

10 de Maio de 2010



**Divulgação dos
Resultados do
1T10**



ÍNDICE

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------|----|
| DESTAQUES | 3 |
| CRIAÇÃO DO MULTIPLUS S.A. | 4 |
| <i>TAM Fidelidade</i> | 4 |
| VISÃO GERAL DO SETOR DE REDES E PROGRAMAS DE FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES | 5 |
| <i>Programa Individual</i> | 5 |
| <i>Programa de coalizão</i> | 5 |
| VISÃO GERAL DO MULTIPLUS | 6 |
| <i>Condições para acúmulo e troca de pontos</i> | 8 |
| <i>Modelo de Negócio</i> | 9 |
| GOVERNANÇA CORPORATIVA..... | 10 |
| ESTRUTURA SOCIETÁRIA..... | 10 |
| <i>Desempenho das Ações</i> | 10 |
| ORGANOGRAMA | 11 |
| SIEBEL LOYALTY..... | 11 |
| CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO | 11 |
| RELACIONAMENTO COM A TAM..... | 12 |
| <i>Contrato Operacional</i> | 12 |
| <i>Contrato de Compartilhamento de Serviços</i> | 14 |
| <i>Compromisso de Adiantamento para Compra e Venda de Bilhetes Aéreos</i> | 14 |
| RESUMO DAS INFORMAÇÕES FINANCEIRAS E OPERACIONAIS..... | 15 |
| INFORMAÇÕES OPERACIONAIS | 15 |
| <i>Total de Participantes</i> | 15 |
| <i>Pontos emitidos</i> | 15 |
| <i>Pontos Resgatados</i> | 16 |
| <i>Breakage</i> | 16 |
| INFORMAÇÕES FINANCEIRAS | 16 |
| <i>Faturamento</i> | 16 |
| <i>Receita</i> | 17 |
| <i>Custo e despesas</i> | 18 |
| <i>Demonstração de Resultado</i> | 19 |
| <i>EBITDA Ajustado</i> | 20 |
| <i>Fluxo de Caixa</i> | 21 |
| <i>Conciliação do Caixa</i> | 22 |
| <i>Balanço Patrimonial</i> | 23 |
| INFORMAÇÕES FINANCEIRAS PRO FORMA | 24 |
| <i>Faturamento Pro forma</i> | 24 |
| <i>Receita Pro forma</i> | 24 |
| <i>Custo e despesas Pro forma</i> | 25 |
| <i>Demonstração de Resultado Pro forma</i> | 26 |
| <i>EBITDA Ajustado Pro forma</i> | 26 |
| GLOSSÁRIO | 27 |
| CONTATO RELAÇÕES COM INVESTIDORES..... | 27 |

DESTAQUES

Oferta primária de ações - IPO

- Total das ações emitidas: 43.274.000
- Preço por ação: R\$ 16,00
- *Free Float*: 26,83%
- Montante total: R\$ 692 milhões
- Montante líquido: R\$ 662 milhões
- Utilização dos recursos:



Antecipação de pagamento para aquisição de passagens-prêmio da TAM Linhas Aéreas para entrega futura: R\$ 622 milhões

Novas Parcerias

- Entrada da Accor Hospitality na coalizão, por meio do seu programa de fidelidade de clientes A|Club



- Entrada da Oi na coalizão tornando-se operacional no 2º semestre de 2010



Destques Financeiros

- Faturamento de pontos de R\$ 230,3 milhões
- EBITDA Ajustado – R\$ 80,7 milhões
- Margem EBITDA Ajustado - 35%
- Lucro Líquido – R\$ 7,5 milhões

Novidades

- Ações promocionais nos período de férias e carnaval – junto a parceiros de acúmulo para uma maior bonificação de pontos para os consumidores

Operações

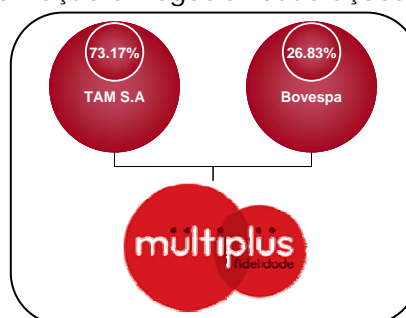
- Implantação do novo sistema operacional - Siebel Loyalty:
 - ✓ Definição (realizada)
 - ✓ Desenho (realizada)
 - ✓ Desenvolvimento (realizada)
 - ✓ Testes integrados (em andamento)
 - ✓ Primeiro e segundo ciclo de homologação (em andamento)
- Desde o primeiro semestre de 2009, a TAM desenvolve, com a ajuda de parceiros, o projeto que vai implantar a versão R12 do Oracle. O Multiplus terá suas operações incorporadas ao R12 em um projeto que se estenderá até o 3T10
 - ✓ Redesenho dos processos financeiros – de Controladoria, Tesouraria e Suprimentos;
 - ✓ Geração de informações mais rápidas sobre todos os negócios da empresa;
 - ✓ Melhores funcionalidades de sistemas, inclusive legados;
 - ✓ Aumento da eficiência, a produtividade e a sinergia entre os negócios, preservando a autonomia das áreas;
- Atualização tecnológica contínua.

CRIAÇÃO DO MULTIPLUS S.A.

O Multiplus é resultado de uma reestruturação societária da TAM Linhas Aéreas para, como uma empresa independente, gerir, administrar e operar o Programa TAM Fidelidade. Além disso, funciona como uma rede, interligando os programas de fidelização dos seus vários parceiros, bem como presta serviços de gestão, administração e operação de programas de fidelização de clientes de parceiros comerciais com o objetivo de contribuir para que atraiam e retenham clientes, estimulando a demanda pelos seus produtos e serviços.

Ao longo do segundo semestre de 2009 a TAM S.A. concluiu a montagem de sua subsidiária, Multiplus S.A., que passou no dia 05 de fevereiro de 2010 à condição de companhia de capital aberto, com ações negociadas na BM&FBOVESPA (Novo Mercado) sob o código MPLU3, sendo a 1ª Companhia da América do Sul de rede de fidelização a negociar suas ações em bolsa.

Incluindo o exercício do lote suplementar, foram ofertadas 43,3 milhões de ações ao preço de R\$ 16,00 por ação e após a reestruturação societária e a Oferta Pública de Ações a TAM S.A. passou a deter 73,2% das ações do Multiplus S.A..



O Multiplus destinou aproximadamente R\$ 622 milhões dos recursos líquidos recebidos com a Oferta para antecipação de pagamento para aquisição de passagens-prêmio da TAM Linhas Aéreas para entrega futura, contabilizado como adiantamento a fornecedores. Levando-se em consideração a expectativa de resgates futuros, este valor é suficiente para suprir as necessidades do Multiplus por aproximadamente 24 meses, porém, de acordo com as práticas contábeis que levam em consideração o montante de pontos Multiplus resgatados no período (apenas 3 meses), a estimativa de consumo deste saldo é de 32 meses.

O Multiplus nasce com a vantagem de ter um relacionamento exclusivo e estratégico com a TAM Linhas Aéreas (companhia aérea líder no mercado brasileiro com 42,4% de market share no primeiro trimestre de 2010 de acordo com os dados da ANAC). A TAM Linhas Aéreas oferece voos para todo o Brasil e opera rotas internacionais, para as principais cidades da América do Sul, Estados Unidos e Europa, e oferece conexões com outros destinos por meio dos seus parceiros da *Star Alliance*, como a Lufthansa, TAP, United Airlines e outras.

TAM Fidelidade

Com a gestão, administração e operação do Programa TAM Fidelidade, o Multiplus ganhou acesso direto, com algumas limitações, à expressiva base cadastral de clientes da TAM Linhas Aéreas, inclusive à parcela dos quais não é ainda participante do Programa TAM Fidelidade. Em 2009, o percentual de passageiros por voo da TAM Linhas Aéreas que era participante do Programa TAM Fidelidade foi inferior, em média, a 50%. Esses passageiros representam uma base substancial de potenciais participantes do Multiplus à medida que, ao se tornarem participantes do Programa TAM Fidelidade, eles se tornam automaticamente participantes do Multiplus. Em adição, por ser uma das principais parceiras comerciais do Multiplus a TAM Linhas Aéreas adquire um alto volume de pontos Multiplus para repassá-los aos participantes do Programa TAM Fidelidade.

O TAM Fidelidade representa um programa extremamente atraente em virtude de suas características, como a facilidade em termos de datas para emissão e utilização de bilhetes-prêmio na América do Sul, uma rede abrangente de voos para resgates de pontos e regras simples para um rápido acúmulo de pontos.

Além disso, em 2008, a TAM Linhas Aéreas uniu-se à *Star Alliance*, a maior aliança global da aviação comercial, em termos de quantidade de participantes e de cobertura geográfica. Como um membro permanente da *Star Alliance*, a TAM Linhas Aéreas permitirá a interligação do Programa TAM Fidelidade aos programas de fidelização de clientes das outras companhias

integrantes da *Star Alliance*, o que facilitará o processo de acúmulo de pontos, oferecerá mais opções de resgate e priorizará os serviços e o embarque nos voos oferecidos pelas demais companhias aéreas integrantes da aliança. A aliança oferece o acesso a 1.077 aeroportos, localizados em 175 países ao redor do mundo. Esses números vão aumentar com a adesão definitiva da TAM, em 13 de maio de 2010.

Visão Geral do Setor de Redes e Programas de Fidelização de Clientes

O setor de redes e programas de fidelização de clientes compreende uma ampla variedade de ferramentas e práticas que permitem aos clientes fiéis acumular pontos de incentivo que, quando convertidos em prêmios, passam a fazer parte de uma proposta de valor atraente para continuar a comprar os produtos ou serviços de uma companhia.

Há dois formatos básicos de programas de fidelização: programas de coalizão e programas individuais. Os programas de coalizão, tais como o Multiplus, integram vários parceiros comerciais diferentes no mesmo sistema de moeda ou pontos e permitem que esses parceiros reduzam seus custos com marketing de fidelização ao distribuir alguns dos gastos pela rede. Os programas individuais, por outro lado, exigem que o cliente resgate pontos por meio da aquisição de produtos de um único fornecedor.

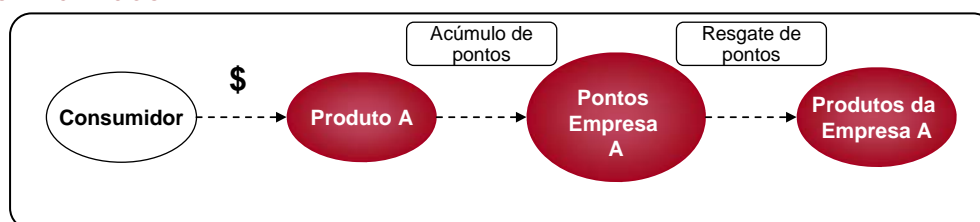
Dessa forma, os programas de coalizão oferecem uma proposta de valor mais atraente, uma vez que os consumidores podem acumular pontos de maneira mais rápida e ter acesso a um portfólio mais abrangente de opções de prêmios.

Os programas de fidelização de clientes de companhias aéreas, os chamados *frequent-flyer programs*, eram, até recentemente, o tipo mais popular de programa de fidelização no setor de redes e programas de fidelização de clientes. O sucesso de tais programas deve-se principalmente ao alto apelo da obtenção de passagens aéreas grátis e, devido a isso, diversos outros programas de fidelização buscaram estabelecer relacionamentos com os *frequent-flyer programs* com o objetivo de disponibilizar oportunidades de prêmios em passagens aéreas para os seus participantes.

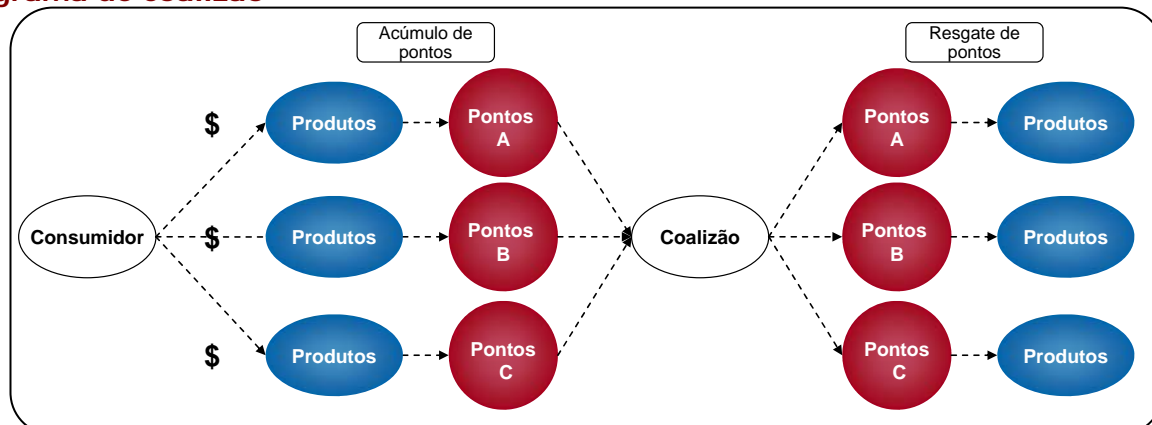
A união dos *frequent flyer programs* com programas de coalizão potencializa os benefícios de cada tipo de programa, alcançando não somente o *frequent flyer* (consumidor com atividade freqüente em empresas de transporte aéreo), mas também o *frequent shopper* (consumidor com comportamento de recompra).

A seguir, exemplificada a diferença entre um programa individual e um programa de coalizão:

Programa Individual



Programa de coalizão



Em linhas gerais, podem ser destacadas as seguintes vantagens de um programa de coalizão sobre programas individuais:

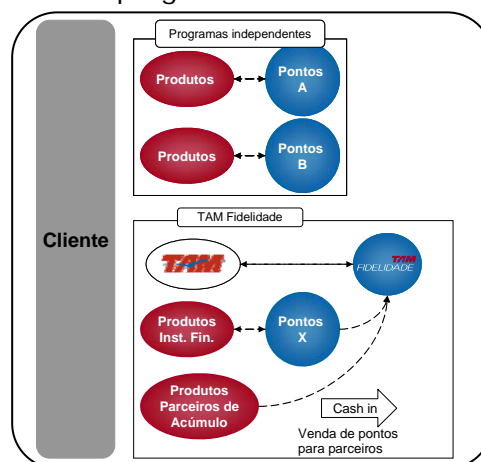
- Maior retenção na base atual de clientes por meio de melhora da proposta de valor;
- Maior facilidade de acúmulo de pontos e resgate de produtos e serviços;
- Redução de custos de retenção e aquisição de participantes;
- Possibilidade de utilização da base de CRM (*customer relationship management*) de vários segmentos;
- Aceleração na penetração das classes sócio-econômicas da base de clientes de outros programas parceiros da coalizão;
- Abertura de um novo canal de comunicação direto com uma maior base de participantes;
- Flexibilidade para promover produtos específicos dos parceiros com ações direcionadas e promoções cruzadas com outros parceiros da rede; e
- Aumento da divulgação das marcas individuais pela associação à coalizão.

O setor de redes e programas de fidelização de clientes no Brasil ainda está nos seus estágios iniciais de desenvolvimento, sendo os *frequent-flyer programs* o tipo mais popular de programa de fidelização. Há atualmente uma quantidade limitada de programas de fidelização relevantes no Brasil e, apesar de as empresas de outros setores, inclusive varejo, telecomunicações e produtos de consumo, buscarem cada vez mais lançar programas de fidelização, pode-se considerar esse segmento ainda em estágio inicial de desenvolvimento. Consequentemente, o setor de redes e programas de fidelização de clientes no Brasil é atualmente caracterizado pela pouca concorrência e alto potencial de crescimento.

VISÃO GERAL DO MULTIPLUS

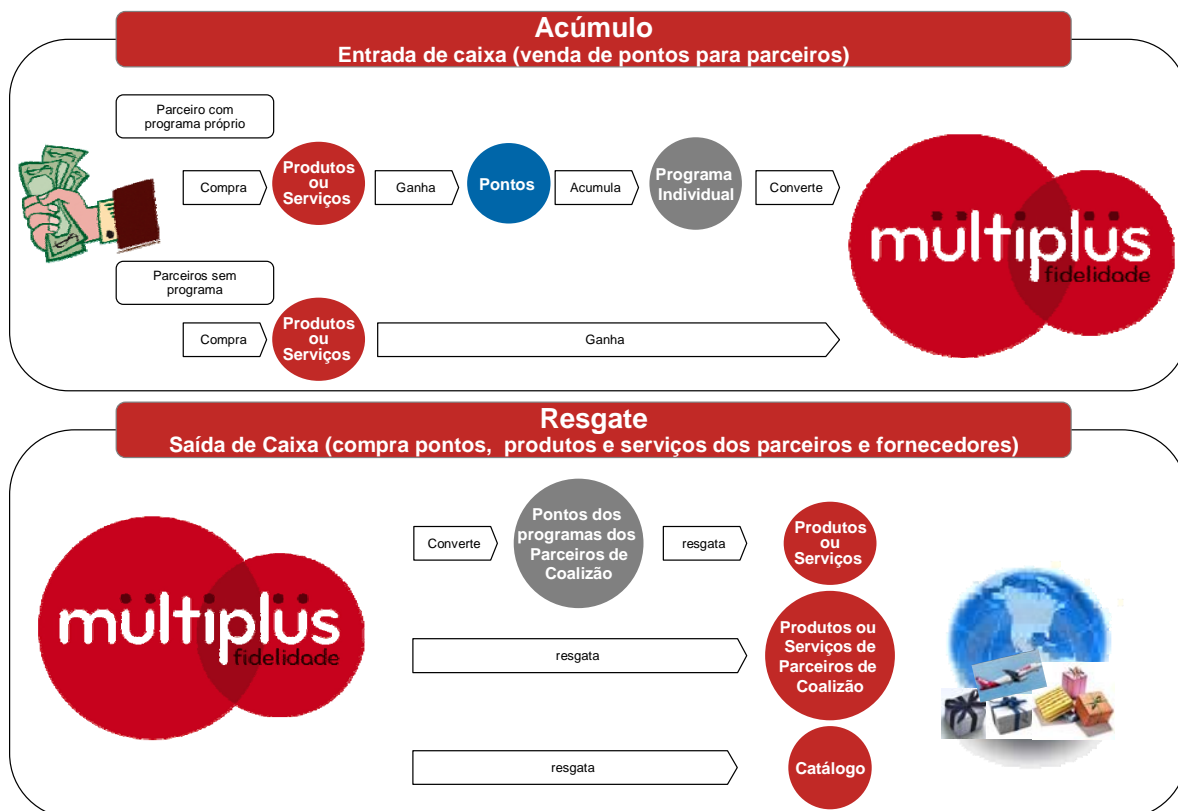
O Multiplus atua com o conceito de programa de coalizão, mas funcionando como uma rede de programas individuais, adotando um modelo de negócio flexível, que se origina da junção dos benefícios dos dois modelos existentes: coalizões e programas individuais.

Até a criação do Multiplus, o Programa TAM Fidelidade se resumia: à emissão de pontos aos participantes do Programa TAM Fidelidade em contrapartida à compra de passagens aéreas da TAM Linhas Aéreas, à venda de pontos para outros parceiros que não a própria TAM Linhas Aéreas e à resgates exclusivos na própria TAM Linhas Aéreas, conforme a figura ao lado:



O Multiplus foi constituído como um novo negócio em uma entidade separada da TAM Linhas Aéreas, na qual uma maior gama de acúmulo e resgates está disponível. Todos os pontos acumulados e prêmios entregues aos consumidores são respectivamente vendidos e comprados pela própria empresa, incluindo as operações com a TAM Linhas Aéreas.

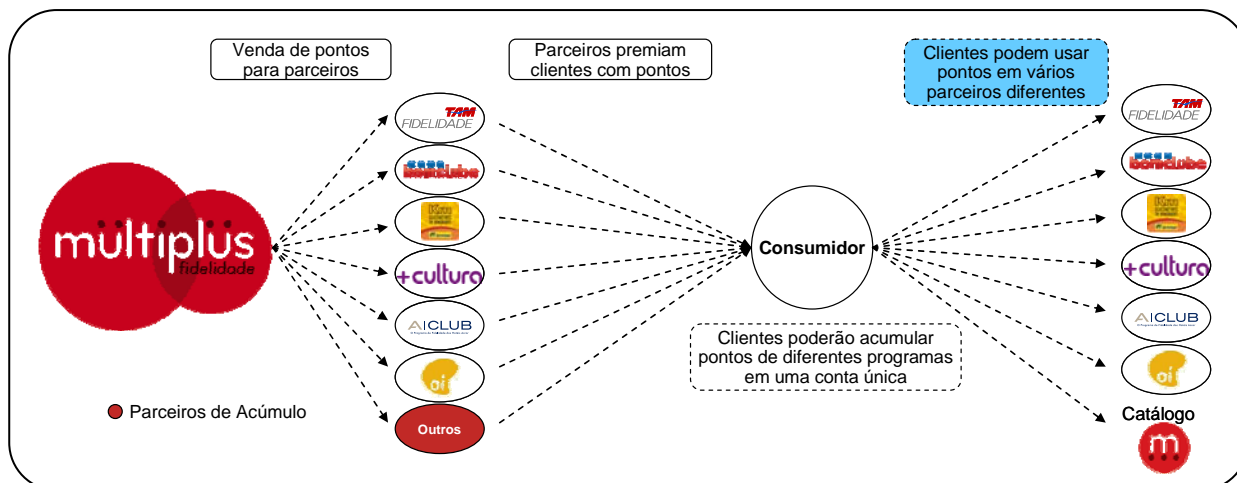
Ao invés de substituir os programas dos parceiros, o Multiplus os conecta em uma rede mais abrangente. Dessa forma, o Multiplus não compete, mas coopera, com os programas de fidelização dos seus parceiros comerciais, dando a estes alternativas de resgates de alta atratividade ao mesmo tempo em que estimula os parceiros comerciais a continuar se relacionando com seus consumidores, conforme a figura a seguir:



O Multiplus vende seus pontos para programas parceiros no momento que o cliente decide transferir seus pontos para o Multiplus. O custo acontece somente quando o cliente decidir resgatar seus pontos por pontos dos parceiros de coalizão, passagens aéreas, pacotes turísticos da TAM Viagens ou também produtos do catálogo online.

O Multiplus diferencia-se das demais iniciativas de fidelização no mercado exatamente por ser uma rede de programas de fidelização de várias empresas de diferentes ramos do comércio varejista de produtos e serviços. Os benefícios dessa iniciativa incluem o estímulo e a liberdade para cada consumidor acumular e resgatar pontos da maneira que julgar mais conveniente, dando mais abrangência aos programas de fidelidade e ampliando as possibilidades de fidelização e geração de novos negócios para as empresas parceiras.

Os consumidores do Multiplus passam a ter, portanto, mais opções de acúmulo e troca de pontos, podendo acumular seus pontos através de todos os parceiros de acúmulo e/ou de coalizão e resgatá-los ou em seus próprios programas de fidelização ou por passagens nacionais e internacionais da TAM Linhas Aéreas, roteiros turísticos da TAM Viagens no Brasil e no exterior e diversos prêmios oferecidos pelos outros parceiros de coalizão – Ipiranga (KM de Vantagens), Walmart (Bomclube), Livraria Cultura (Mais Cultura), Accor Hospitality (A|Club) e Oi (a partir do segundo semestre de 2010).



Por meio da rede Multiplus, consumidores podem acumular pontos provenientes de diversas empresas e programas de fidelização e transferi-los para uma só conta e, além disso, resgatar prêmios em várias empresas, através da troca de pontos dos vários programas de fidelização dos parceiros de coalizão ou através dos produtos disponíveis no catálogo online. Os lotes de transferência tem quantidades fixas e a quantidade mínima ou máxima de transferência por período pode variar de acordo com cada programa parceiro.

Para efetuar o resgate e realizar a transferência dos pontos, o cliente deve estar inscrito no programa de destino selecionado e, uma vez transferidos para o programa selecionado, os pontos seguirão as regras vigentes do programa de destino.

Condições para acúmulo e troca de pontos

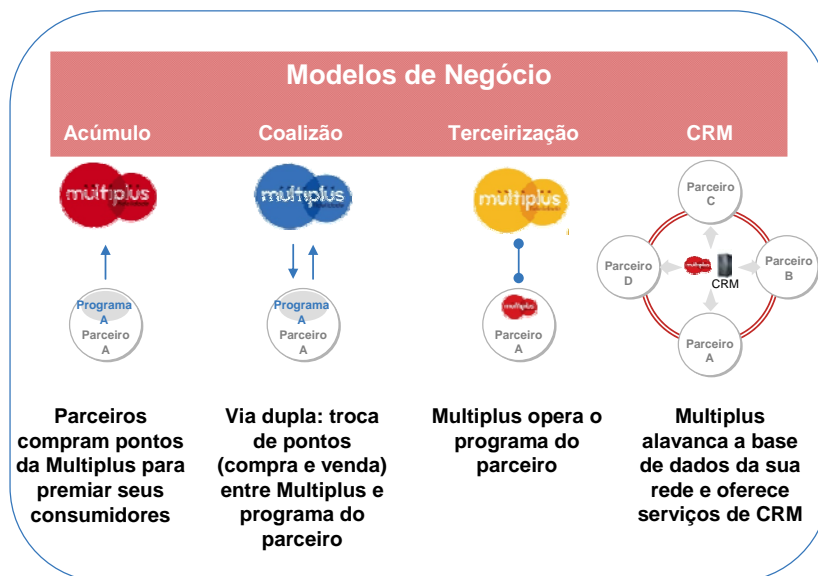
A seguir tabela com as condições de acúmulo padrão e troca de pontos entre os parceiros de coalizão:

| Regras | TAM | TAM Viagens | Ipiranga | Walmart | Livraria Cultura | Accor | Oi |
|-------------------------------------------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|-----------------------------------|--------------------------------------|------------------------------------|----------------|
| Fator de Acúmulo Parceiro (R\$ x pontos parceiros) | N/A | N/A | 1 Real equivale 1 KMV | 1 Real equivale 1 Bomclube | 1 Real equivale 5 Mais Cultura | 1 Euro equivale no mínimo 1 A/Club | A ser definido |
| Pontos Parceiro x Pontos Multiplus (acúmulo) | 1 TAM equivale 1 Multiplus | 1 TAM equivale 1 Multiplus | 1 KMV equivale 1 Multiplus | 6 Bomclubes equivalem 1 Multiplus | 5 Mais Cultura equivalem 1 Multiplus | 2 A/Club equivalem 1 Multiplus | A ser definido |
| Pontos Parceiro x Pontos Multiplus (resgate) | 1 Multiplus equivale 1 TAM | 1 Multiplus equivale 1 TAM | 1 Multiplus equivale 1 KMV | 1 Multiplus equivale 2 Bomclube | 1 Multiplus equivale 2 Mais Cultura | 3 Multiplus equivale 1 A/Club | A ser definido |
| Lotes de conversão de pontos Parceiro para Multiplus | - | - | 5.000 | 5.990, 17.990, 29.990 e 49.990 | 1.000 | 4.000, 6.000 e 12.000 | A ser definido |
| Lotes de conversão de pontos Multiplus para Parceiro | - | - | 5.000 | 4.000, 8.000 e 15.000 | 4.000 | 4.000, 6.000 e 12.000 | A ser definido |

* KMV – Km de Vantagens

Modelo de Negócio

O Multiplus possui um modelo de negócio flexível permitindo múltiplas oportunidades de crescimento dos negócios:



o Parceiros de Acúmulo de Pontos



Consumidores adquirem produtos e serviços dos parceiros para acumular pontos Multiplus, que serão trocados por resgates nos parceiros de coalizão ou no catálogo online. No final do 1T10 o Multiplus contava com 121 parceiros comerciais de acúmulo advindos de vários setores da economia, como supermercados, postos de combustível, livrarias, cartões de crédito, bancos, hotéis, locadoras de automóvel, jornais, revistas, comércio eletrônico, instituições de ensino, farmácias, estéticas e saúde, dentre outras. No Brasil, grande parte dos programas de fidelização são de instituições financeiras, as quais buscam estabelecer relacionamentos com companhias aéreas com o objetivo de disponibilizar oportunidades de prêmios em passagens aéreas para os seus participantes, fazendo com que estas instituições se tornem grandes consumidores de pontos Multiplus.

Parceiros de Coalizão

Consumidores podem, por meio dos pontos acumulados em um parceiro e seu programa de fidelização, resgatar prêmios em qualquer um dos outros parceiros de coalizão ou no catálogo online. Por meio de uma conta Multiplus os participantes dos programas de fidelização dos parceiros comerciais decidem se transferirão seus pontos entre os diversos programas de fidelização que compõem a rede Multiplus ou se concentrarão os pontos acumulados de diferentes programas de fidelização em uma única conta Multiplus. Atualmente a rede conta com sete parceiros de coalizão:



- o TAM (TAM Fidelidade),
- o TAM Viagens,
- o Accor (A|Club),
- o Ipiranga-Texaco (Km de Vantagens),
- o Livraria Cultura (+ Cultura),
- o Walmart (Bom Clube), e
- o Oi (telefonia fixa e móvel, banda larga de Internet e televisão à cabo),

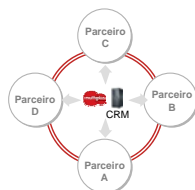


Terceirização do Programa de Fidelização

Neste caso, o Multiplus pode operar ou até mesmo ser o próprio programa de fidelização dos parceiros comerciais que assim optarem e/ou prestar serviços de consultoria, gestão e administração de relacionamento com clientes por meio de um programa independente de fidelização, estimulando a demanda pelos seus próprios produtos e serviços. Atualmente o Multiplus gere o Programa TAM Fidelidade da TAM Linhas Aéreas e da TAM Viagens.

CRM

O Multiplus tem condições de coletar e analisar dados transacionais de participantes de maneira a auxiliar os parceiros comerciais nas suas estratégias de negócios (por exemplo, oferta de pontos em dobro para um determinado produto) e para realização de ações comerciais casadas com os outros parceiros também da coalizão (por exemplo, possibilidade de resgatar pontos por produtos ou serviços de um parceiro com uma menor quantidade de pontos se ao mesmo tempo forem resgatados pontos por produtos ou serviços de outro parceiro)



GOVERNANÇA CORPORATIVA

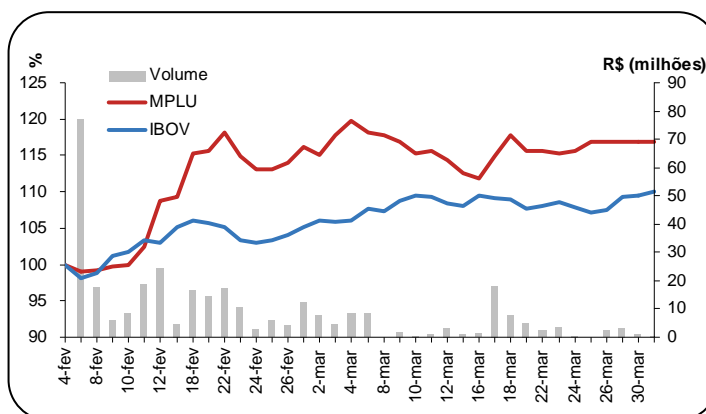
Estrutura Societária

Com o IPO, a estrutura societária do Multiplus é a seguinte:

| Acionistas | Ações | | Total | Total (%) |
|--------------------------|--------------------|----------------|--------------------|----------------|
| | Ordinárias | (%) | | |
| Bloco de Controle | | | | |
| TAM S.A. | 118.019.995 | 73,17% | 118.019.995 | 73,17% |
| Outros | | | | |
| Free Float - Bovespa | 43.274.005 | 26,83% | 43.274.005 | 26,83% |
| TOTAL | 161.294.000 | 100,00% | 161.294.000 | 100,00% |

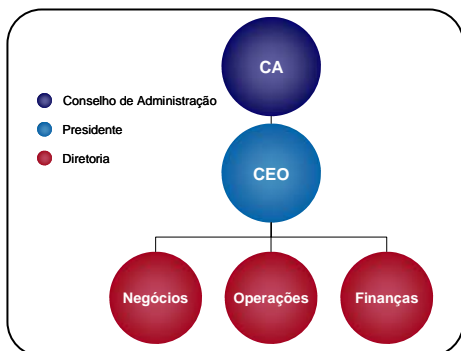
Desempenho das Ações

Em 31 de março de 2010, as ações da Multiplus S.A. estavam cotadas à R\$ 18,69 (valorização de 17% desde o início da oferta de ações) representando um valor de mercado de R\$ 3,0 bilhões. O free float estava em 26,83%, a negociação média diária das ações na Bovespa no primeiro trimestre foi por volta de 20,2% do total do free float e o volume financeiro médio móvel manteve-se em torno de R\$ 8,7 milhões.



Organograma

A seguir, o organograma atual do Multiplus:



No fechamento do trimestre, o Multiplus contava com 52 funcionários, sendo 1 diretor executivo, 2 diretores e 7 gerentes.

No próximo dia 17 de maio o executivo Eduardo Gouveia assumirá o cargo de Diretor-Presidente, que vem sendo exercido por Líbano Barroso desde que essa empresa foi criada, em outubro de 2009.

Siebel Loyalty

A TAM Linhas Aéreas adquiriu em maio de 2009 o direito de uso de um sistema inovador da Oracle – o “Siebel Loyalty” – para gerenciar o Multiplus e o Programa TAM Fidelidade, que será implantado até junho de 2010. Este sistema e a consultoria de implantação, feita pela IBM, foram imobilizados na TAM Linhas Aéreas e vendidos ao Multiplus no primeiro trimestre de 2010 e os contratos repassados.

Por meio desse sistema, o Multiplus armazena e gerencia as informações dos consumidores e, além disso, permite que os parceiros comerciais consultem os extratos de pontos acumulados por seus consumidores no Multiplus ou em seu próprio programa de fidelização, conforme o caso, bem como solicitem serviços correlatos, como, por exemplo, informações históricas sobre operações de compras e resgate de pontos.

Em razão de o “Siebel Loyalty” permitir a operação de diversos programas de fidelização de participantes simultaneamente, o Multiplus está bem posicionado para satisfazer a potencial demanda dos atuais e novos parceiros comerciais, para desenvolver e/ou gerenciar os seus respectivos programas de fidelização.

O “Siebel Loyalty” apresenta a robustez necessária ao negócio do Multiplus. Com ele, a empresa será capaz de incrementar os controles internos, uma vez que o sistema permite rastreabilidade total do ponto, agilidade na inclusão de novos parceiros e no processamento das transações além de ampliar a capacidade de armazenamento de dados. Com tudo isso, o sistema melhora a capacidade comercial e de gestão, uma vez que a companhia poderá disponibilizar uma série de serviços aos consumidores e parceiros através do portal na Internet e será capaz de emitir relatórios customizados para as necessidades do Multiplus.

Atualmente o Multiplus gerencia o TAM Fidelidade através do sistema FID desenvolvido internamente pela TAM, o qual ficará operacional e dará o suporte necessário para o TAM Fidelidade e para o Multiplus até a entrada do Siebel.

As fases de definição, desenho e de desenvolvimento já foram realizadas. Atualmente estão em andamento as fases de testes integrados, além do primeiro e segundo ciclo de homologação.

Conselho de Administração

Formado por cinco membros (dos quais quatro representando o bloco controlador e um independente), fornece as diretrizes estratégicas gerais à administração. É responsável pelo estabelecimento das políticas comerciais gerais e pela eleição dos Diretores Executivos (bem como pela supervisão da administração destes), pela autorização da emissão, recompra, amortização e/ou resgate de ações, pela instituição de comitês, entre outros temas.

O Conselho de Administração reúne-se todo mês ou sempre que solicitado por qualquer membro do Conselho de Administração. Os integrantes do Conselho de Administração devem ser acionistas da companhia e são eleitos pela Assembléia Geral de Acionistas. Os membros, que podem ser residentes ou domiciliados no Brasil ou no exterior, são eleitos para um período de dois anos, admitida a reeleição. Os mandatos dos atuais conselheiros terminam em 10 de dezembro de 2011. O Estatuto Social não prevê idade limite para aposentadoria obrigatória de nossos conselheiros, nem de executivos.

A tabela abaixo apresenta os nomes e os cargos dos membros do Conselho de Administração do Multiplus. Para maiores informações, acessar o website de Relações com Investidores (www.multiplusfidelidade.com.br/ri).

| Nome | Cargo |
|--------------------------------|--------------------------|
| Maurício Rolim Amaro | Presidente |
| Egberto Vieira Lima | Vice-Presidente |
| Flávia Turci | Conselheiro |
| Carlos Daniel Rizzo da Fonseca | Conselheiro |
| Antônio Luiz Rios da Silva | Conselheiro Independente |

Relacionamento com a TAM

Contrato Operacional

Em 10 de dezembro de 2009, o Multiplus celebrou o Contrato Operacional com a TAM Linhas Aéreas, por meio do qual foram estabelecidos os termos e condições que regem o relacionamento entre as duas empresas a partir de 1º de janeiro de 2010, quando o Multiplus assumiu a gestão, administração e operação do Programa TAM Fidelidade.

Com base no Contrato, o Multiplus tem exclusividade com a TAM Linhas Aéreas, não podendo permitir que programas de fidelização de outras companhias aéreas participem da rede Multiplus, além de não permitir que algum concorrente da TAM Linhas Aéreas tenha acesso à sua base de dados, assim como a TAM Linhas Aéreas comprometeu-se a não permitir que o Programa TAM Fidelidade participe de programas de fidelização que não o Multiplus ou que algum concorrente do Multiplus tenha acesso à sua base de dados.

O Contrato Operacional é válido por 15 anos contados a partir de 1º de janeiro de 2010, podendo ser prorrogado por períodos adicionais de cinco anos, automaticamente, caso o Multiplus ou a TAM Linhas Aéreas não se manifestem em sentido contrário com 120 dias de antecedência.

Tanto o Multiplus como a TAM Linhas Aéreas poderão rescindir imotivadamente o contrato operacional, a qualquer tempo, independente de pagamento de multa, desde que o Multiplus ou a TAM Linhas Aéreas, conforme o caso, enviem notificação por escrito à outra parte com antecedência mínima de 12 meses, durante os quais continuam em vigor todas as cláusulas do contrato.

Sem prejuízo de eventual indenização, bem como de quaisquer outros direitos ou ações judiciais, qualquer das Partes, mediante notificação por escrito a outra Parte, poderá rescindir o Contrato, caso ocorra ou se verifique qualquer das hipóteses descritas a seguir, as quais não se aplicam ao descumprimento dos níveis de serviço, os quais possuem penalidades próprias:

- (i) grave inadimplemento do Contrato, que não seja sanado pela Parte infratora tão logo seja possível, mas em prazo não superior a 30 (trinta) dias após o recebimento da notificação do inadimplemento enviada pela outra Parte;
- (ii) reiterados descumprimentos de obrigações previstas no Contrato, independentemente de tais descumprimentos serem sanados pela Parte infratora

ou de outro modo resolvidos de maneira satisfatória para as Partes, cujo efeito cumulativo será entendido por grave violação do Contrato;

- (iii) torne-se insolvente;
- (iv) tiver sua recuperação judicial deferida ou sua falência decretada; e
- (v) nas demais hipóteses previstas em lei.

Neste caso, a Parte infratora pagará a outra Parte no ato da rescisão, uma multa calculada pela multiplicação da média dos três últimos faturamentos, nos meses anteriores à data de rescisão, por 24 (vinte e quatro) meses.

O programa TAM Fidelidade continua existindo, porém, desde 1º de janeiro de 2010, passou a emitir pontos Multiplus para seus participantes. De acordo com o Contrato Operacional, o Multiplus é responsável, dentre outros, pelo processamento de informações sobre o acúmulo e resgate de pontos no Programa TAM Fidelidade e pela entrega dos prêmios aos participantes, de acordo com o regulamento do Programa TAM Fidelidade e o regulamento do Multiplus e, para isso, o Multiplus recebe uma quantia de R\$ 270 mil por mês. Adicionalmente, para manter os princípios de cooperação, transparência e equilíbrio econômico-financeiro no relacionamento, o Contrato Operacional estabelece que a TAM Linhas Aéreas deverá consultar o Multiplus sobre qualquer alteração que pretenda implementar com relação a disposições do regulamento do Programa TAM Fidelidade ou aos prêmios no âmbito do Programa TAM Fidelidade, que possa impactar a gestão, administração e operação do Programa TAM Fidelidade pelo Multiplus, inclusive o equilíbrio econômico-financeiro.

Além disso, o Multiplus concordou com a participação do Programa TAM Fidelidade na sua rede de coalizão. Para tanto, a TAM Linhas Aéreas comprometeu-se a adquirir pontos Multiplus, a partir de 1º de janeiro de 2010, para entregá-los aos participantes do Programa TAM Fidelidade. Da mesma forma, o Multiplus se comprometeu a adquirir passagens aéreas da TAM Linhas Aéreas para entregá-las aos participantes do Multiplus em contrapartida aos pontos Multiplus que esses participantes venham a resgatar com base nas regras de resgate de prêmios previstas no regulamento do Programa TAM Fidelidade e no regulamento do Multiplus.

Nos termos do Contrato Operacional, a TAM Linhas Aéreas concordou em assumir por até 30 meses contados de 1º de janeiro de 2010 a responsabilidade pelos custos com os prêmios relativos aos pontos acumulados pelos participantes no Programa TAM Fidelidade até 31 de dezembro de 2009. Dessa forma, (1) na eventualidade de os participantes converter os seus pontos Multiplus por pontos de programas de parceiros comerciais do Multiplus ou os resgatar por prêmios outros que não passagens-prêmio após 31 de dezembro de 2009, a TAM Linhas Aéreas reembolsará o Multiplus pelas despesas que incorrer em relação a essas conversões e/ou resgates proporcionalmente aos pontos acumulados pelo participante até 31 de dezembro de 2009 e que sejam utilizados nessas conversões e/ou resgates; e (2) na eventualidade de os participantes resgatarem os seus pontos Multiplus por passagens-prêmio após 31 de dezembro de 2009, a TAM Linhas Aéreas concederá descontos nos valores que o Multiplus teve de pagar pelas passagens-prêmio, os quais levam em consideração a classe da cabine, o tempo de duração do voo (se de curta ou longa distância) e a quantidade de pontos resgatados do Programa TAM Fidelidade, de maneira proporcional aos Pontos acumulados pelo participante até 31 de dezembro de 2009 e que sejam utilizados nesses resgates.

Como resultado, o Multiplus reconhece no demonstrativo de resultado apenas a receita e a despesa/custo correspondentes aos pontos resgatados e que tenham sido acumulados no Multiplus a partir de 1º de janeiro de 2010.

Adicionalmente, a TAM Linhas Aéreas obrigou-se a ceder para o Multiplus a totalidade dos contratos de parceria comercial ou cancelá-los até 31 de dezembro de 2009, de forma a evitar novos acúmulos de pontos no Programa TAM Fidelidade decorrentes desses contratos após 1º de janeiro de 2010.

Na medida em que até 31 de dezembro de 2009 a TAM Linhas Aéreas tinha transferido 90 dos 112 contratos de parceria comercial, a Companhia prorrogou por seis meses o prazo para a transferência dos 22 contratos de parceria comercial remanescentes. Para os contratos não transferidos, permanecerão sendo aplicáveis os critérios de precificação de pontos previstos em cada contrato de parceria comercial original, até que eles sejam efetivamente cedidos ao Multiplus. Desta forma, a TAM Linhas Aéreas repassa na íntegra os valores para o Multiplus. Atualmente o Multiplus possui 121 contratos, faltando nove contratos a serem transferidos.

Contrato de Compartilhamento de Serviços

Em 10 de dezembro de 2009, o Multiplus celebrou um contrato de compartilhamento de serviços com a TAM Linhas Aéreas, por meio do qual a TAM Linhas Aéreas comprometeu-se a disponibilizar para o Multiplus serviços de: controladoria, tesouraria, apoio ao planejamento e gerenciamento financeiro, *call center*, instalações e infra-estrutura, jurídico, recursos humanos, tecnologia da informação, marketing, auditoria e suprimentos. A TAM Linhas Aéreas comprometeu-se a disponibilizar colaboradores, equipamentos, ferramentas, tecnologia e outros recursos necessários ao compartilhamento desses serviços, com o mesmo grau de diligência, qualificação e prudência conforme o habitualmente exercido em relação às suas próprias operações. Pelo compartilhamento desses serviços, o Multiplus tem a obrigação de pagar mensalmente à TAM Linhas Aéreas o valor total de R\$ 662,5 mil. No 1T10 o pagamento foi de R\$ 1.763 mil.

A fim de manter o equilíbrio econômico-financeiro existente na data de celebração do contrato, o Multiplus e a TAM Linhas Aéreas se comprometeram a rever os valores dos serviços do contrato, a contar da data de início de vigência a cada 12 meses.

Esse contrato tem prazo de vigência de cinco anos, a partir de 1º de janeiro de 2010, prorrogando-se automaticamente por iguais e sucessivos períodos de cinco anos cada. O contrato poderá ser terminado a qualquer tempo, sem ônus e independentemente de pagamento de multa, indenização e/ou penalidade de qualquer natureza, desde que mediante notificação escrita à parte contrária com antecedência mínima de 90 dias.

Compromisso de Adiantamento para Compra e Venda de Bilhetes Aéreos

Em 12 de janeiro de 2010, o Multiplus celebrou com a TAM Linhas Aéreas um compromisso de adiantamento para compra e venda de passagens aéreas na forma de adiantamento à fornecedor para atender aos resgates dos participantes do Multiplus em passagens-prêmio da TAM Linhas Aéreas que permanecerá em vigor até a plena utilização dos recursos, o que deverá ocorrer em aproximadamente 24 meses.

De acordo com esse contrato, o Multiplus entregou à TAM Linhas Aéreas R\$ 622 milhões (94% dos recursos líquidos recebidos com a Oferta) a título de antecipação de pagamento para aquisição de passagens-prêmio da TAM Linhas Aéreas para entrega futura. O preço de aquisição de cada passagem-prêmio é determinado de acordo com a classe da cabine, o tempo de duração do voo (curta ou longa distância) e a quantidade de pontos resgatados para emissão da passagem-prêmio. O compromisso de adiantamento também estabelece um desconto fixo para cada passagem-prêmio, independente da classe da cabine, do tempo de duração do voo (curta ou longa distância) e da quantidade de pontos resgatados para emissão da passagem-prêmio.

Até o consumo total dos recursos adiantados para a TAM Linhas Aéreas, não haverá qualquer reajuste nos preços das passagens trocados por pontos resgatados. Até o final do 1T10 foram consumidos R\$ 17.344 mil do total dos recursos.

RESUMO DAS INFORMAÇÕES FINANCEIRAS E OPERACIONAIS

As tabelas a seguir apresentam um resumo das informações financeiras e operacionais para os exercícios e períodos indicados.

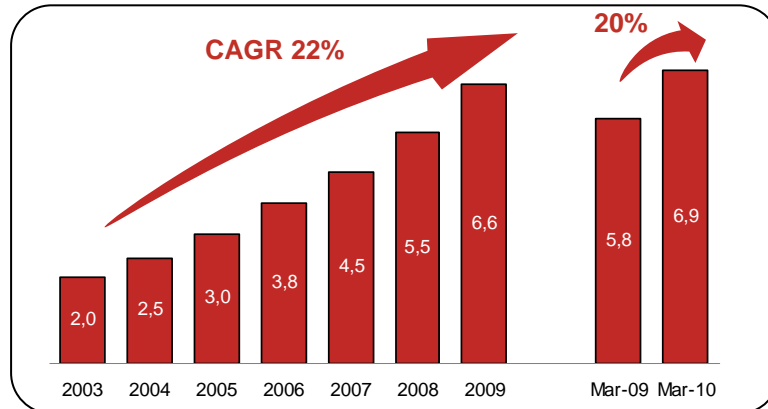
Informações Operacionais

A tabela a seguir resume as principais informações operacionais do Multiplus:

| Informações Operacionais | 31/Mar/2010 |
|-------------------------------------------------------------------|--------------------|
| Quantidade total de participantes (milhões) | 6,9 |
| Quantidade de pontos acumulados (mil) | 10.480.370 |
| TAM | 3.356.176 |
| Outros | 7.124.193 |
| Quantidade de pontos resgatados (mil) | 1.330.697 |
| Passagens aéreas | 1.305.228 |
| Produtos e serviços de parceiros de coalizão e catálogo Multiplus | 25.469 |
| Quantidade de cartões Co-branded - TAM Fidelidade (mil) | 385,7 |
| Burn/earn (%) | 63,1% |
| Breakage (%) | 29,5% |

Total de Participantes

Até o final do primeiro trimestre a base do Multiplus contava com 6,9 milhões de participantes com a seguinte evolução do número de participantes (em milhões):



Pontos emitidos

No 1T10 o Multiplus emitiu um total de 10.480.370 mil pontos, devido aos pontos vendidos para:

- **TAM Linhas Aéreas:** para entregar aos seus passageiros que acumulam pontos nos voos da própria TAM Linhas Aéreas e em companhias aéreas parceiras quando utilizam o programa TAM Fidelidade;
- **Parceiros de Coalizão:** quando seus consumidores decidem transferir os pontos dos programas individuais para o Multiplus;
- **Instituições Financeiras:** quando seus consumidores decidem transferir os pontos dos programas individuais para o Multiplus;
- **Cartão Cobranded:** quando os consumidores acumulam pontos Multiplus pelos gastos no cartão de crédito da TAM Linhas Aéreas;
- **Parceiros de Acúmulo:** para entregarem pontos Multiplus aos seus consumidores.

Pontos Resgatados

No 1T10 o Multiplus teve um total de 6.611.677 mil pontos resgatados, sendo 5.280.980 mil pontos relativos aos pontos acumulados pelos participantes no Programa TAM Fidelidade até 31 de dezembro de 2009. As despesas destes pontos são de responsabilidade da TAM Linhas Aéreas e o restante, 1.330.697 mil pontos (sendo 1.305.228 mil pontos em passagens aéreas, eram pontos Multiplus, emitidos a partir de 1º de janeiro de 2010, pelos quais a empresa reconhece as receitas e os custos na demonstração de resultados.

O resgate de pontos segue a regra FIFO (First In, First Out ou primeiro a entrar, primeiro a sair), portanto os novos pontos emitidos serão os últimos a serem resgatados.

Breakage

Breakage é a quantidade de pontos Multiplus vencidos e não resgatados pelos participantes (como porcentagem dos pontos emitidos no período de origem dos pontos vencidos), não havendo custos relativos incorridos.

Do total de pontos vendidos no mês e contabilizado como Receita Diferida, estima-se que um percentual (calculado levando-se em consideração a média histórica da taxa de breakage dos últimos 24 meses) não será resgatado. Mensalmente é aplicada, na receita diferida de pontos breakage, a porcentagem da “velocidade” de resgate (pontos resgatados no mesmo mês em que são emitidos) para reconhecer este valor na demonstração de resultados.

A estimativa atual de breakage baseia-se em tendências históricas apresentando uma taxa de 29,5% no 1T10 comparado à 31,1% no 1T09.

Informações Financeiras

As informações financeiras do Multiplus não auditadas estão sendo apresentadas em milhares de reais, exceto se indicado de outra forma e foram elaboradas de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil, com base nas disposições contidas na Lei das Sociedades por Ações em consonância com as alterações introduzidas pela Lei nº. 11.638/07 e nas normas estabelecidas pela Comissão de Valores Mobiliários – CVM e pelos Pronunciamentos emitidos pelo Comitê de Pronunciamentos Contábeis – CPC, convergentes com as normas de contabilidade internacionais (“IFRS”).

Faturamento

O faturamento é decorrente da venda de pontos aos parceiros comerciais sendo diferida e contabilizada como receita diferida no momento da emissão de pontos, identificado também como Faturamento Bruto.

| (Em R\$ mil) | |
|------------------------------|--------------------|
| Faturamento | 31/Mar/2010 |
| Venda de pontos | 230.276 |
| TAM Linhas Aéreas | 56.678 |
| Outros | 173.598 |
| Faturamento de pontos | 230.276 |
| Serviços | 810 |
| Faturamento total | 231.086 |

O faturamento de pontos do primeiro trimestre de 2010 foi de R\$ 230.276 mil, sendo que o comportamento em relação aos parceiros foi o seguinte:

- *TAM Linhas Aéreas*: precificação dos pontos feita em Reais; considera a quantidade de pontos acumulados pelos passageiros embarcados nos voos da própria TAM Linhas Aéreas e em companhias aéreas parceiras quando utilizado o programa TAM Fidelidade;
- *Outros parceiros*: precificação dos pontos feita em dólares para as instituições financeiras e, na maioria, em reais para os parceiros de coalizão e de outros parceiros de acúmulo; referente ao número de pontos que os consumidores de parceiros com os próprios programas de fidelização transferem para o Multiplus e também referente ao número de pontos vendidos para parceiros que não possuem programas de fidelização.

Receita

À medida que os pontos Multiplus (pontos emitidos a partir de 1º de janeiro de 2010) forem resgatados, a receita será reconhecida na demonstração de resultados como receita bruta. Estes valores incluem também a receita por emissão de pontos que se estima não serão resgatados (ou breakage).

| (Em R\$ mil) | |
|----------------------------------|--------------------|
| Receita Líquida | 31/Mar/2010 |
| Venda de pontos | 32.960 |
| TAM Linhas Aéreas | 1.374 |
| Outros | 31.586 |
| Breakage | 11.219 |
| Outras receitas | 810 |
| Receita Bruta | 44.989 |
| Impostos sobre vendas e serviços | (4.202) |
| Receita Líquida | 40.787 |

A receita líquida foi de R\$ 40.787 mil no 1T10 devido:

- *Receita de pontos*. R\$ 32.960 mil, devido ao reconhecimento do faturamento de 1.330.697 mil pontos que foram resgatados no trimestre
- *Receita de breakage*. R\$ 11.219 mil, devido ao volume de pontos vendidos durante o primeiro trimestre de 2010 (que se estima não serão resgatados) e também à “velocidade” da curva de resgate (pontos acumulados e resgatados no mesmo mês) ter sido 8% no trimestre.
- *Outras receitas*. R\$ 810 mil, devido ao valor que o Multiplus cobra da TAM Linhas Aéreas referente ao gerenciamento do programa TAM Fidelidade e também aos valores recebidos do profit sharing do cartão co-branded TAM Fidelidade.
- *Imposto sobre vendas*. R\$ 4.202 mil, relativo ao PIS/COFINS (impostos federais) e ISS (imposto sobre serviços), à alíquota de 9,25% e 5,0% respectivamente. Sobre todo o faturamento incidem PIS/COFINS e sobre a receita do gerenciamento do programa TAM Fidelidade incide também o ISS.

Custo e despesas

Os custos operacionais referem-se aos resgates por prêmios por meio dos programas dos parceiros comerciais ou do catálogo eletrônico do Multiplus.

| (Em R\$ mil) | 31/Mar/2010 |
|-------------------------------------------------|-----------------|
| Custos e Despesas Operacionais | |
| Custo dos resgates de pontos | (21.719) |
| Passagens aéreas | (21.280) |
| Outros resgates | (439) |
| Serviços compartilhados | (2.011) |
| Despesas com pessoal | (2.971) |
| Marketing | (854) |
| Outros | (2.290) |
| Total dos Custos e Despesas Operacionais | (29.845) |

Os custos e despesas operacionais foram de R\$ 29.845 mil no 1T10 devido:

Custo dos resgates de pontos. R\$ 21.719 mil, devido principalmente à:

- o *Passagens aéreas:* volume de passagens-prêmio da TAM Linhas Aéreas tanto em voos domésticos e na América do Sul – resgate padrão (10.000 pontos) e resgates promocionais (menos de 10.000 pontos) – quanto em voos internacionais de longa duração. Devido também ao volume de resgates por passagens-prêmio das companhias aéreas parceiras da TAM Linhas Aéreas, como a Lufthansa, TAP, Air Canada, SWISS, Austrian Airlines, BMI e outras.
- o *Outros resgates:* volume de resgates em pontos, produtos e serviços em parceiros da coalizão e produtos disponíveis no catálogo Multiplus.
- o *Benefício do PIS/COFINS:* O Multiplus, como uma companhia independente, tem o direito de creditar PIS/COFINS no seu custo de resgates de pontos, portanto os valores do 1T10 apresentados estão líquidos do crédito de PIS/COFINS à alíquota de 9,25%.

Serviços Compartilhados. R\$ 2.011 mil, devido ao contrato de compartilhamento com a TAM Linhas Aéreas dos serviços de controladoria, processos de tesouraria, apoio ao planejamento e gerenciamento financeiro, call center, instalações, infraestrutura, jurídico, recursos humanos, tecnologia da informação, marketing, auditoria e suprimentos.

Despesas com Pessoal. R\$ 2.971 mil, devido ao quadro de funcionários e que inclui salários, encargos e benefícios.

Despesas com Marketing. R\$ 854 mil, devido principalmente às atividades de marketing em eventos de divulgação da marca.

Outros. R\$ 2.290 mil, devido principalmente aos gastos relativos aos serviços de assessoria e consultoria nas áreas jurídica, estratégica e TI.

Demonstração de Resultado

| (Em R\$ mil) | |
|----------------------------------------|--------------------|
| Demonstração de resultado | 31/Mar/2010 |
| Receita bruta | 44.989 |
| Venda de pontos | 32.960 |
| Breakage | 11.219 |
| Outras Receitas | 810 |
| Impostos sobre vendas e serviços | (4.202) |
| Receita Líquida | 40.787 |
| Despesas Operacionais | |
| Custo dos resgates de pontos | (21.719) |
| Passagens aéreas | (21.280) |
| Outros Resgates | (439) |
| Serviços compartilhados | (2.011) |
| Despesas com pessoal | (2.971) |
| Marketing | (854) |
| Outros | (2.290) |
| Total das Despesas Operacionais | (29.845) |
| Lucro Operacional | 10.942 |
| <i>Margem Operacional</i> | 26,8% |
| Despesa/Receita Financeira | 326 |
| Lucro antes do IR e CS | 11.268 |
| Imposto de Renda e Contribuição Social | (3.788) |
| Lucro Líquido no período | 7.480 |
| <i>Margem Líquida</i> | 18,3% |

Receitas Financeiras. R\$ 358 mil como receita financeira e R\$ 32 mil como despesas. A gestão das aplicações financeiras é feita, majoritariamente, via fundos de investimentos exclusivos. Esta estrutura segue alto nível de transparência e governança corporativa. A custódia dos títulos e quotas e a administração dos fundos são feitas por uma instituição independente dos gestores. Os mandatos e regulamentos são consistentes dentro de cada modalidade de gestão e possuem limites e formas de mensuração claras para risco de mercado, crédito e liquidez. Além da fiscalização da CVM, cada fundo é submetido à auditoria independente.

EBITDA Ajustado

O EBITDA Ajustado é uma medida não contábil calculada com base nas informações financeiras e que corresponde ao lucro operacional (que, por sua vez, corresponde ao lucro líquido do período antes do imposto de renda e contribuição social e das receitas e despesas financeiras líquidas), ajustada por determinados itens que impactam o resultado das operações do Multiplus e que incluem o faturamento, despesas com depreciação e amortização para o período e excluem a receita do período e custos estimados com resgates relacionados com o faturamento para o período.

O EBITDA Ajustado foi de R\$ 80.699 mil, principalmente devido ao volume de pontos vendidos, custo médio unitário e pelas despesas operacionais, itens já comentados, sendo a margem EBITDA Ajustado de 35,0%.

| (Em R\$ mil) | |
|---------------------------------------|--------------------|
| EBITDA Ajustado | 31/Mar/2010 |
| Lucro antes do IR e CS | 10.942 |
| Depreciação e Amortização | 0 |
| Faturamento da venda de pontos | 230.276 |
| Desconto de PIS e COFINS | (17.214) |
| Receita da venda de pontos | (44.179) |
| Variação do custo de resgates futuros | (99.126) |
| EBITDA Ajustado | 80.699 |
| <i>Margem</i> | <i>35,0%</i> |

O custo de resgates futuro é calculado levando-se em consideração a quantidade de pontos a serem resgatados, excluindo pontos já resgatados e pontos breakage. Neste saldo, é aplicado o custo unitário de resgates chegando ao valor de custo futuro. A variação leva em consideração a diferença entre o saldo de abertura e o efetivo do período.

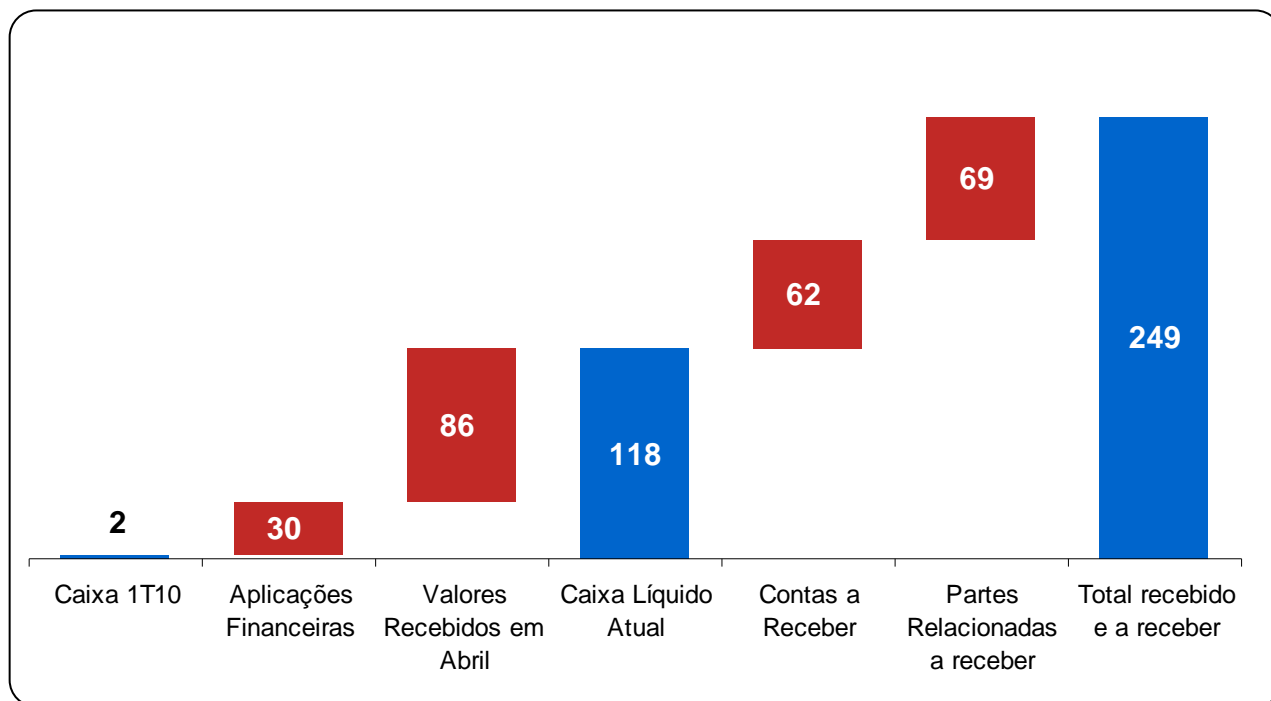
Fluxo de Caixa

O Fluxo de Caixa do período foi de R\$ 1,8 milhão, de acordo com a tabela a seguir. Contudo, há R\$ 30,2 milhões em aplicações financeiras, perfazendo ao final do trimestre um total disponível de R\$ 32,0 milhões.

| (Em R\$ mil) | |
|---------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| Fluxo de Caixa - BR GAAP | 31/Mar/2010 |
| Fluxos de caixa das atividades operacionais | |
| Resultado líquido do exercício | 7.480 |
| Ajustes ao lucro líquido | 3.971 |
| Variação nos ativos e passivos - Partes Relacionadas | (765.076) |
| Variação nos ativos e passivos - Outros | 99.095 |
| Caixa líquido gerado pelas (utilizado nas) atividades operacionais | (654.530) |
| Fluxos de caixa das atividades de investimento | |
| Aplicações Intangível | (2.764) |
| Caixa líquido (aplicado nas) provenientes das atividades de investimento | (2.764) |
| Fluxos de caixa das atividades de financiamento | |
| Recursos Líquidos de Oferta Pública de Ações | 657.048 |
| Partes Relacionadas | 2.000 |
| Caixa líquido gerado pelas (aplicado nas) atividades de financiamento | 659.048 |
| Aumento/ (redução) no caixa e equivalentes de caixa | 1.754 |
| Caixa e equivalentes de caixa no início do período | 0 |
| Caixa e equivalentes de caixa no fim do período | 1.754 |

Conciliação do Caixa

O caixa líquido da empresa no primeiro trimestre era de R\$ 1.754 mil, porém, considerando as aplicações financeiras (R\$ 30.192 mil), os valores recebidos relativos aos contratos não cedidos e repassados pela TAM Linhas Aéreas em abril e maio (R\$ 85.791 mil), o montante a receber (R\$ 62.178 mil) e os valores com partes relacionadas a receber (R\$ 68.591 mil) o caixa total da empresa seria de R\$ 248.506 mil.



Balanço Patrimonial

| (Em R\$ mil) | |
|------------------------------|--------------------|
| Balanço Patrimonial | 31/Mar/2010 |
| Ativo Total | 873.282 |
| Ativo Circulante | 559.457 |
| Caixa e equivalente de caixa | 1.754 |
| Aplicações Financeiras | 30.192 |
| Contas a receber | 62.178 |
| Partes relacionadas | 460.094 |
| Conta Corrente | 154.382 |
| Adiantamentos a Fornecedores | 305.712 |
| Impostos antecipados | 5.191 |
| Outros ativos | 48 |
| Ativo Não Circulante | 313.825 |
| Adiantamentos a Fornecedores | 299.052 |
| IR e CS Diferidos | 8.226 |
| Imobilizado | 0 |
| Intangível em andamento | 6.547 |
| Passivo Total | 873.282 |
| Passivo Circulante | 196.867 |
| Fornecedores | 4.442 |
| Partes relacionadas | 0 |
| Impostos a recolher | 1.630 |
| Receita diferida | 124.859 |
| Breakage | 64.797 |
| IR e CS a Recolher | 0 |
| Outros passivos | 1.139 |
| Patrimônio Líquido | 676.415 |
| Capital social | 669.063 |
| Lucro (Prejuízo) acumulado | 7.352 |

Contas a receber. Saldo a receber decorrente da venda de pontos Multiplus para a TAM Linhas Aéreas, conforme previsto no Contrato Operacional, e outros parceiros. O prazo médio de recebimento é de 30 dias.

Partes Relacionadas:

Adiantamento a fornecedores. Saldo, após consumo de R\$ 17 milhões, referente ao adiantamento para compra e venda de passagens aéreas para entrega futura de R\$ 622 milhões. Este saldo está dividido em curto e longo prazo de acordo com estimativa de consumo.

Conta corrente. Saldo a receber da TAM Linhas Aéreas referente ao repasse de recursos dos contratos de parceiros não migrados ao longo do 1T10. Esses recursos estão sendo repassados pela TAM Linhas Aéreas à Multiplus à medida do seu recebimento pela TAM Linhas Aéreas. Durante os meses de abril e maio foram repassados à Multiplus R\$ 85.791 mil.

Intangível em andamento. R\$ 6.547, refere-se a implantação do sistema Siebel Loyalty que efetuará o controle de pontuação do Multiplus bem como a gestão dos resgates e venda de pontos pelos parceiros. Sua entrada em operação está prevista para o mês de junho de 2010 e o prazo de amortização será de até 5 anos.

Receita Diferida. R\$ 124.859, saldo decorrente da venda de pontos no 1T10, contabilizada com base nos números de pontos em aberto, que se estima que serão resgatados;

Breakage. R\$ 64.797 mil, saldo referente aos pontos vendidos no 1T10 que se estima que não serão resgatados. A taxa de breakage média aplicada no trimestre foi de 29,5%

Capital Social. R\$ 669.063 mil, referente ao valor de R\$ 692.944 mil captado na oferta pública de ações, líquido do valor de R\$ 23.322 mil gasto com o processo de abertura de capital.

Informações Financeiras Pro forma

Os números e demonstrativos a seguir consideram como Receita Diferida e Breakage (contas de passivo) tanto os pontos emitidos antes de Jan/10 (aqueles que permaneceram no balanço da TAM) quanto os posteriores (passivo do Multiplus). Quando resgatados são integralmente reconhecidos no demonstrativo de resultado como receita de pontos, com seus respectivos custos.

Faturamento Pro forma

| (Em R\$ mil) | Em 31 de março de | | Variação |
|------------------------------|-------------------|----------------|--------------|
| | 2009 | 2010 | |
| Faturamento | | | |
| Venda de pontos | 250.915 | 230.276 | -8,2% |
| TAM Linhas Aéreas | 57.205 | 56.678 | -0,9% |
| Outros | 193.710 | 173.598 | -10,4% |
| Faturamento de pontos | 250.915 | 230.276 | -8,2% |
| Serviços | 810 | 810 | 0,0% |
| Faturamento Total | 251.725 | 231.086 | -8,2% |

O faturamento de pontos do primeiro trimestre de 2010 atingiu R\$ 230.276 mil, ou 8,2% abaixo do que nos 3 meses de 2009. Tal redução se deveu ao efeito cambial (maior dólar médio em 2009) levando à uma redução de 20% no preço médio por ponto emitido, parcialmente compensado pelo aumento de 15% no volume de pontos emitidos.

Receita Pro forma

| (Em R\$ mil) | Em 31 de março de | | Variação |
|----------------------------------|-------------------|----------------|-------------|
| | 2009 | 2010 | |
| Receita Líquida | | | |
| Venda de pontos | 181.948 | 182.137 | 0,1% |
| Breakage | 46.774 | 50.846 | 8,7% |
| Outras receitas | 810 | 810 | 0,0% |
| Receita Bruta | 229.532 | 233.793 | 1,9% |
| Impostos sobre vendas e serviços | (21.272) | (21.666) | 1,9% |
| Receita Líquida | 208.260 | 212.127 | 1,9% |

A receita líquida aumentou 1,9%, de R\$ 208.260 mil no 1T09 para R\$ 212.127 mil no 1T10, devido principalmente a:

Receita de pontos. A receita de pontos aumentou 0,1%, de R\$ 181.948 mil no primeiro trimestre de 2009 para R\$ 182.137 mil no mesmo período de 2010. Esse aumento foi devido principalmente a:

- o Volume de pontos resgatados manteve-se estável, devido ao menor volume de flexibilizações no 1T10 em relação ao 1T09;
- o Redução de 20% no valor médio por ponto resgatado, devido principalmente à valorização do Real frente ao Dólar de 22% passando de R\$ 2,31 no 1T09 para R\$ 1,80 no mesmo período de 2010, que afetou os preços dos pontos vendidos às instituições financeiras;

Receita de breakage. A receita de breakage passou de R\$ 46.774 mil no 1T09 para R\$ 50.846 mil no 1T10, principalmente devido ao maior número de pontos emitidos compensando pelo menor volume de flexibilização no 1T10 em relação ao mesmo período de 2009.

Custo e despesas Pro forma

| (Em R\$ mil) | Em 31 de março de | | Variação |
|-------------------------------------------------|-------------------|------------------|--------------|
| | 2009 | 2010 | |
| Custos e Despesas Operacionais | | | |
| Custo dos resgates de pontos | (122.159) | (115.411) | -5,5% |
| Passagens aéreas | (122.159) | (114.972) | -5,9% |
| Outros resgates | 0 | (439) | N.A. |
| Alianças e parcerias | (5.377) | 0 | N.A. |
| Serviços compartilhados | (2.011) | (2.011) | 0,0% |
| Despesas com pessoal | (1.073) | (2.971) | 176,9% |
| Marketing e Outros | (3.479) | (3.142) | -9,7% |
| Total dos Custos e Despesas Operacionais | (134.099) | (123.535) | -7,9% |

A redução nos custos e despesas operacionais foi devida principalmente às reduções no custo de resgate de pontos, parcialmente compensado por despesas de pessoal.

Custo dos resgates de pontos. O custo do resgate de pontos reduziu 5,5%, de R\$ 122.159 mil no 1T09 para R\$ 115.411 mil no mesmo período de 2010, devido principalmente à:

Passagens aéreas: redução do custo médio unitário relativo ao desconto obtido pela antecipação dos valores captados no IPO à TAM Linhas Aéreas para aquisição de passagens-aéreas para entrega futura.

Outros resgates: volume de resgates em produtos e serviços em parceiros da coalizão e produtos disponíveis no catálogo do Multiplus, alternativas de resgates que não existiam no 1T09.

Benefício do PIS/COFINS: O Multiplus, como uma companhia independente, tem o direito de creditar PIS/COFINS no seu custo dos resgates de pontos, portanto os valores do 1T09 e 1T10 apresentados estão líquidos do crédito de PIS/COFINS.

Alianças e parcerias. A partir de 1º de janeiro de 2010, esta despesa passa a ser custo, com as mesmas regras de precificação do Contrato Operacional entre a TAM Linhas Aéreas e o Multiplus.

Serviços Compartilhados. As despesas com serviços compartilhados mantiveram estáveis em R\$ 2.011 mil devido ao contrato de compartilhamento com a TAM Linhas Aéreas dos serviços de controladoria, processos de tesouraria, apoio ao planejamento e gerenciamento financeiro, call center, instalações, infraestrutura, jurídico, recursos humanos, tecnologia da informação, marketing, auditoria e suprimentos.

Despesas com Pessoal. As despesas com pessoal aumentaram 176,9%, de R\$ 1.073 mil no 1T09 para R\$ 2.971 mil no 1T10 devido ao aumento do quadro de funcionários, pela contratação dos executivos da empresa e provisões de remuneração variável.

Demonstração de Resultado Pro forma

| (Em R\$ mil) | Em 31 de março de | | Variação |
|----------------------------------------|-------------------|------------------|--------------|
| | 2009 | 2010 | |
| Demonstração de resultado | | | |
| Receita bruta | 229.532 | 233.793 | 1,9% |
| Venda de pontos | 181.948 | 182.137 | 0,1% |
| Breakage | 46.774 | 50.846 | 8,7% |
| Outras Receitas | 810 | 810 | 0,0% |
| Impostos sobre vendas e serviços | (21.272) | (21.667) | 1,9% |
| Receita Líquida | 208.260 | 212.126 | 1,9% |
| Despesas Operacionais | | | |
| Custo dos resgates de pontos | (122.159) | (115.411) | -5,5% |
| Despesas Administrativas e Financeiras | (11.940) | (8.125) | -32,0% |
| Total das Despesas Operacionais | (134.099) | (123.535) | -7,9% |
| Lucro Operacional | 74.161 | 88.591 | 19,5% |
| <i>Margem Operacional</i> | <i>35,6%</i> | <i>41,8%</i> | |
| Receita Financeira | 0 | 326 | N.A. |
| Lucro antes do IR e CS | 74.161 | 88.917 | 19,9% |
| Imposto de Renda e Contribuição Social | (25.215) | (30.232) | 19,9% |
| Lucro Líquido no período | 48.946 | 58.685 | 19,9% |
| <i>Margem Líquida</i> | <i>23,5%</i> | <i>27,7%</i> | |

EBITDA Ajustado Pro forma

O EBITDA Ajustado Pro Forma teve uma redução de 27%, de R\$ 100.405 mil no 1T09 para R\$ 73.143 mil no 1T10 principalmente devido à valorização do Real frente ao Dólar de 22% que afetou diretamente o faturamento. A margem foi de 31,8%.

| Em R\$ mil) | 31 de março | |
|----------------------------------------|----------------|---------------|
| | 2009 | 2010 |
| EBITDA Ajustado | 74.161 | 88.590 |
| Lucro antes do IR e CS | 74.161 | 88.590 |
| Depreciação e Amortização | 0 | 0 |
| Faturamento da venda de pontos | 250.915 | 230.276 |
| Desconto de PIS e COFINS | (2.053) | 250 |
| Receita da venda de pontos | (228.722) | (232.983) |
| Alteração do custo de resgates futuros | 6.104 | (12.990) |
| EBITDA Ajustado | 100.405 | 73.143 |
| <i>Margem</i> | <i>40,0%</i> | <i>31,8%</i> |

Glossário

Breakage – Pontos vencidos e não resgatados como porcentagem dos pontos emitidos

Burn/earn – Total de pontos resgatados dividido pelo total de pontos acumulados durante um mesmo período

Faturamento Bruto – Valor da receita bruta diferida em um determinado período correspondente aos pontos Multiplus emitidos durante o mesmo período

Flexibilização de resgates– resgate de pontos por passagens aéreas com menos de 10.000 pontos (resgate padrão)

Frequent Shopper – consumidor com comportamento de recompra

Participante – pessoa física devidamente cadastrada como participante de programas de fidelização de clientes ou de redes de coalizão de programas de fidelização clientes

Passagens-Prêmio – passagem aérea emitida por companhia aerea como resultado do resgate por membro de pontos de programas de fidelização de cliente ou rede de coalizão de programas de fidelização de clientes

Contato Relações com Investidores

Líbano Miranda Barroso (CEO e Diretor de Relações com Investidores)

Egberto Vieira Lima (Diretor Executivo e Financeiro)

Daniel Marino Bicudo (Relações com Investidores)

André Junqueira Ferreira (Relações com Investidores)

Tel.: (11) 5582-9890

Fax: (11) 5582-9880

invest@multiplusfidelidade.com.br

www.multiplusfidelidade.com.br/ri

Sobre o Multiplus: (www.multiplusfidelidade.com.br)

O Multiplus atua com o conceito de rede de empresas e programas de fidelização. Criado em junho de 2009 como uma unidade de negócios da TAM, em outubro tornou-se uma companhia independente e em fevereiro de 2010, passou à condição de companhia de capital aberto, com ações negociadas na BM&FBOVESPA (MPLU3). Por meio desta rede, os consumidores podem acumular pontos em mais de 7.000 estabelecimentos parceiros e resgatar por uma infinidade de prêmios, como passagens aéreas da TAM, roteiros turísticos da TAM VIAGENS, produtos e serviços no Bomclube (Walmart), vantagens exclusivas em produtos e serviços no Km de Vantagens (Postos Ipiranga), livros, CDs e DVDs no Mais Cultura (Livraria Cultura), diárias no A|Club (Accor) e mais de 300 opções de prêmios no site. No segundo semestre, os clientes também poderão ganhar pontos e trocar por produtos e serviços na Oi.

Ressalva sobre informações futuras:

Esse comunicado pode conter previsões de eventos futuros. Tais previsões refletem apenas expectativas dos administradores da Companhia, e envolve riscos ou incertezas previstos ou não. A Companhia não se responsabiliza por operações ou decisões de investimento tomadas com base nas informações aqui contidas. Estas previsões estão sujeitas a mudanças sem aviso prévio.