaremos a utilizar o volume financeiro transacional como métrica para mensurar o desempenho da MarketSystem, dada a melhor correlação com o resultado desta unidade.

- **CSU Contact:** A receita bruta da CSU Contact atingiu R\$ 58,8 milhões no 1T15, 15,7% acima da receita reportada no 1T14 e 9,3% superior em relação ao 4T14.

O aumento nos últimos meses é reflexo da expansão do número de posições de atendimento das operações da Net, com características de maior complexidade. Esse crescimento está alinhado com a evolução operacional da unidade, evidenciada pela expansão de 15,2% do número de PA's operacionais.

Neste primeiro trimestre de 2015, destacamos a implantação de 157 novas posições de atendimento para as operações da Net 2.0 e Net Recuperação.

Custos

O custo total da Companhia neste primeiro trimestre do ano foi de **R\$ 89,2 milhões**, aumento de 19,0% em relação ao 1T14 e de 7,1% frente ao 4T14. Vale destacar que os custos da Companhia aumentaram em menor proporção em relação à receita líquida nos últimos doze meses, evidenciando os ganhos de escala e produtividade, proporcionando um aumento de 1,2 p.p. na margem bruta e uma ligeira retração quando comparado com o trimestre anterior.

Os aumentos dos custos estão diretamente relacionados (i) ao crescimento de receitas, devido à expansão orgânica das operações das unidades CardSystem e Contact, (ii) custos adicionais atrelados ao crescimento da divisão MarketSystem e (iii) à pressão inflacionária do período, sobretudo nos custos de pessoal e tarifas.

Segue abaixo a análise de custos por Unidades de Negócios.

- **CSU CardSystem:** O custo total da unidade foi de R\$ 40,8 milhões, 20,3% acima do 1T14 e de 2,3% acima do 4T14.

O crescimento verificado nos últimos doze meses se deve, principalmente, (i) ao aumento do número de resgates de produtos na MarketSystem, que impulsionou os custos com produtos entregues, (ii) aos maiores custos com expedição atrelados ao aumento do volume de faturas de cartões de crédito emitidas e expansão da base de cartões e (iii) aos maiores custos de Pessoal, proporcionados pela evolução operacional, além do impacto da inflação do período. Mesmo com esses impactos, as variações dos custos foram menores que as variações da receita, ocasionando uma melhora de 3,2 p.p. na margem bruta do 1T15 se comparada à margem do 1T14.

Em relação ao trimestre imediatamente anterior, o crescimento de 2,3% dos custos da unidade foi resultado do crescimento orgânico da CardSystem, com destaque para o aumento dos custos com os produtos entregues atrelados ao crescimento dos resgates realizados, parcialmente compensados pelos seguintes efeitos: (i) reavaliação da vida útil

do *software* de processamento de cartões e (ii) redução no custo de pessoal devido à maior concentração de férias dos funcionários no 1T15.

Como resultado, a unidade registrou menor variação dos custos em relação à receita, o que causou um incremento positivo também na comparação trimestral da margem bruta.

CSU CardSystem (R\$ mil)	1T15	4T14	1T14	%Variação vs.	
				4T14	1T14
Receita Bruta	63.504	61.353	50.201	3,5%	26,5%
Deduções da Receita (-)	5.386	5.066	4.025	6,3%	33,8%
Receita Líquida	58.118	56.286	46.176	3,3%	25,9%
Custos (-)	40.793	39.859	33.907	2,3%	20,3%
Pessoal	9.426	10.092	8.866	-6,6%	6,3%
Expedição	9.653	9.200	8.336	4,9%	15,8%
Comunicação	1.047	985	1.046	6,3%	0,1%
Depreciação/Amortização	4.506	4.607	4.337	-2,2%	3,9%
Prédios	1.607	1.674	1.702	-4,0%	-5,6%
Custos dos Prêmios Entregues	9.719	8.600	5.027	13,0%	93,3%
Outros	4.835	4.701	4.593	2,8%	5,3%
Lucro Bruto	17.325	16.427	12.269	5,5%	41,2%
<i>Margem Bruta</i>	29,8%	29,2%	26,6%	0,6 p.p.	3,2 p.p.

- **CSU Contact:** Os custos da CSU Contact totalizaram R\$ 48,4 milhões no trimestre, 17,8% superior ao 1T14 e 11,5% acima do custo reportado no trimestre anterior.

As variações são consequência, principalmente, de (i) aumento de Pessoal, devido às implantações das novas operações e também em função da entrada de operações com maior complexidade, cujo valor médio é acima do piso salarial da categoria, (ii) reajustes salariais em 8,8%, cuja data base é em janeiro, (iii) ampliação de infraestrutura necessária para suportar o crescimento operacional, e (iv) reajustes de alguns serviços acima da inflação, como energia elétrica e transportes. Compensando os efeitos acima, tivemos redução da linha de comunicações em função do programa de redução de custos da Companhia.

As variações na comparação trimestral também são consequência do crescimento operacional da unidade, impactadas também pelos fatores de Pessoal, infraestrutura e depreciação, descritos acima.

CSU Contact (R\$ mil)	1T15	4T14	1T14	%Variação vs.	
				4T14	1T14
Receita Bruta	58.799	53.789	50.828	9,3%	15,7%
Deduções da Receita (-)	4.299	4.067	3.725	5,7%	15,4%
Receita Líquida	54.500	49.722	47.103	9,6%	15,7%
Custos (-)	48.406	43.400	41.078	11,5%	17,8%
Pessoal	36.604	31.760	30.169	15,3%	21,3%
Comunicação	812	886	1.124	-8,4%	-27,8%
Depreciação/Amortização	1.893	1.879	1.684	0,7%	12,4%
Prédios	6.814	6.573	5.906	3,7%	15,4%
Outros	2.284	2.301	2.196	-0,7%	4,0%
Lucro Bruto	6.094	6.322	6.024	-3,6%	1,2%
<i>Margem Bruta</i>	11,2%	12,7%	12,8%	-1,5 p.p.	-1,6 p.p.

Despesas com Vendas e Marketing, Gerais e Administrativas

Despesas (-) (R\$ mil)	1T15	4T14	1T14	%Variação vs.	
				4T14	1T14
Com vendas e marketing	1.061	395	2.142	168,6%	-50,5%
Gerais e administrativas	13.326	15.148	11.554	-12,0%	15,3%
Gerais e Administrativas	12.954	14.786	11.123	-12,4%	16,5%
Depreciação/Amortização	372	362	431	2,9%	-13,7%
Total Despesas	14.387	15.543	13.696	-7,4%	5,0%
% da receita líquida	12,8%	14,7%	14,7%	-1,9 p.p.	-1,9 p.p.

As despesas com vendas e *marketing*, gerais e administrativas totalizaram R\$ 14,4 milhões no 1T15, apresentando aumento de 5,0% em relação ao 1T14 e uma redução de 7,4% em relação ao 4T14.

Vale destacar a menor participação das despesas em relação à receita líquida no 1T15 quando comparado com o mesmo trimestre do ano anterior e com o trimestre imediatamente anterior.

As variações com as **despesas gerais e administrativas** no comparativo entre o 1T15 e o 1T14 são explicadas por maiores gastos relacionados ao crescimento operacional da CSU, impactando no aumento (i) da despesa de pessoal, em função da expansão de algumas áreas relacionadas aos novos negócios e também por rescisões de alguns executivos, (ii) das despesas relacionadas à serviços contratados intrínsecos às atividades da Companhia, como por exemplo aqueles referentes a gastos de recrutamento e seleção, pontualmente maiores neste trimestre, e (iii) aumento das provisões de bonificações que são proporcionais aos resultados da Companhia.

Na comparação com o 4T14, a redução das **despesas gerais e administrativas** é explicada pelo reconhecimento de despesas extraordinárias naquele trimestre como, por exemplo, o reconhecimento de contingências trabalhistas e tributárias, totalizando cerca de R\$ 2,0 milhões no 4T14.

Em relação à redução das **despesas com vendas e marketing** entre o 1T15 e o 1T14, relembramos que no 1T14 a Companhia provisionava o patrocínio para o Santos Futebol Clube, não mais presente no 1T15. Já o aumento das despesas com vendas no 1T15, em relação ao trimestre imediatamente anterior, é resultado do processo de consolidação da marca OPTe+ no mercado B2C.

EBITDA

Impulsionado pelo crescimento dos volumes físicos no período, a Companhia apresentou um **EBITDA de R\$ 15,9 milhões no 1T15**, expansão de 42,2% sobre o 1T14 e de 13,3% sobre o 4T14. A margem EBITDA apresentada no 1T15 foi de 14,2%, 2,1 p.p. superior à margem apresentada no 1T14 e 0,9 p.p. acima da margem do 4T14.

O resultado do EBITDA é reflexo da evolução de 28,0% do lucro bruto nos últimos doze meses, favorecido pela maior participação das receitas da CSU CardSystem sobre o total da receita da Companhia. Como característica do setor, a CSU CardSystem possui uma maior alavancagem operacional e operações com margens mais elevadas, quando comparada à CSU Contact.

Em relação ao 4T14, a variação do EBITDA é explicada pelo aumento do lucro bruto em 2,9%, resultado do crescimento do lucro bruto da CSU Cardsystem em 5,5%, e também em função de um patamar de despesas menor no 1T15, sem os efeitos extraordinários do 4T14 mencionados anteriormente.

A tabela a seguir mostra a reconciliação do EBITDA, com destaque para o constante crescimento da margem EBITDA:

Reconciliação EBITDA (R\$ mil)	1T15	4T14	1T14	% Variação vs.	
				4T14	1T14
Lucro Líquido	3.692	3.617	1.439	2,1%	156,6%
(+) Imposto de Renda e CSLL	1.958	70	57	n.a.	n.a.
(+) Resultado Financeiro Líquido	3.526	3.544	3.268	-0,5%	7,9%
(+) Depreciação/Amortização	6.771	6.848	6.453	-1,1%	4,9%
EBITDA	15.947	14.079	11.216	13,3%	42,2%
Margem EBITDA	14,2%	13,3%	12,0%	0,9 p.p.	2,1 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\$ 13,9 milhões no 1T15, um crescimento de 41,8% frente o 1T14 e de 7,5% em relação ao 4T14. Já a margem EBITDA do trimestre foi de 23,9%, 2,7 p.p. superior à margem do 1T14 e crescimento de 0,9 p.p. em relação ao 4T14.

Tal desempenho nos últimos 12 meses é reflexo da evolução de 41,2% do lucro bruto, em função do crescimento da receita desta unidade e também pela diluição dos custos fixos da unidade e das despesas fixas da Companhia. Já na comparação sequencial, a evolução se deve ao lucro bruto e ao menor patamar de despesas relacionado a esta unidade quando comparado ao 4T14.

Vale ressaltar que no 1T15 o EBITDA da CSU CardSystem representou 87,2% de participação sobre o EBITDA total da Companhia.

▪ **CSU Contact:** O EBITDA da unidade CSU Contact finalizou o 1T15 em R\$ 2,0 milhões, crescimento de 44,7% em relação ao 1T14 e de 78,4% sobre o 4T14. A margem EBITDA apresentada foi de 3,7% no 1T15, 0,7 p.p. superior à margem do 1T14 e 1,5 p.p. superior ao 4T14.

A evolução do EBITDA da CSU.Contact, tanto em relação ao 1T14 quanto ao 4T14, é em função do menor patamar de despesas relacionadas a unidade de negócio. Vale ressaltar, contudo, que no 4T14 houve um maior patamar de contingências trabalhistas.

Resultado Líquido

A CSU encerrou o primeiro trimestre de 2015 com **lucro líquido de R\$ 3,7 milhões**, um crescimento bastante expressivo sobre o R\$ 1,4 milhão reportado no 1T14, com expansão de 1,8 p.p. da margem líquida.

A evolução nos últimos doze meses, se explica, fundamentalmente, pela contínua evolução em crescimento de volumes e ganhos de margem, com destaque para a evolução do lucro bruto em 28,0% e do EBITDA em 42,2%.

Já na comparação com o trimestre imediatamente anterior, o lucro líquido apresentou crescimento de 2,1%. Relembramos que o 4T14 foi positivamente impactado pelo benefício fiscal extraordinário do JCP, em R\$ 1,2 milhão. Excluindo esse benefício, o lucro líquido do 1T15 ficaria 55,4% superior em relação ao 4T14.

Investimentos

Foi aprovado em Reunião do Conselho de Administração, realizada em 10 de março de 2015, o montante de R\$ 48,9 milhões destinados ao Plano de Investimentos da Companhia para 2015.

Ao longo do primeiro trimestre, foram realizados investimentos no montante de R\$ 8,7 milhões, aumento de 86,9% sobre o 1T14 e 23,1% sobre o 4T14, resultado da maior necessidade de investimentos a fim de suportar os crescimentos das operações.

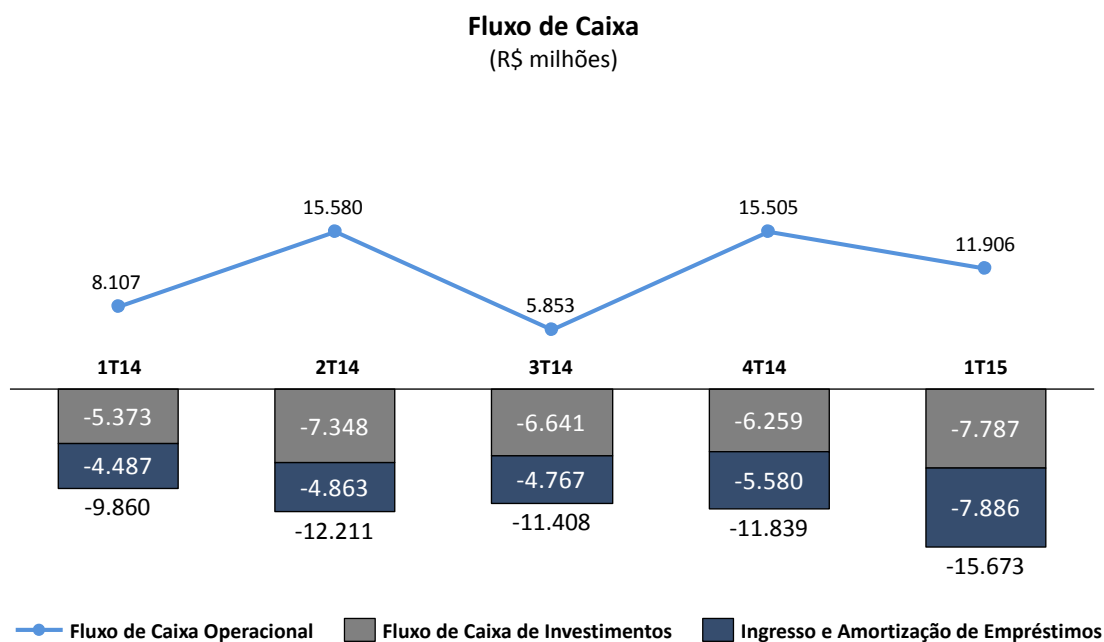
Os investimentos do período foram destinados (i) às customizações e desenvolvimentos relacionados ao *software* utilizado para o processamento de cartões, com destaque para o preparo da unidade para a entrada dos cartões consignados do Banco BMG, em fevereiro de 2015 (CSU CardSystem), e (ii) para a implantação de novas Posições de Atendimento contratadas (CSU Contact). Com a conclusão da CSU ITS, novos investimentos nesta divisão estarão atrelados à conquista de novos clientes.

Investimentos (R\$ milhões)	1T15	4T14	1T14	%Variação vs.	
				4T14	1T14
CSU CardSystem	6.257	4.454	3.544	40,5%	76,5%
CSU ITS	-	88	401	n.a.	n.a.
CSU Contact	2.431	2.516	703	-3,4%	n.a.
Capex	8.688	7.058	4.648	23,1%	86,9%

Nota: Inclui os montantes referentes aos investimentos feitos através de leasing, os quais não configuram em saída de caixa no momento em que são feitos.

Fluxo de Caixa

Ao final do primeiro trimestre de 2015, a geração de caixa operacional da Companhia resultou em R\$ 11,9 milhões. Destacamos a evolução muito positiva ao longo dos últimos meses da geração de caixa operacional. Comparando o 1T15 com o 1T14, tivemos um aumento de patamar de cerca de R\$ 4 milhões na geração, que representa um crescimento de 46,9%. Esse crescimento foi derivado principalmente da evolução muito positiva dos dados operacionais de todas as unidades de negócio, que viabilizou a consequente evolução do EBITDA de 42,2% nos últimos 12 meses. Na comparação com o trimestre imediatamente anterior, tivemos uma redução de 23,2% explicada pelo movimento pontual e reversível de uma maior necessidade de capital de giro no trimestre. Excluindo esse efeito, a geração operacional de caixa da Companhia retrataria também uma melhora operacional em relação ao 4T14.



Estrutura de Capital

Em 31 de março de 2015, o endividamento líquido da Companhia era de R\$ 60,8 milhões, 18,6% inferior ao mesmo período do ano anterior e 5,3% menor que o endividamento reportado ao final de 2014. A relação dívida líquida/EBITDA dos últimos doze meses ficou em 1,0x, redução de 0,8x em doze meses e de 0,2x frente a 31 de dezembro de 2014.

O resultado é consequência da geração positiva de caixa da Companhia ao longo dos últimos 12 meses, derivado do crescimento operacional das unidades de negócios, que foi mais que suficiente para cobrir as atividades de investimentos e suportar o cronograma de

amortizações do endividamento sem necessidade de contratação de novos empréstimos e financiamentos.

Em relação ao 4T14, a diminuição da dívida líquida pode ser explicada pela geração de caixa operacional de R\$ 12 milhões, superior aos investimentos do primeiro trimestre de 2015 e que compensou a maior parte das amortizações do mesmo período.

É importante ressaltar que a CSU não possui dívidas em moeda estrangeira e não se utiliza de instrumentos derivativos. O caixa segue aplicado em Certificados de Depósito Bancários (CDBs) compromissadas emitidas por bancos de primeira linha.

Endividamento (R\$ milhões)	1T15	4T14	1T14	% Variação vs.	
				4T14	1T14
Curto prazo	31,7	32,1	25,9	-1,3%	22,4%
Empréstimos e Financiamentos	23,0	23,0	16,7	-0,2%	37,9%
Leasing	8,7	9,1	9,2	-4,0%	-5,7%
Longo prazo	38,2	45,0	60,4	-15,0%	-36,7%
Empréstimos e Financiamentos	25,6	32,0	48,4	-19,9%	-47,0%
Leasing	12,6	13,0	12,1	-2,9%	4,5%
Dívida Bruta	69,9	77,1	86,3	-9,3%	-19,0%
(-) Disponibilidades	9,1	12,9	11,6	-29,3%	-21,4%
Dívida Líquida	60,8	64,2	74,8	-5,3%	-18,6%
Dívida Líquida/EBITDA 12M (x)	1,0	1,2	1,8	-0,2x	-0,8x

Nota: 12M = últimos 12 meses

Mercado de Capitais

▪ Composição Acionária

As ações da CSU são negociadas no Novo Mercado da BM&FBovespa desde 2006, no mais elevado grau de Governança Corporativa, sob o código CARD3. As ações também fazem parte dos índices ITAG – Índice de Tag Along Diferenciado e do IGCX – Índice de Governança Corporativa Diferenciada.

A CSU é controlada pela *Gstaad Investment Holding Company* e pela *River Charles Investment Holding Company*. Estas, por sua vez, são companhias controladas indiretamente pelo Diretor-Presidente da Companhia, o Sr. Marcos Ribeiro Leite.

O Capital Social da CSU é composto por 41.800.000 ações ordinárias (ON), das quais 35,6% estão 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%
Total CSU	41.800.000	100,0%

Data base: 31 de março de 2015

▪ Remuneração ao Acionista

Em Assembleia Geral Ordinária, realizada em 24 de abril de 2015, foi aprovado o crédito e pagamento de R\$ 3,65 milhões sob a forma de Juros Sobre Capital Próprio (JCP), o equivalente a R\$ 0,0884918 por ação, relativo ao ano de 2014. O pagamento será efetuado em 19 de junho de 2015.

O montante corresponde a cerca de 30% do lucro líquido da Companhia em 2014 após a constituição da Reserva Legal (5%), sendo assim, maior do que o montante de 25% correspondente ao dividendo mínimo obrigatório. O valor residual do lucro líquido referente ao exercício de 2014 foi destinado à reserva de retenção de lucros da Companhia.

▪ Programa de Recompra de Ações

O Conselho de Administração aprovou em 10 de março de 2015 um novo Programa de Recompra de Ações (12º Programa). O programa anterior foi encerrado com a aquisição de 81.800 ações do total de 1 milhão de ações ordinárias autorizadas para recompra. O custo médio da operação foi de R\$ 1,83 por ação, resultando em um custo total de recompra de R\$ 149 mil.

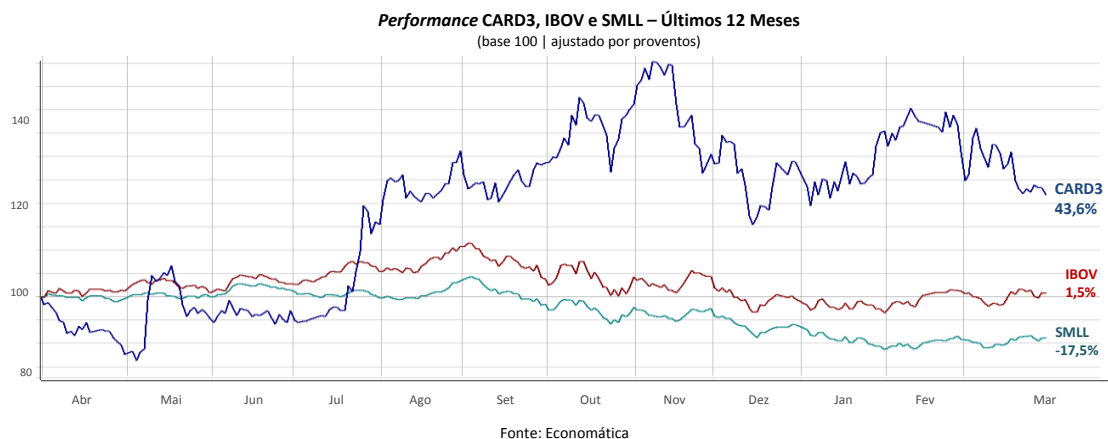
O Programa de Recompra prevê a permanência das ações em tesouraria para posterior alienação ou cancelamento, sem redução do Capital Social. Em 31 de março de 2015, a Companhia contabilizava 553.208 ações em Tesouraria.

A fim de favorecer a liquidez de suas ações no mercado, a CSU não faz uso do Programa de Recompras desde junho de 2014.

▪ Desempenho das Ações CARD3

Ao longo dos últimos 12 meses, a ação da CSU (CARD3) apresentou valorização de 43,7%, passando de R\$ 1,97 em 31 de março de 2014 para R\$ 2,79 em 31 de março de 2015. Neste mesmo período, o Ibovespa valorizou 1,5%, e como referência, apesar das ações da CSU não fazerem parte do Índice *Small Cap*, este apresentou queda de 17,6%.

Ao longo do primeiro trimestre do ano, o desempenho da ação CARD3 foi impactado, principalmente, pela incerteza do investidor em relação ao cenário econômico e político instável e preferência em alocar posições em ações mais líquidas, acumulando queda de 9,0% ao final do 1T15. Contudo, a Companhia acredita que o desenvolvimento dos novos negócios, associados à contínua entrega de resultados, contribuirão para uma melhor percepção do mercado quanto à geração de valor da Companhia para seus acionistas e para maior assertividade quanto a real precificação das ações.



Anexos

Demonstração do Resultado (Reais Mil)					
Descrição da Conta	1T15	4T14	1T14	1T15 vs. 4T14	1T15 vs. 1T14
Receita Bruta	122.303	115.142	101.029	6,2%	21,1%
Receita de Venda de Bens e/ou Serviços	112.618	106.009	93.278	6,2%	20,7%
Custo dos Bens e/ou Serviços Vendidos	(89.199)	(83.259)	(74.985)	7,1%	19,0%
Resultado Bruto	23.419	22.750	18.293	2,9%	28,0%
Despesas/Receitas Operacionais	(14.243)	(15.519)	(13.530)	-8,2%	5,3%
Despesas com Vendas	(1.061)	(395)	(2.142)	168,6%	-50,5%
Despesas Gerais e Administrativas	(13.326)	(15.148)	(11.554)	-12,0%	15,3%
Outros Resultados Operacionais	144	24	166	500,0%	-13,3%
Resultado Antes do Resultado Financeiro e dos Tributos	9.176	7.231	4.763	26,9%	92,7%
Resultado Financeiro	(3.526)	(3.543)	(3.267)	-0,5%	7,9%
Receitas Financeiras	1.186	1.276	1.033	-7,1%	14,8%
Despesas Financeiras	(4.712)	(4.819)	(4.300)	-2,2%	9,6%
Resultado Antes dos Tributos sobre o Lucro	5.650	3.688	1.496	53,2%	277,7%
Imposto de Renda e Contribuição Social sobre o Lucro	(1.958)	(70)	(57)	n.a.	n.a.
Corrente	(1.913)	(996)	(126)	92,1%	n.a.
Diferido	(45)	926	69	-	-
Resultado Líquido das Operações Continuadas	3.692	3.618	1.439	2,0%	156,6%
Lucro do Período	3.692	3.618	1.439	2,0%	156,6%

Balanco Patrimonial - (Reais Mil)					
ATIVO	31/03/2015	31/12/2014	31/03/2015 vs. 31/12/2014	31/03/2014	31/03/2015 vs. 31/03/2014
Ativo Total	358.442	354.922	1,0%	347.362	3,2%
Ativo Circulante	73.603	72.365	1,7%	74.938	-1,8%
Caixa e Equivalente de Caixa	9.101	12.868	-29,3%	11.579	-21,4%
Aplicações Financeiras	1.220	1.208	1,0%	1.116	9,3%
Contas a Receber	49.214	43.664	12,7%	46.264	6,4%
Estoques	1.925	1.980	-2,8%	2.574	-25,2%
Tributos a Recuperar	7.725	10.003	-22,8%	10.962	-29,5%
Outros Ativos Circulantes	4.418	2.642	67,2%	2.443	80,8%
Ativo Não Circulante	284.839	282.557	0,8%	272.424	4,6%
Ativo Realizável a Longo Prazo	86.851	86.178	0,8%	82.733	5,0%
Contas a Receber	-	-	-	220	-
Tributos Diferido	8.168	8.213	-0,5%	7.956	2,7%
Depósitos Judiciais	77.406	76.714	0,9%	73.345	5,5%
Outros	1.277	1.251	2,1%	1.212	5,4%
Imobilizado	40.177	40.970	-1,9%	38.025	5,7%
Intangível	157.811	155.409	1,5%	151.666	4,1%

Balanco Patrimonial Passivo (Reais Mil)					
PASSIVO E P. L.	31/03/2015	31/12/2014	31/03/2015 vs. 31/12/2014	31/03/2014	31/03/2015 vs. 31/03/2014
Passivo Total	358.442	354.922	1,0%	347.362	3,2%
Passivo Circulante	93.565	88.291	6,0%	77.865	20,2%
Obrigações Sociais e Trabalhistas	31.508	29.203	7,9%	26.813	17,5%
Fornecedores	23.041	20.218	14,0%	17.784	29,6%
Obrigações Fiscais	2.690	2.645	1,7%	5.678	-52,6%
Obrigações Fiscais Federais	1.336	1.394	-4,2%	4.227	-68,4%
Imposto de Renda e Contribuição Social a Pagar	286	-	-	-	-
Programa de Recuperação Fiscal (REFIS)	-	-	-	3.308	-
Outros Impostos federais	1.050	1.394	-24,7%	919	14,3%
Obrigações Fiscais Municipais	1.354	1.251	8,2%	1.451	-6,7%
Empréstimos e Financiamentos	31.688	32.096	-1,3%	25.897	22,4%
Empréstimos e Financiamentos	22.968	23.013	-0,2%	16.654	37,9%
Financiamento por Arrendamento Financeiro	8.720	9.083	-4,0%	9.243	-5,7%
Outras Obrigações	4.638	4.129	12,3%	1.693	174,0%
Passivo Não Circulante	102.025	107.486	-5,1%	116.403	-12,4%
Empréstimos e Financiamentos	25.625	32.005	-19,9%	48.357	-47,0%
Financiamento por Arrendamento Financeiro	12.618	12.991	-2,9%	12.076	4,5%
Outros	335	335	0,0%	335	0,0%
Passivos judiciais	63.447	62.155	2,1%	55.635	14,0%
Patrimônio Líquido	162.852	159.145	2,3%	153.094	6,4%
Capital Social Realizado	129.232	129.232	0,0%	129.232	0,0%
Reservas de Capital	409	394	3,8%	351	16,5%
Reserva Legal	4.820	4.820	0,0%	4.257	13,2%
Reserva de Lucros a Realizar	26.270	26.270	0,0%	19.237	36,6%
Ações em Tesouraria	(1.571)	(1.571)	0,0%	(1.422)	10,5%
Lucro/Prejuízos Acumulados	3.692	-	-	1.439	156,6%

Demonstração de Fluxo de Caixa (Reais Mil)					
Descrição da Conta	1T15	4T14	1T14	1T15 vs. 4T14	1T15 vs. 1T14
Caixa Líquido Proveniente das Atividades Operacionais	11.906	15.505	8.107	-23,2%	46,9%
Lucro Líquido (Prejuízo) do período	3.692	3.618	1.439	2,0%	156,6%
Ajustes	11.760	13.399	11.022	-12,2%	6,7%
Depreciação e amortização	6.771	6.847	6.453	-1,1%	4,9%
Valor residual dos ativos baixados	311	85	190	265,9%	63,7%
Juros e variações monetárias	3.094	3.621	2.954	-14,6%	4,7%
Instrumento patrimonial p/ pagto em ações	15	15	15	0,0%	0,0%
Provisão para crédito de liquidação duvidosa	-	326	1	-	-
Provisão para contingências	1.524	3.431	1.478	-55,6%	3,1%
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	45	(926)	(69)	-	-
Variações nos Ativos e Passivos	154	404	(2.611)	-61,9%	-105,9%
Contas a receber	(5.550)	3.347	(2.914)	-	90,5%
Estoques	55	331	519	-83,4%	-89,4%
Depósitos Judiciais	32	(187)	(824)	-	-
Outros Ativos	651	1.487	479	-56,2%	35,9%
Fornecedores	2.824	1.048	2.050	169,5%	37,8%
Salários e Encargos Sociais	2.255	(4.112)	180	-	1152,8%
Baixas por pagamento de contingências	(1.412)	(1.121)	(892)	26,0%	58,3%
Outros Passivos	1.299	(389)	(1.209)	-	-
Outros	(3.700)	(1.916)	(1.743)	93,1%	112,3%
Juros Pagos	(3.637)	(1.916)	(1.743)	89,8%	108,7%
Imposto de Renda e Contribuição Social Pagos	(63)	-	-	-	-
Caixa Líquido Atividades de Investimento	(7.787)	(6.259)	(5.373)	24,4%	44,9%
Aquisição de Ativos	(965)	(1.477)	(409)	-34,7%	135,9%
Aquisição de ativo intangível	(6.822)	(4.782)	(3.850)	42,7%	77,2%
Aplicação Financeira	-	-	(1.114)	-	-
Caixa Líquido Atividades Financiamento	(7.886)	(5.580)	(4.487)	41,3%	75,8%
Ingresso de empréstimos e financiamentos	3	-	6.421	-	-100,0%
Amortização de Emprést. e Financiamentos	(7.889)	(5.580)	(9.005)	41,4%	-12,4%
Aquisição de ações em tesouraria	-	-	(1.903)	-	-
Aumento (Redução) de Caixa e Equivalentes	(3.767)	3.666	(1.753)	-	114,9%
Saldo Inicial de Caixa e Equivalentes	12.868	9.202	13.332	39,8%	-3,5%
Saldo Final de Caixa e Equivalentes	9.101	12.868	11.579	-29,3%	-21,4%

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 e Acquirer

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 17,6 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 a 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 unidade 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 *Multifornecedor* (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 teleatendimento, *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 futuro