

São Paulo, 10 de agosto 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 segundo 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 1T15 e ao 2T14.



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

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 2T15

Terça-feira, 11 de agosto de 2015

11h00 (horário de Brasília) – Português

Tradução simultânea

Telefone:(11) 2188-0155 (Brasil)

Código de acesso: CSU

Webcast: www.csu.com.br/ri

EBITDA DO 1S15 CRESCE 29,5% EM RELAÇÃO AO MESMO PERÍODO DO ANO ANTERIOR, ELEVANDO O LUCRO LÍQUIDO PARA R\$ 7,5 MILHÕES

Destaques do Período:

☞ **Receita bruta** de R\$ 126,3 milhões no 2T15 e de R\$ 248,6 milhões no 1S15:

- Crescimento de 21,9% frente ao 2T14 e de 21,5% em relação ao 1S14, impulsionado pelo crescimento dos volumes físicos em todas as unidades de negócios.
- CSU CardSystem foi responsável por 52,7% do faturamento total no 2T15.

☞ **EBITDA** de R\$ 16,9 milhões no 2T15 e de R\$ 32,8 milhões no 1S15:

- Expansão de 19,3% sobre o 2T14 e de 29,5% sobre o 1S14.

☞ **Lucro líquido** de R\$ 3,8 milhões no 2T15 e de R\$ 7,5 milhões no 1S15:

- Crescimento de 24,2% em relação ao 2T14 e de 66,5% em relação ao 1S14.

☞ **CardSystem:**

- 16,8 milhões de cartões faturados, crescimento anual de 12,8%.

☞ **OPTe+:**

- Ampliação do *marketplace* com a implantação de novos parceiros.
- Implantação do programa de fidelidade da Pernambucanas e do Shopping Corporativo do Santos Futebol Clube (SFC).

Principais Indicadores (em milhares ou %)	2T15	1T15	2T14	%Variação vs.		1S15	1S14	% Variação
				1T15	2T14			
Destaques Operacionais								
Cartões Cadastrados	17.986	18.498	17.086	-2,8%	5,3%	17.986	17.086	5,3%
Cartões Faturados	16.813	15.996	14.909	5,1%	12,8%	16.813	14.909	12,8%
Posições de Atendimento*	2.576	2.585	2.149	-0,3%	19,9%	2.577	2.202	17,0%
Destaques Financeiros								
Receita Bruta	126.323	122.303	103.612	3,3%	21,9%	248.626	204.640	21,5%
Receita Líquida	116.438	112.618	95.480	3,4%	22,0%	229.056	188.758	21,3%
Margem Bruta	20,4%	20,8%	21,2%	-0,3 p.p.	-0,8 p.p.	20,6%	20,4%	0,2 p.p.
EBITDA	16.869	15.947	14.134	5,8%	19,3%	32.816	25.350	29,5%
Margem EBITDA	14,5%	14,2%	14,8%	0,3 p.p.	-0,3 p.p.	14,3%	13,4%	0,9 p.p.
EBIT	9.854	9.176	7.692	7,4%	28,1%	19.030	12.454	52,8%
Margem EBIT	8,5%	8,1%	8,1%	0,3 p.p.	0,4 p.p.	8,3%	6,6%	1,7 p.p.
Lucro Líquido	3.819	3.692	3.074	3,4%	24,2%	7.511	4.513	66,5%
Margem Líquida	3,3%	3,3%	3,2%	0,0 p.p.	0,1 p.p.	3,3%	2,4%	0,9 p.p.
Capex	8.171	8.688	11.133	-5,9%	-26,6%	16.859	15.781	6,8%
Capex/Receita Líquida	7,0%	7,7%	11,7%	-0,7 p.p.	-4,6 p.p.	7,4%	8,4%	-1,0 p.p.
Dívida Líquida	62.493	60.830	67.808	2,7%	-7,8%	62.493	67.808	-7,8%
Dívida Líquida/EBITDA	1,0	1,0	1,5	0,0x	-0,5x	1,0	1,5	-0,5x

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

COMENTÁRIOS DA ADMINISTRAÇÃO

A Companhia seguiu, por mais um trimestre consecutivo, entregando resultados crescentes e sustentáveis, em linha com a sua estratégia de geração de valor para seus acionistas, mesmo em um ambiente econômico mais volátil.

No cenário brasileiro, a inflação medida pelo IPCA acumulado em 12 meses alcançou 8,9% em junho e a taxa básica de juros encontra-se atualmente em 14,25% ao ano. Mesmo diante de incertezas causadas pelo cenário macroeconômico brasileiro atual, marcado principalmente pela redução da oferta e encarecimento do crédito disponível ao mercado, menor consumo e pressões inflacionárias, a CSU apresentou resultados crescentes no trimestre, beneficiados, principalmente, pelo setor de meios de pagamentos.

Os resultados financeiros do 2T15 apresentaram expansão de 21,9% na receita bruta comparada ao mesmo período do ano anterior, e de 21,5% no acumulado do primeiro semestre de 2015. O EBITDA cresceu 19,3% em relação ao 2T14, totalizando R\$ 16,9 milhões no período, enquanto que no ano acumula o montante de R\$ 32,8 milhões ou 29,5% maior em relação ao primeiro semestre de 2014. Já o lucro líquido do 2T15 totalizou R\$ 3,8 milhões, 24,2% superior ao 2T14 e no semestre totaliza R\$ 7,5 milhões, um acréscimo de 66,5% em relação ao mesmo período no ano anterior.

Na **CardSystem**, que presta serviços de processamento e administração de meios eletrônicos de pagamento, encerramos o período com 16,8 milhões de cartões faturados, crescimento de 12,8% em relação aos últimos doze meses. A Companhia segue se beneficiando da baixa penetração do uso de cartões no país: apenas 29,5% da população brasileira já substituiu os tradicionais meios de pagamento por cartões. Segundo estimativas da ABECS (Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços), o setor de meios eletrônicos de pagamento deverá apresentar ainda um crescimento considerável em 2015, de pelo menos 10% no que diz respeito ao volume transacionado, suportado pelo maior nível de bancarização da população, principalmente nas populações de renda mais baixas. Como consequência do aumento da substituição de meios tradicionais de pagamento pelo uso de cartões, os resultados da unidade Cardsystem apresentaram crescimentos operacionais robustos, seja em expansão de cartões faturados ou em número de transações processadas.

Na **MarketSystem**, unidade especializada em *marketing* de relacionamento, programas de fidelidade e *e-commerce*, seguimos adicionando novos parceiros comerciais à plataforma **OPTe+**, contribuindo para elevar a atratividade da plataforma e, conseqüentemente, estimular o aumento do número de resgates. Apesar do cenário econômico atual, o resgate de produtos na plataforma OPTe+ praticamente dobrou quando comparado aos últimos 12 meses, demonstrando assim um robusto crescimento sustentado pelo diferencial da oferta desse serviço no mercado de fidelidade. Atualmente, o OPTe+ já consolida mais de 1 milhão de produtos dos maiores varejistas do país, além de passagens aéreas, hotéis e pacotes turísticos.

Neste trimestre, além de expandir a base de parceiros, a MarketSystem aumentou sua base de clientes com a implantação do programa de fidelidade das Lojas Pernambucanas e do Shopping Corporativo do Santos Futebol Clube. Este último, inclusive, está vinculado ao programa de fidelidade do clube, o Sócio Rei, também gerenciado pela MarketSystem, de tal

forma que as compras efetuadas pelos associados geram pontos no Programa, cuja plataforma de resgate é também o OPTe+.

Acreditamos que o setor de fidelidade no Brasil é um segmento ainda em maturação e continuará a apresentar boas taxas de crescimento, influenciado pela baixa penetração do setor nas classes C e D e a ainda baixa participação do varejo como opção frente à oferta de passagens aéreas. Cada vez mais, empresas vêm sinalizando interesse por soluções próprias de programas de relacionamento, benefícios e recompensa, visando a manutenção do relacionamento com seus clientes.

A **CSU Contact**, unidade especializada em serviços de atendimento e BPO, apresentou 2.576 Posições de Atendimento (PA's) médias faturadas no 2T15, crescimento de 20% em doze meses, contudo, estável em relação ao 1T15. Este trimestre foi marcado pelo arrefecimento do volume de ligações e pressões por ganhos de produtividade, gerando a necessidade da Companhia em readequar parte de suas operações de *call center*. Diante das atuais incertezas com relação ao cenário econômico brasileiro, e de um segundo semestre desafiador, a Companhia tem adotado uma estrita política de redução de custos a fim de preservar o resultado de suas operações.

As novas linhas de negócio, **C360** e **CSU ITS**, seguem contribuindo para ampliar alguns contratos vigentes, por meio das demais unidades de negócios da Companhia, suportando as atividades de maneira sinérgica e complementar aos serviços ofertados.

A CSU está posicionada em mercados que possuem grande potencial de crescimento, e se beneficia de sua forte *expertise* tecnológica e seu posicionamento único como prestadora de serviços capaz de atender a todo o ciclo de vida de seus clientes em cada um dos mercados em que atua.

Continuamos aprimorando nossos negócios e buscando novas oportunidades para o crescimento e consolidação da Companhia em seus mercados de atuação, seguindo nossa política de eficiência operacional aliada à controle de custos e despesas e uma postura diligente com relação aos investimentos realizados.

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

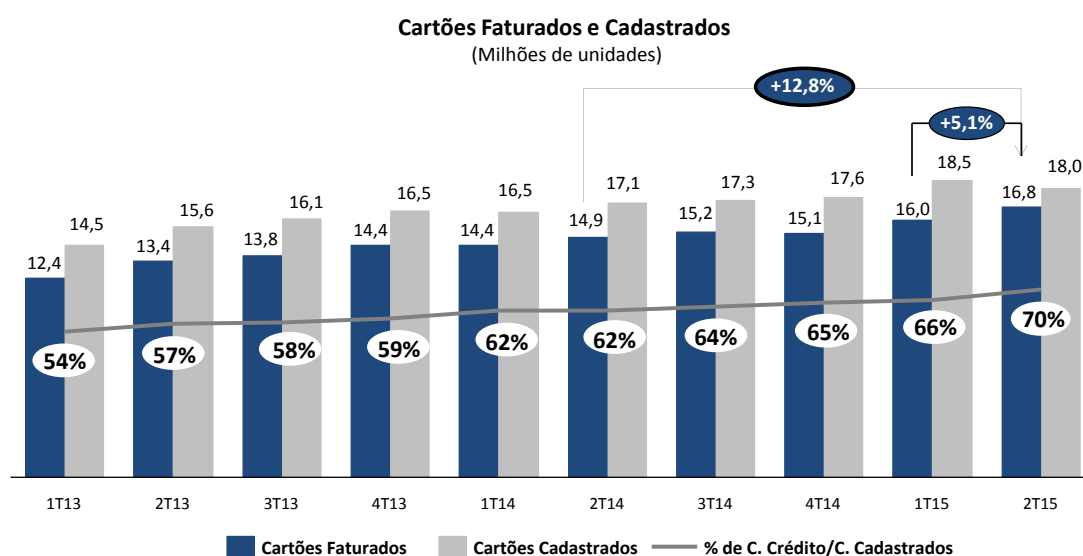
A base de cartões faturados da divisão Cardsystem alcançou 16,8 milhões de plásticos em junho de 2015, um crescimento anual de 12,8%, enquanto na comparação sequencial tivemos uma variação positiva de 5,1%. Já a base de cartões cadastrados registrou crescimento anual de 5,3% e queda na comparação sequencial de 2,8%. A Companhia mantém seus esforços com o objetivo de ampliar a representatividade dos cartões faturados perante a base dos cartões cadastrados, seja através de negociações comerciais, seja através do aprimoramento das ferramentas de higienização de base, visando otimizar ao máximo a estrutura de processamento à receita gerada.

Mesmo com um cenário macroeconômico adverso, marcado principalmente pela redução da oferta e encarecimento do crédito disponível ao mercado, a Companhia segue se beneficiando do crescimento da substituição de meios tradicionais de pagamento pelo uso de cartões. Isto fica evidente quando avaliamos o volume de transações de compra e saque processadas pela CSU, que registrou um avanço anual de 17,8% e de 5,0% ante o trimestre imediatamente anterior. Adicionalmente, o 2T15 foi mais um trimestre a reportar crescimento anual da base de cartões, o sétimo consecutivo, com maior participação dos cartões de crédito na base total, os quais possuem ativação superior aos demais cartões.

A base de cartões atual já conta com os cartões provenientes da 1ª fase de migração dos cartões consignados do Banco BMG, a qual envolveu aproximadamente 500 mil cartões consignados. A 2ª fase de migração dos cartões do Banco BMG, prevista inicialmente para ocorrer no final do 1S15, está programada para meados do 3T15, correspondendo a uma base atualizada de 700 mil cartões. A CSU passará a deter a totalidade da base de cartões consignados do Banco BMG, tornando-se sua única processadora, além de aumentar sua exposição ao cenário positivo deste mercado.

Esta fase final da migração já estará alinhada às alterações legais que recentemente afetaram o segmento, uma vez que com a aprovação da Medida Provisória 681/14 em 13 de julho de 2015, a Companhia poderá se beneficiar da ampliação do potencial para crescimento de negócios para processamento e administração dos cartões consignados, dada principalmente pelas alterações efetuadas pelo Governo com relação ao aumento do limite de comprometimento da renda do trabalhador de 30% para 35%, sendo que este acréscimo somente poderá ser utilizado via cartão de crédito.

O gráfico a seguir sinaliza a evolução operacional da CardSystem nos últimos dez trimestres:



A divisão responsável pelo processamento de aquisição, consolidada na unidade CardSystem, registrou mais um bom crescimento anual, perfazendo uma evolução de 79,3% no número de transações processadas ao longo dos últimos 12 meses. O crescimento desta divisão é beneficiado pela maior penetração e utilização de cartões como forma de pagamento. Na comparação com o trimestre imediatamente anterior, houve crescimento de 14,4% no número de transações, explicado também pela sazonalidade mais forte em relação ao trimestre anterior.

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

Por meio da MarketSystem, a Companhia oferece soluções: i) de premiação (resgate de pontos) e benefícios para **programas de relacionamento e fidelidade**; ii) de **Shopping Corporativo** (plataforma de *e-commerce White Label*) para que empresas com grandes

bases de clientes possam ter uma ferramenta moderna para fidelizá-las e monetizá-las, e iii) como **operação B2C**, na qual a marca OPTe+ é apresentada e disponibilizada diretamente para o consumidor final (Shopping Online OPTe+ e programa de fidelidade Passaporte OPTe+).

A plataforma tecnológica OPTe+ é estratégica e permeia as três soluções oferecidas pela divisão. A constante adição de novos parceiros comerciais torna-se fundamental para a ampliação e atratividade da solução. Neste contexto, a plataforma OPTe+ expandiu sua atuação nos segmentos de moda e vestuário, decoração e de acessórios de luxo, através das parcerias firmadas no 2T15.

Atualmente, o OPTe+ é um *marketplace* que reúne mais de um milhão de itens, em mais de 30 categorias diferentes, como: saúde, beleza, decoração, passagens aéreas, pacotes turísticos, entre outras, beneficiando milhões de participantes cadastrados nos diversos programas de fidelidade atendidos pela plataforma. A MarketSystem, impulsionada pela plataforma OPTe+, multiplicou por quase sete vezes seu volume financeiro transacionado desde o 1T14. Esta crescente aceitação da plataforma OPTe+ vem permitindo a expansão da Companhia para as novas, e recentes, frentes de negócios.

Em junho, foi finalizada a primeira fase de desenvolvimento do novo portal de premiação para o programa de fidelidade da Pernambucanas. A MarketSystem será responsável pela gestão desta operação. A premiação do programa será realizada por meio da troca de pontos por produtos e viagens. O programa de fidelidade Sempre Mais Pernambucanas será oferecido para a base de clientes dos cartões de crédito Pernambucanas, como um diferencial para esse público.

Também, em junho, o Santos Futebol Clube (SFC) e a CSU anunciaram o lançamento do novo *shopping online* (www.shoppingsantosfc.com.br). Além da disponibilização da plataforma de *e-commerce* aos torcedores do SFC, as compras no novo Shopping pontuarão no programa de fidelidade Sócio Rei, permitindo que os associados adquiram produtos no *e-commerce* do clube e também acumulem pontos, que poderão ser trocados por itens na mesma plataforma.

O mercado de *Loyalty*, 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.

1.3 - ITS: SOLUÇÕES DE INFRAESTRUTURA PREMIUM 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 (TIER III) com equipamentos de última geração e elevado nível de segurança, o que garante alta disponibilidade, segurança e confiabilidade.

Desempenho Operacional

No segundo trimestre de 2015, a divisão CSU ITS continuou prestando serviços através de contratos já existentes com outras unidades de negócios da Companhia, como a unidade CSU Contact. Os clientes desta unidade possuem suas respectivas bases de dados armazenadas e gerenciadas na infraestrutura TIER III da CSU ITS, garantindo alta disponibilidade e qualidade dos serviços prestados, constituindo assim, um diferencial determinante na estratégia de crescimento em operações de alto valor agregado.

Estão sendo desenvolvidas parcerias no âmbito tecnológico e comercial, ampliando a possibilidade de negócios no mercado.

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 segundo trimestre de 2015 com **2.576 posições de atendimento** (PA's) médias faturadas, crescimento de 19,9% nos últimos doze meses. A expansão é explicada pela conquista de novos contratos firmados ao longo deste período, compensando a adequação de algumas operações neste trimestre, consequência do desaquecimento econômico atual.

Neste contexto, o número de PA's médias faturadas permaneceu praticamente estável em comparação com o trimestre anterior, registrando uma ligeira queda de 0,3% no período.

Em relação às adições de PA's realizadas no 2T15, destacamos as operações Net 2.0, Net Recuperação e BMG, que tiveram suas respectivas implantações iniciadas ainda no primeiro trimestre de 2015.

A CSU Contact segue com a estratégia de crescimento em operações com alta complexidade. Dado o cenário macroeconômico desfavorável e possíveis pressões comerciais, a Companhia está focada também nas revisões de seus processos, em ganhos

de produtividade e em negociações com fornecedores com o intuito de obter maior eficiência na gestão de seus custos e se preparar para o atual cenário desafiador do mercado brasileiro.

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

No segundo trimestre, o C360 deu suporte, principalmente, às operações de *contact center*, gerando maior eficiência e economia de custo por meio do uso de canais digitais como SMS, redes sociais, *voicer*, *chat*, *web* e *e-mail*, sendo uma ferramenta substitutiva do uso humano. Além disso, sua associação a um *software* estatístico para segmentação e identificação da melhor forma para abordagem do cliente, contribui para uma maior assertividade no contato, elevando as taxas de sucesso das operações.

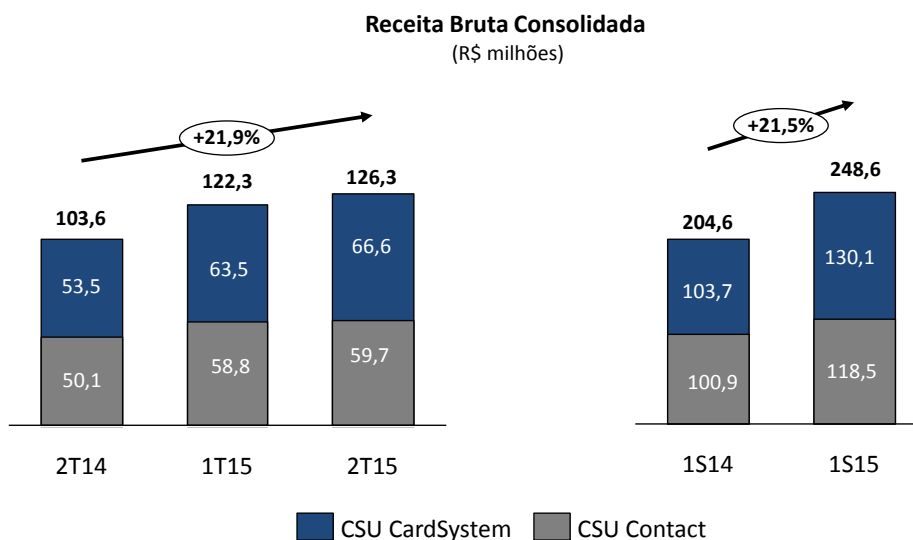
O C360, além de já prestar serviços para clientes de diferentes segmentos, tem dado suporte também para o planejamento de *marketing* do Shopping Online OPTe+ (B2C), sendo essencial para análise, limpeza e segmentação da base de dados, e para posterior realização da abordagem de clientes.

Desempenho Financeiro por Unidade de Negócio

Principais Indicadores (em milhares ou %)	2T15	1T15	2T14	% Variação vs.		1S15	1S14	% Variação
				1T15	2T14			
Cartões Cadastrados	17.986	18.498	17.086	-2,8%	5,3%	17.986	17.086	5,3%
Cartões Faturados	16.813	15.996	14.909	5,1%	12,8%	16.813	14.909	12,8%
Posições de Atendimento	2.576	2.585	2.149	-0,3%	19,9%	2.577	2.202	17,0%
Receita Bruta	126.323	122.303	103.612	3,3%	21,9%	248.626	204.640	21,5%
<i>CSU CardSystem</i>	66.598	63.504	53.513	4,9%	24,5%	130.101	103.714	25,4%
<i>CSU Contact</i>	59.725	58.799	50.098	1,6%	19,2%	118.524	100.926	17,4%
Receita Líquida	116.438	112.618	95.480	3,4%	22,0%	229.056	188.758	21,3%
<i>CSU CardSystem</i>	61.114	58.118	49.061	5,2%	24,6%	119.232	95.237	25,2%
<i>CSU Contact</i>	55.325	54.500	46.419	1,5%	19,2%	109.825	93.521	17,4%
Margem Bruta	20,4%	20,8%	21,2%	-0,3 p.p.	-0,8 p.p.	20,6%	20,4%	0,2 p.p.
<i>CSU CardSystem</i>	27,9%	29,8%	27,7%	-1,9 p.p.	0,3 p.p.	28,8%	27,1%	1,7 p.p.
<i>CSU Contact</i>	12,2%	11,2%	14,4%	1,0 p.p.	-2,2 p.p.	11,7%	13,6%	-1,9 p.p.
EBITDA	16.869	15.947	14.134	5,8%	19,3%	32.816	25.350	29,5%
<i>CSU CardSystem</i>	13.667	13.908	11.179	-1,7%	22,3%	27.575	20.986	31,4%
<i>CSU Contact</i>	3.202	2.039	2.955	57,1%	8,4%	5.241	4.364	20,1%
Margem EBITDA	14,5%	14,2%	14,8%	0,3 p.p.	-0,3 p.p.	14,3%	13,4%	0,9 p.p.
<i>CSU CardSystem</i>	22,4%	23,9%	22,8%	-1,5 p.p.	-0,4 p.p.	23,1%	22,0%	1,1 p.p.
<i>CSU Contact</i>	5,8%	3,7%	6,4%	2,1 p.p.	-0,6 p.p.	4,8%	4,7%	0,1 p.p.
Lucro Líquido	3.819	3.692	3.074	3,4%	24,2%	7.511	4.513	66,5%
Margem Líquida	3,3%	3,3%	3,2%	0,0 p.p.	0,1 p.p.	3,3%	2,4%	0,9 p.p.

Receita Bruta

No segundo trimestre de 2015, a **receita bruta totalizou R\$ 126,3 milhões**, crescimento de 21,9% em doze meses e de 3,3% comparado com o trimestre imediatamente anterior, com crescimento das receitas em ambas as unidades de negócios.

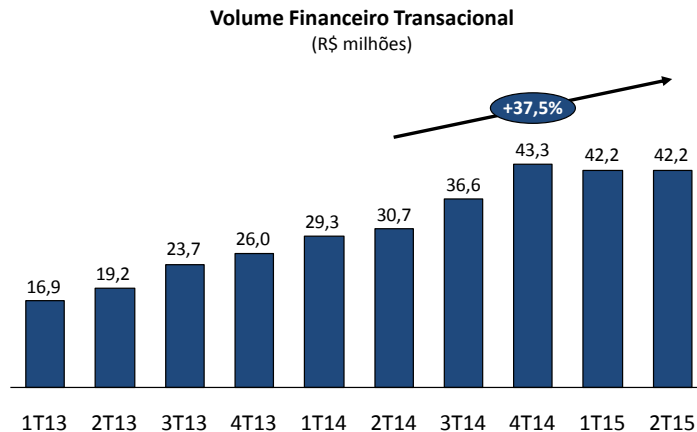


- **CSU CardSystem:** Registrou aumento da receita bruta de 24,5% nos últimos doze meses e de 4,9% na comparação com 1T15, totalizando R\$ 66,6 milhões no 2T15.

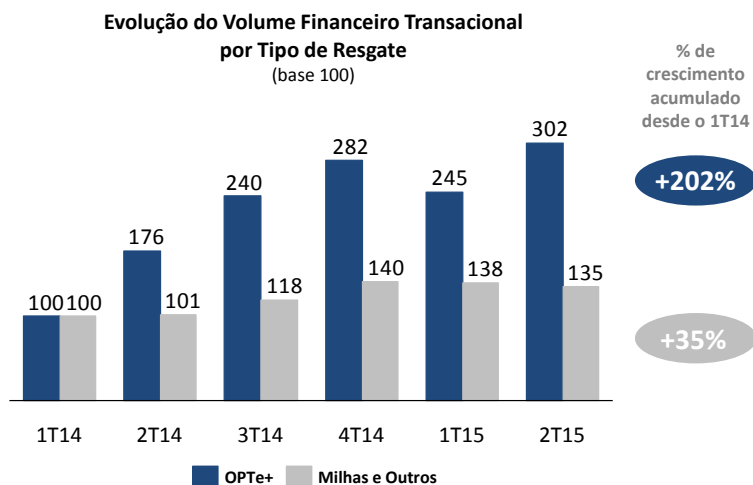
O bom desempenho da unidade nos últimos doze meses é explicado pelo (i) maior número de cartões faturados em 12,8%, com maior participação dos cartões de crédito, incluindo a entrada dos cartões consignados do Banco BMG, (ii) expansão de 79,3% no número de transações da divisão responsável pelo processamento de adquirência, (iii) crescimento de 37,5% do volume financeiro transacional na MarketSystem.

Na comparação com o trimestre imediatamente anterior, os principais fatores de crescimento foram (i) o aumento de 5,1% na base de cartões faturados, com destaque para a receita proveniente dos 500 mil cartões consignados BMG migrados em fevereiro de 2015, e (ii) expansão da receita de serviços de adquirência.

Já a MarketSystem permaneceu apresentando resultados consistentes e crescentes, principalmente se tratando do volume financeiro transacionado pela divisão através dos resgates nos programas de fidelidade, pelas vendas intermediadas nos programas de Shoppings Corporativos e no próprio Shopping Online OPTe+ (B2C), os quais influenciam nos resultados da Companhia por meio dos comissionamentos gerados.



O volume financeiro transacional permaneceu estável quando comparado ao 1T15, reflexo principalmente de (i) sazonalidade do período e (ii) reflexos da conjuntura econômica atual. Já nos últimos doze meses, o crescimento foi de 37,5%. Considerando o período em que a plataforma tecnológica OPTe+ iniciou suas operações no 2T13, o volume mais que dobrou.



Analisando o volume financeiro transacionado por tipo de resgates realizados, nota-se um crescimento dos resgates realizados através do OPTe+ (produtos e viagens) mais acentuado que dos resgates de Milhas e Outros (resgates realizados fora da plataforma OPTe+). Entendemos que isto evidencia a efetividade da oferta da plataforma OPTe+, com atratividade e benefícios para seus usuários, além de eficiência e redução de custos para o contratante.

- **CSU Contact:** A receita bruta da CSU Contact atingiu R\$ 59,7 milhões no 2T15, 19,2% acima da receita reportada no 2T14, configurando um aumento líquido de 427 posições médias faturadas no período, ou expansão de 19,9%. Este desempenho deve-se à implantação de 630 posições de atendimento e pela redução de outras 203, ocasionada pela finalização de alguns contratos e menor necessidade de PA's dado o ganho de produtividade apresentado neste trimestre.

O desempenho da receita, ligeiramente inferior ao crescimento do número de posições do período, foi impactado pelos seguintes movimentos: (i) renegociações contratuais, buscando aumento da produtividade e redução de preço; e (ii) crescimento de contratos de fornecimento de infraestrutura que possuem uma receita por posição menor.

Mesmo com um cenário econômico incerto, resultando em um redimensionamento e redução dos números de PA's de algumas operações, a receita bruta apresentada no 2T15 ficou 1,6% superior em relação ao trimestre anterior principalmente devido à consolidação dos indicadores operacionais das novas operações conquistadas no primeiro trimestre e também pela melhora nos indicadores de algumas operações de crédito e cobrança.

Dada a elevada pressão por produtividade em operações de *contact center*, há uma forte demanda por ferramentas que viabilizem ganhos de eficiência com elevada complexidade. Notadamente, o produto C360, responsável por gerar consideráveis ganhos de produtividade, principalmente em operações atreladas a taxas de sucesso, vem contribuindo nas operações da CSU.

Custos

O custo total da Companhia neste segundo trimestre do ano foi de **R\$ 92,6 milhões**, aumento de 23,1% em relação ao 2T14 e de 3,8% frente ao 1T15.

Segue abaixo a análise de custos por Unidades de Negócios.

- **CSU CardSystem:** O custo total da unidade foi de R\$ 44,0 milhões, 24,1% acima do 2T14 e de 8,0% acima do 1T15.

CSU CardSystem (R\$ mil)	2T15	1T15	2T14	% Variação vs.		% Variação vs.		% Variação
				1T15	2T14	1S15	1S14	
Receita Bruta	66.598	63.504	53.513	4,9%	24,5%	130.101	103.714	25,4%
Deduções da Receita (-)	5.485	5.386	4.452	1,8%	23,2%	10.871	8.477	28,2%
Receita Líquida	61.114	58.118	49.061	5,2%	24,6%	119.232	95.237	25,2%
Custos (-)	44.041	40.793	35.493	8,0%	24,1%	84.834	69.400	22,2%
Pessoal	10.700	9.426	9.111	13,5%	17,4%	20.126	17.977	12,0%
Expedição	10.190	9.653	8.646	5,6%	17,9%	19.843	16.982	16,8%
Comunicação	1.035	1.047	1.057	-1,2%	-2,1%	2.082	2.103	-1,0%
Depreciação/Amortização	4.662	4.506	4.342	3,5%	7,4%	9.169	8.680	5,6%
Prédios	1.871	1.607	1.660	16,5%	12,7%	3.478	3.362	3,5%
Custos dos Prêmios Entregues	10.763	9.719	5.881	10,7%	83,0%	20.482	10.908	87,8%
Outros	4.820	4.835	4.796	-0,3%	0,5%	9.655	9.389	2,8%
Lucro Bruto	17.072	17.325	13.568	-1,5%	25,8%	34.397	25.837	33,1%
<i>Margem Bruta</i>	<i>27,9%</i>	<i>29,8%</i>	<i>27,7%</i>	<i>-1,9 p.p.</i>	<i>0,3 p.p.</i>	<i>28,8%</i>	<i>27,1%</i>	<i>1,7 p.p.</i>

O aumento de custos da CSU CardSystem é reflexo, principalmente, do (i) aumento do número de produtos resgatados na MarketSystem (custo com produtos entregues), (ii) aumento do volume de cartas e faturas emitidas e postadas (custos com expedição), impactadas também pelos aumentos acima da inflação dos Correios, e (iii) maiores custos com Pessoal.

Apesar das variações de custo apresentadas, o lucro bruto do 2T15 foi 25,8% superior em relação ao 2T14. Na comparação com o trimestre imediatamente anterior, houve uma redução de 1,5% do lucro bruto, impactado, principalmente pelos maiores custos de Pessoal, cuja variação, entre outros motivos, se deu em decorrência do acordo coletivo daqueles que compõem a base de colaboradores de sistemas e tecnologia.

- **CSU Contact:** Os custos da CSU Contact totalizaram R\$ 48,6 milhões no trimestre, 22,3% superior ao 2T14 e praticamente estável (+0,4%) em relação ao custo apresentado no trimestre anterior.

CSU Contact (R\$ mil)	2T15	1T15	2T14	% Variação vs.		% Variação vs.		% Variação
				1T15	2T14	1S15	1S14	
Receita Bruta	59.725	58.799	50.098	1,6%	19,2%	118.524	100.926	17,4%
Deduções da Receita (-)	4.400	4.299	3.679	2,4%	19,6%	8.699	7.404	17,5%
Receita Líquida	55.325	54.500	46.419	1,5%	19,2%	109.825	93.521	17,4%
Custos (-)	48.591	48.406	39.731	0,4%	22,3%	96.997	80.809	20,0%
Pessoal	36.700	36.604	28.954	0,3%	26,8%	73.304	59.124	24,0%
Comunicação	851	812	999	4,8%	-14,9%	1.662	2.123	-21,7%
Depreciação/Amortização	1.798	1.893	1.669	-5,0%	7,8%	3.691	3.353	10,1%
Prédios	6.939	6.814	6.202	1,8%	11,9%	13.752	12.108	13,6%
Outros	2.303	2.284	1.906	0,8%	20,8%	4.587	4.102	11,8%
Lucro Bruto	6.734	6.094	6.688	10,5%	0,7%	12.828	12.712	0,9%
<i>Margem Bruta</i>	<i>12,2%</i>	<i>11,2%</i>	<i>14,4%</i>	<i>1,0 p.p.</i>	<i>-2,2 p.p.</i>	<i>11,7%</i>	<i>13,6%</i>	<i>-1,9 p.p.</i>

Em comparação com o 2T14, tivemos um crescimento nos custos de 22,3%. Descontando a elevação de custos decorrentes de reajustes de salários e o aumento acima da inflação nos custos com energia e transportes, a evolução dos custos ajustados foi de 15,9%, estando inferior ao crescimento operacional de 19,9% no número de posições faturadas. Esta diferença positiva é majoritariamente explicada pelo aumento da produtividade nas operações SAC, Vendas, Cobranças e Canais eletrônicos, pela ampliação da utilização do produto C360 e ainda pelo programa de redução de custos da Companhia.

Já em relação ao 1T15, os custos tiveram uma pequena evolução de 0,4%, marcado por revisões de processos, busca por produtividade e readequação de algumas operações. Mesmo assim, esta evolução é inferior à expansão da receita apresentada no período, contribuindo assim para a melhoria do Lucro Bruto da unidade.

Despesas com Vendas e Marketing, Gerais e Administrativas

Despesas (R\$ mil)	2T15	1T15	2T14	% Variação vs.		1S15	1S14	% Variação
				1T15	2T14			
Total Desp. Vendas, Gerais e Adm.	(14.294)	(14.387)	(12.462)	-0,6%	14,7%	(28.681)	(26.158)	9,6%
% da receita líquida	12,3%	12,8%	13,1%	-0,5 p.p.	-0,8 p.p.	12,5%	13,9%	-1,4 p.p.
Gerais e administrativas	(13.131)	(13.326)	(12.920)	-1,5%	1,6%	(26.457)	(24.474)	8,1%
Gerais e Administrativas	(12.577)	(12.954)	(12.488)	-2,9%	0,7%	(25.531)	(23.611)	8,1%
Depreciação/Amortização	(554)	(372)	(432)	48,8%	28,2%	(926)	(863)	7,3%
Com vendas e marketing	(1.163)	(1.061)	458	9,6%	-	(2.224)	(1.684)	32,1%

Mesmo com maiores gastos atrelados ao crescimento das operações, a Companhia tem obtido êxito em controlar suas despesas, reduzindo, por mais um trimestre, a participação das mesmas em relação à receita líquida, totalizando 12,3% no 2T15, ou decréscimo de 0,8 p.p. na comparação anual e de 0,5 p.p. em relação ao 1T15.

As **despesas gerais e administrativas** apresentaram crescimento de apenas 1,6% frente ao 2T14, bastante inferior à evolução da inflação do período, resultado do controle de custos e despesas adotados pela Companhia. O aumento em depreciação/amortização em despesas gerais e administrativas se refere a maiores despesas de amortização de *software*. Quando comparadas ao trimestre imediatamente anterior, a queda de 1,5% das despesas gerais e administrativas do 2T15 é explicada por menores gastos com serviços contratados ligados as áreas de suporte da companhia e outros gastos pontuais realizados no 1T15.

Com relação às **despesas com vendas e marketing**, foi registrado neste trimestre um aumento de 9,6% em relação ao 1T15, em função de despesas de publicidade ligadas a marca OPTe+ com foco no segmento B2C. Quando comparado ao 2T14, cabe lembrar que naquele trimestre tivemos uma reversão de provisão pontual referente a um patrocínio, no montante de aproximadamente R\$ 475 mil, resultando em uma base inferior de comparação no período.

EBITDA

A Companhia apresentou um **EBITDA de R\$ 16,9 milhões no 2T15**, uma expansão de 19,3% sobre o 2T14 e de 5,8% sobre o 1T15. A margem EBITDA apresentada no 2T15 foi de 14,5%, 0,3 p.p. menor que a margem apresentada no 2T14 e 0,3 p.p. acima da margem do 1T15.

O resultado do EBITDA é reflexo da evolução de 17,5% do lucro bruto nos últimos doze meses, favorecido pelo contínuo aumento da participação das receitas da CSU CardSystem sobre o total da receita da Companhia, totalizando 52,7% no 2T15. Como característica do setor, a CSU CardSystem possui alavancagem operacional positiva e operações com margens mais elevadas, quando comparada à CSU Contact.

Em relação ao trimestre imediatamente anterior, o crescimento de 5,8% do EBITDA é explicado pelo aumento do lucro bruto em 1,7%, resultado do crescimento do lucro bruto da CSU CardSystem em 5,5%, e também em função da redução das despesas em 0,6%.

A tabela a seguir mostra a reconciliação do EBITDA:

Reconciliação EBITDA (R\$ mil)	2T15	1T15	2T14	% Variação vs.		1S15	1S14	% Variação
				1T15	2T14			
Lucro Líquido	3.819	3.692	3.074	3,4%	24,2%	7.511	4.513	66,5%
(+) Imposto de Renda e CSLL	1.965	1.958	1.577	0,4%	24,6%	3.923	1.634	140,1%
(+) Resultado Financeiro Líquido	4.070	3.526	3.040	15,4%	33,9%	7.596	6.308	20,4%
(+) Depreciação/Amortização	7.015	6.771	6.443	3,6%	8,9%	13.786	12.896	6,9%
EBITDA	16.869	15.947	14.134	5,8%	19,3%	32.816	25.350	29,5%
Margem EBITDA	14,5%	14,2%	14,8%	0,3 p.p.	-0,3 p.p.	14,3%	13,4%	0,9 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\$ 13,7 milhões no 2T15, um crescimento de 22,3% frente o 2T14 e queda de 1,7% em relação ao 1T15. Já a margem EBITDA do trimestre foi de 22,4%, inferior em 0,4 p.p. em relação à margem do 2T14 e 1,5 p.p. em relação à margem do 1T15.

O desempenho apresentado nos últimos 12 meses é reflexo da evolução de 25,8% do lucro bruto, em função do crescimento da receita desta unidade, que mais que compensou os aumentos dos custos de Pessoal, expedição e de produtos entregues e das despesas com propaganda, conforme explicados anteriormente. Já na comparação com o trimestre anterior, o desempenho é explicado principalmente pela expansão dos custos com Pessoal.

Com isso, o EBITDA da CSU CardSystem representou 81,0% de participação sobre o EBITDA total da Companhia no 2T15.

▪ **CSU Contact:** O EBITDA da unidade CSU Contact finalizou o 2T15 em R\$ 3,2 milhões, crescimento de 8,4% em relação ao 2T14 e de 57,1% sobre o 1T15. A margem EBITDA

apresentada foi de 5,8% no 2T15, 0,6 p.p. inferior à margem do 2T14 e 2,1 p.p. superior ao 1T15.

A evolução do EBITDA da CSU Contact é resultado direto das iniciativas da Companhia em melhorar sua produtividade, bem como do seu plano de redução de custo. Mesmo com o cenário macroeconômico adverso e mais desafiador que os trimestres anteriores, marcado principalmente por uma forte pressão inflacionária, a Companhia foi capaz de preservar suas margens, principalmente quando analisado o período entre o 1S15 e o 1S14.

Na comparação sequencial, vale ressaltar que o 1T15 apresentou maiores impactos em sua margem uma vez que o período apresentou maior concentração de instalações de PA's em relação ao 2T15.

Resultado Líquido

A CSU encerrou o segundo trimestre de 2015 com **lucro líquido de R\$ 3,8 milhões**, 24,2% maior que os R\$ 3,1 milhões reportados no 2T14, com expansão de 0,1 p.p. da margem líquida.

O resultado é reflexo do bom desempenho das linhas de receita da Companhia, impactadas positivamente pela evolução do crescimento de volumes, possibilitando ganhos de 17,5% do lucro bruto e de 19,3% do EBITDA.

Já na comparação com o trimestre imediatamente anterior, o lucro líquido apresentou crescimento de 3,4%, com margem líquida estável em 3,3%.

Investimentos

Ao longo do segundo trimestre, foram realizados investimentos no montante de R\$ 8,2 milhões, 26,6% e 5,9% inferiores ao 2T14 e 1T15, respectivamente. Vale o registro que houve uma forte concentração de investimentos no 2T14, devido à implantação de algumas operações na unidade Contact, tornando elevada a base de comparação entre estes períodos.

Os investimentos do período foram destinados (i) ao desenvolvimento contínuo e customizações relacionados ao *software* utilizado para o processamento de cartões, e (ii) à implantação de novas PA's dada a expansão sazonal de algumas operações.

Investimentos (R\$ milhões)	2T15	1T15	2T14	%Variação vs.		1S15	1S14	% Variação
				1T15	2T14			
CSU CardSystem	6.272	6.257	6.508	0,2%	-3,6%	12.529	10.052	24,6%
CSU ITS	-	-	614	-	-	-	1.015	-
CSU Contact	1.899	2.431	4.011	-21,9%	-52,6%	4.330	4.714	-8,1%
Capex	8.171	8.688	11.133	-5,9%	-26,6%	16.859	15.781	6,8%

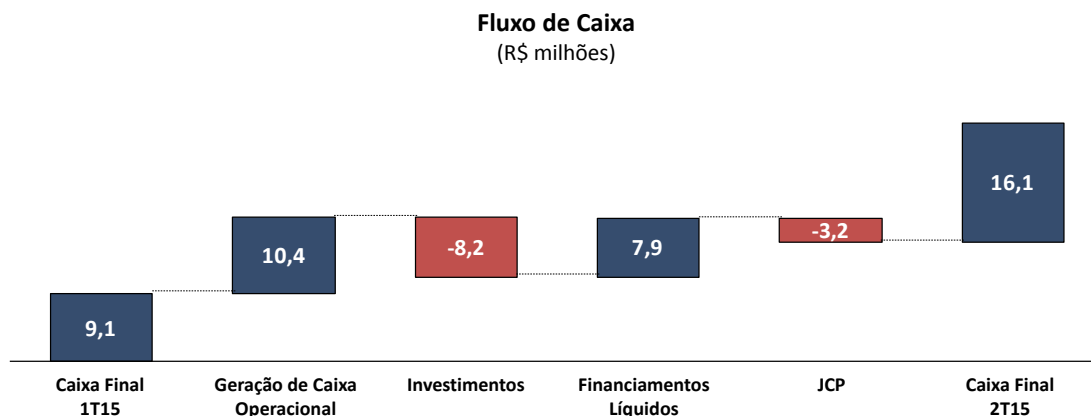
Fluxo de Caixa

A Companhia registrou uma geração de caixa operacional no segundo trimestre de 2015 de R\$ 10,4 milhões, representando 8,9% da Receita Líquida do período. Em relação ao trimestre anterior, a geração de caixa operacional registrou uma redução de 12,6%, e 33,2% na comparação anual, influenciados diretamente pelo aumento das contas a receber no período, dada a flexibilização de prazos de pagamentos de alguns contratos pontuais sem representar risco de inadimplência.

As atividades de Investimento realizadas no decorrer do 2T15 montaram o total de R\$ 8,2 milhões, sendo destinados, conforme detalhado anteriormente, (i) ao desenvolvimento contínuo e customizações relacionados aos principais *softwares* e plataformas tecnológicas da companhia, e (ii) à implantação de novas PA's dada a expansão sazonal de algumas operações.

Com relação às atividades de Financiamento, a companhia registrou uma variação líquida positiva entre amortização de empréstimos e financiamentos e a contratação de novas operações no montante de R\$ 7,9 milhões.

A Companhia realizou ainda neste trimestre o pagamento de Juros sobre Capital Próprio (JCP) relativo ao exercício de 2014 no montante de R\$ 3,2 milhões.



Estrutura de Capital

Em 30 de junho de 2015, o endividamento líquido era de R\$ 62,5 milhões, 7,8% menor em relação a 30 de junho de 2014, resultado de uma melhor geração de caixa da Companhia nos últimos doze meses.

Especificamente neste trimestre, a Companhia optou por contratar novos empréstimos com o objetivo de balancear o perfil de sua dívida de curto e longo prazo, elevando a dívida líquida em somente 2,7% em relação ao 1T15.

Mesmo com esse aumento, é importante ressaltar que a relação dívida líquida/EBITDA dos últimos doze meses permaneceu em 1,0x, estável quando comparada ao 1T15. Em comparação ao 2T14, a relação apresentou redução de 0,5x, em linha com a amortização da dívida e o aumento do EBITDA no período.

Destacamos que, mesmo sem a contratação de dívida, a Companhia teria disponibilidades suficientes para financiar os investimentos realizados no 2T15.

Reiteramos 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)	2T15	1T15	2T14	%Variação vs.	
				1T15	2T14
Curto prazo	31,6	31,7	27,0	-0,2%	16,9%
Empréstimos e Financiamentos	23,5	23,0	16,7	2,5%	40,7%
Leasing	8,1	8,7	10,3	-7,5%	-21,8%
Longo prazo	47,0	38,2	55,5	22,9%	-15,4%
Empréstimos e Financiamentos	35,2	25,6	42,8	37,3%	-17,8%
Leasing	11,8	12,6	12,7	-6,5%	-7,3%
Dívida Bruta	78,6	69,9	82,6	12,4%	-4,8%
(-) Disponibilidades	16,1	9,1	14,8	77,0%	9,2%
Dívida Líquida	62,5	60,8	67,8	2,7%	-7,8%
Dívida Líquida/EBITDA 12M (x)	1,0	1,0	1,5	-	-0,5x

Nota: 12M = últimos 12 meses

Mercado de Capitais

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*).

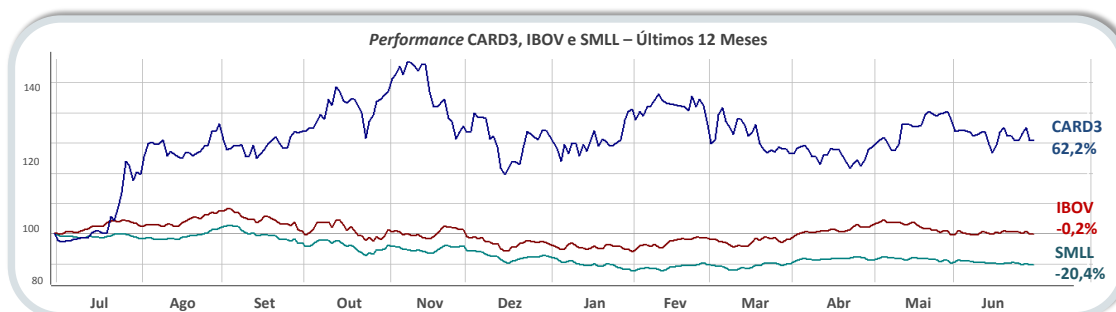
Acionistas	Quantidade de Ações	%
Grupo de Controle	26.369.549	63,1%
Ações em Circulação	14.877.243	35,6%
Ações em Tesouraria	553.208	1,3%
Total CSU	41.800.000	100,0%

Data base: 31 de março de 2015

Ao longo dos últimos doze meses as ações da CSU (CARD3) apresentaram valorização de 62,2%, enquanto o Ibovespa apresentou desvalorização de 0,2%. Porém, pressionadas por realizações do período, as ações CARD3 apresentaram desvalorização de 3,5% nos primeiros seis meses do ano, enquanto o Ibovespa apresentou uma valorização de 6,2% no mesmo período. Ainda assim, a *performance* de CARD3 foi superior ao do índice SMLL, encerrando o mês de junho cotada à R\$ 3,00 por ação.

Desde junho de 2014 a CSU não faz uso do Programa de Recompras de Ações.

Performance CARD3, IBOV e SMLL – Primeiro Semestre de 2015



Fonte: Econômica | Base 100 | ajustado por proventos | Data base: 30.06.2015

Anexos

Demonstração do Resultado (Reais Mil)								
Descrição da Conta	2T15	1T15	2T14	2T15 vs. 1T15	2T15 vs. 2T14	1S15	1S14	1S15 vs. 1S14
Receita Bruta	126.323	122.303	103.612	3,3%	21,9%	248.626	204.640	21,5%
Receita de Venda de Bens e/ou Serviços	116.438	112.618	95.480	3,4%	22,0%	229.056	188.758	21,3%
Custo dos Bens e/ou Serviços Vendidos	(92.632)	(89.199)	(75.224)	3,8%	23,1%	(181.831)	(150.209)	21,1%
Resultado Bruto	23.806	23.419	20.256	1,7%	17,5%	47.225	38.549	22,5%
Despesas/Receitas Operacionais	(13.952)	(14.243)	(12.564)	-2,0%	11,0%	(28.195)	(26.094)	8,1%
Despesas com Vendas	(1.163)	(1.061)	458	9,6%	-	(2.224)	(1.684)	32,1%
Despesas Gerais e Administrativas	(13.131)	(13.326)	(12.920)	-1,5%	1,6%	(26.457)	(24.474)	8,1%
Outros Resultados Operacionais	342	144	(102)	137,5%	-	486	64	659,4%
Resultado Antes do Resultado Financeiro e dos Tributos	9.854	9.176	7.692	7,4%	28,1%	19.030	12.455	52,8%
Resultado Financeiro	(4.070)	(3.526)	(3.041)	15,4%	33,8%	(7.596)	(6.308)	20,4%
Receitas Financeiras	1.304	1.186	1.111	9,9%	17,4%	2.490	2.144	16,1%
Despesas Financeiras	(5.374)	(4.712)	(4.152)	14,0%	29,4%	(10.086)	(8.452)	19,3%
Resultado Antes dos Tributos sobre o Lucro	5.784	5.650	4.651	2,4%	24,4%	11.434	6.147	86,0%
Imposto de Renda e Contribuição Social sobre o Lucro	(1.965)	(1.958)	(1.577)	0,4%	24,6%	(3.923)	(1.634)	140,1%
Corrente	(2.141)	(1.913)	(1.236)	11,9%	73,2%	(4.054)	(1.362)	197,7%
Diferido	176	(45)	(341)	-	-	131	(272)	-
Resultado Líquido das Operações Continuadas	3.819	3.692	3.074	3,4%	24,2%	7.511	4.513	66,5%
Lucro do Período	3.819	3.692	3.074	3,4%	24,2%	7.511	4.513	66,5%

Balanco Patrimonial - (Reais Mil)					
ATIVO	30/06/2015	31/03/2015	30/06/2015 vs. 31/03/2015	30/06/2014	30/06/2015 vs. 30/06/2014
Ativo Total	372.259	358.442	3,9%	348.912	6,7%
Ativo Circulante	84.123	73.603	14,3%	71.376	17,9%
Caixa e Equivalente de Caixa	16.108	9.101	77,0%	14.757	9,2%
Aplicações Financeiras	1.252	1.220	2,6%	1.145	9,3%
Contas a Receber	55.637	49.214	13,1%	39.433	41,1%
Estoques	1.547	1.925	-19,6%	2.353	-34,3%
Tributos a Recuperar	6.080	7.725	-21,3%	11.314	-46,3%
Outros Ativos Circulantes	3.499	4.418	-20,8%	2.374	47,4%
Ativo Não Circulante	288.136	284.839	1,2%	277.536	3,8%
Ativo Realizável a Longo Prazo	89.078	86.851	2,6%	83.349	6,9%
Tributos Diferido	8.344	8.168	2,2%	7.616	9,6%
Depósitos Judiciais	77.798	77.406	0,5%	74.491	4,4%
Outros	2.936	1.277	129,9%	1.242	136,4%
Imobilizado	39.476	40.177	-1,7%	39.798	-0,8%
Intangível	159.582	157.811	1,1%	154.389	3,4%

Balanco Patrimonial Passivo (Reais Mil)					
PASSIVO E P. L.	30/06/2015	31/03/2015	30/06/2015 vs. 31/03/2015	30/06/2014	30/06/2015 vs. 30/06/2014
Passivo Total	372.259	358.442	3,9%	348.912	6,7%
Passivo Circulante	93.902	93.565	0,4%	80.225	17,0%
Obrigações Sociais e Trabalhistas	34.965	31.508	11,0%	29.522	18,4%
Fornecedores	22.218	23.041	-3,6%	17.840	24,5%
Obrigações Fiscais	2.806	2.690	4,3%	3.970	-29,3%
Obrigações Fiscais Federais	1.384	1.336	3,6%	2.797	-50,5%
Imposto de Renda e Contribuição Social a Pagar	56	286	-80,4%	-	-
Programa de Recuperação Fiscal (REFIS)	-	-	-	1.923	-
Outros Impostos federais	1.328	1.050	26,5%	874	51,9%
Obrigações Fiscais Municipais	1.422	1.354	5,0%	1.173	21,2%
Empréstimos e Financiamentos	31.612	31.688	-0,2%	27.050	16,9%
Empréstimos e Financiamentos	23.545	22.968	2,5%	16.729	40,7%
Financiamento por Arrendamento Financeiro	8.067	8.720	-7,5%	10.321	-21,8%
Outras Obrigações	2.301	4.638	-50,4%	1.843	24,9%
Passivo Não Circulante	111.685	102.025	9,5%	112.654	-0,9%
Empréstimos e Financiamentos	35.190	25.625	37,3%	42.792	-17,8%
Financiamento por Arrendamento Financeiro	11.799	12.618	-6,5%	12.723	-7,3%
Outros	335	335	0,0%	335	0,0%
Passivos judiciais	64.361	63.447	1,4%	56.804	13,3%
Patrimônio Líquido	166.672	162.852	2,3%	156.033	6,8%
Capital Social Realizado	129.232	129.232	0,0%	129.232	0,0%
Reservas de Capital	409	409	0,0%	365	12,1%
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	(1.570)	(1.571)	-0,1%	(1.571)	-0,1%
Lucro/Prejuízos Acumulados	7.511	3.692	103,4%	4.513	66,5%

Demonstração de Fluxo de Caixa (Reais Mil)								
Descrição da Conta	2T15	1T15	2T14	2T15 vs. 1T15	2T15 vs. 2T14	1S15	1S14	1S15 vs. 1S14
Caixa Líquido Proveniente das Atividades Operacionais	10.406	11.906	15.580	-12,6%	-33,2%	22.312	23.687	-5,8%
Lucro Líquido (Prejuízo) do período	3.819	3.692	3.074	3,4%	24,2%	7.511	4.513	66,4%
Ajustes	10.994	11.760	11.057	-6,5%	-0,6%	22.754	22.079	3,1%
Depreciação e amortização	7.015	6.771	6.443	3,6%	8,9%	13.786	12.896	6,9%
Valor residual dos ativos baixados	87	311	196	-72,0%	-55,6%	398	386	3,1%
Juros e variações monetárias	3.111	3.094	2.947	0,5%	5,6%	6.205	5.901	5,2%
Instrumento patrimonial p/ pagamento em ações	-	15	14	-	-	15	29	-48,3%
Provisão para crédito de liquidação duvidosa	-	-	247	-	-	-	248	-
Provisão para contingências	957	1.524	869	-37,2%	10,1%	2.481	2.347	5,7%
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	(176)	45	341	-	-	(131)	272	-
Variações nos Ativos e Passivos	(1.441)	154	3.709	-	-	(1.287)	1.098	-
Contas a receber	(6.423)	(5.550)	6.804	15,7%	-	(11.973)	3.890	-
Estoques	378	55	220	587,3%	71,8%	433	739	-41,4%
Depósitos Judiciais	580	32	(405)	1712,5%	-	612	(1.229)	-
Outros Ativos	1.007	651	(274)	54,7%	-	1.658	205	708,8%
Fornecedores	(824)	2.824	56	-	-	2.000	2.106	-5,0%
Salários e Encargos Sociais	3.478	2.255	2.744	54,2%	26,7%	5.733	2.924	96,1%
Baixas por pagamento de contingências	(1.363)	(1.412)	(657)	-3,5%	107,5%	(2.775)	(1.549)	79,1%
Outros Passivos	1.726	1.299	(4.779)	32,9%	-	3.025	(5.988)	-
Outros	(2.966)	(3.700)	(2.260)	-19,8%	31,2%	(6.666)	(4.003)	66,5%
Juros Pagos	(2.291)	(3.637)	(2.260)	-37,0%	1,4%	(5.928)	(4.003)	48,1%
Imposto de Renda e Contribuição Social Pagos	(675)	(63)	-	971,4%	-	(738)	-	-
Caixa Líquido Atividades de Investimento	(7.480)	(7.787)	(7.348)	-3,9%	1,8%	(15.267)	(12.721)	20,0%
Aquisição de Ativos	(819)	(965)	(593)	-15,1%	38,1%	(1.784)	(1.002)	78,0%
Aquisição de ativo intangível	(6.661)	(6.822)	(6.755)	-2,4%	-1,4%	(13.483)	(10.605)	27,1%
Aplicação Financeira	-	-	-	-	-	-	(1.114)	-
Caixa Líquido Atividades Financiamento	4.080	(7.886)	(5.054)	-	-	(3.806)	(9.541)	-60,1%
Ingresso de empréstimos e financiamentos	15.000	3	2	-	-	15.003	6.423	133,6%
Amortização de Emprést. e Financiamentos	(7.751)	(7.889)	(4.865)	-1,7%	59,3%	(15.640)	(13.870)	12,8%
Aquisição de ações em tesouraria	-	-	(149)	-	-	-	(2.052)	-
Dividendos Pagos	(3.169)	-	(42)	-	-	(3.169)	(42)	-
Aumento (Redução) de Caixa e Equivalentes	7.006	(3.767)	3.178	-	120,5%	3.239	1.425	127,3%
Saldo Inicial de Caixa e Equivalentes	9.101	12.868	11.579	-29,3%	-21,4%	12.868	13.332	-3,5%
Saldo Final de Caixa e Equivalentes	16.108	9.101	14.757	77,0%	9,2%	16.107	14.757	9,1%

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 *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 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.

Afirmções 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.