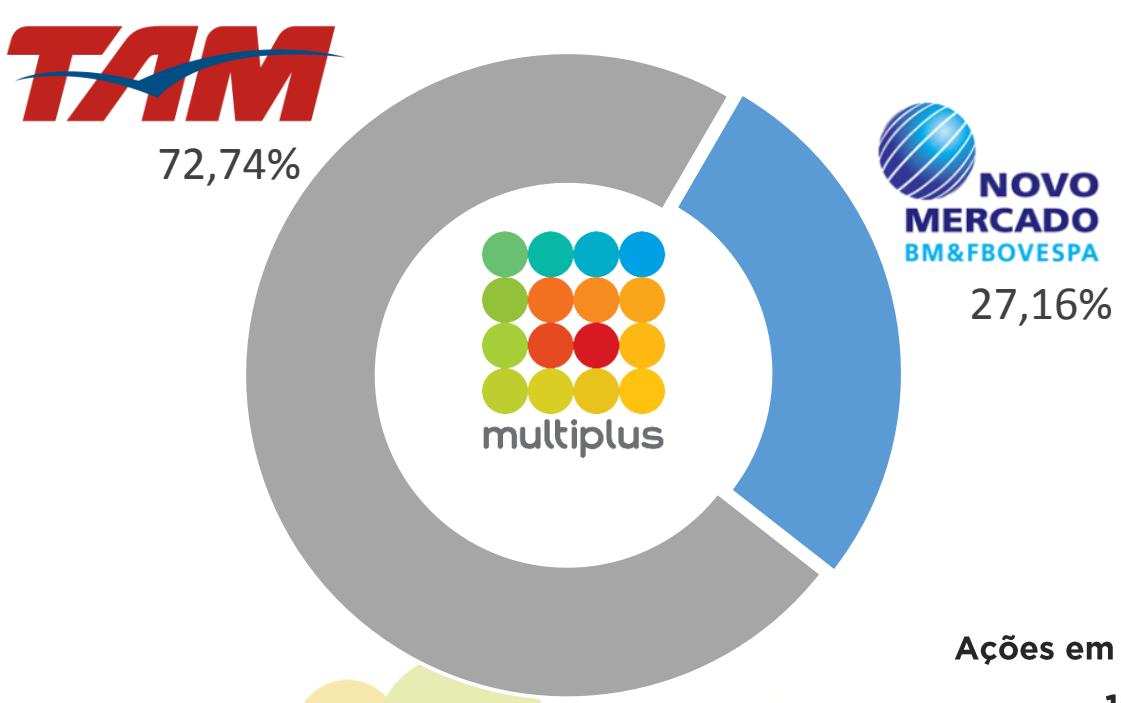
Apresentação **Multiplus**

Novembro 2015

A Multiplus adota os princípios listados pelo IBGC, como norteadores das boas práticas de governança (transparência, equidade, prestação de contas (accountability) e responsabilidade corporativa)

- Distribuição de dividendos: 100% do LL
- *Apenas ações ordinárias*
- *Política de "uma ação igual a um voto"*
- *30% de membros independentes no Conselho*
- *Comitê especial*
  Comitê de Finanças, Auditoria, Governança e Partes Relacionadas



Ações em circulação:
162.246.573

MODELO DE NEGÓCIO

NEGÓCIO

Maior programa de coalizão do Brasil que permite o acúmulo e resgate de pontos em diversos parceiros e programas de fidelidade

ATIVIDADES:

- **GERENCIAMOS** o **acúmulo e os resgates** de pontos dos participantes
- **VENDEMOS PONTOS para** nossos **PARCEIROS para que possam premiar seus consumidores**
- Compramos prêmios (produtos e/ou serviços) dos parceiros para oferecer aos nossos participantes como opções de resgate na rede
- Desenvolvemos **tecnologia da informação**, **exploramos o comportamento transacional** de nossos participantes

Modelo de negócios / Fluxo de transações

13,5 mi de membros

5% dos pontos acumulados

Parceiros no varejo

Membros acumulam pontos comprando produtos dos parceiros

95% dos pontos acumulados

Todos os bancos no Brasil e companhia aérea

Os pontos são acumulados no cartão de crédito e podem ser transferidos para o programa da Multiplus

Transferência dos pontos

Transferência dos pontos

multiplus

resgates

resgates

85% dos pontos resgatados

TAM Airlines
RESGATES

Pontos são resgatados em passagens aéreas

*Mais de **15 milhões de passagens aéreas** foram resgatadas nos últimos 5 anos*

15% dos pontos resgatados

Varejo
RESGATES

Pontos podem ser resgatados em prêmios e serviços nos parceiros de coalizão

Fontes de acúmulo de Pontos

USO DO CARTÃO DE CRÉDITO

Crescimento esperado de **dois dígitos** no últimos 3 anos
Expectativa de crescimento de 10-11% em 2015 e 8- 9% para 2016

Apenas **35%** dos clientes sabem que participam de um **programa de fidelidade de banco**

Fonte: Abecs (Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços), analistas de mercado

TRANSPORTE AÉREO

A América Latina é a segunda região que mais cresce em RPK

Média de viagens per capita é de apenas 0,5 no Brasil vs mais de 3 em mercados desenvolvidos

Fonte: ANAC

VAREJO

Crescimento elevado e perto de *double digit* para os próximos 3 anos

Cultura de fidelidade ainda nos estágios iniciais

Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)

Modelo de Coalizão possibilita o intercâmbio de benefícios entre programas e **Muito Mais**:

VANTAGENS

1) Empresas unidas, compartilham:

- Comportamento de Consumo
- Comunicação e Ações Comerciais
- Custo
- Catálogo de Prêmios

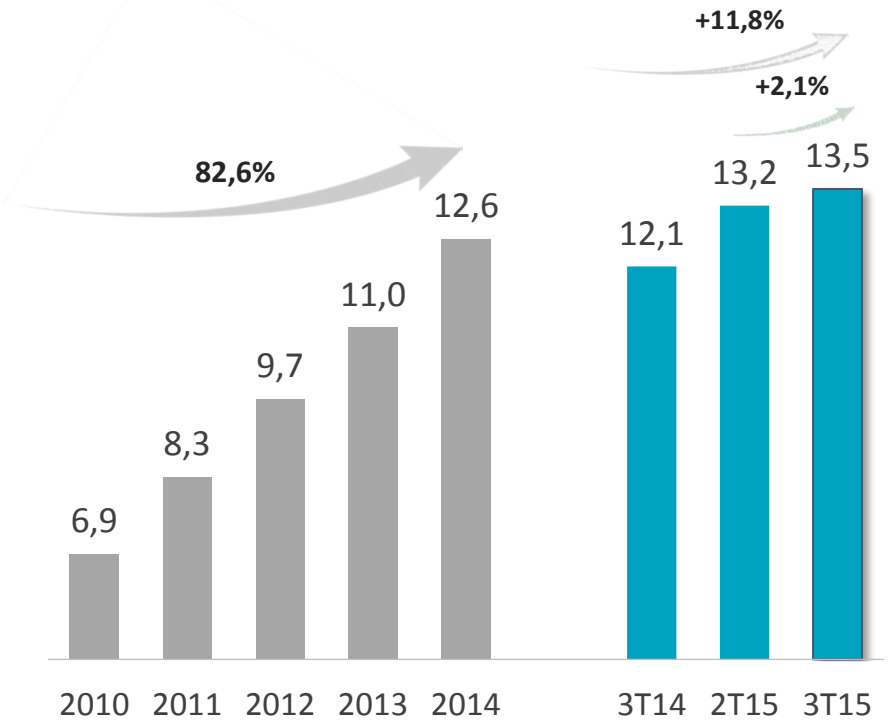
2) Por meio de uma cesta única de pontos, o participante acumula de maneira mais rápida...

...resgatando recompensas com alto grau de atratividade...

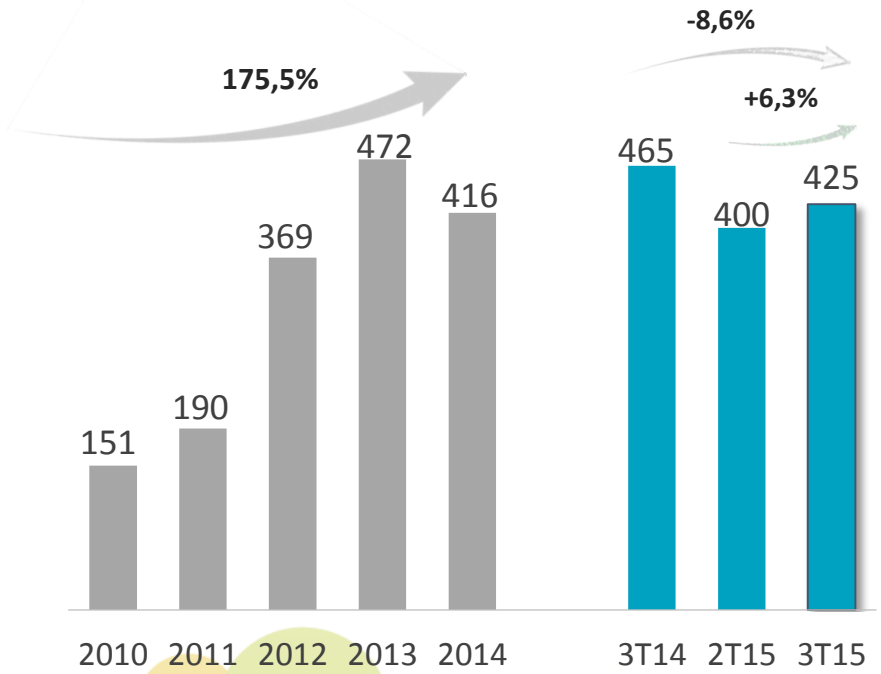
...e o resgate é a materialização do programa de fidelidade.

Crescimento consistente da rede

Participantes (milhões)

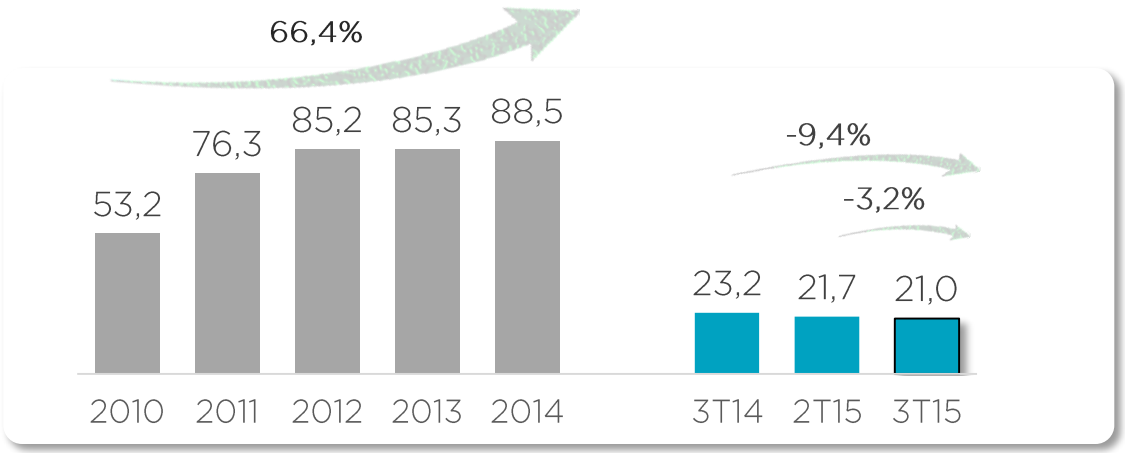


Parceiros (#)

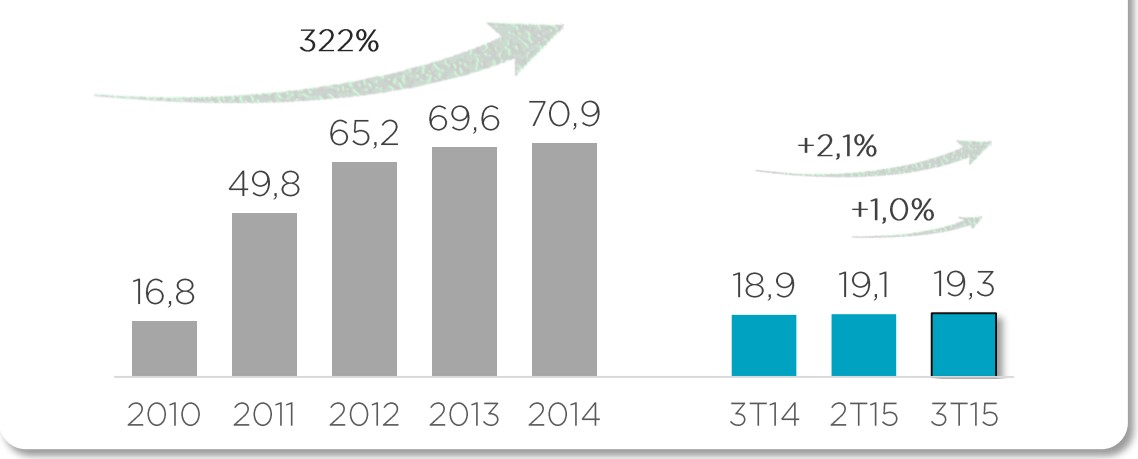


Desempenho Financeiro

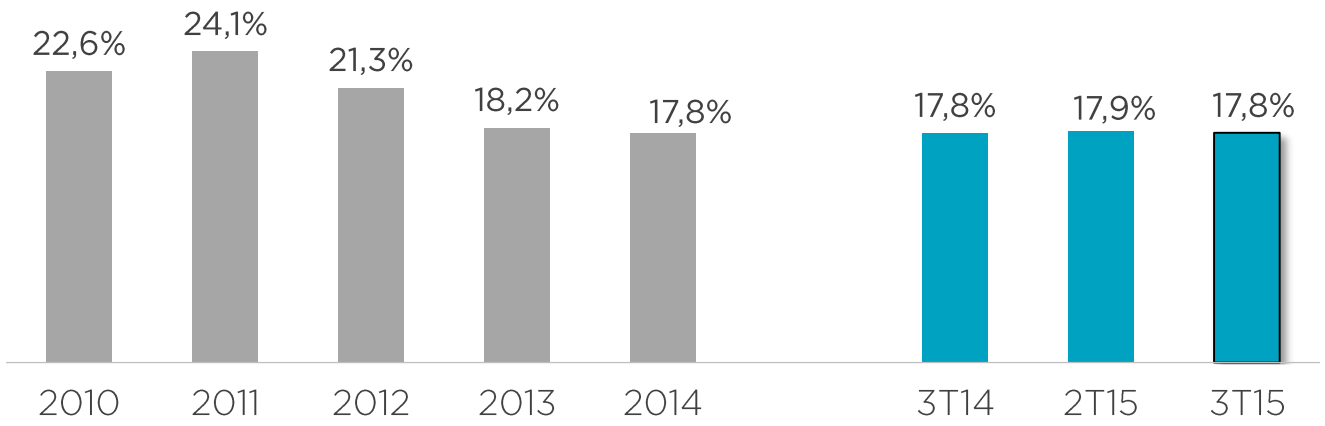
Pontos emitidos (em R$ bi)



Pontos resgatados (em R$ bi)



Taxa de *breakage* (%)



OBRIGADO!