

**Prospecto Definitivo de Oferta Pública de Distribuição
Primária de Ações Ordinárias de Emissão da**



Multiplus S.A.
Companhia de Capital Autorizado
CNPJ/MF nº 11.094.546/0001-75 – NIRE 35.300.371.658
Avenida Jurandir nº 856, lote 4, 3º andar, Jardim Ceci,
CEP 04072-000, São Paulo – SP
39.340.000 Ações
Valor da Distribuição: R\$629.440.000,00
Código ISIN das Ações: BRMPLUACNOR3
Código de Negociação das Ações no segmento Novo Mercado da BM&FBOVESPA: "MPLU3"

Preço por Ação: R\$16,00

A Companhia (conforme definido) está realizando uma Oferta (conforme definido abaixo) de 39.340.000 ações ordinárias, nominativas, escriturais e sem valor nominal, de emissão da Multiplus S.A. ("Companhia") a seguir, livres e desembaraçadas de quaisquer ônus e gravames ("Ações").

A Oferta compreende a distribuição primária das Ações no Brasil, em mercado de balcão não-organizado, em conformidade com a Instrução da Comissão de Valores Mobiliários ("CVM") nº 400, de 29 de dezembro de 2003 ("Instrução CVM 400") a Investidores Institucionais e Não Institucionais, pelo Banco BTG Pactual S.A. ("Coordenador Líder") e pelo Banco de Investimentos Credit Suisse (Brasil) S.A. ("Credit Suisse" e, em conjunto com o Coordenador Líder, "Coordenadores da Oferta"), com a participação do BB Banco de Investimento S.A. ("Coordenador Contratado") instituição integrante do sistema de distribuição de valores mobiliários, e instituições intermediárias autorizadas a operar na BM&FBOVESPA S.A. – Bolsa de Valores, Mercadorias e Futuros ("BM&FBOVESPA") ("Corretoras" e, em conjunto com os Coordenadores da Oferta e com o Coordenador Contratado, "Instituições Participantes da Oferta"), com esforços de venda das Ações no exterior, a serem realizados pelo BTG Capital Corp., pelo UBS Securities LLC, e pelo Credit Suisse Securities (USA) LLC ("Agentes de Colocação Internacional"), bem como pelo Raymond James Financial, Inc. ("Raymond James") como coordenador contratado exclusivamente para os esforços de colocação no exterior, e outras instituições nomeadas pelos Agentes de Colocação Internacional, (i) nos Estados Unidos aos investidores institucionais qualificados (*qualified institutional buyers*), residentes e domiciliados nos Estados Unidos, em conformidade com o disposto na Regra 144A (a "Regra 144A") do Securities Act de 1933, conforme alterado ("Securities Act"), e (ii) para non-U.S. persons nos demais países (exceto Estados Unidos e Brasil), com base no Regulamento S ("Regulamento S") do Securities Act ("Investidores Estrangeiros"), em ambos os casos em operações isentas de registro nos Estados Unidos em conformidade com o Securities Act e realizadas por meio dos mecanismos de investimento regulamentados pela Resolução CMN 2.689 (conforme definido neste Prospecto, e pela Instrução CVM 325 ou e pela Lei n. 4.131/62) ("Oferta"). A Oferta não foi nem será registrada na U.S. Securities and Exchange Commission ("SEC") ou em qualquer outra agência ou órgão regulador do mercado de capitais de qualquer outro país, exceto o Brasil.

A quantidade total de Ações inicialmente ofertada poderá ser acrescida de um lote suplementar de até 5.901.000 Ações ("Ações Suplementares"), equivalente a até 15% das Ações inicialmente ofertadas no âmbito da Oferta, nas mesmas condições e preços das Ações inicialmente ofertadas, conforme opção para distribuição de Ações Suplementares, a ser exercida pelo Coordenador Líder ("Opção de Ações Suplementares"). O Coordenador Líder terá o direito exclusivo, a partir da data de assinatura do Contrato de Distribuição e por um período de até 30 dias contados, inclusive, da data do início da negociação das Ações na BM&FBOVESPA, de exercer a Opção de Ações Suplementares, no todo ou em parte, em uma ou mais vezes, após a notificação ao Credit Suisse, desde que a decisão de sobrealocação das Ações no momento em que foi fixado o Preço por Ação tenha sido tomada em comum acordo pelos Coordenadores da Oferta.

Sem prejuízo do exercício de Ações Suplementares, a quantidade inicial de Ações objeto da Oferta poderia ter sido, a critério da Companhia, com a concordância dos Coordenadores, mas não foi, aumentada em até 7.868.000 ações ordinárias de emissão da Companhia, correspondentes a 20% das Ações inicialmente ofertadas ("Ações Adicionais"), conforme facultado pelo artigo 14, parágrafo 2º, da Instrução CVM 400.

O preço de distribuição das Ações ("Preço por Ação") foi fixado após a conclusão do procedimento de coleta de intenções de investimentos ("Procedimento de Bookbuilding") conduzido pelos Coordenadores da Oferta nos termos do artigo 44 da Instrução CVM 400.

	Valor (em R\$) ⁽¹⁾	Comissões (em R\$) ^(1,3)	Recursos Líquidos (em R\$) ^(1,2,3)
Por Ação.....	16,00	0,64	15,36
Oferta Primária	629.440.000,00	25.177.600,00	604.262.400,00
Total	629.440.000,00	25.177.600,00	604.262.400,00

⁽¹⁾ Considerando o Preço por Ação fixado com base no Procedimento de Bookbuilding.

⁽²⁾ Sem dedução das despesas da Oferta.

⁽³⁾ Sem considerar a distribuição das Ações Suplementares.

Registro da Oferta na CVM: CVM/SRE/REM/2010/003, em 4 de fevereiro de 2010.

A realização da Oferta foi aprovada pela Assembleia Geral Extraordinária da Companhia realizada em 14 de dezembro de 2009, cuja ata foi arquivada na JUCESP e publicada no Diário Oficial do Estado de São Paulo no dia 24 de dezembro de 2009 e no jornal "Valor Econômico" no dia 28 de dezembro de 2009. O efetivo aumento de capital da Companhia, com exclusão do direito de preferência dos atuais acionistas na subscrição de Ações objeto da Oferta, nos termos do artigo 172, inciso I, da Lei das Sociedades por Ações, e o Preço por Ação foram autorizados em Reunião do Conselho de Administração da Companhia realizada em 3 de fevereiro de 2010, cuja ata foi publicada no jornal "Valor Econômico" na data de publicação do Anúncio de Início e no Diário Oficial do Estado de São Paulo no dia seguinte.

Este Prospecto não deve ser considerado uma recomendação de subscrição das Ações. Ao subscrever as Ações, potenciais investidores deverão realizar sua própria análise e avaliação sobre a Companhia, seus negócios e atividades. Os investidores devem ler a seção "Fatores de Risco" nas páginas 46 a 55 deste Prospecto para discussão de certos fatores de risco que devem ser considerados com relação à subscrição das Ações.

"O registro da presente Oferta não implica, por parte da CVM, garantia da veracidade das informações prestadas ou julgamento sobre a qualidade da companhia emissora, bem como sobre as Ações a serem distribuídas."



"A(O) presente oferta pública (programa) foi elaborada(o) de acordo com as normas de Regulação e Melhores Práticas da ANBID para as Ofertas Públicas de Distribuição e Aquisição de Valores Mobiliários, atendendo, assim, a(o) presente oferta pública (programa), aos padrões mínimos de informação exigidos pela ANBID, não cabendo à ANBID qualquer responsabilidade pelas referidas informações, pela qualidade da emissora e/ou ofertantes, das Instituições Participantes e dos valores mobiliários objeto da(o) oferta pública (programa). Este selo não implica recomendação de investimento. O registro ou análise prévia da presente distribuição não implica, por parte da ANBID, garantia da veracidade das informações prestadas ou julgamento sobre a qualidade da companhia emissora, bem como sobre os valores mobiliários a serem distribuídos."

Coordenadores



Coordenador Contratado



A data deste Prospecto Definitivo é 3 de fevereiro de 2010.

(Esta página foi intencionalmente deixada em branco)

ÍNDICE

1. INTRODUÇÃO	1
DEFINIÇÕES	3
CONSIDERAÇÕES SOBRE ESTIMATIVAS E DECLARAÇÕES FUTURAS	11
APRESENTAÇÃO DAS INFORMAÇÕES FINANCEIRAS E OUTRAS INFORMAÇÕES	12
Reorganização Societária	12
Informações Financeiras	13
EBITDA, EBITDA <i>Pro Forma</i> Ajustado, Receita <i>Pro Forma</i> Ajustada e Custos Estimados com Resgates Relacionados com a Receita <i>Pro Forma</i> Ajustada	15
Informações de Mercado	17
Outras Informações	17
SUMÁRIO DA COMPANHIA	18
Visão Geral	18
Visão Geral do Setor de Redes e Programas de Fidelização de Clientes	21
Visão Geral do Setor de Redes e Programas de Fidelização de Clientes no Brasil	22
Nossas Vantagens Competitivas	23
Nossa Estratégia	25
Nosso Histórico	26
Informações sobre a Companhia	27
SUMÁRIO DA OFERTA	28
RESUMO DAS INFORMAÇÕES FINANCEIRAS E OPERACIONAIS	35
Informações Financeiras	35
INFORMAÇÕES CADASTRAIS	39
APRESENTAÇÃO DAS INSTITUIÇÕES INTERMEDIÁRIAS	40
Banco BTG Pactual S.A.	40
Banco de Investimentos Credit Suisse (Brasil) S.A.	41
BB Banco de Investimento S.A.	42
IDENTIFICAÇÃO DE ADMINISTRADORES, CONSULTORES E AUDITORES	44
Companhia	44
Coordenador Líder	44
Coordenador	44
Coordenador Contratado	44
Consultores e Auditores	45
Declarações de Veracidade das Informações	45
FATORES DE RISCO	46
Riscos relacionados à Companhia e ao Setor de Redes e Programas de Fidelização de Clientes	46
Riscos relacionados ao Brasil	51
Riscos relacionados à Oferta e às Nossas Ações	53
INFORMAÇÕES SOBRE A OFERTA	56
Composição Atual do Capital Social	56
Alocação dos Recursos da Oferta	56
Descrição da Oferta	56
Preço por Ação	57
Montante da Oferta	57
Quantidade, Valor e Recursos Líquidos	57
Custos de Distribuição	58
Aprovações Societárias	58
Reserva de Capital	58
Público-Alvo da Oferta	58

Índice

Cronograma da Oferta	59
Procedimentos da Oferta	59
Prazo da Oferta	63
Inadequação da Oferta a Certos Investidores.....	63
Contrato de Distribuição e Contrato de Colocação Internacional	63
Garantia Firme de Liquidação	64
Restrições à Negociação de Ações (<i>Lock up</i>)	65
Contrato de Estabilização do Preço das Ações	65
Alteração das Circunstâncias, Revogação ou Modificação	66
Suspensão e Cancelamento da Oferta	66
Revenda de Ações Adquiridas pelos Coordenadores.....	66
Direitos, Vantagens e Restrições das Ações	67
Relacionamento entre Nós e as Instituições Participantes da Oferta	67
Instituição Financeira Escrituradora das Ações	68
Informações Complementares	68
Instituições Participantes da Oferta.....	69
DISPENSA DE APRESENTAÇÃO DE ESTUDO DE VIABILIDADE.....	70
Introdução	70
Reorganização Societária	70
Ausência de Riscos inerentes a uma Sociedade Novata.....	71
Estrutura de Custos e Despesas como uma Companhia Independente e Nossa Viabilidade Econômico-Financeira	71
Tendências do Comportamento das Principais Contas Patrimoniais e de Resultado	72
DESTINAÇÃO DE RECURSOS	75
2. INFORMAÇÕES SOBRE A COMPANHIA	77
CAPITALIZAÇÃO	79
DILUIÇÃO	80
INFORMAÇÕES FINANCEIRAS SELECIONADAS	81
Informações Financeiras	81
Informações Financeiras Pro Forma Carve-Out do Programa TAM Fidelidade	82
Informações Financeiras <i>Carve-out</i> do Programa TAM Fidelidade	83
ANÁLISE E DISCUSSÃO DA ADMINISTRAÇÃO SOBRE A SITUAÇÃO FINANCEIRA E OS RESULTADOS	
OPERACIONAIS.....	85
Visão Geral.....	85
Reorganização Societária	86
Informações Financeiras	88
Principais Diferenças entre as Demonstrações Financeiras <i>Carve-out</i> do Programa TAM Fidelidade e as	
Informações Financeiras <i>Pro Forma Carve-out</i> do Programa TAM Fidelidade	89
Principais Fatores que Afetam o Resultado das nossas Operações	91
Principais Práticas Contábeis.....	93
Descrição de Itens Relevantes das Informações Financeiras <i>Pro Forma Carve-out</i> do Programa TAM Fidelidade...	94
Resultados Operacionais <i>Pro Forma Carve-Out</i> do Programa TAM Fidelidade.....	95
Descrição de Itens Relevantes das Informações Financeiras <i>Carve-out</i> do Programa TAM Fidelidade.....	97
Resultados Operacionais <i>Carve-Out</i> do Programa TAM Fidelidade.....	98
Análise das Principais Contas Patrimoniais <i>Carve-out do Programa TAM Fidelidade</i>	103
Outras Informações Financeiras	105
Reconciliação das Informações <i>Pro Forma Carve-Out</i> do Programa TAM Fidelidade com o EBITDA <i>Pro Forma</i>	
Ajustado.....	107
Liquidez e Recursos de Capital.....	108
Fluxos de Caixa.....	108
Endividamento.....	109
Investimentos e Desinvestimentos de Capital.....	109

Índice

Obrigações Contratuais.....	109
Obrigações Não Incluídas no Balanço Patrimonial	109
Risco de Crédito	109
Risco de Mercado	109
VISÃO GERAL DO SETOR.....	110
Visão Geral.....	110
Visão Geral do Setor de Redes e Programas de Fidelização de Clientes no Brasil.....	112
ATIVIDADES DA COMPANHIA	117
Visão Geral.....	117
Visão Geral do Setor de Redes e Programas de Fidelização de Clientes.....	119
Visão Geral do Setor de Redes e Programas de Fidelização de Clientes no Brasil.....	121
Nossas Vantagens Competitivas	121
Nossa Estratégia	123
Histórico e Reorganização Societária	125
Nossos Serviços.....	127
Tecnologia da Informação.....	131
Concorrência	133
Marketing.....	133
Sazonalidade.....	133
Propriedades	133
Recursos Humanos.....	134
Seguros	134
Propriedade Intelectual	134
Contratos Relevantes.....	135
Contingências Judiciais e Administrativas	136
Meio Ambiente	137
Responsabilidade Social, Patrocínio e Incentivo Cultural	137
ADMINISTRAÇÃO DA COMPANHIA	138
Conselho de Administração	138
Diretoria.....	139
Conselho Fiscal.....	141
Ações de Titularidade de Nossos Administradores.....	141
Remuneração dos Membros do Conselho de Administração e da Diretoria	141
Contratos ou Obrigações Relevantes entre Nós e nossos Administradores	141
Conflito de Interesses de Administradores em Operações.....	142
Relação familiar entre nossos Administradores e com o Acionista Controlador.....	142
Processos Judiciais ou Administrativos envolvendo nossos Administradores.....	142
PRINCIPAIS ACIONISTAS.....	143
Principais Acionistas	143
Distribuição do Capital Social do Acionista Controlador	143
Alterações Relevantes na Participação do Acionista Controlador	144
Acordo de Acionistas.....	144
Não Configuração de Controle Difuso.....	144
OPERAÇÕES COM PARTES RELACIONADAS	145
Contrato Operacional	145
Contrato de Compartilhamento de Serviços	147
Compromisso de Adiantamento para Compra e Venda de Bilhetes Aéreos	147
Cessão de Licença de Uso e de Serviços de Suporte Técnico	148
Cessão de Serviços de Consultoria e Implantação de Sistema.....	148
Contrato de Concessão de Uso de Área com Interveniência da TAM Linhas Aéreas.....	148
Contratos de Mútuo.....	149
Contrato de Parceria	149
OPERAÇÕES VINCULADAS À OFERTA	150

INFORMAÇÕES SOBRE O MERCADO E OS TÍTULOS E VALORES MOBILIÁRIOS EMITIDOS	151
Geral.....	151
Negociação na BM&FBOVESPA	151
Regulação do Mercado Brasileiro de Valores Mobiliários	151
Regulamentação de Investimentos Estrangeiros.....	152
O Novo Mercado	153
DESCRIÇÃO DO CAPITAL SOCIAL	154
Geral.....	154
Registro de Companhia Aberta e Adesão ao Novo Mercado	154
Objeto Social	154
Capital Social	154
Capital Autorizado	154
Evolução do Capital Social.....	154
Ações em Tesouraria	155
Direitos das Ações	155
Direitos dos Acionistas	155
Outros Valores Mobiliários Emitidos	155
Destinação dos Resultados do Exercício.....	155
Assembleias Gerais de Acionistas	156
Direito de Recesso	158
Direito de Preferência.....	159
Registro de Nossas Ações	159
Restrições a Atividades Estranhas ao Objeto Social	159
Negociação de Valores Mobiliários de Nossa Emissão por nosso Acionista Controlador, Conselheiros e Diretores e por Nós	159
Operações de Compra de Ações de Nossa Própria Emissão	160
Divulgação de Informações	161
Divulgação de Informações Eventuais e Periódicas	161
Divulgação de Informações Trimestrais	162
Divulgação de Negociação por Acionista Controlador, Membro do Conselho de Administração, Diretor ou Membro do Conselho Fiscal	162
Divulgação de Ato ou Fato Relevante.....	163
Cancelamento do Registro de Companhia Aberta.....	163
Alienação de Controle	163
Saída do Novo Mercado.....	164
Oferta pelos Acionistas Controladores.....	164
Cancelamento do Registro de Companhia Aberta.....	164
Reorganização Societária	164
Obrigações na Saída.....	164
Alienação de Controle da Companhia após a Saída	164
Vedação ao Retorno	165
Cláusula Arbitral	165
DIVIDENDOS E POLÍTICA DE DIVIDENDOS	166
Valores Disponíveis para Distribuição.....	166
Reservas de Lucros	166
Reservas de Capital	168
Dividendo Obrigatório.....	168
Distribuição de Dividendos.....	168
Juros sobre o Capital Próprio.....	168
Política de Dividendos.....	169
PRINCIPAIS PRÁTICAS DE GOVERNANÇA CORPORATIVA.....	170
Práticas de Governança Corporativa e o IBGC	170
Novo Mercado	171

Índice

Autorização para Negociação no Novo Mercado	172
Outras Características do Novo Mercado	172
3. INFORMAÇÕES FINANCEIRAS	173
• Demonstrações Financeiras <i>Carve Out</i> do Programa TAM Fidelidade relativas aos períodos de nove meses encerrados em 30 de setembro de 2008 e 2009, e respectivo Relatório de Revisão Limitada dos Auditores Independentes	177
• Demonstrações Financeiras <i>Carve Out</i> do Programa TAM Fidelidade relativas aos anos encerrados em 31 de dezembro de 2007 e 2008, e respectivo Parecer dos Auditores Independentes	211
• Informações Financeiras <i>Pro Forma Carve Out</i> do Programa TAM Fidelidade relativas ao ano encerrado em 31 de dezembro de 2008 e aos períodos de nove meses encerrados em 30 de setembro de 2008 e 2009	243
• Demonstrações Financeiras da Companhia relativas ao período de 6 de agosto de 2009 (data de constituição da Companhia) a 30 de setembro de 2009, e respectivo Parecer dos Auditores Independentes	257
4. ANEXOS	267
• Estatuto Social da Companhia	271
• Ata da Assembleia Geral Extraordinária da Companhia que aprova a Oferta	297
• Minuta da Ata da Reunião do Conselho de Administração da Companhia que aprova o Preço por Ação	303
• Declarações de Veracidade da Companhia e do Coordenador Líder	307
• Formulário de Informações Financeiras Anuais – IAN (somente informações não incluídas no Prospecto)	313

(Esta página foi intencionalmente deixada em branco)

1. INTRODUÇÃO

- Definições
- Considerações sobre Estimativas e Declarações Futuras
- Apresentação das Informações Financeiras e Outras Informações
- Sumário da Companhia
- Sumário da Oferta
- Resumo das Informações Financeiras e Operacionais
- Informações Cadastrais
- Apresentação das Instituições Intermediárias
- Identificação de Administradores, Consultores e Auditores
- Fatores de Risco
- Informações sobre a Oferta
- Dispensa de Apresentação de Estudo de Viabilidade
- Destinação de Recursos

(Esta página foi intencionalmente deixada em branco)

DEFINIÇÕES

Para fins deste Prospecto, os termos indicados abaixo terão os significados a eles atribuídos nesta seção, salvo se expressamente mencionado em contrário neste Prospecto.

Acionista Controlador	TAM S.A.
Acordos Operacionais	Contrato Operacional e Contrato de Compartilhamento.
Ações	Ações ordinárias, nominativas, escriturais e sem valor nominal, livres e desembaraçadas de quaisquer ônus ou gravames, de emissão da Companhia.
Ações Adicionais	Quantidade de Ações equivalente a até 20% do total das Ações inicialmente ofertadas, que poderia ter sido, mas não foi, acrescida à Oferta, a critério da Companhia, com a concordância dos Coordenadores da Oferta, nas mesmas condições e preço das Ações inicialmente ofertadas, nos termos do artigo 14 da Instrução CVM 400.
Ações Suplementares	Quantidade de Ações equivalente a até 15% do total das Ações inicialmente ofertadas, que venha a ser acrescida à Oferta, conforme Opção de Ações Suplementares.
Agentes de Colocação Internacional	BTG Capital Corp, UBS Securities LLC e Credit Suisse Securities (USA) LLC.
ANAC	Agência Nacional de Aviação Civil.
ANBIMA	Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais – ANBIMA.
ANP	Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis.
Anúncio de Encerramento	Anúncio de encerramento da Oferta a ser publicado nos termos do artigo 29 da Instrução CVM 400.
Anúncio de Início	Anúncio de início da Oferta a ser publicado nos termos do artigo 52 da Instrução CVM 400.
Audidores Independentes do Programa TAM Fidelidade	PricewaterhouseCoopers Auditores Independentes.
Audidores Independentes da Companhia	PricewaterhouseCoopers Auditores Independentes.
Aviso ao Mercado	Aviso a ser publicado nos termos do artigo 53 da Instrução CVM 400.
Banco Central	Banco Central do Brasil.
BB BI	BB Banco de Investimento S.A.
BM&FBOVESPA	BM&FBOVESPA S.A. – Bolsa de Valores, Mercadorias e Futuros.
BTG Pactual Corretora	BTG Pactual Corretora de Títulos e Valores Mobiliários S.A.
Brasil	República Federativa do Brasil.
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.
CFC	Conselho Federal de Contabilidade.
CMN	Conselho Monetário Nacional.
Código IBGC	Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa.
COFINS	Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social.
Coligada	Sociedade na qual a investidora tenha influência significativa na investida. Entende-se por influência significativa o poder da investidora de participar nas decisões das políticas financeira ou operacional da investida, sem controlá-la. Presume-se haver influência significativa quando a investidora for titular de 20% ou mais do capital votante da investida.
Companhia ou Emissora	Multiplus S.A.
Conselheiro Independente	Membro do conselho de administração que, conforme o Regulamento do Novo Mercado, (1) não tenha qualquer vínculo com a Companhia, exceto participação de capital, (2) não seja Acionista Controlador, cônjuge ou parente até o segundo grau daquele, ou não seja ou não tenha sido, nos últimos três anos, vinculado à sociedade ou entidade relacionada ao Acionista Controlador (pessoas vinculadas a instituições públicas de ensino e/ou pesquisa estão excluídas desta restrição), (3) não tenha sido, nos últimos três anos, empregado ou diretor da Companhia, do Acionista Controlador ou de sociedade controlada pela Companhia, (4) não seja fornecedor ou comprador, direto ou indireto, de serviços e/ou produtos da Companhia em magnitude que implique perda de independência, (5) não seja funcionário ou administrador de sociedade ou entidade que esteja oferecendo ou demandando serviços e/ou produtos à Companhia, (6) não seja cônjuge ou parente até o segundo grau de algum administrador da Companhia, e (7) não receba outra remuneração da Companhia além da de conselheiro (proventos em dinheiro oriundos de participação de capital estão excluídos desta restrição). Serão ainda considerados “Conselheiros Independentes” aqueles eleitos nos termos do artigo 141, parágrafos 4º e 5º, e do artigo 239 da Lei das Sociedades por Ações.
Contrato de Compartilhamento	Contrato de serviços compartilhados firmado em 10 de dezembro de 2009 entre a Companhia e a TAM Linhas Aéreas, por meio do qual a TAM Linhas Aéreas comprometeu-se a compartilhar com a Companhia os serviços de controladoria, processos de tesouraria, apoio ao planejamento e gerenciamento financeiro, <i>call center</i> , instalações, infraestrutura, jurídico, recursos humanos, tecnologia da informação, <i>marketing</i> , auditoria e suprimentos.
Contrato de Distribuição	Contrato de Coordenação, Garantia Firme de Liquidação e Colocação de Ações de Emissão da Companhia celebrado entre a Companhia, os Coordenadores da Oferta e, na qualidade de interveniente anuente, a BM&FBOVESPA em 3 de fevereiro de 2010.

Contrato de Empréstimo	Contrato de Empréstimo de Ações celebrado entre o Acionista Controlador, o Coordenador Líder e, na qualidade de intervenientes-anuentes, BTG Pactual Corretora e BM&FBOVESPA.
Contrato de Estabilização	Contrato de Prestação de Serviços de Estabilização de Preço de Ações Ordinárias de Emissão da Companhia celebrado entre a Companhia, o Coordenador Líder e a BTG Pactual Corretora em 3 de fevereiro de 2010.
Contrato de Participação no Novo Mercado	Contrato celebrado entre, de um lado, a BM&FBOVESPA, e, de outro, a Companhia, seus administradores e o Acionista Controlador, em 15 de janeiro de 2010, por meio do qual a Companhia concordou em cumprir com requisitos diferenciados de governança corporativa e divulgação de informações ao mercado estabelecidos pelo Regulamento do Novo Mercado, a fim de se qualificar para listagem no Novo Mercado, o qual entrará em vigor na data de publicação do Anúncio de Início.
Contrato Operacional	Contrato operacional celebrado em 10 de dezembro de 2009 entre a Companhia e a TAM Linhas Aéreas, com o objetivo de regular o relacionamento entre a Companhia e a TAM Linhas Aéreas a partir de 1º de janeiro de 2010, quando a Companhia assumiu o Negócio de Fidelização de Clientes da TAM Linhas Aéreas.
Coordenadores da Oferta	Banco BTG Pactual S.A. e Banco de Investimentos Credit Suisse (Brasil) S.A.
Coordenador Líder	Banco BTG Pactual S.A.
Coordenador Contratado	BB Banco de Investimento S.A.
Corretoras	Instituições intermediárias autorizadas a atuar na BM&FBOVESPA, que tenham aderido ao Contrato de Distribuição por meio da assinatura de Termo de Adesão ao Contrato de Distribuição para efetuar esforços de colocação das Ações no âmbito da Oferta exclusivamente junto a Investidores Não-Institucionais.
CPC	Comitê de Pronunciamentos Contábeis.
Credit Suisse	Banco de Investimentos Credit Suisse (Brasil) S.A.
CRM	<i>Customer relationship management</i> ou gestão de relacionamento com o cliente.
Credit Suisse Corretora	Credit Suisse (Brasil) S.A. Corretora de Títulos e Valores Mobiliários
CVM	Comissão de Valores Mobiliários.
Data de Liquidação	Data da liquidação física e financeira da Oferta, que deverá ocorrer em 09 de fevereiro de 2010, com a entrega das Ações aos respectivos investidores.
Dólar ou Dólares	A moeda corrente dos Estados Unidos.

EBITDA	Medida não contábil calculada com base nas informações financeiras <i>pro forma carve-out</i> do Programa TAM Fidelidade e que corresponde ao lucro líquido do período, antes do imposto de renda e da contribuição social, das receitas e despesas financeiras líquidas e da depreciação e amortização. O EBITDA não é uma medida reconhecida pelas Práticas Contábeis Adotadas no Brasil, US GAAP ou IFRS, não possui um significado padrão e pode não ser comparável a medidas com denominação semelhante preparadas por diferentes companhias.
EBITDA Pro Forma Ajustado	Medida não contábil calculada com base nas informações financeiras <i>pro forma carve-out</i> do Programa TAM Fidelidade 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 Programa TAM Fidelidade e que incluem despesas com depreciação e amortização, Receita <i>Pro Forma Ajustada</i> para o período e custos estimados com resgates relacionados com a Receita <i>Pro Forma Ajustada</i> para o período. Acreditamos que o EBITDA <i>Pro Forma Ajustado</i> seja uma importante medida para avaliar o desempenho histórico do Programa TAM Fidelidade e pretendemos continuar utilizando essa medida para medir o nosso desempenho no futuro. O EBITDA <i>Pro Forma Ajustado</i> não é uma medida reconhecida pelas Práticas Contábeis Adotadas no Brasil, US GAAP ou IFRS, não possui um significado padrão e pode não ser comparável ao EBITDA ou EBITDA <i>Pro Forma Ajustado</i> elaborados por diferentes companhias.
Estados Unidos ou EUA	Estados Unidos da América.
Estatuto Social	Estatuto social da Companhia.
Faturamento Bruto	Valor da receita bruta diferida contabilmente em um determinado período correspondente aos pontos do Programa TAM Fidelidade emitidos durante o mesmo período, em bases <i>pro forma carve-out</i> .
FGV	Fundação Getulio Vargas.
GOL	Gol Linhas Aéreas Inteligentes S.A.
Grupo TAM	Acionista Controlador, TAM Linhas Aéreas, TAM Mercosur, TAM Viagens e a Companhia.
IASB	<i>International Accounting Standards Board</i> .
IBGC	Instituto Brasileiro de Governança Corporativa.
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.
IBM Brasil	IBM Brasil – Indústria, Máquinas e Serviços Ltda.

IBRACON	Instituto Brasileiro dos Auditores Independentes.
IFRS	<i>International Financial Reporting Standards</i> , normas internacionais de relato financeiro emitidas pelo IASB.
IGP-M	Índice Geral de Preços do Mercado, publicado pela FGV.
INFRAERO	Empresa Brasileira de Infra-Estrutura Aeroportuária.
INPC	Índice Nacional de Preços ao Consumidor, calculado e divulgado pelo IBGE.
INPI	Instituto Nacional da Propriedade Industrial.
Instrução CVM 325	Instrução CVM n° 325, de 27 de janeiro de 2000, conforme alterada.
Instrução CVM 358	Instrução CVM n° 358, de 03 de janeiro de 2002, conforme alterada.
Instrução CVM 400	Instrução CVM n° 400, de 29 de dezembro de 2003, conforme alterada.
Instituições Participantes da Oferta	Coordenadores da Oferta, Coordenador Contratado e Corretoras.
Investidores Institucionais	Investidores que não sejam Investidores Não-Institucionais.
Investidores Não-Institucionais	Investidores residentes no País com pedidos de investimento de no mínimo R\$3.000,00 (três mil reais) e no máximo R\$300.000,00 (trezentos mil reais) e que preencham o Pedido de Reserva, de acordo com os procedimentos previstos para a Oferta de Varejo.
IPCA	Índice de Preços ao Consumidor Amplo, divulgado pelo IBGE.
LAN	LAN Airlines S.A.
Lei 4.131	Lei n° 4.131, de 3 de setembro de 1962, conforme alterada.
Lei das Sociedades por Ações	Lei n° 6.404, de 15 de dezembro de 1976, conforme alterada.
Lei do Mercado de Capitais	Lei n° 6.385, de 07 de dezembro de 1976, conforme alterada.
Multiplus Fidelidade	A rede de coalizão de programas de fidelização de clientes da Companhia.
Negócio de Fidelização de Clientes da TAM Linhas Aéreas	Negócio de fidelização de clientes da TAM Linhas Aéreas, incluindo o Programa TAM Fidelidade.
Novo Mercado	Segmento especial de listagem da BM&FBOVESPA, com regras diferenciadas de governança corporativa, do qual a Companhia fará parte a partir da data de publicação do Anúncio de Início.

Oferta	Oferta pública de distribuição primária de 39.340.000 Ações a ser realizada no Brasil, em mercado de balcão não-organizado, nos termos da Instrução CVM 400, com esforços de colocação de Ações no exterior, sendo nos Estados Unidos exclusivamente junto a investidores institucionais qualificados, conforme definidos na Regra 144A, em operações isentas de registro nos Estados Unidos, em conformidade com o disposto no <i>Securities Act</i> , e, nos demais países, exceto o Brasil e os Estados Unidos, com base no Regulamento S, observada a legislação aplicável no país de domicílio de cada investidor não residente no Brasil ou nos Estados Unidos, em ambos os casos que invistam no Brasil em conformidade com os mecanismos de investimentos previstos na Lei 4.131 ou na Resolução CMN 2.689 e na Instrução CVM 325.
Oferta de Varejo	O montante de, no mínimo, 10% e, no máximo, 15% das Ações inicialmente ofertadas, sem considerar as Ações Suplementares, será destinado prioritariamente à colocação junto aos Investidores Não Institucionais, que realizarem reservas de Ações, em caráter irrevogável e irretroatável, durante o Período de Reserva, observado o valor mínimo de investimento de R\$3.000,00 e o valor máximo de investimento de R\$300.000,00 por Investidor Não-Institucional.
Oferta Institucional	As Ações que não tenham sido alocadas na Oferta de Varejo, bem como eventuais sobras de Ações destinadas aos Investidores Não-Institucionais que tenham realizado Pedidos de Reserva, serão destinadas à colocação junto a Investidores Institucionais, não sendo admitidas para esses Investidores Institucionais reservas antecipadas e inexistindo valores mínimos ou máximos de investimento.
Opção de Ações Suplementares	Opção outorgada pela Companhia ao Coordenador Líder para colocação das Ações Suplementares, a ser exercida a partir da data de assinatura do Contrato de Distribuição e por um período de até 30 dias contados da data de início das negociações das Ações na BM&FBOVESPA, inclusive, ou seja, o primeiro dia útil seguinte à publicação do Anúncio de Início.
Oracle	Oracle do Brasil Sistemas Ltda.
Participante	Pessoa física devidamente cadastrada como participante de programas de fidelização de clientes ou de redes de coalizão de programas de fidelização de clientes.
Passagem-Prêmio	Passagem aérea emitida por companhia aérea como resultado do resgate por Participante de pontos de programas de fidelização de clientes ou rede de coalizão de programas de fidelização de clientes.
Pedido de Reserva	Formulário específico preenchido durante o Período de Reserva por Investidor Não-Institucional que deseja participar da Oferta de Varejo.
Período de Distribuição	O prazo de distribuição das Ações terá início na data de publicação do Anúncio de Início e se encerrará em até seis meses contados da data de publicação do Anúncio de Início, ou até a data de publicação do Anúncio de Encerramento, o que ocorrer primeiro.

Período de Reserva	O prazo de oito dias corridos, com início em 26 de janeiro de 2010 e encerramento em 2 de fevereiro de 2010, inclusive, em que Investidores Não-Institucionais que não sejam Pessoas Vinculadas poderão realizar seus Pedidos de Reserva.
Pessoas Vinculadas	Investidores Não-Institucionais e Investidores Institucionais que sejam (1) administradores ou controladores da Companhia, (2) administradores ou controladores de quaisquer das Instituições Participantes da Oferta ou de quaisquer dos Agentes de Colocação Internacional, (3) outras pessoas vinculadas à Oferta ou (4) os cônjuges, companheiros, ascendentes, descendentes ou colaterais até o segundo grau de qualquer uma das pessoas referidas nos sub-itens (1), (2) ou (3) anteriores, conforme definido na Instrução CVM 400.
PIB	Produto Interno Bruto.
Práticas Contábeis Adotadas no Brasil	Princípios e práticas contábeis adotados no Brasil em conformidade com a Lei das Sociedades por Ações e as normas e instruções da CVM, as recomendações do IBRACON, as resoluções do CFC e os pronunciamentos do CPC aplicáveis.
Preço por Ação	R\$16,00.
Prêmio	Produto ou serviço entregue ao Participante por um parceiro comercial como resultado do resgate pelo Participante de pontos de programas de fidelização de clientes ou rede de coalizão de programas de fidelização de clientes.
Procedimento de <i>Bookbuilding</i>	Procedimento de coleta de intenções de investimento a ser conduzido no Brasil pelos Coordenadores da Oferta junto a Investidores Institucionais, em conformidade com o artigo 170, parágrafo 1º, inciso III, da Lei das Sociedades por Ações, e artigo 44 da Instrução CVM 400.
Programa TAM Fidelidade	O programa de fidelização de clientes da TAM Linhas Aéreas.
Prospecto Preliminar	Prospecto Preliminar da Oferta.
Prospecto ou Prospecto Definitivo	Este Prospecto Definitivo da Oferta.
Real ou Reais ou R\$	A moeda corrente do Brasil.
Receita <i>Pro Forma</i> Ajustada	Corresponde à receita <i>pro forma carve-out</i> ajustada pela diferença entre (i) o Faturamento Bruto e (ii) a receita de pontos resgatados e receita de breakage reconhecida no período nas demonstrações de resultado, baseadas na prática de reconhecimento de receita do TAM Fidelidade.
Regra 144A	<i>Rule 144A</i> , editada ao amparo do <i>Securities Act</i> .
Regulamento do Novo Mercado	Regulamento de Listagem do Novo Mercado editado pela BM&FBOVESPA, que prevê as práticas diferenciadas de governança corporativa a serem adotadas pelas companhias com ações listadas no Novo Mercado.

Regulamento S	<i>Regulation S</i> , editada pela SEC ao amparo do <i>Securities Act</i> .
Resolução CMN 2.689	Resolução CMN nº 2.689, de 26 de janeiro de 2000, conforme alterada.
RPK	<i>Revenue passenger kilometer</i> ou passageiro pago por quilômetro transportado.
RPM	<i>Revenue passenger mile</i> ou passageiro pago por milha transportada.
SEC	<i>Securities and Exchange Commission</i> , a comissão de valores mobiliários dos Estados Unidos.
<i>Securities Act</i>	<i>Securities Act</i> de 1933 dos Estados Unidos, conforme alterado e editado pela <i>SEC</i> .
Selic	Taxa média dos financiamentos diários, com lastro em títulos federais, apurados no Sistema Especial de Liquidação e Custódia.
TAM Linhas Aéreas ou TAM LA	TAM Linhas Aéreas S.A.
TAM Viagens	Fidelidade Viagens e Turismo Ltda.
TJLP	Taxa de Juros de Longo Prazo, determinada e divulgada pelo CMN.
TR	Taxa Referencial.
US GAAP	Princípios contábeis geralmente aceitos nos Estados Unidos.

CONSIDERAÇÕES SOBRE ESTIMATIVAS E DECLARAÇÕES FUTURAS

As declarações constantes deste Prospecto relacionadas com os nossos planos, previsões, expectativas sobre eventos futuros e estratégias constituem estimativas e declarações futuras, que estão fundamentadas, em grande parte, em nossas perspectivas atuais, projeções sobre eventos futuros e tendências que afetam ou poderiam afetar o nosso setor de atuação, nossa participação de mercado, nossa reputação, nossos negócios, nossa situação financeira, o resultado das nossas operações, nossas margens, nosso fluxo de caixa e/ou o preço de mercado de nossas Ações.

Embora acreditemos que estejam baseadas em premissas razoáveis, essas estimativas e declarações futuras estão sujeitas a diversos riscos e incertezas e são feitas com base nas informações que dispomos na data deste Prospecto. Em vista desses riscos e incertezas, as estimativas e declarações futuras constantes deste Prospecto não são garantias de resultados futuros e, portanto, podem vir a não se concretizar, estando muitas das quais além do nosso controle ou capacidade de previsão. Por conta desses riscos e incertezas, o investidor não deve se basear exclusivamente nessas estimativas e declarações futuras para tomar sua decisão de investimento.

Nosso desempenho pode diferir substancialmente daquele previsto em nossas estimativas e declarações futuras em razão de inúmeros fatores, incluindo:

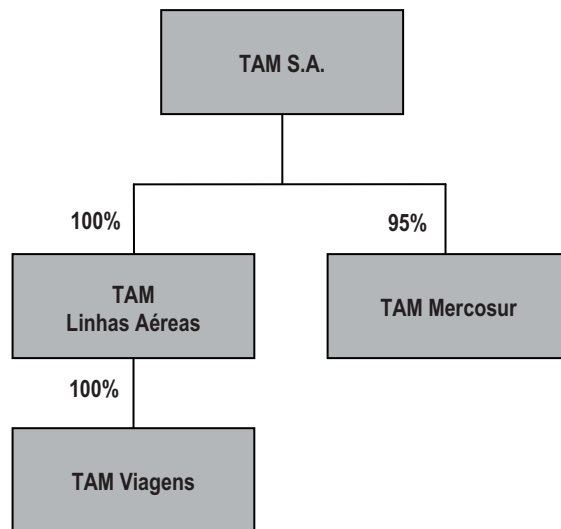
- os efeitos da crise financeira internacional no Brasil;
- as alterações na conjuntura social, econômica, política e de negócios do Brasil, incluindo flutuações nas taxas de câmbio, de juros ou de inflação, e liquidez nos mercados financeiro e de capitais;
- alterações nas leis e nos regulamentos aplicáveis ao nosso setor de atuação e/ou aos setores de atuação dos nossos parceiros comerciais, bem como alterações no entendimento dos tribunais ou autoridades brasileiras em relação a essas leis e regulamentos;
- a mudança no cenário competitivo no nosso setor de atuação e/ou nos setores de atuação dos nossos parceiros comerciais, bem como alterações nas preferências e situação financeira dos Participantes e parceiros comerciais;
- a nossa capacidade de implementar com sucesso a nossa estratégia de negócio, incluindo a nossa capacidade de atrair novos Participantes;
- a nossa capacidade de atrair e manter parceiros comerciais ativos que ofereçam produtos e serviços que sejam atraentes aos Participantes, bem como a nossa capacidade de obter tais produtos e serviços de forma consistente e a preços que sejam ao menos compatíveis com nossos negócios;
- a nossa capacidade de contratar financiamentos quando necessário e em termos razoáveis;
- os interesses do nosso Acionista Controlador;
- a nossa capacidade de implementar sistemas de tecnologia da informação; e
- outros fatores discutidos na seção “Fatores de Risco” na página 46 deste Prospecto.

Declarações que dependam ou estejam relacionadas a eventos ou condições futuras ou incertas, ou que incluam as palavras “acredita”, “antecipa”, “continua”, “entende”, “espera”, “estima”, “faria”, “planeja”, “poderia”, “pode”, “poderá”, “pretende”, “prevê”, “projeta”, suas variações e palavras similares têm por objetivo identificar estimativas e declarações futuras. As estimativas e declarações futuras constantes deste Prospecto referem-se apenas à data em que foram expressas, sendo que não assumimos a obrigação de atualizar publicamente ou revisar quaisquer dessas estimativas e declarações futuras, em razão de novas informações, eventos futuros ou quaisquer outros fatores.

APRESENTAÇÃO DAS INFORMAÇÕES FINANCEIRAS E OUTRAS INFORMAÇÕES

Reorganização Societária

A TAM Linhas Aéreas foi constituída em 1976 para, além de explorar serviços de transporte aéreo regular de passageiros, desenvolver outras atividades conexas, correlatas e complementares ao serviço de transporte aéreo, o que inclui a gestão, administração e operação de programas de fidelização de clientes. Em 30 de setembro de 2009, a estrutura societária simplificada da TAM Linhas Aéreas podia ser representada da seguinte forma:



Em 1993, a TAM Linhas Aéreas criou seu programa de fidelização de clientes, o Programa TAM Fidelidade, o primeiro programa de fidelização de clientes do setor de aviação do Brasil (frequent-flyer program). Acreditamos que, ao longo dos seus 16 anos de existência, o Programa TAM Fidelidade tornou-se um dos principais programas de fidelização de clientes no Brasil, com aproximadamente 6,3 milhões de Participantes e mais de 100 parceiros comerciais em 30 de setembro de 2009.

Em 2008, em decorrência dos resultados crescentes e consistentes apresentados, em especial nos últimos cinco anos, pelo Negócio de Fidelização de Clientes da TAM Linhas Aéreas, a TAM Linhas Aéreas e o Acionista Controlador decidiram promover uma reorganização societária mediante a segregação da totalidade do Negócio de Fidelização de Clientes da TAM Linhas Aéreas, com o objetivo de conferir maior racionalização nas estruturas operacional, administrativa e financeira do Negócio de Fidelização de Clientes da TAM Linhas Aéreas, bem como obter maior eficiência, rentabilidade e independência. Essa reorganização societária realizou-se, em um primeiro momento, com a transformação do Negócio de Fidelização de Clientes da TAM Linhas Aéreas em uma unidade de negócio na TAM Linhas Aéreas e, posteriormente, em 2009, com sua concentração em uma entidade independente da TAM Linhas Aéreas.

Fomos formalmente constituídos em 6 de agosto de 2009. Em 28 de outubro de 2009, a totalidade das Ações do nosso capital social foi transferida ao nosso Acionista Controlador. Com o fim de viabilizar a reorganização societária, nós e a TAM Linhas Aéreas firmamos, em 10 de dezembro de 2009, os seguintes contratos:

- Contrato Operacional, com o objetivo de regular o nosso relacionamento com a TAM Linhas Aéreas a partir de 1º de janeiro de 2010, quando assumimos o Negócio de Fidelização de Clientes da TAM Linhas Aéreas; e
- Contrato de Compartilhamento, por meio do qual a TAM Linhas Aéreas passou a compartilhar conosco, a partir de 1º de janeiro de 2010, os 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.

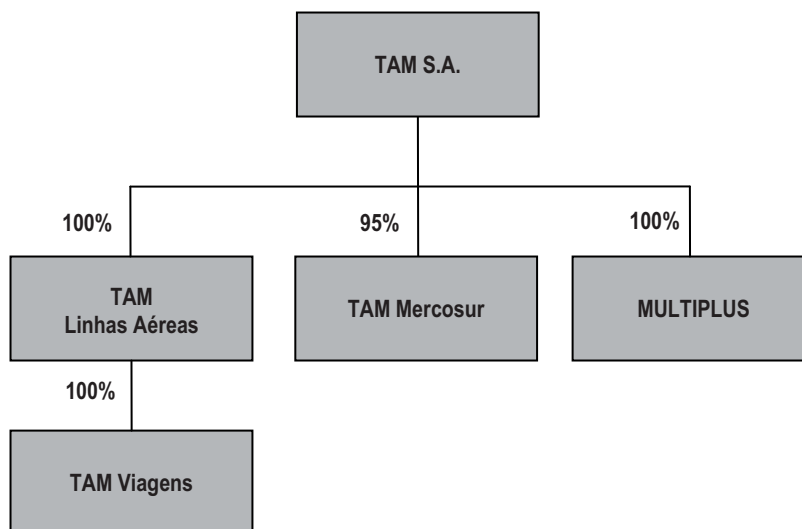
Apresentação das informações financeiras e outras informações

Nos termos do Contrato Operacional, a TAM Linhas Aéreas comprometeu-se a nos transferir até 31 de dezembro de 2009 a totalidade do Negócio de Fidelização de Clientes da TAM Linhas Aéreas, consistente dos seguintes ativos e passivos:

- 112 contratos de parceria comercial;
- 51 empregados; e
- a licença de uso do sistema de tecnologia da informação da Oracle, o “Siebel Loyalty”, incluindo todos os direitos e obrigações relacionados à licença de uso do “Siebel Loyalty” e assistência técnica.

Até 31 de dezembro de 2009, a TAM Linhas Aéreas tinha nos transferido 90 contratos de parceria comercial. De acordo com o primeiro termo aditivo ao Contrato Operacional que celebramos com a TAM Linhas Aéreas em 12 de janeiro de 2010, prorrogamos em seis meses o prazo para a TAM Linhas Aéreas nos transferir os 22 contratos de parceria comercial remanescentes na medida em que encerre estas tratativas com os 22 parceiros comerciais. Para informações adicionais, ver seção “Operações com Partes Relacionadas — Contrato Operacional” na página 145 deste Prospecto.

Nesta data, a estrutura societária simplificada do Grupo TAM pode ser representada da seguinte forma:



Informações Financeiras

Utilizamos neste Prospecto informações financeiras decorrentes das (1) demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade relativas aos anos encerrados em 31 de dezembro de 2007 e 2008 e aos períodos de nove meses encerrados em 30 de setembro de 2008 e 2009, (2) informações financeiras *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade relativas ao ano encerrado em 31 de dezembro de 2008 e aos períodos de nove meses encerrados em 30 de setembro de 2008 e 2009 e (3) demonstrações financeiras da Multiplus S.A. relativas ao período de 6 de agosto de 2009 (data de constituição da Companhia) a 30 de setembro de 2009.

Para informações adicionais sobre as principais diferenças entre as demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade e as informações financeiras *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade, ver seção “Análise e Discussão da Administração sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais — Principais Diferenças entre as Demonstrações Financeiras *Carve-out* do Programa TAM Fidelidade e as Informações Financeiras *Pro Forma Carve-out* do Programa TAM Fidelidade” na página 89 deste Prospecto.

Demonstrações Financeiras Carve-Out do Programa TAM Fidelidade

Considerando que em 1º de janeiro de 2010 assumimos o Negócio de Fidelização de Clientes da TAM Linhas Aéreas e que esse, em 31 de dezembro de 2009, consistia basicamente no Programa TAM Fidelidade, utilizamos neste Prospecto informações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade derivadas das demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade relativas aos anos encerrados em 31 de dezembro de 2007 e 2008 e aos períodos de nove meses encerrados em 30 de setembro de 2008 e 2009, que estão anexas a este Prospecto a partir da página 177.

As demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade, incluindo os balanços patrimoniais e respectivas demonstrações de resultado e de fluxo de caixa, foram elaboradas de acordo com o IFRS e preparadas sobre uma base *carve-out* a partir das demonstrações financeiras consolidadas do Acionista Controlador relativas aos exercícios sociais encerrados em 31 de dezembro de 2007 e 2008 e aos períodos de nove meses encerrados em 30 de setembro de 2008 e 2009. As demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade são apresentadas na forma *carve-out* para demonstrar as informações financeiras históricas do Programa TAM Fidelidade de maneira segregada dos demais negócios desenvolvidos pelo Acionista Controlador nos mesmos exercícios e períodos indicados.

Considerando os critérios, métodos e premissas descritos abaixo em “Demonstrações Financeiras *Carve-out* – Metodologia” e na seção “Análise e Discussão da Administração Sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais – Principais Diferenças entre as Demonstrações Financeiras *Carve-out* e as Informações Financeiras *Pro Forma Carve-out*”, acreditamos que as demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade apresentam a situação financeira, o resultado das operações e o fluxo de caixa do Programa TAM Fidelidade nos anos e períodos indicados. Apesar de acreditarmos que fornecem uma apresentação útil ao investidor, as demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade podem não representar a situação patrimonial, resultado e fluxo de caixa do Programa TAM Fidelidade nos anos e períodos indicados, caso o Programa TAM Fidelidade estivesse operando como uma entidade independente da TAM Linhas Aéreas desde 1º de janeiro de 2007 e durante os períodos apresentados. Além disso, as demonstrações financeiras *carve-out* não são indicativas e, portanto, não são garantias, dos nossos resultados futuros.

Metodologia

Na medida do possível, foram identificados de forma específica os ativos, passivos, receitas e despesas do Programa TAM Fidelidade com base nos registros contábeis e na estrutura organizacional consolidada existente do Acionista Controlador nos anos e períodos indicados.

O Acionista Controlador adota uma abordagem centralizada para a gestão do caixa decorrente das suas atividades. Em decorrência disso, os sistemas de gestão do caixa do Acionista Controlador não permitem a segregação dos saldos e movimentações de caixa relacionados a um negócio específico. Dessa forma, adotou-se o seguinte critério: (1) o montante total de caixa recebido pelo Acionista Controlador relacionado ao Programa TAM Fidelidade (tais como o caixa decorrente de receita de pontos emitidos) foi contabilizado nas demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade como uma distribuição de capital para o Acionista Controlador e (2) o montante total de caixa pago pelo Acionista Controlador relacionado ao Programa TAM Fidelidade (tais como o caixa usado para pagamento de despesas do Programa TAM Fidelidade) foi contabilizado nas demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade como uma contribuição de capital do Acionista Controlador.

O ativo líquido do Programa TAM Fidelidade representa o valor residual dos ativos do Programa TAM Fidelidade após a dedução dos respectivos passivos. Na medida em que o Programa TAM Fidelidade não existia como pessoa jurídica separada nos anos e períodos indicados, não são apresentados nas demonstrações financeiras *carve-out* valores como patrimônio líquido e tampouco existiam para o Programa TAM Fidelidade componentes separados do patrimônio líquido, tais como capital social e reservas.

Informações Financeiras Pro Forma Carve-Out do Programa TAM Fidelidade

Utilizamos também neste Prospecto informações financeiras *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade, que ajusta, de maneira *pro forma*, as demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade relativas ao ano encerrado em 31 de dezembro de 2008 e aos períodos de nove meses encerrados em 30 de setembro de 2008 e 2009, que estão anexas a este Prospecto a partir da página 177.

As informações financeiras *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade são apresentadas para demonstrar os ajustes *pro forma* que poderiam decorrer dos Acordos Operacionais nas demonstrações de resultado *carve-out* do Programa TAM Fidelidade caso eles estivessem em vigor desde 1º de janeiro de 2008. Acreditamos que as informações financeiras *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade apresentam informações mais próximas da realidade das nossas operações e mais úteis ao investidor do que as demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade, na medida em que levam em consideração o nosso novo modelo de negócio decorrente dos Acordos Operacionais, os quais afetam uma parcela significativa das nossas receitas e despesas operacionais.

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 converterem os seus pontos da Multiplus Fidelidade por pontos de programas de nossos parceiros comerciais ou os resgatarem por Prêmios outros que não Passagens-Prêmio após 31 de dezembro de 2009, a TAM Linhas Aéreas nos reembolsará pelas despesas que incorreremos 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 da Multiplus Fidelidade por Passagens-Prêmio após 31 de dezembro de 2009, a TAM Linhas Aéreas nos concederá descontos nos valores que tivermos de pagar pelas Passagens-Prêmio, os quais levam em consideração a classe da cabine relativa à Passagem-Prêmio, o tempo de duração do voo (se de curta ou longa distância) e a quantidade de pontos resgatados do Programa TAM Fidelidade para emissão da Passagem-Prêmio, de maneira proporcional aos pontos acumulados pelo Participante até 31 de dezembro de 2009 e que sejam utilizados nesses resgates.

Como resultado, reconhecemos apenas a receita e a despesa correspondentes aos pontos acumulados na Multiplus Fidelidade a partir de 1º de janeiro de 2010.

Apesar de acreditarmos que fornecem uma apresentação útil ao investidor, as informações financeiras *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade podem não representar o resultado do Programa TAM Fidelidade no ano e períodos indicados, caso o Programa TAM Fidelidade estivesse operando como uma entidade independente da TAM Linhas Aéreas e os Acordos Operacionais estivessem em vigor desde 1º de janeiro de 2008. Além disso, as informações financeiras *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade não são indicativas e, portanto, não são garantias, dos nossos resultados futuros.

EBITDA, EBITDA Pro Forma Ajustado, Receita Pro Forma Ajustada e Custos Estimados com Resgates Relacionados com a Receita Pro Forma Ajustada

EBITDA

O EBITDA é uma medida não contábil calculada com base nas informações financeiras *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade e que corresponde ao lucro líquido do período, antes do imposto de renda e da contribuição social, das receitas e despesas financeiras líquidas e da depreciação e amortização.

O EBITDA não é uma medida reconhecida pelas Práticas Contábeis Adotadas no Brasil, IFRS ou US GAAP, não possui um significado padrão e pode não ser comparável a medidas com denominação semelhante preparadas por diferentes companhias. O EBITDA apresenta limitações que podem prejudicar a sua utilização como medida de lucratividade, em razão de não considerar determinados custos decorrentes dos nossos negócios, que poderiam afetar de maneira significativa os nossos lucros, tais como despesas financeiras, tributos, depreciação, despesas de capital e outros encargos relacionados. Nos nossos negócios, o EBITDA é utilizado como medida do nosso desempenho operacional.

EBITDA Pro Forma Ajustado

O EBITDA *Pro Forma* Ajustado do Programa TAM Fidelidade é uma medida não contábil calculada com base nas informações financeiras *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade 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 Programa TAM Fidelidade e que incluem despesas com depreciação e amortização, Receita *Pro Forma* Ajustada para o período e custos estimados com resgates relacionados com a Receita *Pro Forma* Ajustada para o período. Acreditamos que o EBITDA *Pro Forma* Ajustado seja uma importante medida para avaliar o desempenho histórico do Programa TAM Fidelidade e pretendemos continuar utilizando essa medida para medir o nosso desempenho no futuro.

O EBITDA *Pro Forma* Ajustado não é uma medida reconhecida pelas Práticas Contábeis Adotadas no Brasil, US GAAP ou IFRS, não possui um significado padrão e pode não ser comparável ao EBITDA ou EBITDA *Pro Forma* Ajustado elaborados por diferentes companhias. O EBITDA *Pro Forma* Ajustado apresenta limitações que podem prejudicar a sua utilização como medida de lucratividade, em razão de não considerar determinados custos decorrentes dos nossos negócios, que poderiam afetar de maneira significativa os nossos lucros, tais como despesas financeiras, tributos, depreciação, despesas de capital e outros encargos relacionados.

Adicionalmente, como os custos estimados com resgates, que fazem parte do cálculo do EBITDA *Pro Forma* Ajustado, são construídos com base em estimativas, o EBITDA *Pro Forma* Ajustado não decorre diretamente das demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade ou das informações financeiras *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade anexas a este Prospecto. Além disso, essas estimativas estão sujeitas a certos riscos e incertezas, não sendo, portanto, garantias de que os efetivos custos com resgates não serão materialmente diferentes dos custos estimados com resgates. O EBITDA *Pro Forma* Ajustado não deve ser considerado como uma alternativa para o lucro (prejuízo) líquido calculado com base nas Práticas Contábeis Adotadas no Brasil, US GAAP ou IFRS, como um indicador de nosso desempenho, como substituto para o caixa gerado pelas atividades operacionais, de investimento ou financiamento ou como indicador de liquidez ou de fluxo de caixa. Para informações sobre a reconciliação do EBITDA *Pro Forma* Ajustado do Programa TAM Fidelidade com o lucro operacional calculado com base nas informações financeiras *pro forma carve-out* do TAM Fidelidade, ver seção “Análise e Discussão da Administração sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais — Reconciliação do Lucro Operacional *Pro Forma Carve-Out* do Programa TAM Fidelidade com o EBITDA *Pro Forma* Ajustado”, na página 107 deste Prospecto.

Receita Pro Forma Ajustada

Na medida em que a receita de pontos emitidos é reconhecida nas demonstrações de resultado somente quando os pontos são resgatados (ou, no que diz respeito à estimativa de *breakage*, durante o período de dois anos contados da emissão desses pontos), pode haver uma diferença significativa entre os resultados contábeis, baseados nesse método de reconhecimento de receita, e a receita por pontos emitidos no período. Por essa razão, e para refletir de melhor forma a performance do negócio em um determinado período que está vinculada aos pontos emitidos no período, calculamos o EBITDA *Pro Forma* Ajustado utilizando a receita diferida correspondente aos pontos emitidos no período, aos quais nos referimos como Faturamento Bruto, ao invés de utilizar a receita de pontos resgatados e receita de *breakage* reconhecida nas demonstrações de resultado do período. Dessa forma, para mensurar a Receita *Pro Forma* Ajustada, reconhecemos um ajuste pela diferença entre (i) o Faturamento Bruto, e (ii) a receita de pontos resgatados e receita de *breakage* reconhecida no período nas demonstrações de resultado, baseadas na prática de reconhecimento de receita do TAM Fidelidade.

Custos Estimados com Resgates relacionados com a Receita Pro Forma Ajustada

Para fins de cálculo do EBITDA *Pro Forma* Ajustado, e com o fim de melhor apresentar os custos com resgates relacionados com a receita diferida de pontos emitidos em um determinado período, estimamos os custos estimados com resgates relacionados com a Receita *Pro Forma* Ajustada mediante a soma dos custos efetivos com Prêmios, conforme reconhecidos nas demonstrações de resultado, e o produto entre:

- a diferença entre a quantidade de pontos emitidos no período que se espera ser resgatada (ou seja, a quantidade de pontos emitidos no período, líquida da estimativa de *breakage*) e a quantidade de pontos resgatada no período, multiplicado por
- o custo médio por ponto resgatado.

Apresentação das informações financeiras e outras informações

Como resultado, o EBITDA *Pro Forma* Ajustado do Programa TAM Fidelidade considera como receita diferida todos os pontos emitidos em determinado período e como custos com Prêmios todos os pontos emitidos em determinado período que se espera serão resgatados (ou seja, a quantidade de pontos emitidos no período, líquida da estimativa de *breakage*).

Informações de Mercado

As informações constantes deste Prospecto sobre o nosso setor, incluindo estimativas, foram extraídas de pesquisas internas e de mercado, dados disponíveis ao público e publicações do nosso setor de atuação. Essas informações foram obtidas de fontes que consideramos confiáveis, como BACEN, BM&FBOVESPA, IBGE e SEC, entre outros. Apesar de não termos procedido a qualquer investigação independente para verificar a exatidão e correção dessas informações, não temos motivos para acreditar que elas sejam imprecisas ou incorretas em algum aspecto relevante. Contudo, não prestamos qualquer declaração quanto à exatidão e correção dessas informações.

Outras Informações

Neste Prospecto, utilizamos os termos:

- “Companhia”, “nós” e “nosso” para nos referirmos à Multiplus S.A., salvo se expressamente mencionado em contrário. Em especial, no contexto financeiro e operacional, utilizamos os termos “nós”, “nossos” e “nossas” para nos referir à Companhia e a todos os nossos ativos e passivos, incluindo o Negócio de Fidelização de Clientes da TAM Linhas Aéreas, independente da data em que nos foram transferidos ou data em que os Acordos Operacionais entraram em vigor.
- “Programa TAM Fidelidade” para nos referirmos, conforme o contexto assim o exija, ao programa de fidelização de clientes da TAM Linhas Aéreas ou ao Programa TAM Fidelidade, incluindo o Negócio de Fidelização de Clientes da TAM Linhas Aéreas, independente da data em que nos foram transferidos ou data em que os Acordos Operacionais entraram em vigor.
- “Multiplus Fidelidade” para nos referirmos, conforme o contexto assim o exija, à rede de coalizão de programas de fidelização de clientes de parceiros comerciais da Companhia, incluindo o Programa TAM Fidelidade, ou à Multiplus Fidelidade, incluindo todos os nossos ativos e passivos, dentro os quais o Negócio de Fidelização de Clientes da TAM Linhas Aéreas, independente da data em que nos foram transferidos ou data em que os Acordos Operacionais entraram em vigor.

Arredondamentos

Alguns valores e percentuais constantes deste Prospecto foram arredondados para facilitar a sua apresentação e, dessa forma, os valores totais apresentados em algumas tabelas constantes deste Prospecto podem não representar a soma exata dos valores que os precedem.

SUMÁRIO DA COMPANHIA

Apresentamos a seguir um sumário dos nossos negócios, incluindo nossas informações operacionais e financeiras, nossas vantagens competitivas e estratégias de negócios. Este sumário não contém todas as informações que um potencial investidor deve considerar antes de tomar sua decisão de investimento em nossas Ações. Os potenciais investidores devem analisar cuidadosamente todas as informações contidas neste Prospecto, incluindo as seções “Fatores de Risco” e “Análise e Discussão da Administração sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais” e as demonstrações e informações financeiras e respectivas notas explicativas anexas a este Prospecto, para um entendimento mais detalhado dos nossos negócios e desta Oferta.

Visão Geral

Acreditamos que a Multiplus Fidelidade é a maior coalizão de programas de fidelização do Brasil, em termos de parceiros comerciais. Somos, desde 1º de janeiro de 2010, o gestor exclusivo do Programa TAM Fidelidade, o programa de fidelização de clientes da TAM Linhas Aéreas, uma das principais companhias aéreas do hemisfério sul, em 2008, em termos de passageiros transportados, de acordo com publicação da Airlines Business Magazine.

Resultamos de uma reestruturação societária da TAM Linhas Aéreas para, como uma empresa independente, gerir, administrar e operar o Programa TAM Fidelidade, bem como para prestar 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. Além disso, também somos responsáveis por administrar a compensação e liquidação dos créditos decorrentes dos pontos acumulados, na medida em que, por meio de uma rede de coalizão, os consumidores podem acumular pontos provenientes de diversos programas de fidelização em uma só conta e realizar resgates de prêmios em várias empresas dos mais diferentes ramos.

Nossa principal fonte de receita advém da emissão de pontos da Multiplus Fidelidade para nossos parceiros comerciais, incluindo a TAM Linhas Aéreas, os quais, por sua vez, oferecem esses pontos aos seus Participantes para que esses os resgatem por Prêmios. Nossos principais custos operacionais referem-se à compra de passagens aéreas da TAM Linhas Aéreas para atender ao resgate de pontos dos nossos Participantes em troca de Passagens-Prêmio.

A Multiplus Fidelidade adota um modelo de negócio que difere das coalizões tradicionais, pois possui um modelo flexível, que se origina na junção dos benefícios dos dois modelos existentes: coalizões e programas individuais. Ao invés de substituir os programas dos parceiros, a Multiplus Fidelidade os conecta em uma rede mais abrangente. Dessa forma, a Multiplus Fidelidade não compete, mas coopera, com os programas de fidelização dos seus parceiros comerciais, dando a estes alternativas de resgates de alta atratividade ao passo que permite aos parceiros comerciais continuar se relacionando com seus consumidores.

Assumimos, em 1º de janeiro de 2010, a extensa e diversificada rede de parceiros comerciais do Programa TAM Fidelidade, composta por mais de 100 parceiros comerciais no Brasil originários do Programa TAM Fidelidade e 6,3 milhões de Participantes, em 30 de setembro de 2009. Permitimos que nossos Participantes acumulem pontos da Multiplus Fidelidade ao realizarem as suas compras e os resgatem por Prêmios por meio dos programas dos nossos parceiros comerciais ou do nosso catálogo eletrônico. Os Prêmios que oferecemos, juntamente com nossos parceiros comerciais, incluem Passagens-Prêmio, eletro-eletrônicos, livros, cupons de supermercado, aluguéis de veículos, dentre outros. Além disso, oferecemos os Prêmios que disponibilizamos em nosso catálogo eletrônico. Acreditamos que, à medida que a nossa rede de parceiros comerciais aumentar, os pontos da Multiplus Fidelidade poderão ser utilizados como forma de pagamento em operações comerciais cotidianas mantidas nos mais diversos setores da economia tornando-se assim uma moeda ainda mais relevante para nossos Participantes.

Nossos parceiros comerciais incluem importantes empresas de vários setores da economia, como supermercados, postos de combustível, livrarias, cartões de crédito, bancos, hotéis, locadoras de automóvel, jornais, revistas, comércio eletrônico, construtoras, instituições de ensino, farmácias, estética e saúde, dentre outros. Algumas delas podem ser destacadas, como Accor, Ipiranga-Texaco, Livraria Cultura, Walmart, e Pontofrio.com. Ao contrário dos programas de fidelização individuais tradicionais, permitimos, por meio de uma conta da Multiplus Fidelidade, que os Participantes dos programas de fidelização dos nossos parceiros comerciais decidam se transferirão seus pontos entre os diversos programas de fidelização que compõem a nossa rede Multiplus Fidelidade ou concentrem os pontos acumulados de diferentes programas de fidelização em uma única conta Multiplus Fidelidade.

Sumário da companhia

Obtemos substancial vantagem do nosso relacionamento com a TAM Linhas Aéreas. O Programa TAM Fidelidade foi lançado pela TAM Linhas Aéreas em 1993 para funcionar como um programa de incentivo para os seus clientes fiéis, tornando-se o primeiro programa de fidelização de clientes, *frequent-flyer program*, do setor de aviação do Brasil. Acreditamos que, em 30 de setembro de 2009, o Programa TAM Fidelidade era um dos principais programas de fidelização de clientes do Brasil, tendo registrado um CAGR de 21,6% entre 2004 e 2008 em termos de número de Participantes. No período de nove meses encerrado em 30 de setembro de 2009, o Programa TAM Fidelidade registrou Faturamento Bruto *carve-out* de R\$594,1 milhões e Faturamento Bruto *pro forma carve-out* de R\$687,0 milhões.

Acreditamos que os Participantes do Programa TAM Fidelidade representam para os nossos atuais e futuros parceiros comerciais uma base extremamente atraente de consumidores brasileiros, em termos de renda familiar e hábitos de consumo. No período de nove meses encerrado em 30 de setembro de 2009, os Participantes do Programa TAM Fidelidade acumularam aproximadamente 27,2 bilhões de pontos no Programa TAM Fidelidade.

As tabelas abaixo destacam algumas das informações financeiras e operacionais do Programa Fidelidade para os períodos indicados. Para informações mais detalhadas sobre as nossas informações financeiras, ver seções “Apresentação das Informações Financeiras e Outras Informações”, “Sumário das Informações Financeiras e Operacionais”, “Informações Financeiras e Operacionais Seleccionadas” e “Análise e Discussão da Administração sobre a Situação Financeira e o Resultado das Operações”, respectivamente nas páginas 12, 35, 81 e 85 deste Prospecto, e as demonstrações e informações financeiras e respectivas notas explicativas anexas a este Prospecto.

	Anos encerrados em		Crescimento	Períodos de nove meses encerrados em		Crescimento
	31 de dezembro de	2008		30 de setembro de	2009	
	2007	2008	(%)	2008	2009	(%)
Informações Operacionais						
Quantidade total de						
Participantes (milhões).....	4,5	5,5	21,2	5,2	6,3	21,2
Quantidade de pontos						
emitidos (bilhões)	20,9	31,8	52,1	24,5	27,2	10,8
Quantidade de pontos						
resgatados (bilhões).....	9,3	21,4	129,2	15,6	19,5	25,0
<i>Burn/earn</i> (%)	44,7	67,4	n.a.	63,7	71,9	n.a.
<i>Breakage</i> (%).....	30	27	n.a.	27	27	n.a.

Sumário da companhia

	Ano encerrado em	Períodos de nove meses encerrados em	
	31 de dezembro de	30 de setembro de	
	2008	2008	2009
Informações Financeiras <i>Pro Forma</i>		(R\$ milhões)	
<i>Carve-out</i> do Programa TAM Fidelidade			
Faturamento Bruto ⁽¹⁾	736,4	567,6	687,0
EBITDA ⁽²⁾	135,4	90,1	144,2
EBITDA <i>Pro Forma</i> Ajustado ⁽³⁾	195,1	147,2	181,9

⁽¹⁾ Corresponde ao valor da receita bruta diferida contabilmente em um determinado período correspondente aos pontos do Programa TAM Fidelidade emitidos durante o mesmo período, em bases *pro forma carve-out*.

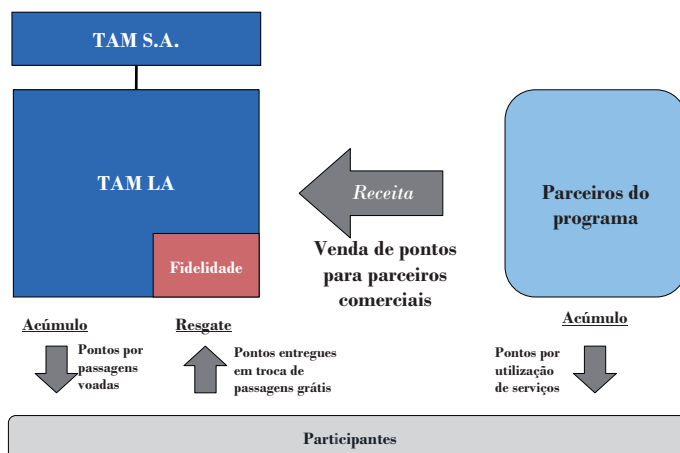
⁽²⁾ O EBITDA é uma medida não contábil calculada com base nas informações financeiras *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade e que corresponde ao lucro líquido do período antes do imposto de renda e da contribuição social, das receitas e despesas financeiras, líquidas e da amortização e depreciação. O EBITDA não é uma medida reconhecida pelas Práticas Contábeis Adotadas no Brasil, IFRS ou US GAAP, não possui um significado padrão e pode não ser comparável ao EBITDA preparado por outras empresas. O EBITDA apresenta limitações que podem prejudicar a sua utilização como medidas de lucratividade, em razão de não considerar determinados custos dos negócios, que poderiam afetar de maneira significativa os lucros, tais como despesas financeiras, tributos, depreciação, despesas de capital e outros encargos relacionados. Nos nossos negócios, o EBITDA é utilizado como medida do nosso desempenho operacional.

⁽³⁾ O EBITDA *Pro Forma* Ajustado do Programa TAM Fidelidade é uma medida não contábil calculada com base nas informações financeiras *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade 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 Programa TAM Fidelidade e que incluem despesas com depreciação e amortização, Receita *Pro Forma* Ajustada para o período e custos estimados com resgates relacionados com a Receita *Pro Forma* Ajustada para o período. Acreditamos que o EBITDA *Pro Forma* Ajustado seja uma importante medida para avaliar o desempenho histórico do Programa TAM Fidelidade e pretendemos continuar utilizando essa medida para medir o nosso desempenho no futuro. O EBITDA *Pro Forma* Ajustado não é uma medida reconhecida pelas Práticas Contábeis Adotadas no Brasil, US GAAP ou IFRS, não possui um significado padrão e pode não ser comparável ao EBITDA ou EBITDA *Pro Forma* Ajustado elaborados por diferentes companhias. O EBITDA *Pro Forma* Ajustado apresenta limitações que podem prejudicar a sua utilização como medida de lucratividade, em razão de não considerar determinados custos decorrentes dos nossos negócios, que poderiam afetar de maneira significativa os nossos lucros, tais como despesas financeiras, tributos, depreciação, despesas de capital e outros encargos relacionados. Adicionalmente, como os custos estimados com resgates, que fazem parte do cálculo do EBITDA *Pro Forma* Ajustado, são construídos com base em estimativas, o EBITDA *Pro Forma* Ajustado não decorre diretamente das demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade ou das informações financeiras *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade anexas a este Prospecto. Além disso, essas estimativas estão sujeitas a certos riscos e incertezas, não sendo, portanto, garantias de que os efetivos custos com resgates não serão materialmente diferentes dos custos estimados com resgates. O EBITDA *Pro Forma* Ajustado não deve ser considerado como uma alternativa para o lucro (prejuízo) líquido calculado com base nas Práticas Contábeis Adotadas no Brasil, US GAAP ou IFRS, como um indicador de nosso desempenho, como substituto para o caixa gerado pelas atividades operacionais, de investimento ou financiamento ou como indicador de liquidez ou de fluxo de caixa. Para informações sobre a reconciliação do EBITDA *Pro Forma* Ajustado do Programa TAM Fidelidade com o lucro operacional calculado com base nas informações financeiras *pro forma carve-out* do TAM Fidelidade, ver seção “— Reconciliação do Lucro Operacional *Pro Forma Carve-Out* do Programa TAM Fidelidade com o EBITDA *Pro Forma* Ajustado”, na página 107 deste Prospecto.

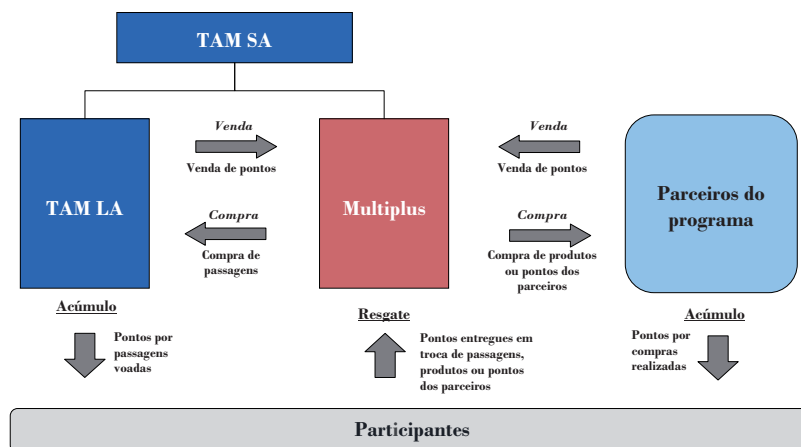
Quase a totalidade dos Participantes da Multiplus Fidelidade, que compreende os Participantes do Programa TAM Fidelidade, estão localizados no Brasil. Os demais Participantes da Multiplus Fidelidade estão localizados principalmente na Argentina e nos Estados Unidos.

As figuras a seguir resumem a criação da Multiplus Fidelidade e as suas diferenças para o Programa TAM Fidelidade. Até a criação da 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 a resgates na própria TAM Linhas Aéreas. A Multiplus Fidelidade foi constituída como um novo negócio em uma entidade separada, na qual uma maior gama de acúmulo e resgates está disponível. Todos os pontos acumulados e prêmios entregues aos Participantes são respectivamente vendidos e comprados, incluindo as operações com a própria TAM Linhas Aéreas.

Contexto Programa TAM Fidelidade apenas:



Contexto Multiplus Fidelidade:



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 a Multiplus Fidelidade, 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 acumule pontos por meio da aquisição de produtos de um único fornecedor. Dessa forma, acreditamos que os programas de coalizão oferecem uma proposta de valor mais atraente, uma vez que os Participantes podem acumular pontos de maneira mais rápida e têm acesso a um portfólio mais abrangente de opções e resgate de Prêmios. Além disso, os programas de coalizão também permitem um melhor monitoramento dos padrões de gastos do consumidor em diversos setores da economia.

Sumário da companhia

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, originalmente criados nos Estados Unidos durante a década de 80, deve-se principalmente ao alto apelo de obtenção de passagens aéreas grátis. Segundo a revista *Inside Flyer*, em janeiro de 2006, havia aproximadamente 92 *frequent-flyer programs* no mundo todo, com quantidade total aproximada de mais de 180 milhões de Participantes e os *frequent-flyer programs* concederam um total aproximado de 500 bilhões de milhas, a moeda do programa de fidelização geralmente utilizada pelos *frequent-flyer programs*. Além disso, devido ao apelo dos Prêmios em passagens aéreas, 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. Enquanto outros programas de fidelização buscaram ainda expandir e diversificar as oportunidades de acúmulo de pontos e opções de Prêmios, acreditamos que os Prêmios em passagens aéreas continuam a ser mais atraentes para os consumidores, o que acreditamos posicionam ainda os *frequent-flyer programs* na vanguarda do desenvolvimento de programas de coalizão de maneira singular.

Em linhas gerais, podemos destacar as seguintes vantagens de um programa de coalizão sobre programas individuais:

- Blindagem da base atual de clientes por meio de melhora da proposta de valor;
- Maior facilidade de acúmulo e resgate, o que torna o produto também atrativo a consumidores de menor renda;
- Redução de custos de retenção e aquisição de Participantes em relação aos programas individuais;
- Possibilidade de utilização da base de CRM de vários segmentos (maior efetividade com menor custo) para realização de ações comerciais casadas com os outros parceiros da coalizão;
- Alavancagem 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 (por exemplo, oferta de pontos dobrados para um determinado produto) e promoções cruzadas com outros parceiros da rede (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); e
- Aumento da divulgação das marcas individuais pela associação à coalizão.

Visão Geral do Setor de Redes e Programas de Fidelização de Clientes no Brasil

Atualmente, os *frequent-flyer programs* são programas de fidelização de clientes muito populares no Brasil, com um grande número de Participantes, em virtude do alto grau de apelo das recompensas em passagens aéreas, juntamente com os programas atrelados a cartões de crédito. A maioria dos mantenedores dos programas de fidelização no Brasil, notadamente os prestadores de serviços financeiros, buscaram estabelecer relacionamentos com companhias aéreas com o objetivo de disponibilizar oportunidades de Prêmios em passagens aéreas para os seus Participantes. Devido à alta concentração do setor de aviação e serviços financeiros, estimamos que há atualmente uma quantidade limitada de programas de fidelização relevantes no Brasil. Apesar das empresas de outros setores, inclusive varejo, telecomunicações e produtos de consumo, buscarem cada vez mais lançar programas de fidelização, esses programas ainda estão no estágio inicial de desenvolvimento. Nesse sentido, acreditamos que o setor de redes e programas de fidelização de clientes no Brasil é atualmente caracterizado pela baixa concorrência e alto potencial de crescimento.

Acreditamos que o setor de redes e programas de fidelização de clientes no Brasil tem potencial para crescer de maneira significativa devido ao grande número de consumidores que entendemos não serem participantes de programas e de empresas e setores que entendemos não adotarem ou que ainda estejam em fase inicial de programas de fidelização. Além disso, a evolução do poder aquisitivo da população reforça as perspectivas positivas para o setor no Brasil.

Nossas Vantagens Competitivas

Acreditamos que nossas principais vantagens competitivas incluem:

Relacionamento Exclusivo e Estratégico com a TAM Linhas Aéreas

Nós nos beneficiamos significativamente do relacionamento exclusivo e estratégico que mantemos com a TAM Linhas Aéreas, que, entre outros, possui as seguintes vantagens estratégicas:

- Única companhia aérea brasileira com rotas para algumas das principais cidades dos Estados Unidos e da Europa;
- Ampla penetração de voos na América do Sul, através da própria TAM Linhas Aéreas ou da sua parceira, a LAN;
- Acesso à *Star Alliance*, maior aliança global de companhias aéreas em 2008 em termos de número de Participantes.

De acordo com a ANAC, a TAM Linhas Aéreas é a companhia aérea líder no mercado brasileiro, com participação de 46,3% no mercado doméstico e 86,8% no mercado internacional, no período de nove meses encerrado em 30 de setembro de 2009, em termos de RPK. A TAM Linhas Aéreas também é uma das principais companhias aéreas do hemisfério sul, em 2008, em termos de passageiros transportados, de acordo com publicação da *Airline Business Magazine*. A TAM Linhas Aéreas oferece voos para todo o Brasil, cobrindo a maior quantidade de destinos no território brasileiro em comparação a outras companhias aéreas brasileiras, e opera rotas programadas de transporte aéreo de passageiros e carga para 41 cidades, além de outros 37 destinos domésticos cobertos por meio de parcerias regionais com outras companhias aéreas. A TAM Linhas Aéreas também cobre diretamente 13 destinos internacionais, inclusive algumas das principais cidades dos Estados Unidos e da Europa, e oferece conexões com outros destinos por meio dos seus parceiros da *Star Alliance*, como a Lufthansa, TAP, Air Canada e United Airlines, e também de sua parceria estratégica com a LAN dentro da América do Sul. No período de nove meses encerrado em 30 de setembro de 2009, a TAM Linhas Aéreas transportou aproximadamente 18,7 milhões de passageiros em voos domésticos e aproximadamente 3,0 milhões de passageiros em voos internacionais.

Temos exclusividade na gestão, administração e operação, desde 1º de janeiro de 2010, do Programa TAM Fidelidade, de acordo com o Contrato Operacional, por força do qual passamos a ser responsáveis, dentre outros, pelo processamento de informações sobre o acúmulo e resgate de pontos no Programa TAM Fidelidade e pela entrega dos Prêmios aos Participantes do Programa TAM Fidelidade, de acordo com o Regulamento do Programa TAM Fidelidade e o Regulamento da Multiplus Fidelidade. Acreditamos que o Programa TAM Fidelidade representa um programa extremamente atraente em virtude de suas características, como a falta de restrição de assentos para emissão e utilização de Passagens-Prêmio na América do Sul, uma rede abrangente de voos para resgates de pontos e regras simples para um rápido acúmulo de pontos.

Com a gestão, administração e operação do Programa TAM Fidelidade, ganhamos acesso direto à expressiva base cadastral de clientes da TAM Linhas Aéreas, inclusive à parcela dos quais não é ainda Participante do Programa TAM Fidelidade. Em 2008, o percentual de passageiros por voo da TAM Linhas Aéreas que era Participante do Programa TAM Fidelidade foi inferior, em média, a 50%. Acreditamos que esses passageiros representam uma base substancial de potenciais Participantes da Multiplus Fidelidade à medida que, ao se tornarem Participantes do Programa TAM Fidelidade, eles se tornam automaticamente Participantes da Multiplus Fidelidade. Além disso, a TAM Linhas Aéreas é uma das nossas principais parceiras comerciais e adquire um alto volume de pontos da Multiplus Fidelidade para repassá-los aos Participantes do Programa TAM Fidelidade.

Base Sólida de Participantes com Perfil Atraente

Acreditamos que a nossa sólida base de Participantes nos torna extremamente atraentes para nossos atuais e potenciais parceiros comerciais que têm interesse em aumentar a sua visibilidade junto aos seus clientes. Em particular, o perfil dos Participantes da Multiplus Fidelidade os coloca em uma base atraente de consumidores brasileiros. Em 2008, mais de 57% dos Participantes do Programa TAM Fidelidade tinham uma renda familiar mensal média de mais de R\$6.000,00 enquanto o rendimento médio mensal real dos domicílios com rendimento no Brasil era de R\$1.968,00, de acordo com PNAD do IBGE.

Além disso, acreditamos que o nosso relacionamento com a TAM contribui para atrair novos Participantes para a Multiplus Fidelidade, uma vez que os Passagens-Prêmio são um dos Prêmios mais procurados nos programas de fidelização de clientes que oferecem passagens aéreas como Prêmios. Ao contrário do que ocorre em outros mercados, como Estados Unidos e Europa, onde há um grande número de programas concorrentes de companhia aérea para fidelização de clientes, o mercado brasileiro possui atualmente apenas dois programas relevantes de fidelização de clientes, oferecidos pelas duas grandes companhias aéreas nacionais: o Programa TAM Fidelidade e o “Smiles” da Gol.

Rede Abrangente e Diversificada de Parceiros Comerciais Líderes no Setor

Possuímos mais de 100 parceiros comerciais, dentre os quais estão empresas de vários segmentos como supermercados, postos de combustível, livrarias, cartões de crédito, bancos, hotéis, locadoras de automóvel, jornais, revistas, comércio eletrônico, construtoras, instituições de ensino, farmácias, estética e saúde, dentre outros. Algumas delas podem ser destacadas, como Accor, Ipiranga-Texaco, Livraria Cultura, Walmart e Pontofrio.com. Possuímos parceria com quatro dos cinco maiores bancos comerciais brasileiros em termos de número de cartões de crédito emitidos em 2008, de acordo com o Nilson Report. Acreditamos que a nossa abrangente e diversificada rede de parceiros comerciais torna a Multiplus Fidelidade atraente para nossos atuais e futuros Participantes à medida que os permite acumular pontos mais rapidamente por meio de uma parcela significativa dos seus gastos diários, ao mesmo tempo que os permite resgatar mais facilmente seus pontos por Prêmios escolhidos a partir de uma ampla variedade de produtos e serviços. Além disso, acreditamos que a resistência em geral de Participantes para mudar para outro programa de fidelização de clientes e as possibilidades diferenciadas e abrangentes que oferecemos para acúmulo e resgate de pontos fortalece a nossa posição competitiva.

Fluxo de Caixa Estável e Baixa Necessidade de Investimentos de Capital

Nosso modelo de negócio apresenta baixa necessidade de investimentos de capital. Além disso, nossos negócios são caracterizados historicamente por fluxos estáveis de caixa decorrentes de nossas atividades operacionais provenientes da venda de pontos para os parceiros comerciais principalmente instituições financeiras e a TAM Linhas Aéreas. Em 2007, 2008 e no período de nove meses encerrado em 30 de setembro de 2008 e 2009, o caixa *carve-out* gerado pelas atividades operacionais do Programa TAM Fidelidade foi de R\$180,5 milhões, R\$350,6 milhões, R\$215,8 milhões e R\$264,5 milhões respectivamente.

Também nos beneficiamos de um modelo de negócio flexível que nos permite administrar as oscilações entre a demanda e o custo dos Prêmios. Isso nos permite administrar as nossas margens ao implementar mudanças no portfólio de Prêmios disponíveis, nos termos do Regulamento da Multiplus Fidelidade e nos regulamentos dos programas de fidelização de clientes dos nossos parceiros comerciais. Essas mudanças incluem, dentre outros, ajustes na capacidade disponível de rotas de viagem para Passagens-Prêmio, com oferta de Prêmios alternativos a preços menores e consequente redução nos custos, bem como alteração na quantidade de pontos necessários para o resgate de certos Prêmios.

Modelo de Negócio Flexível Aliado a Histórico de Crescimento Relevante

Diferentemente de outras coalizões, a Multiplus Fidelidade possui uma flexibilidade em seu modelo de negócio, podendo operar apenas como uma rede de programas para aqueles parceiros comerciais que já possuem programas de fidelização bem estruturados ou ser o próprio programa de fidelização dos parceiros comerciais que assim optarem. Acreditamos que tal flexibilidade faz com que a Multiplus Fidelidade não concorra com os programas dos parceiros comerciais, consequentemente ampliando as empresas com potencial para se tornarem parceiras comerciais da Multiplus. Além disso, entre 2007 e 2008 o Faturamento Bruto do Programa TAM Fidelidade aumentou 69% ao ano.

Gestão com Perfil Qualificado para um Negócio de Coalizão

Entendemos que um negócio de coalizão requer uma soma de conhecimentos das áreas de finanças, tecnologia da informação, *marketing* e vendas. Além disso, dada a alta concentração de emissão e resgate de pontos em passagens aéreas, é requerido também um profundo conhecimento do setor aéreo. Nossa alta administração é composta por um grupo selecionado e qualificado de executivos, oriundos inclusive da TAM Linhas Aéreas e do nosso Acionista Controlador, com ampla experiência na área comercial, varejo, *marketing*, tecnologia da informação e financeira, incluindo o mercado de cartões de crédito, uma das principais fontes de nossas receitas. Nossos administradores estão focados na criação de valor aos nossos acionistas, principalmente por meio de incremento em nossos resultados operacionais, expansão da nossa participação de mercado e estreitamento nas nossas relações com nossos parceiros comerciais. Acreditamos que herdamos a sólida cultura corporativa da TAM Linhas Aéreas, que foi transmitida pelo seu fundador, Comandante Rolim Adolfo Amaro, e continua a guiar as atividades cotidianas da sua administração. Além disso, com o fim de alinhar ainda mais os interesses dos nossos administradores com os dos nossos acionistas, estamos estudando a implementação de programas de remuneração variável aos nossos administradores, incluindo plano de opção de compra de ações.

Nossa Estratégia

Acreditamos que o mercado de redes de coalizão de programas de fidelização de clientes e de programas de fidelização de clientes no Brasil apresenta potencial para crescimento substancial. Acreditamos estar bem posicionados para acompanhar com sucesso esse crescimento por conta, principalmente, do nosso relacionamento privilegiado com a TAM Linhas Aéreas e outros sólidos parceiros comerciais, do nosso amplo acesso a diversos setores da economia brasileira e da nossa oferta de serviços de alta qualidade. Buscamos aumentar a nossa rentabilidade mediante alavancagem da nossa posição de liderança no mercado e a expansão da nossa base de Participantes. Acreditamos poder atingir essas metas de maneira eficiente com ações conjuntas com os nossos parceiros comerciais e com foco na criação de sinergias entre os seus programas de fidelização de clientes. Os principais componentes da nossa estratégia são:

Expandir Ainda Mais a Nossa Rede de Parceiros Comerciais e Aumentar a Nossa Base de Participantes

Ao expandir ainda mais a nossa rede de parceiros comerciais, acreditamos ter maiores condições de oferecer aos nossos Participantes oportunidades adicionais para acúmulo de pontos da Multiplus Fidelidade e, conseqüentemente, aumentar a nossa receita de venda de pontos aos nossos parceiros comerciais. Planejamos buscar novos parceiros comerciais nos diversos setores da economia brasileira que acreditamos apresentar potencial para crescimento substancial, em especial, nos setores de telecomunicações e varejo. A entrada de novos parceiros comerciais na nossa rede de coalizão, em conjunto com um esforço comercial, estimulará ainda mais a entrada de novos Participantes na Multiplus Fidelidade e programas de fidelização dos parceiros comerciais. Além disso, entendemos que, ao desenvolver relacionamentos com parceiros comerciais focados em produtos de consumo de baixo custo, alinhando novas formas de resgates adequadas a este público, aumentaremos os nossos meios de acesso a Participantes de classes sócio-econômicas mais baixas.

Incrementar o Banco de Dados de Parceiros e Aumentar a Oferta de Serviços Diferenciados

Buscamos aprofundar o nosso relacionamento com nossos parceiros comerciais mediante demonstrações consecutivas e inequívocas dos benefícios e da eficiência da Multiplus Fidelidade. Acreditamos que a nossa rede de coalizão de programas de fidelização de clientes possui diversas vantagens em relação a outras redes e programas de fidelização. Temos condições de coletar e analisar dados de Participantes de maneira a auxiliar os nossos parceiros comerciais na definição das suas estratégias de negócio. Por exemplo, o nosso banco de dados de Participantes permite que os analisemos para identificar e estimular o consumo de produtos e serviços dos nossos parceiros comerciais e, conseqüentemente, auferir receita adicional advinda da prestação desse serviço para os nossos parceiros comerciais.

Sumário da companhia

Além disso, planejamos prestar serviços de administração de relacionamento com Participantes para a TAM Linhas Aéreas e nossos outros parceiros comerciais. Acreditamos que estamos bem posicionados para nos beneficiar do aumento que estimamos na demanda pelos nossos serviços no Brasil. Nossa atraente base de Participantes, modernos sistemas de tecnologia da informação e experiência em programas de fidelização de clientes nos oferece uma oportunidade única de desenvolvimento de serviços de maior valor agregado para os nossos parceiros comerciais.

Expandir as Opções de Prêmios, em Especial os de Menor Custo

Planejamos continuar a diversificar os Prêmios que não sejam Passagens-Prêmio e introduzir Passagens-Prêmio mais flexíveis, com o fim de disponibilizar Prêmios que sejam adequados ao perfil de cada Participante ao mesmo tempo em que mantemos as nossas margens em níveis adequados. Acreditamos que os Prêmios que não sejam Passagens-Prêmio têm o potencial para expandir a nossa base de Participantes e aumentar o volume de resgates de pontos Multiplus Fidelidade pelos Participantes, na medida em que as oportunidades de acúmulo e resgate de pontos são incrementadas. Dessa forma, esperamos que um aumento nos Prêmios que não sejam Passagens-Prêmio aumente as nossas margens históricas.

Foco na Produtividade e Eficiência Operacional

Estamos focados no aumento da produtividade e eficiência operacional decorrentes da otimização dos nossos canais de comunicação com os Participantes e parceiros comerciais. Buscamos administrar os recursos que direcionarmos ao atendimento aos Participantes de maneira mais eficaz, promovendo contínuas melhorias nos nossos procedimentos e tecnologias.

Expansão da Nossa Base Internacional de Participantes e Parceiros Comerciais

Em 30 de setembro de 2009, a base de Participantes do Programa TAM Fidelidade incluía aproximadamente 260.000 Participantes residentes fora do Brasil, principalmente na região do Mercosul (aproximadamente 120.000 Participantes) e nos Estados Unidos (aproximadamente 52.000 Participantes). Buscamos expandir a nossa base de Participantes fora do Brasil, por meio da sólida presença da TAM Linhas Aéreas na região do Mercosul e de novas parcerias comerciais com varejistas locais da América do Sul. Recentemente, celebramos a nossa primeira parceria comercial internacional para acúmulo e resgate de pontos com o A-Club, programa de fidelidade dos Hotéis Accor, que permitirá aos nossos Participantes acumular pontos na rede de Hotéis Accor no mundo todo e resgatá-los por Prêmios nos Hotéis Accor ou em qualquer outro dos nossos parceiros comerciais. Além disso, a TAM Linhas Aéreas criou um cartão de crédito de marca associada (*co-branded*) na Argentina, sob a marca TAM, juntamente com a subsidiária argentina do Banco Itaú Unibanco S.A. Adicionalmente, negociamos parcerias comerciais com a American Express na América do Sul.

Nosso Histórico

A TAM Linhas Aéreas foi constituída em 1976 para, além de explorar serviços de transporte aéreo regular de passageiros, desenvolver outras atividades conexas, correlatas e complementares ao serviço de transporte aéreo, o que inclui a gestão, administração e operação de programas de fidelização de clientes.

Em 1993, a TAM Linhas Aéreas criou o Programa TAM Fidelidade, o primeiro programa de fidelização de clientes do setor de aviação do Brasil (*frequent-flyer program*). Ao longo dos seus 16 anos de existência, o Programa TAM Fidelidade tornou-se um dos principais programas de fidelização de clientes no Brasil, com aproximadamente 6,3 milhões de Participantes e mais de 100 parceiros comerciais em 30 de setembro de 2009.

Desde a sua criação, o Programa TAM Fidelidade adicionou diversos parceiros comerciais ao programa. Em 1995, o Programa TAM Fidelidade firmou o seu primeiro relacionamento de *co-branding* com um banco brasileiro. Em 2004, o Programa TAM Fidelidade lançou o cartão de crédito de marca associada (*co-branded*) com a Credicard S.A. e, em 2005, o Programa TAM Fidelidade celebrou contratos com diversos bancos de modo a permitir que aos titulares de cartões de crédito acumulassem pontos em troca dos gastos com cartão de crédito.

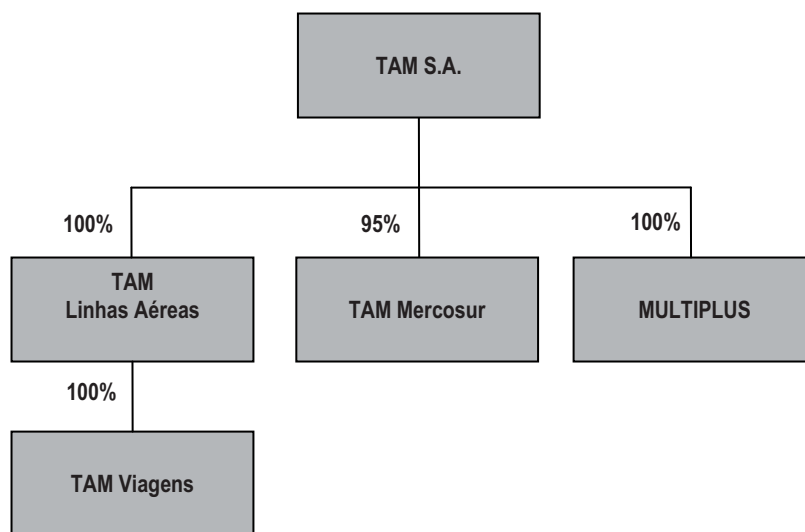
Sumário da companhia

No decorrer da sua história e com o objetivo de oferecer maiores incentivos aos Participantes fiéis, o Programa TAM Fidelidade tornou-se cada vez mais sofisticado em relação à forma como o programa oferece benefícios aos seus Participantes. Em 1999, o Programa TAM Fidelidade implementou as classificações Branco, Azul e Vermelho para reconhecer e recompensar os viajantes mais fiéis e oferecer-lhes benefícios adicionais. Com o objetivo de recompensar e reconhecer ainda mais os Participantes com melhor classificação, em 2006, o Programa TAM Fidelidade implementou uma política de acúmulo variável de pontos de acordo com a categoria de Participantes.

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. A TAM Linhas Aéreas, como um membro permanente do *Star Alliance*, o que deverá ocorrer no primeiro trimestre de 2010, 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.

Até 31 de dezembro de 2009, as nossas atividades estavam integradas às atividades da TAM Linhas Aéreas. Em virtude da criação da Multiplus Fidelidade, a TAM Linhas Aéreas nos transferiu suas parcerias comerciais existentes, com efeitos a partir de 1º de janeiro de 2010. Além disso, celebramos, em 10 de dezembro de 2009, o Contrato Operacional com a TAM Linhas Aéreas, por meio do qual passaremos, a partir de 1º de janeiro de 2010, a ser o exclusivo gestor, administrador e operador do Programa TAM Fidelidade, de acordo com o Contrato Operacional, incluindo o processamento de informações sobre o acúmulo e resgate de pontos no Programa TAM Fidelidade e pela entrega dos Prêmios aos Participantes do Programa TAM Fidelidade, de acordo com o Regulamento do Programa TAM Fidelidade e o Regulamento da Multiplus Fidelidade. Celebramos ainda, em 10 de dezembro de 2009, o Contrato de Compartilhamento, através do qual a TAM Linhas Aéreas concordou em compartilhar conosco certos serviços, a partir de 1º de janeiro de 2010, em contrapartida ao pagamento de uma remuneração. Para obter uma descrição desses contratos e outras operações com partes relacionadas, ver a seção “Operações com Partes Relacionadas”, na página 145 deste Prospecto.

Na data deste Prospecto, a nossa estrutura societária pode ser representada da seguinte forma:



Para informações adicionais sobre os nossos acionistas, ver seção “Principais Acionistas” na página 143 deste Prospecto.

Informações sobre a Companhia

Nossa sede social está localizada na Avenida Jurandir, 856, Lote 4, 3º andar, na Cidade de São Paulo, Estado de São Paulo, Brasil. Nosso telefone é +55-11-5582-9890, e número de fax é +55-11-5582-8149. Nosso *website* é www.multiplusfidelidade.com.br. As informações incluídas no nosso *website*, ou que poderiam ser acessadas através do nosso *website*, não são parte integrante ou incorporadas por referência a este Prospecto.

SUMÁRIO DA OFERTA

Companhia	Multiplus S.A.
Coordenador Líder	Banco BTG Pactual S.A.
Coordenadores da Oferta	Banco BTG Pactual S.A. e Banco de Investimentos Credit Suisse (Brasil) S.A., considerados em conjunto.
Coordenador Contratado	BB Banco de Investimento S.A..
Agentes de Colocação Internacional	BTG Capital Corp., UBS Securities LLC, e Credit Suisse Securities (USA) LLC.
Co-manager exclusivamente para os esforços de colocação no exterior	Raymond James Financial, Inc.
Oferta	Distribuição pública de Ações no Brasil, em mercado de balcão não-organizado, em conformidade com a Instrução CVM 400, a Investidores Institucionais e Investidores Não-Institucionais, pelo Coordenador Líder e pelos demais Coordenadores da Oferta, em conjunto com o Coordenador Contratado e as Corretoras, com esforços de venda das Ações no exterior, a serem realizados pelos Agentes de Colocação Internacional, (i) nos Estados Unidos a investidores institucionais qualificados (<i>qualified institutional buyers</i>), residentes e domiciliados nos Estados Unidos, definidos em conformidade com o disposto na Regra 144A do Securities Act, e (ii) para non-U.S. persons nos demais países (exceto nos Estados Unidos e Brasil), com base no Regulamento S do Securities Act, em ambos os casos em operações isentas de registro em conformidade com o <i>Securities Act</i> e realizadas por meio dos mecanismos de investimento regulamentados pela Resolução CMN 2.689, pela Instrução CVM 325 e pela Lei nº 4.131/62. A Oferta não foi e nem será registrada na SEC ou em qualquer outra agência ou órgão regulador do mercado de capitais de qualquer país, exceto o Brasil.
Opção de Ações Suplementares	Opção outorgada pela Companhia ao Coordenador Líder para distribuição de um lote de Ações equivalentes a até 15% das Ações inicialmente ofertadas, ou 5.901.000 Ações, nas mesmas condições e preço das Ações inicialmente ofertadas, sendo destinadas a atender a um eventual excesso de demanda que venha a ser constatado no decorrer da Oferta, a ser exercida pelo Coordenador Líder. O Coordenador Líder terá o direito exclusivo, a partir da data de assinatura do Contrato de Distribuição e por um período de até 30 dias contados, inclusive, da data do início da negociação das Ações na BM&FBOVESPA, de exercer a Opção de Ações Suplementares, no todo ou em parte, em uma ou mais vezes, após a notificação ao Credit Suisse, desde que a decisão de sobrealocação das Ações no momento em que foi fixado o Preço por Ação tenha sido tomada em comum acordo pelos Coordenadores.

Sumário da Oferta

Ações Adicionais

Montante de até 7.868.000 Ações equivalentes a até 20,0% da quantidade de Ações inicialmente ofertadas (sem considerar as Ações Suplementares), com as mesmas características das Ações inicialmente ofertadas que, conforme dispõe o artigo 14, parágrafo 2º, da Instrução CVM 400, poderiam ter sido, mas não foram, acrescidas à Oferta, a critério da Companhia, com a concordância dos Coordenadores da Oferta, até a data de publicação do Anúncio de Início, inclusive.

Instituição Financeira Depositária das Ações

Itaú Corretora de Valores S.A., controlada do Banco Itaú S.A. (cuja denominação foi alterada para Itaú Unibanco S.A., alteração esta que está em fase de homologação pelo Banco Central do Brasil).

Preço por Ação

O Preço por Ação é R\$16,00. O Preço por Ação foi fixado após a apuração do resultado do Procedimento de *Bookbuilding*, conduzido junto a Investidores da Oferta Institucional pelos Coordenadores da Oferta, em consonância com o disposto no artigo 44 da Instrução CVM 400, sendo certo que a escolha do critério de determinação do Preço por Ação é justificada pois (i) não promoverá a diluição injustificada dos nossos atuais acionistas, e (ii) as Ações serão distribuídas por meio de distribuição pública, em que o valor de mercado das Ações a serem vendidas foi determinado com a realização do Procedimento de *Bookbuilding*, o qual reflete o valor pelo qual os Investidores Institucionais apresentaram suas ordens de compra no contexto da Oferta.

Foi aceita a participação de Investidores Institucionais que sejam Pessoas Vinculadas no processo de fixação do Preço por Ação, mediante a participação destes no Procedimento de *Bookbuilding*, até o limite máximo de 15,0% do valor da Oferta. Na medida em que não foi verificado excesso de demanda superior em 1/3 à quantidade de Ações inicialmente ofertadas (sem considerar as Ações Suplementares), será permitida a colocação de Ações aos Investidores Institucionais que sejam Pessoas Vinculadas. Os investimentos realizados para proteção (hedge) de operações com derivativos não serão considerados investimentos efetuados por Pessoas Vinculadas para fins da Oferta. A participação de Investidores Institucionais que sejam Pessoas Vinculadas no Procedimento de *Bookbuilding* poderá impactar adversamente na formação do Preço por Ação e o investimento nas Ações por Investidores Institucionais que sejam Pessoas Vinculadas poderá promover redução da liquidez das Ações no mercado secundário.

Ações da Oferta

Todas as ações ofertadas são ordinárias, nominativas, escriturais e sem valor nominal, de nossa emissão e de titularidade da Companhia.

Valor Total da Oferta

R\$629.440.000,00, com base no Preço por Ação.

Sumário da Oferta

Regime de Colocação / Garantia Firme de Liquidação

Nos termos do Contrato de Distribuição, as Ações objeto da Oferta serão colocadas em regime de garantia firme de liquidação prestada pelos Coordenadores da Oferta, de forma individual e não solidária, incluindo as Ações Suplementares, se for o caso. Caso a totalidade das Ações objeto da Oferta não seja totalmente liquidada até a Data de Liquidação (ou, no caso das Ações Suplementares, a Data de Liquidação das Ações Suplementares), cada um dos Coordenadores da Oferta realizará a aquisição, de forma individual e não solidária, em tal data, da totalidade do eventual saldo resultante da diferença entre o número de Ações objeto da garantia firme prestada por tal Coordenador da Oferta nos termos do Contrato de Distribuição e o número de Ações colocadas e efetivamente liquidadas no mercado, pelo Preço por Ação. Tal garantia individual e não solidária é vinculante a partir do momento em que for assinado o Contrato de Distribuição, sendo que a responsabilidade dos Coordenadores da Oferta será exercida de forma proporcional e estará limitada exclusivamente à respectiva garantia firme de liquidação prestada por cada Coordenador da Oferta no Contrato de Distribuição. Em caso de exercício da garantia firme de liquidação e posterior revenda das Ações ao público pelos Coordenadores da Oferta, durante o Prazo de Distribuição, o preço de revenda das Ações será o preço de mercado das Ações, tendo por limite máximo o Preço por Ação, ressalvadas as atividades de estabilização.

Público Alvo da Oferta

As Instituições Participantes da Oferta realizarão a distribuição das Ações nos termos da Instrução CVM 400 e conforme previsto no Contrato de Distribuição. As Ações serão colocadas aos Investidores Institucionais e aos Investidores Não-Institucionais.

Oferta de Varejo

O montante de, no mínimo, 10% e, no máximo, 15% das Ações, sem considerar o exercício da Opção de Ações Suplementares, será destinada prioritariamente à colocação pública junto aos Investidores Não Institucionais, que realizem reservas de Ações, em caráter irrevogável e irretroatável, durante o Período de Reserva, observado o valor mínimo de pedido de investimento de R\$3.000,00 (três mil reais) e o valor máximo de pedido de investimento de R\$300.000,00 (trezentos mil reais) por Investidor Não-Institucional.

Oferta Institucional

As Ações que não tenham sido alocadas na Oferta de Varejo, bem como eventuais sobras de Ações destinadas aos Investidores Não-Institucionais que tenham realizado Pedidos de Reserva, serão destinadas à colocação pública junto a Investidores Institucionais, não sendo admitidas para esses Investidores Institucionais reservas antecipadas e inexistindo valores mínimos ou máximos de investimento.

Período de Reserva

Prazo para Investidores Não-Institucionais efetuarem seus Pedidos de Reserva, de 26 de janeiro de 2010 a 2 de fevereiro de 2010, inclusive.

Sumário da Oferta

Pessoas Vinculadas	Conforme dispõe o artigo 55 da Instrução CVM 400, serão considerados Pessoas Vinculadas os Investidores Não-Institucionais e Investidores Institucionais que sejam (i) Administradores ou controladores da Companhia, (ii) administradores ou controladores das Instituições Participantes da Oferta ou dos Agentes de Colocação Internacional; (iii) outras pessoas vinculadas à Oferta (“Pessoas Vinculadas”), ou (iv) os cônjuges ou companheiros, ascendentes, descendentes e colaterais até o segundo grau das pessoas referidas nos itens (i), (ii) e (iii) acima.
Investidores Não-Institucionais	Investidores residentes no País com pedidos de investimento de no mínimo R\$3.000,00 (três mil reais) e no máximo R\$300.000,00 (trezentos mil reais) e que preencham o Pedido de Reserva, de acordo com os procedimentos previstos para a Oferta de Varejo.
Investidores Institucionais	Investidores que não sejam Investidores Não-Institucionais.
Investidores Estrangeiros	Investidores institucionais qualificados (qualified institutional buyers) residentes e domiciliados nos Estados Unidos, definidos em conformidade com o disposto na Regra 144A, e non-U.S persons nos demais países (exceto nos Estados Unidos e no Brasil), de acordo com o Regulamento S, que invistam no Brasil em conformidade com os mecanismos da Resolução CMN 2.689, da Instrução CVM 325 e da Lei 4.131/62.
Período de Colocação	Prazo de até três dias úteis, contado da data de publicação do Anúncio de Início.
Prazo de Distribuição	Prazo para distribuição das Ações, incluindo as Ações Suplementares, que terá início na data de publicação do Anúncio de Início e será encerrado na data da publicação do Anúncio de Encerramento, limitado ao prazo máximo de seis meses contados a partir da data de publicação do Anúncio de Início, conforme previsto no artigo 18 da Instrução CVM 400.
Data de Liquidação	Data de liquidação física e financeira da Oferta no Brasil que ocorrerá no terceiro dia útil seguinte à data de publicação do Anúncio de Início.
Data de Liquidação das Ações Suplementares	Até o terceiro dia útil contado da data do eventual exercício da Opção de Ações Suplementares.
Listagem e Contrato de Participação no Novo Mercado	Após a efetivação da presente Oferta, o mercado de negociação das Ações será a BM&FBOVESPA. Em 15 de janeiro de 2010, a Companhia celebrou o Contrato de Participação no Novo Mercado com a BM&FBOVESPA, cuja eficácia somente terá início na data da publicação do Anúncio de Início, momento a partir do qual as Ações passarão a estar admitidas à negociação no segmento Novo Mercado. No primeiro dia útil seguinte à entrada em vigor do Contrato de Participação no Novo Mercado, as Ações passarão a ser negociadas sob o código “MPLU3”. Não foi e nem será realizado qualquer registro da Oferta ou das Ações na SEC ou a qualquer outra agência ou órgão regulador do mercado de capitais de qualquer outro país, exceto o Brasil.

Atividades de Estabilização

O Coordenador Líder, por intermédio da BTG Pactual Corretora, poderá, a seu exclusivo critério, realizar atividades de estabilização de preço das Ações, no prazo de até 30 dias a contar da data do Início de Negociação, inclusive, por meio de operações de compra e venda de Ações, observadas as disposições legais aplicáveis e o disposto no Contrato de Estabilização, o qual foi submetido à análise prévia e aprovação da BM&FBOVESPA e da CVM, nos termos do artigo 23, parágrafo 3º da Instrução CVM 400.

Direito de Venda Conjunta (tag along rights)

Conforme estabelecido no Estatuto Social da Companhia, na hipótese de alienação de controle acionário, o adquirente deverá efetivar oferta pública de aquisição de ações aos demais acionistas, observando-se os prazos e as condições previstas na legislação vigente para a compra de todas as ações em circulação no mercado pelo mesmo preço por ação pago ao acionista alienante do controle, de forma a lhes assegurar tratamento igualitário. Para maiores informações, veja a seção “Principais Acionistas – Acordos de Acionistas”, na página 144 deste Prospecto.

Restrição à Venda de Ações (Lock up)

Nos termos dos contratos a serem assinados com os Agentes de Colocação Internacional, a Companhia, em nome de seus Acionistas Controladores e Administradores, que detiverem ações na data de assinatura do Contrato de Colocação Internacional, sujeitos a determinadas exceções, assume a obrigação pelo prazo de 180 dias contados da data da publicação do Anúncio de Início, inclusive, salvo nas hipóteses de prévio consentimento por escrito dos Agentes de Colocação Internacional e transferências de valores mobiliários a uma corretora, com o consentimento dos Coordenadores, no contexto da realização de atividades de formador de mercado, de acordo com a legislação aplicável, inclusive com a Instrução CVM nº 384, de 17 de março de 2003, e com o Código ANBID de Regulação e Melhores Práticas para as Ofertas Públicas de Distribuição e Aquisição de Valores Mobiliários, exceto caso as atividades de formador de mercado sejam realizadas por corretoras pertencentes ao grupo econômico dos Coordenadores, de não emitir, ofertar, vender, contratar a venda, dar em garantia, emprestar ou outorgar opção de compra de quaisquer ações de sua emissão, ou outros valores mobiliários conversíveis em ou permutáveis por ações de sua emissão, bem como abster-se de celebrar operação de swap, hedge, venda a descoberto ou de outra natureza que venha a transferir, no todo ou em parte, quaisquer dos benefícios econômicos advindos da titularidade dos valores mobiliários. A presente restrição à negociação de ações abrange a divulgação pública de qualquer intenção de realizar as operações acima descritas. Quaisquer valores mobiliários recebidos por conta do exercício de opções outorgadas estarão igualmente sujeitos à restrição a transferência de ações. Os valores mobiliários que venham a ser adquiridos pelas pessoas sujeitas às restrições de transferência de ações no mercado aberto não estarão sujeitos às referidas restrições.

Adicionalmente, nos termos do Regulamento do Novo Mercado, nos seis meses subsequentes à data da publicação do Anúncio de Início, o Controlador (conforme definido no Regulamento do Novo Mercado) e os Administradores da Companhia não poderão vender e/ou ofertar à venda quaisquer das nossas ações e Derivativos (conforme definido no Regulamento do Novo Mercado) de que eram titulares imediatamente após a efetivação da Oferta. Após esse período inicial de seis meses, o Controlador e os Administradores da Companhia não poderão, por mais seis meses, vender e/ou ofertar à venda mais do que 40,0% das ações e Derivativos de que eram titulares imediatamente após a efetivação da Oferta.

Destinação dos Recursos

Pretendemos utilizar os recursos líquidos que viermos a receber com a Oferta da seguinte forma: (1) 94% para pagamento antecipado para compra de Passagens-Prêmio da TAM Linhas Aéreas, cujo valor será determinado conforme a quantidade de pontos da Multiplus Fidelidade a ser resgatada, a classe da cabine relativa à Passagem-Prêmio e o tempo de duração do voo (se de curta ou longa distância), com o fim de atender aos resgates de Prêmios em Passagens-Prêmio durante o período estimado dos próximos 30 meses, nos termos do Compromisso de Adiantamento para Compra e Venda de Bilhetes Aéreas; (2) 5% reservas de caixa para eventuais resgates e despesas operacionais; e (3) 1% para pagamento dos contratos de mútuo que celebramos com a TAM Linhas Aéreas em 14 de dezembro de 2009 e 11 de janeiro de 2010.

Capital Social da Companhia

O capital social da Companhia atualmente encontra-se dividido em 157.360.000 ações ordinárias. As Ações conferem aos titulares todos os direitos assegurados aos titulares de nossas ações, inclusive a atribuição de dividendos integrais e todos os outros benefícios por nós declarados a partir da Data de Liquidação. Para maiores informações sobre o capital social da Companhia, após a realização da Oferta, vide seção “Descrição do Estatuto Social e Outras Informações – Capital Social”, na página 154 deste Prospecto.

Dividendos

As Ações conferem aos seus titulares o direito ao recebimento de dividendo obrigatório de pelo menos 25,0% do nosso lucro líquido apurado no respectivo exercício social e ajustado de acordo com a Lei das Sociedades por Ações. Para maiores informações, vide seção “Dividendos e Políticas de Dividendos – Dividendo Obrigatório”, na página 168 deste Prospecto.

Sumário da Oferta

Direitos, Vantagens e Restrições das Ações

As Ações garantem aos seus titulares os direitos, vantagens e restrições estabelecidos pela Lei das Sociedades por Ações, pelo nosso Estatuto Social e pelo Regulamento do Novo Mercado. Para maiores informações, veja as Seções “Descrição do Capital Social” e “Dividendos e Políticas de Dividendos”, nas páginas 154 e 166 deste Prospecto, respectivamente.

Fatores de Risco

O investimento nas Ações representa um investimento de risco, posto que é um investimento em renda variável e, assim, os investidores que pretendam investir nas Ações estão sujeitos à volatilidade do mercado de capitais.

Para informações acerca dos fatores de risco que devem ser considerados cuidadosamente antes da decisão de investimento nas Ações, vide seção “Fatores de Risco”, na página 46 deste Prospecto, além de outras informações incluídas no presente Prospecto.

Inadequação da Oferta

Não há inadequação específica da Oferta a determinado grupo ou categoria de investidor. No entanto, a presente Oferta não é adequada a investidores avessos ao risco inerente ao investimento em ações. Como todo e qualquer investimento em ações, a aquisição das Ações apresenta certos riscos e possibilidades de perdas patrimoniais que devem ser cuidadosamente considerados antes da tomada de decisão de investimento. Os investidores devem ler a seção “Fatores de Risco”, na página 46 deste Prospecto, para ciência dos fatores de risco que devem ser considerados em relação à aquisição das Ações.

Aprovações Societárias

A Oferta foi aprovada em nossa Assembléia Geral Extraordinária celebrada em 14 de dezembro de 2009.

Mercado de Negociação

Após a efetivação da presente Oferta, o mercado de negociação de Ações da Companhia será a BM&FBOVESPA. No primeiro dia útil seguinte à publicação do Anúncio de Início, as Ações da Companhia passarão a ser negociadas sob o código “MPLU3”. Não foi e não será realizado nenhum registro da Oferta ou das Ações na SEC ou em qualquer outra agência ou órgão regulador do mercado de capitais de qualquer outro país, exceto no Brasil.

“Free Float” após a Oferta

Considerando a distribuição da totalidade das Ações objeto da Oferta, sem considerar as Ações Suplementares, o “free float” após a Oferta será no mínimo 25,0% do capital total. Para maiores informações, vide seção “Informações sobre a Oferta”, na página 56 deste Prospecto.

Informações Adicionais

Para descrição completa das condições aplicáveis à Oferta, veja a seção “Informações sobre a Oferta”, na página 56 deste Prospecto. O registro da Oferta foi solicitado pela Companhia e pelo Coordenador Líder em 15 de dezembro de 2009. Mais informações sobre a Oferta poderão ser obtidas junto às Instituições Participantes da Oferta, nos endereços indicados na seção “Informações sobre a Oferta”, na página 56 deste Prospecto.

RESUMO DAS INFORMAÇÕES FINANCEIRAS E OPERACIONAIS

As tabelas a seguir apresentam um resumo das informações financeiras do Programa TAM Fidelidade para os anos e períodos indicados e devem ser lidas em conjunto com as demonstrações e informações financeiras do Programa TAM Fidelidade e respectivas notas explicativas anexas a este Prospecto, bem como com as seções “Considerações sobre Estimativas e Declarações Futuras”, “Apresentação das Informações Financeiras e Outras Informações”, “Fatores de Risco”, “Informações Financeiras Seleccionadas” e “Análise e Discussão sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais”, respectivamente, nas páginas 11, 12, 46, 81 e 85 deste Prospecto.

Informações Financeiras

Utilizamos neste Prospecto informações financeiras decorrentes das (1) demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade relativas aos anos encerrados em 31 de dezembro de 2007 e 2008 e aos períodos de nove meses encerrados em 30 de setembro de 2008 e 2009, (2) informações financeiras *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade relativas ao ano encerrado em 31 de dezembro de 2008 e aos períodos de nove meses encerrados em 30 de setembro de 2008 e 2009 e (3) demonstrações financeiras da Multiplus S.A. relativas ao período de 6 de agosto de 2009 (data de constituição da Companhia) a 30 de setembro de 2009.

Para informações adicionais sobre as principais diferenças entre as demonstrações financeiras *carve-out* do TAM Fidelidade e as informações financeiras *pro forma carve-out* do TAM Fidelidade, ver seção “Análise e Discussão da Administração sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais — Principais Diferenças entre as Demonstrações Financeiras *Carve-out* do Programa TAM Fidelidade e as Informações Financeiras *Pro Forma Carve-out* do Programa TAM Fidelidade” na página 89 deste Prospecto.

Demonstrações Financeiras Carve-Out do Programa TAM Fidelidade

Considerando que em 1º de janeiro de 2010 assumimos o Negócio de Fidelização de Clientes da TAM Linhas Aéreas e que esse, em 31 de dezembro de 2009, consistia basicamente no Programa TAM Fidelidade, utilizamos neste Prospecto informações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade derivadas das demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade relativas aos anos encerrados em 31 de dezembro de 2007 e 2008 e aos períodos de nove meses encerrados em 30 de setembro de 2008 e 2009, que estão anexas a este Prospecto a partir da página 177.

As demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade, incluindo os balanços patrimoniais e respectivas demonstrações de resultado e de fluxo de caixa, foram elaboradas de acordo com o IFRS e preparadas sobre uma base *carve-out* a partir das demonstrações financeiras consolidadas do Acionista Controlador relativas aos exercícios sociais encerrados em 31 de dezembro de 2007 e 2008 e aos períodos de nove meses encerrados em 30 de setembro de 2008 e 2009. As demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade são apresentadas na forma *carve-out* para demonstrar as informações financeiras históricas do Programa TAM Fidelidade de maneira segregada dos demais negócios desenvolvidos pelo Acionista Controlador nos mesmos exercícios e períodos indicados.

Considerando os critérios, métodos e premissas descritos abaixo em “Demonstrações Financeiras *Carve-out* — Metodologia” e na seção “Análise e Discussão da Administração Sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais — Principais Diferenças entre as Demonstrações Financeiras *Carve-out* e as Informações Financeiras *Pro Forma Carve-out*”, acreditamos que as demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade apresentam a situação financeira, o resultado das operações e o fluxo de caixa do Programa TAM Fidelidade nos anos e períodos indicados. Apesar de acreditarmos que fornecem uma apresentação útil ao investidor, as demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade podem não representar a situação patrimonial, resultado e fluxo de caixa do Programa TAM Fidelidade nos anos e períodos indicados, caso o Programa TAM Fidelidade estivesse operando como uma entidade independente da TAM Linhas Aéreas desde 1º de janeiro de 2007 e durante os períodos apresentados. Além disso, as demonstrações financeiras *carve-out* não são indicativas e, portanto, não são garantias, dos nossos resultados futuros.

Metodologia

Na medida possível, foram identificados de forma específica os ativos, passivos, receitas e despesas do Programa TAM Fidelidade com base nos registros contábeis e na estrutura organizacional consolidada existente do Acionista Controlador nos anos e períodos indicados.

O Acionista Controlador adota uma abordagem centralizada para a gestão do caixa decorrente das suas atividades. Em decorrência disso, os sistemas de gestão do caixa do Acionista Controlador não permitem a segregação dos saldos e movimentações de caixa relacionados a um negócio específico. Dessa forma, adotou-se o seguinte critério: (1) o montante total de caixa recebido pelo Acionista Controlador relacionado ao Programa TAM Fidelidade (tais como o caixa decorrente de receita de pontos emitidos) foi contabilizado nas demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade como uma distribuição de capital para o Acionista Controlador e (2) o montante total de caixa pago pelo Acionista Controlador relacionado ao Programa TAM Fidelidade (tais como o caixa usado para pagamento de despesas do Programa TAM Fidelidade) foi contabilizado nas demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade como uma contribuição de capital do Acionista Controlador.

O ativo líquido do Programa TAM Fidelidade representa o valor residual dos ativos do Programa TAM Fidelidade após a dedução dos respectivos passivos. Na medida em que o Programa TAM Fidelidade não existia como pessoa jurídica separada nos anos e períodos indicados, não são apresentados nas demonstrações financeiras *carve-out* valores como patrimônio líquido e tampouco existiam para o Programa TAM Fidelidade componentes separados do patrimônio líquido, tais como capital social e reservas.

Informações Financeiras Pro Forma Carve-Out do Programa TAM Fidelidade

Utilizamos também neste Prospecto informações financeiras *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade, que ajusta, de maneira *pro forma*, as demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade relativas ao ano encerrado em 31 de dezembro de 2008 e aos períodos de nove meses encerrados em 30 de setembro de 2008 e 2009, que estão anexas a este Prospecto a partir da página 177.

As informações financeiras *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade são apresentadas para demonstrar os ajustes *pro forma* que poderiam decorrer dos Acordos Operacionais nas demonstrações de resultado *carve-out* do Programa TAM Fidelidade caso eles estivessem em vigor desde 1º de janeiro de 2008. Acreditamos que as informações financeiras *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade apresentam informações mais próximas da realidade das nossas operações e mais úteis ao investidor do que as demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade, na medida em que levam em consideração o nosso novo modelo de negócio decorrente dos Acordos Operacionais, os quais afetam uma parcela significativa das nossas receitas e despesas operacionais.

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 converterem os seus pontos da Multiplus Fidelidade por pontos de programas de nossos parceiros comerciais ou os resgatarem por Prêmios outros que não Passagens-Prêmio após 31 de dezembro de 2009, a TAM Linhas Aéreas nos reembolsará pelas despesas que incorreremos 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 da Multiplus Fidelidade por Passagens-Prêmio após 31 de dezembro de 2009, a TAM Linhas Aéreas nos concederá descontos nos valores que tivermos de pagar pelas Passagens-Prêmio, os quais levam em consideração a classe da cabine relativa à Passagem-Prêmio, o tempo de duração do voo (se de curta ou longa distância) e a quantidade de pontos resgatados do Programa TAM Fidelidade para emissão da Passagem-Prêmio, de maneira proporcional aos pontos acumulados pelo Participante até 31 de dezembro de 2009 e que sejam utilizados nesses resgates.

Como resultado, reconhecemos apenas a receita e a despesa correspondentes aos pontos acumulados na Multiplus Fidelidade a partir de 1º de janeiro de 2010.

Resumo das informações financeiras e operacionais

Apesar de acreditarmos que fornecem uma apresentação útil ao investidor, as informações financeiras *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade podem não representar o resultado do Programa TAM Fidelidade no ano e períodos indicados, caso o Programa TAM Fidelidade estivesse operando como uma entidade independente da TAM Linhas Aéreas e os Acordos Operacionais estivessem em vigor desde 1º de janeiro de 2008. Além disso, as informações financeiras *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade não são indicativas e, portanto, não são garantias, dos nossos resultados futuros.

Informações Financeiras *Pro Forma Carve-out* do Programa TAM Fidelidade

Demonstrações de Resultado Pro Forma Carve-out

	Período de nove meses encerrado em 30 de setembro de	
	2008	2009
Demonstração de resultado <i>pro forma carve-out</i>	(R\$ milhões)	
Receita líquida.....	433,3	595,0
Despesas operacionais	(343,2)	(451,0)
Lucro operacional e lucro antes do imposto de renda e da contribuição social	90,1	144,1
Imposto de renda e contribuição social	(30,6)	(49,0)
Lucro do período.....	59,5	95,1

	Em 31 de dezembro de 2008	
	(R\$ milhões)	
Demonstração de resultado <i>pro forma carve-out</i>	(R\$ milhões)	
Receita líquida.....	596,2	
Despesas operacionais	(460,7)	
Lucro operacional e lucro antes do imposto de renda e da contribuição social	135,5	
Imposto de renda e contribuição social	(46,1)	
Lucro do período.....	89,4	

Informações Financeiras *Carve-out* do Programa TAM Fidelidade

Demonstrações de Resultado Carve-out

	Período de nove meses encerrado em 30 de setembro de	
	2008	2009
Demonstração de resultado <i>carve-out</i>	(R\$ milhões)	
Receita líquida.....	349,7	458,8
Despesas operacionais	(46,9)	(82,0)
Lucro operacional e lucro antes do imposto de renda e da contribuição social	302,8	376,8
Imposto de renda e contribuição social	(102,9)	(128,1)
Lucro do período.....	199,8	248,7

	Anos encerrados em 31 de dezembro de	
	2007	2008
Demonstração de resultado <i>carve-out</i>	(R\$ milhões)	
Receita líquida.....	201,0	478,3
Despesas operacionais	(33,7)	(69,2)
Lucro operacional e lucro antes do imposto de renda e da contribuição social	167,2	409,1
Imposto de renda e contribuição social	(56,8)	(139,1)
Lucro do período.....	110,4	270,0

Resumo das informações financeiras e operacionais

Balancos Patrimoniais Carve-out

	Em 30 de setembro de 2009	
	(R\$ milhões)	
Balço patrimonial <i>carve-out</i>		
Ativo		
Ativo circulante		
Contas a receber	140,8	
Adiantamento de impostos	56,0	
Ativo não-circulante		
Intangível	2,7	
Imposto de renda e contribuição social diferido	186,8	
Total do ativo	386,3	

	Em 30 de setembro de 2009	
	(R\$ milhões)	
Balço patrimonial <i>carve-out</i>		
Passivo e ativos líquidos		
Passivo circulante		
Receita diferida	604,7	
Empréstimos e financiamentos	0,9	
Imposto de renda e contribuição social corrente	158,1	
Outros passivos circulantes	0,9	
Passivo não-circulante		
Empréstimos e financiamentos	1,8	
Total do passivo	766,5	
Ativos líquidos	(380,2)	
Total do passivo e ativos líquidos	386,3	

	Em 31 de dezembro de	
	2007	2008
	(R\$ milhões)	
Balço patrimonial <i>carve-out</i>		
Ativo		
Ativo circulante		
Contas a receber	69,7	105,8
Adiantamento de impostos	38,9	46,9
Ativo não-circulante		
Imobilizado	0,0	0,0
Imposto de renda e contribuição social diferido	130,0	156,8
Total do ativo	238,6	309,6

	Em 31 de dezembro de	
	2007	2008
	(R\$ milhões)	
Balço patrimonial <i>carve-out</i>		
Passivo e ativos líquidos		
Passivo circulante		
Receita diferida	420,7	507,7
Imposto de renda e contribuição social corrente	101,9	166,0
Outros passivos circulantes	0,6	0,6
Total do passivo	523,2	674,3
Ativos líquidos	(284,6)	(364,7)
Total do passivo e ativos líquidos	238,6	309,6

INFORMAÇÕES CADASTRAIS

Identificação	Multiplus S.A., sociedade por ações inscrita no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica do Ministério da Fazenda – CNPJ/MF sob o nº 11.094.546/0001-75, com seus atos constitutivos devidamente arquivados na Junta Comercial do Estado de São Paulo – JUCESP sob o Número de Inscrição no Registro de Empresas – NIRE 35 3 00371658.
Sede	Nossa sede social está localizada na Cidade de São Paulo, Estado de São Paulo, na Avenida Jurandir nº 856, lote 4, 3º andar, CEP 04072-000.
Diretoria de Relações com Investidores	Nossa diretoria de relações com investidores está localizada em nossa sede social. O responsável por essa diretoria é o Sr. Líbano Miranda Barroso. O telefone da nossa diretoria de relações com investidores é +55 11 5582 9890, o fax é +55 11 5582 8149 e o e-mail invest@multiplusfidelidade.com.br .
Registro de Companhia Aberta	Registro nº 2194-6, concedido pela CVM em 4 de fevereiro de 2010.
Novo Mercado	Celebramos o Contrato de Participação no Novo Mercado com a BM&FBOVESPA em 15 de janeiro de 2010. Esse contrato entrará em vigor na data de publicação do Anúncio de Início. As Ações serão listadas e admitidas à negociação no Novo Mercado da BM&FBOVESPA sob o código “MPLU3” a partir do primeiro dia útil seguinte à publicação do Anúncio de Início.
Auditores Independentes do Fidelidade – Programa de Fidelização da TAM	PricewaterhouseCoopers Auditores Independentes.
Auditores Independentes da Multiplus S.A.	PricewaterhouseCoopers Auditores Independentes.
Jornais nos quais divulgamos nossas informações	Nossas publicações são realizadas em atendimento à Lei das Sociedades por Ações nos jornais “Diário Oficial do Estado de São Paulo” e “Valor Econômico”.
Banco escriturador	Itaú Corretora de Valores S.A., controlada do Banco Itaú S.A.
Website na Internet	www.multiplusfidelidade.com.br . Nenhuma informação contida em nosso website é parte integrante deste Prospecto.
Informações Adicionais	Informações complementares sobre nós e a Oferta poderão ser obtidas (1) em nossa sede social, (2) junto ao Coordenador Líder, na Avenida Brigadeiro Faria Lima nº 3729, 9º andar, na Cidade de São Paulo, Estado de São Paulo, (3) junto à CVM, na Rua Sete de Setembro nº 111, 5º andar, na Cidade do Rio de Janeiro, Estado do Rio de Janeiro, ou na Rua Cincinato Braga nº 340, 2º, 3º e 4º andares, na Cidade de São Paulo, Estado de São Paulo, ou (4) junto à BM&FBOVESPA, na Rua XV de Novembro nº 275, na Cidade de São Paulo, Estado de São Paulo.

APRESENTAÇÃO DAS INSTITUIÇÕES INTERMEDIÁRIAS

Banco BTG Pactual S.A.

Banco Pactual S.A. foi fundado em 1983 como uma distribuidora de títulos e valores mobiliários. Em 2006, o UBS A.G., instituição global de serviços financeiros, e o Banco Pactual S.A. associaram-se para criar o Banco UBS Pactual S.A. Em 2009, o Banco UBS Pactual S.A. foi adquirido pelo grupo BTG Investments, formando o BTG Pactual. O BTG Pactual tem foco principal nas áreas de pesquisa, finanças corporativas, mercado de capitais, fusões e aquisições, *wealth management*, *asset management* e *sales and trading* (vendas e negociação). No Brasil, possui escritórios em São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Porto Alegre e Recife. Possui, ainda, escritórios em Londres, Nova Iorque e Hong Kong.

Na área de *wealth management*, o BTG Pactual oferece uma ampla seleção de serviços personalizados, que variam desde a *asset management* a planejamento de finanças corporativas até *art banking* (consultoria em investimento em obras de arte).

Na área de *investment banking*, o BTG Pactual presta serviços para diversos clientes em todo o mundo, incluindo empresas, governos, *hedge funds*, patrocinadores financeiros, empresas de *private equity*, bancos, corretoras e gestores de ativos. Oferece consultoria especializada, excelente execução, produtos inovadores e acesso abrangente aos mercados de capitais mundiais. Seu vasto conhecimento e experiência adquirida ao longo dos anos, o posicionaram na liderança dentre as instituições de atuação nacional e global, mantendo posição de liderança no Brasil.

- Líder no Ranking de Ofertas de Ações do Brasil de 2004 a 2007 pelo número de operações e 4º lugar em 2008, participando de um total de 86 operações no período, 13 a mais do que o segundo colocado, de acordo com a Anbid; e
- Líder na abertura de capital de Bancos no Brasil, participando das ofertas de Banco Sofisa, Paraná Banco, Banco Cruzeiro do Sul, Banco Daycoval, ABC Brasil, Banrisul, BicBanco e Banco Panamericano; bem como dos *follow-ons* de Unibanco em 2005 e Banco do Brasil em 2006 e 2007, além da participação marcante no setor segurador, participando das ofertas de Porto Seguro e SulAmérica;

O BTG Pactual foi eleito por três vezes “*World’s Best Equity House*” (Euromoney, em 2003, 2004 e 2007), além de “*Equity House of the Year*” (IFR, 2007). Sua atuação e grande conhecimento sobre a América Latina, renderam o título de “*Best Equity House Latin America*” pelo sexto ano consecutivo (Euromoney de 2002 a 2005 e 2007 a 2008).

Como principal suporte a seus investidores, o BTG Pactual sempre investiu fortemente na sua equipe de *equity research*, buscando os melhores profissionais do mercado para a atuação junto ao grupo de investidores. Seus investimentos na área renderam o título de “*#1 Equity Research Team Latin America*” de 2.003 a 2.007 (*Institutional Investor*). No entanto, sua expertise é demonstrada pela forte atuação no Brasil, onde o BTG Pactual é o primeiro colocado no ranking da *Institutional Investor* por sete anos consecutivos (de 2.003 a 2.009), contando com a equipe de profissionais de maior conhecimento de toda a região.

Sua liderança no mercado de capitais é comprovada pela forte atuação em 2009, participando das ofertas de *follow-on* de Brasil Foods (após a assessoria financeira exclusiva do BTG Pactual para a Perdigão, em sua fusão com a Sadia), Natura, BrMalls, MRV Engenharia, Multiplan e PDG Realty, bem como da abertura de capital da Visanet. Esta posição de liderança foi alcançada em função do forte relacionamento do BTG Pactual com seus clientes, com sua atuação constante e de acordo com a percepção de valor agregado para suas operações, fato comprovado pela sua atuação em todas as operações de *follow-on* das empresas nas quais tenha participado em sua abertura de capital.

O BTG Pactual também oferece serviços de *sales and trading* (vendas e negociação) em renda fixa, ações e câmbio na América Latina, tanto em mercados locais quanto internacionais. Os especialistas em produtos, setores e países oferecem consultoria e execução de Fusões e Aquisições de primeira linha, e o departamento de pesquisa (*research*) na América Latina tem obtido o primeiro lugar nos últimos sete anos (*Institutional Investor 2002-2008*).

Apresentação das instituições intermediárias

Na área de *asset management*, as estratégias de investimento são desenhadas para clientes institucionais, clientes *private*, empresas e parceiros de distribuição.

Banco de Investimentos Credit Suisse (Brasil) S.A.

Fundado em 1856, a estratégia do Credit Suisse é atuar no mercado com uma estrutura de negócios integrada e centrada no cliente. O Credit Suisse oferece aos seus clientes uma completa linha de produtos e serviços por meio de suas três divisões principais de negócios: Private Banking, Banco de Investimentos e Asset Management. O Credit Suisse procura estabelecer parcerias de longo prazo e desenvolver soluções financeiras inovadoras para atender às necessidades de seus clientes.

O Credit Suisse está presente em mais de 50 países com mais de 46 mil funcionários de aproximadamente 100 diferentes nacionalidades. As ações de emissão do Credit Suisse Group (CSGN) são negociadas na Suíça (SWX) e na forma de American Depositary Shares (CS) em Nova York (NYSE). Os ratings de longo prazo do Credit Suisse Group são: Moody's Aa2, Standard & Poor's A+, Fitch Ratings AA-.

Em 1998, o Banco de Investimentos Garantia S.A., líder entre os bancos de investimento no Brasil, foi adquirido pelo Credit Suisse First Boston. Em 16 de janeiro de 2006, as operações globais do Credit Suisse foram unificadas sob uma mesma marca, e a razão social do CSFB passou a ser Banco de Investimentos Credit Suisse (Brasil) S.A.

A solidez do Banco no Brasil é refletida na classificação de crédito de AAA (bra) em Moeda Nacional – Longo Prazo, atribuída em abril de 2009 pela Fitch Ratings, agência independente de classificação de risco.

O Credit Suisse atua no Brasil com operações de crédito, emissão de ações e títulos, abertura de capital (IPO), fusões e aquisições de empresas (M&A), corretagem, tesouraria, private banking e administração de recursos de terceiros.

O objetivo do Credit Suisse é ser o banco preferencial dos melhores empresários, empresas e investidores do Brasil.

Em 1º de novembro de 2007, o Credit Suisse concretizou sua associação com a Hedging-Griffo, adquirindo participação majoritária na referida empresa. Essa associação foi um passo importante para consolidar a estratégia do Credit Suisse de prover soluções integradas, solidificando sua posição entre os grandes bancos do País.

Na área de investment banking, o Credit Suisse tem vasto conhecimento local e experiência significativa em fusões e aquisições, emissão de ações e instrumentos de dívida, mantendo a liderança consolidada nessa área no Brasil.

- Líder no Ranking de Emissão de Ações do Brasil de 2005 a 2007 e 2º lugar em 2008, de acordo com Securities Data Co.;
- Líder no Ranking de Oferta Pública Inicial (IPO) do Brasil de 2005 a 2008, de acordo com Securities Data Co.; e
- Líder no Ranking de Fusões e Aquisições do Brasil de 2006 a 2008, de acordo com Securities Data Co.

O Credit Suisse foi eleito "Best Investment Bank in Latin America" (Revista Latin Finance, fevereiro de 2008) pelo quarto ano consecutivo e "Best M&A house" (2008). Também foi eleito em 2008 o melhor banco de investimentos dos últimos 20 anos pela Latin Finance Magazine.

O banco também desempenhou papel de liderança em 2 transações às quais a revista se referiu como as "Melhores Operações" das últimas 2 décadas. São elas a aquisição da Inco pela CVRD por US\$19,2 bilhões em 2006 – financiada pela oferta de títulos internacionais da CVRD de US\$3,75 bilhões em duas tranches e por uma oferta local em Reais, ambas lideradas pelo Credit Suisse – e o IPO da Bovespa em 2007, no valor de US\$3,2 bilhões.

Apresentação das instituições intermediárias

O Credit Suisse conquistou esses prêmios logo após ter sido eleito pela LatinFinance como o “Melhor Banco de Investimentos”, “Best Bond House” e “Best Equity House” na América Latina em 2007 (o 3º ano consecutivo em que o Credit Suisse obteve o título de “Melhor Banco de Investimentos” e 2ª vez consecutiva “Best Equity House”).

Além dos prêmios concedidos à instituição, o Banco foi aclamado pelas posições de destaque que ocupou na premiação “Deals do Ano” da LatinFinance em 2007, incluindo o IPO da Bovespa de US\$3,2 bilhões, eleito a “Melhor Emissão de Ações Primárias”, a oferta de US\$1,0 bilhões para Usiminas, eleita a “Melhor Oferta Follow-On”.

O Credit Suisse é líder também em corretagem, mercado no qual movimentou US\$ 130,9 bilhões em 2008, segundo a BM&FBOVESPA.

Além disso, no que tange a responsabilidade cultural e social, ao longo de 2008 e em 2009, o Credit Suisse e suas subsidiárias direcionaram e continuarão direcionando recursos para projetos culturais e sociais. Destacam-se, entre os projetos e instituições apoiados, a Oseps (Orquestra Sinfônica do Estado de São Paulo), a OSB (Orquestra Sinfônica Brasileira), a Pinacoteca do Estado de São Paulo, o Museu de Arte Moderna de São Paulo, a Sociedade Cultura Artística e a TUCCA (Associação para Crianças e Adolescentes com Câncer).

O suporte a essas iniciativas apoia-se na convicção de que o Credit Suisse deve participar de ações que contribuam tanto para o retorno a seus acionistas, clientes e funcionários quanto para o desenvolvimento cultural e social do Brasil.

BB Banco de Investimento S.A.

O BB BI é uma empresa pertencente ao conglomerado Banco do Brasil, criada para executar atividades de banco de investimentos.

Em operações de renda variável, o BB BI mantém posição entre os principais intermediários em ofertas públicas, apoiado em mais de 16 mil pontos de atendimento de seu controlador, BB, espalhados por todo o Brasil e em outros 22 países. Em 2008, atuou como coordenador líder na oferta pública de ações de emissão da Companhia de Saneamento de Minas Gerais – COPASA, no valor de R\$460 milhões, e como coordenador na oferta pública de ações de emissão da Vale S.A., no valor de R\$19,4 bilhões. Em 2009, atuou como coordenador na oferta pública inicial de ações de emissão da Visanet, no valor de R\$8,4 bilhões, no Follow On da Brasil Foods, no valor de R\$5,2 bilhões, no Follow On da Gol Linhas Aéreas Inteligentes, no valor de R\$1 bilhão, e da Marfrig Alimentos, no valor de R\$1,5 bilhão. Como coordenador contratado atuou nas operações da Natura, Multiplan, Rossi, Santander e CCR. Em 2008 ocupou o terceiro lugar no ranking ANBID de distribuição de renda variável com o valor de R\$4,2 bilhões e 12,4% de participação de mercado. E em 2009 o quarto lugar no ranking ANBIMA de distribuição de renda variável, com o valor de R\$3,5 bilhões e 10,9% de participação de mercado.

Para os mais de 30 milhões de clientes do BB, o BB BI atua na intermediação de valores mobiliários, disponibilizando o serviço de compra e venda de ações por meio da rede de agências, Internet (*home broker*) e celular, que resultou em volume superior a R\$20 bilhões em 2009.

Apresentação das instituições intermediárias

Na área de renda fixa, em 2009, o BB-BI liderou a primeira emissão de notas promissórias da Megapar Participações S.A., no valor de R\$400 milhões, a terceira emissão de debêntures da VRG Linhas Aéreas S.A., no valor de R\$400 milhões, a terceira emissão de notas promissórias da Sabesp – Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo, no valor de R\$600 milhões, a primeira emissão de debêntures da TAM Linhas Aéreas S.A., no valor de R\$600 milhões, a primeira emissão de debêntures da InBev Participações Societárias S.A., no valor de R\$2 Bilhões, a segunda emissão de notas promissórias da Megapar Participações S.A., no valor de R\$430 milhões, a terceira emissão de notas promissórias da Terna Participações S.A., no valor de R\$550 milhões, a terceira emissão de notas promissórias da Cemig Geração e Transmissão S.A., no valor de R\$2.700 milhões, a quarta emissão de notas promissórias da Sabesp – Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo, no valor de R\$900 milhões, a primeira emissão de debêntures da Centrais Elétricas da Paraíba S.A., no valor de R\$450 milhões, a quarta emissão de debêntures da Tractebel Energia S.A, no valor de R\$400 milhões, a primeira emissão de debêntures da JHSF Participações S.A, no valor de R\$100 milhões, a quarta emissão de debêntures da BNDES Participações S.A – BNDESPAR, no valor de R\$1.250 milhões, a primeira emissão de debêntures da Votorantim Cimentos S.A., no valor de R\$1.000 milhões, a oitava emissão de debêntures da Companhia Brasileira de Distribuição, no valor de R\$500 milhões, a primeira emissão de debêntures da Camargo Correa Desenvolvimento Imobiliário, no valor de R\$400 milhões, e a primeira emissão de debêntures da Júlio Simões Logística S.A. no valor de R\$120 milhões. Participou da segunda emissão de notas promissórias das Autopistas do Grupo OHL Brasil S.A., no valor de R\$200 milhões, da terceira emissão de debêntures da Tractebel Energia S.A, no valor de R\$600 milhões, da primeira emissão de debêntures da Camargo Corrêa S.A., no valor de R\$1.600 milhões, da terceira emissão de notas promissórias das Autopistas do Grupo OHL Brasil S.A., no valor de R\$120 milhões, da quinta emissão de debêntures da Companhia de Concessões Rodoviárias, no valor de R\$598 milhões, da segunda emissão de notas promissórias da Concessionária Auto Raposo Tavares S.A., no valor de R\$400 milhões, da primeira emissão de notas promissórias da Iochpe Maxion S.A., no valor de R\$330 milhões e da segunda emissão de debêntures da Camargo Correa S.A., no valor de R\$950 milhões.

No mercado de capitais internacional, o BB BI, por meio de suas corretoras externas BB Securities Ltd (Londres) e Banco do Brasil Securities LLC (Nova Iorque), atuou em 16 das 32 emissões brasileiras de títulos de renda fixa, dentre elas STN, Petrobras, Grupo Oi, BNDES, Votorantim, Odebrecht, TAM, Fibria, Gerdau, além do próprio BB, que totalizaram mais de US\$18 bilhões.

O BB BI conta ainda com ampla experiência em assessoria e estruturação de operações de fusões e aquisições envolvendo empresas dos setores de energia elétrica, portuário, transportes e saneamento, dentre outros.

IDENTIFICAÇÃO DE ADMINISTRADORES, CONSULTORES E AUDITORES

Companhia

Multiplus S.A.

Diretoria de Relações com Investidores
At.: Sr. Líbano Miranda Barroso
Avenida Jurandir, nº 856, lote 4, 3º andar
São Paulo, SP – CEP 04072-000
Tel: +55 11 5582 9890
Fax: +55 11 5582 8149
E-mail: invest@multiplusfidelidade.com.br
Internet: <http://www.multiplusfidelidade.com.br>

Coordenador Líder

Banco BTG Pactual S.A.

Av. Brigadeiro Faria Lima, nº 3.729, 9º andar
São Paulo, SP – Brasil
At.: Sr. Fábio Nazari
Tel.: (11) 3883-2000
Fax: (11) 3883-2474
<http://www.btgpactual.com/home/pt/capitalmarkets.aspx>

A pessoa designada pelo Coordenador Líder para fins do disposto no artigo 33, parágrafo 3º, III da Instrução CVM 400 é o Sr. Fábio Nazari.

Coordenador

Banco de Investimentos Credit Suisse (Brasil) S.A.

Av. Brigadeiro Faria Lima, nº 3.064, 12º, 13º e 14º andares (parte)
São Paulo, SP – Brasil
At.: Sr. Gustavo Castilho
Tel.: (11) 3841-6000
Fax: (11) 3841-6912
<http://br.credit-suisse.com/ofertas>

Coordenador Contratado

BB Banco de Investimento S.A.

Rua Senador Dantas, nº 105, 36º andar
Rio de Janeiro, RJ – Brasil
At.: Sr. Marcelo de Souza Sobreira
Tel.: (21) 3808-3625
Fax: (21) 2262-3862
<http://www.bb.com.br/ofertapublica>

Identificação de administradores, consultores e auditores

Consultores e Auditores

Consultores Legais da Companhia

Em Direito Brasileiro

Machado, Meyer, Sendacz e Opice Advogados

At.: Sr. Daniel de Miranda Facó
Avenida Brigadeiro Faria Lima, nº 3.144, 13º andar
São Paulo, SP
Tel: +55 11 3150-7000
Fax: +55 11 3150-7071
<http://www.mmsso.com.br>

Em Direito Norte-Americano

Mayer Brown LLP

At.: Sr. Ricardo M. Gonzalez
Rua do Rocio, nº 291, 2º andar
São Paulo, SP
Tel: +55 11 2167-4850
Fax: +55 11 2167-4851
<http://www.mayerbrown.com>

Consultores Legais dos Coordenadores da Oferta

Em Direito Brasileiro

Pinheiro Neto Advogados

At.: Sra. Daniela Anversa Sampaio Doria
Rua Hungria, nº 1.100
São Paulo, SP
Tel: +55 11 3247-8400
Fax: +55 11 3247-8600
<http://www.pinheironeto.com.br>

Em Direito Norte-Americano

Cleary Gottlieb Steen & Hamilton LLP

At.: Sra. Francesca L. Odell
One Liberty Plaza
Nova Iorque, NY
Tel: +1 212 225-2000
Fax: +1 212 225-3999
<http://www.cgsh.com>

Auditores Independentes

PricewaterhouseCoopers Auditores Independentes

At.: Sr. Carlos Sousa
Avenida Francisco Matarazzo, nº 1.400
São Paulo, SP
Tel: +55 11 3674-2000
Fax: +55 11 3674-2077
<http://www.pwc.com.br>

Declarações de Veracidade das Informações

Nós e o Coordenador Líder prestamos declarações de veracidade das informações nos termos do artigo 56 da Instrução CVM 400. Essas declarações estão anexas a este Prospecto na página 307.

FATORES DE RISCO

Investir em ações envolve uma série de riscos. Antes de tomar qualquer decisão de investimento em nossas Ações, os potenciais investidores devem analisar cuidadosamente todas as informações contidas neste Prospecto, incluindo os riscos mencionados abaixo e as nossas demonstrações financeiras e respectivas notas explicativas anexas a este Prospecto. Caso qualquer dos riscos mencionados abaixo venha a ocorrer, nossa participação de mercado, nossa reputação, nossos negócios, nossa situação financeira, o resultado de nossas operações, nossas margens e nosso fluxo de caixa poderão ser adversamente afetados e, ato contínuo, o preço de mercado de nossas Ações poderá diminuir e os investidores poderão perder todo ou parte do seu investimento em nossas Ações.

Para os fins desta seção, a indicação de que um risco pode ter ou terá um “efeito adverso para nós” ou expressões similares significam que esse risco pode ter ou terá um efeito adverso em nossa participação de mercado, nossa reputação, nossos negócios, nossa situação financeira, no resultado de nossas operações, nossas margens, nosso fluxo de caixa e/ou no preço de mercado de nossas Ações.

Riscos adicionais que atualmente consideramos irrelevantes ou que atualmente não são de nosso conhecimento também poderão ter um efeito adverso para nós.

Riscos relacionados à Companhia e ao Setor de Redes e Programas de Fidelização de Clientes

Somos altamente dependentes dos nossos grandes parceiros comerciais, que representam uma parte significativa do nosso Faturamento Bruto e da nossa receita.

Nossos parceiros comerciais TAM Linhas Aéreas e instituições financeiras representam a quase totalidade das nossas fontes de Faturamento Bruto e da nossa receita. Uma eventual diminuição na venda de pontos a qualquer dos nossos principais parceiros comerciais, por qualquer razão, incluindo em decorrência de eventuais dificuldades temporárias ou permanentes em seus negócios ou condição financeira, inclusive redução nos preços ou nas atividades dos nossos parceiros comerciais, pode ter um efeito adverso relevante para nós. Adicionalmente, a decisão, por parte de qualquer dos nossos maiores parceiros comerciais, de não mais participar da Multiplus Fidelidade ou não mais terceirizar a gestão, administração ou operação de seus programas de fidelização a nós, poderá ter um efeito adverso para nós. A maioria dos nossos contratos de parceria comercial apresentam prazos curtos, entre dois e nove anos, com exceção da TAM Linhas Aéreas com quem temos um contrato pelo prazo de 15 anos. Nós não podemos garantir que nossos contratos com a TAM Linhas Aéreas ou nossos outros parceiros comerciais não serão rescindidos antecipadamente ou serão renovados em condições ao menos semelhantes quando dos seus vencimentos. Para informações adicionais sobre nossos contratos de parceria comercial e o Contrato Operacional, ver seções “Atividades da Companhia — Contratos Relevantes” e “Operações com Partes Relacionadas – Contrato Operacional”, respectivamente, nas páginas 135 e 145 deste Prospecto.

Podemos não reaver o pagamento antecipado que realizaremos à TAM Linhas Aéreas para compra de Passagens-Prêmio em algumas circunstâncias.

Pretendemos destinar aproximadamente 94% dos recursos líquidos que viermos a receber com a Oferta para pagamento antecipado para compra de Passagens-Prêmio da TAM Linhas Aéreas com o fim de atender aos resgates de Prêmios em Passagens-Prêmio durante os próximos 30 meses, nos termos do Compromisso de Adiantamento para Compra e Venda de Bilhetes Aéreos aumentando a nossa dependência da TAM Linhas Aéreas. Não podemos garantir que a TAM Linhas Aéreas cumprirá fielmente com os termos do compromisso de adiantamento, incluindo eventual devolução do saldo desses recursos líquidos na eventualidade de término do compromisso de adiantamento, em decorrência, dentre outros, de eventuais dificuldades temporárias ou permanentes em seus negócios ou condição financeira. Para informações adicionais sobre o Compromisso de Adiantamento para Compra e Venda de Bilhetes Aéreos, ver seção “Operações com Partes Relacionadas — Contratos de Mútuo” e “Operações com Partes Relacionadas — Compromisso de Adiantamento para Compra e Venda de Bilhetes Aéreos”, respectivamente, nas páginas 149 e 147 deste Prospecto.

Caso a TAM Linhas Aéreas venha a enfrentar dificuldades de tal ordem em sua condição financeira que a prejudique ou a impeça de dar continuidade aos seus negócios, nossos direitos de receber eventual saldo desses recursos líquidos pela TAM Linhas Aéreas poderão, dentre outros, ser convertidos em créditos quirografários na massa falida que, em razão de sua natureza, são satisfeitos após a satisfação de todos os créditos de outras naturezas (como por exemplo, créditos trabalhistas, fiscais e parafiscais e custos e despesas do processo falimentar e créditos com direito real de garantia), de acordo com a ordem de preferência estabelecida pela legislação brasileira aplicável. Não podemos garantir que serem capazes de reaver eventual saldo dos recursos que entregarmos à TAM Linhas Aéreas, nos termos do Compromisso de Adiantamento para Compra e Venda de Bilhetes Aéreos.

Fatores de risco

Se os resgates de pontos da Multiplus Fidelidade pelos Participantes forem superiores ao esperado ou se os custos relacionados aos resgates de pontos aumentarem, poderemos ser adversamente afetados.

Nosso principal custo operacional é a aquisição de produtos, particularmente passagens aéreas, para a entrega de Prêmios aos Participantes. Como nós não incorremos em custos referentes ao resgate em relação aos pontos vencidos e não resgatados, o resultado das nossas operações depende, em parte, do número de pontos da Multiplus Fidelidade vencidos e não resgatados pelos Participantes, conhecido por *breakage*.

Nossa estimativa atual de *breakage* baseia-se em tendências históricas. Acreditamos que o *breakage* diminuirá em relação aos dados históricos, à medida que expandimos nossa rede de parcerias comerciais e, conseqüentemente, disponibilizamos uma maior variedade de opções de Prêmios aos Participantes. Buscamos neutralizar a diminuição esperada do *breakage* por meio da nossa política de precificação dos pontos vendidos aos nossos parceiros comerciais. Caso não sejamos capazes de precificar adequadamente nossos pontos ou se o volume de resgates de pontos exceder nossas expectativas, nossa lucratividade pode ser adversamente afetada. Adicionalmente, a diversidade dos resgates em Passagens-Prêmio e outros Prêmios pode nos afetar diversamente.

Além disso, não podemos garantir se seremos bem sucedidos em repassar aos nossos parceiros comerciais um eventual aumento nos nossos custos como resultado de um aumento no volume de pontos resgatados ou dos custos dos Prêmios, inclusive bilhetes prêmio em companhias aéreas parceiras. Caso não consigamos repassar com sucesso esses aumentos nos nossos custos, poderemos ser adversamente afetados.

O setor de redes e programas de fidelização brasileira ainda é incipiente, e esperamos que a competição aumente no futuro.

O setor de redes e programas de fidelização no Brasil é incipiente. Esperamos que, à medida que o mercado se desenvolva, a competição no nosso setor de atuação aumente. Concorrentes novos e existentes podem desviar total ou parcialmente os negócios que nossos parceiros comerciais e Participantes têm atualmente conosco ou podem ter no futuro, incluindo os Prêmios que adquirimos.

Nosso sucesso depende em grande parte da nossa capacidade de atrair e reter parceiros comerciais novos e existentes que ofereçam produtos e serviços apelativos e a preços compatíveis com os gastos dos Participantes, ao mesmo tempo que ofereçamos Prêmios atrativos e possíveis de serem resgatados pelos Participantes. Não podemos garantir que o setor de redes e programas de fidelização de clientes no Brasil irá se desenvolver da forma prevista, se seremos bem sucedidos em nos manter competitivo ou que o esperado aumento de competição não irá resultar em um efeito adverso para nós. Além disso, não podemos assegurar que seremos capazes de implementar com sucesso nossas estratégias e nosso plano de negócios.

Fatores que afetem o setor de transporte aéreo poderão nos afetar adversamente.

A Passagem-Prêmio é um dos principais atrativos da Multiplus Fidelidade. A forte preferência dos Participantes por redes e programas de fidelização de clientes que ofereçam passagens aéreas como Prêmio nos torna fortemente dependente da TAM Linhas Aéreas, em particular, e do setor de aviação, em geral. Quaisquer interrupções ou outras alterações adversas relevantes, tais como mudanças na regulamentação aplicável que afetem os setores de aviação ou de viagens, nacionais ou internacionais, e particularmente as que afetem a TAM Linhas Aéreas, poderão ter um efeito adverso para nós. Essas interrupções ou mudanças poderão prejudicar a nossa capacidade de atender solicitações de resgate por Passagens-Prêmio ou limitar as oportunidades para os Participantes acumularem pontos da Multiplus Fidelidade. Adicionalmente, interrupções, suspensões ou atrasos nos serviços de transporte aéreo de passageiros por qualquer razão, incluindo por instabilidade política, atos de terrorismo ou guerra, podem levar Participantes a evitar a utilização de transporte aéreo por considerarem viagens aéreas demasiadamente perigosas ou, à luz de medidas de segurança ou regulamentação mais rigorosas em aeroportos, muito onerosas ou inconvenientes. Uma redução no acúmulo e resgate de pontos da Multiplus Fidelidade pelos Participantes poderá afetar nossa capacidade de atrair ou manter os nossos parceiros comerciais e Participantes novos e existentes e nos afetar adversamente.

Ao longo dos últimos anos, o setor de aviação sofreu uma série de aumento em seus custos, incluindo o aumento dos custos de combustível, seguros, taxas de uso de aeroportos e de tráfego aéreo. Esses custos crescentes poderão ser repassados aos consumidores, inclusive a nós, aumentando o nosso custo de resgate de pontos por Passagens-Prêmio. Esse fato pode afetar o interesse dos consumidores de participar da Multiplus Fidelidade e, conseqüentemente, nos afetar adversamente.

Fatores de risco

Adicionalmente, aumentos de companhias aéreas de baixo custo e de tarifas de baixo custo, os quais refletem tendências atuais do setor de aviação civil, podem afetar o incentivo que a TAM Linhas Aéreas oferece aos seus consumidores de acumularem pontos do Programa TAM Fidelidade e, consequentemente, da Multiplus Fidelidade. Da mesma forma, qualquer redução dos benefícios da Star Alliance, quer seja através da saída da TAM Linhas Aéreas ou de outra companhia aérea da Star Alliance, bem como sua dissolução, também pode causar um efeito adverso para nós, uma vez que os nossos Participantes perderiam o acesso ao portfólio existente de Passagens-Prêmio em viagens internacionais. Além disso, o crescimento ou surgimento de outras alianças de companhias aéreas pode ter um efeito adverso para nós, reduzindo o tráfego pela TAM Linhas Aéreas e outros membros da Star Alliance.

Podemos não ter recursos suficientes para suportar futuros resgates.

A maior parte das nossas receitas advém da venda de pontos da Multiplus Fidelidade aos nossos parceiros comerciais, incluindo a TAM Linhas Aéreas. O seu reconhecimento em nossos registros contábeis não se completa, no entanto, no momento da venda dos pontos, já que a maior parte dos nossos custos é incorrida quando do seu efetivo resgate pelos Participantes. Com base em dados históricos, o período estimado entre a emissão de um ponto da Multiplus Fidelidade e seu resgate é atualmente de 12 meses. No entanto, não temos controle sobre o tempo para resgate de pontos ou o volume de pontos que serão resgatados. Pretendemos usar o caixa gerado em um determinado exercício social a partir da emissão de pontos da Multiplus Fidelidade para pagar os custos que incorreremos com resgates em referido exercício social, ao mesmo tempo em que pretendemos manter reserva de caixa para cobrir custos estimamos com resgates futuros. Como resultado, se os custos de resgate que incorreremos em um dado exercício social excederem nossas disponibilidades de caixa, poderemos não ter caixa disponível suficiente para cobrir todos os custos com resgate desse ou de exercícios sociais futuros, o que poderia causar um efeito adverso para nós.

Falhas na proteção do nosso banco de dados e da privacidade dos Participantes poderão causar um efeito adverso para nós e poderá nos expor a riscos de processos judiciais.

Mantemos um banco de dados com informações sobre os Participantes, inclusive operações envolvendo a sua conta na Multiplus Fidelidade. Embora tenhamos implementado procedimentos de segurança extensivos, o nosso banco de dados ou o de terceiros que gerimos pode ser objeto de acesso não autorizado. Se sofrermos uma quebra nos nossos procedimentos de segurança, a integridade dos nossos bancos de dados e os de terceiros que gerimos pode ser afetada. Dúvidas ou desconfiças quanto à segurança e privacidade dos seus dados podem fazer com que Participantes resistam em nos fornecer os dados que sejam necessários para definição de seu perfil, o que pode reduzir a utilização da Multiplus Fidelidade. Ademais, qualquer utilização não autorizada de informações de Participantes ou qualquer percepção pública de que divulgamos informações de Participante sem sua autorização poderão nos sujeitar a processos judiciais, o que pode nos afetar adversamente.

Estamos sujeitos a uma variedade de leis e regulamentos e uma alteração relevante em tais leis e regulamentos ou em sua interpretação ou aplicação poderá causar um efeito adverso para nós.

Atualmente, nosso negócio está sujeito a uma variedade de leis e regulamentos, incluindo questões trabalhistas, tributárias e comerciais e outras relacionadas às nossas instalações, concorrência, consumidores, propriedade intelectual, obscenidade, difamação, privacidade pessoal e outras questões. Além disso, novas leis e regulamentos podem ser criados ou as leis e regulamentos existentes podem se tornar mais rígidas em relação as atuais. Por exemplo, a criação de uma lei ou regulamento sobre privacidade do consumidor poderá restringir a coleta, compartilhamento e uso de informações dos Participantes, aumentando significativamente nossos custos relacionados com a obtenção desses dados ou, ainda, impedir-nos de obter ou compartilhar esse tipo informação, total ou parcialmente. Adicionalmente, há um número crescente de leis e regulamentos relacionados à internet, como, por exemplo, os que tratam de responsabilidade por informações obtidas ou transmitidas através da internet, regulamentação de conteúdo on-line, privacidade do usuário, tributação e qualidade de produtos e serviços. Alterações nas leis ou regulamentos que nos são aplicáveis ou qualquer um dos nossos parceiros comerciais, ou a criação de leis ou regulamentos mais rígidos ou, ainda, a alteração no entendimento ou interpretação dos tribunais e autoridades brasileiros sobre essas leis e regulamentos podem criar restrições adicionais, aumentar os encargos que nos são aplicáveis ou, mesmo, prejudicar ou limitar o nosso crescimento, o que pode nos afetar adversamente.

Fatores de risco

A perda de membros de nossa administração ou incapacidade de atrair e reter pessoal qualificado adicional poderia ter um efeito adverso sobre nós.

O sucesso da nossa estratégia de negócio depende, em grande parte, do desempenho de nossa administração. Dessa forma, nosso sucesso e crescimento futuros estão diretamente associados à nossa capacidade de manter os atuais membros da nossa administração, assim como atrair e reter novos profissionais qualificados. O setor no qual atuamos é altamente competitivo e não podemos garantir que conseguiremos atrair e reter pessoal qualificado. Somente nosso diretor de finanças, dentre os membros da nossa administração, celebrou conosco um contrato de trabalho. A perda de qualquer membro da nossa administração ou a nossa incapacidade de atrair e reter outros profissionais qualificados pode ter efeitos adversos sobre nós.

Perda de dados ou interrupções no nosso serviço de call center, falhas ou mau funcionamento de sistemas, interrupções de conexões de telecomunicações, vírus de computador ou incapacidade de utilizar a nós software licenciado podem afetar a nossa capacidade de atender às necessidades de nossos parceiros comerciais e Participantes.

Nossa capacidade de proteger nossos centros de dados e *call centers* contra danos ou inoperância por incêndio, falta de energia, falhas nas telecomunicações, vírus de computador e outros desastres é fundamental. A qualidade dos nossos serviços depende da capacidade de armazenar, recuperar, processar e gerenciar grandes quantidades de dados e periodicamente expandir e melhorar as nossas capacidades. Qualquer dano, falha ou mau funcionamento relevante nos nossos centros de dados, *call centers*, sistemas – especialmente no que diz respeito ao nosso principal sistema de tecnologia da informação, o Siebel Loyalty –ou nos nossos *links* de telecomunicação, além de limitações na nossa capacidade de utilizar os *softwares* que licenciamos pode afetar a nossa capacidade de atender às necessidades dos nossos parceiros comerciais e Participantes e sua confiança na utilização dos nossos serviços no futuro.

Adicionalmente, a bem sucedida e contínua implantação e operação de inovações tecnológicas são fundamentais para a nossa estratégia de negócio e nossas operações. Qualquer atraso na implantação de sistemas de informática, incluindo os relacionados por exemplo aos serviços de análises do nosso banco de dados de Participantes para identificar e estimular o consumo de produtos e serviços dos nossos parceiros comerciais ou outros serviços de valor agregado, poderá prejudicar a prestação desses e outros serviços. Investimos continuamente em novas iniciativas de tecnologia e atualização da tecnologia existente para permanecermos competitivos, de modo que a nossa necessidade contínua de investir valores suficientes para manter os nossos sistemas atualizados pode não ser satisfatoriamente atendida no futuro ou afetar o sucesso das nossas operações. Qualquer dos fatores acima pode causar um efeito adverso para nós.

Não temos experiência como uma companhia independente.

Embora quase a totalidade dos nossos ativos e passivos em 31 de dezembro de 2009 nos tenham sido transferidos pela TAM Linhas Aéreas, passamos a atuar como uma companhia independente desde 1º de janeiro de 2010. Desse modo, não temos experiência em desenvolver os nossos negócios como uma companhia independente. Podemos enfrentar dificuldades operacionais, administrativas e estratégicas, dentre outras, o que pode desviar a atenção da nossa administração da condução dos nossos negócios e prejudicar as nossas operações. Qualquer desses fatores pode nos afetar adversamente.

As demonstrações e informações financeiras carve-out e pro forma carve-out do Programa TAM Fidelidade podem não indicar os nossos resultados como uma companhia independente.

Para elaboração das demonstrações e informações financeiras *carve-out* e *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade anexas a este Prospecto, realizamos diversas estimativas, premissas e alocações para apresentar as informações financeiras históricas do Programa TAM Fidelidade de maneira segregada dos demais negócios desenvolvidos pela TAM Linhas Aéreas e para apresentar como poderiam ser os efeitos dos Acordos Operacionais nas demonstrações de resultado *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade como se eles estivessem em vigor desde 1º de janeiro de 2008.

Fatores de risco

Dessa forma, essas demonstrações e informações financeiras *carve-out* e *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade podem (1) não refletir mudanças significativas que podem ocorrer a partir da nossa atuação como uma companhia independente, (2) não indicar a condição financeira, o resultado das operações e fluxos de caixa do Programa TAM Fidelidade caso fosse uma companhia independente nos períodos indicados, ou (3) não indicar a nossa condição financeira, o resultado das nossas operações e fluxos de caixa futuros. Para informações adicionais, ver seções “Apresentação das Informações Financeiras e Operacionais” e “Análise e Discussão da Administração sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais – Informações Financeiras”, respectivamente, nas páginas 12 a 88 deste Prospecto.

Podemos incorrer em maiores despesas administrativas relacionadas à nossa atuação como uma companhia independente.

Como parte da TAM Linhas Aéreas, historicamente tivemos acesso a uma ampla variedade de serviços administrativos, financeiros, tecnologia da informação, logísticos e outros serviços que são prestados de maneira centralizada para as companhias do Grupo TAM. As demonstrações e informações financeiras *carve-out* e *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade anexas a este Prospecto podem não refletir os custos relacionados à nossa operação como uma companhia autônoma. Podemos incorrer em maiores despesas administrativas, legais, compliance e outras, inclusive despesas com serviços que continuarão a ser prestados pela TAM Linhas Aéreas, nos termos do Contrato de Compartilhamento, a preços de mercado. Além disso, a TAM Linhas Aéreas comprometeu-se a nos reembolsar por determinadas despesas, nos termos do Contrato Operacional. Não podemos garantir que a TAM Linhas Aéreas cumprirá fielmente com os termos do Contrato Operacional. Quaisquer desses fatores podem nos afetar adversamente.

Podemos ser considerados como sucessor nas obrigações da TAM Linhas Aéreas.

Fomos criados recentemente pelo nosso Acionista Controlador para gerir, administrar e operar o Programa TAM Fidelidade, bem como prestar serviços de administração de programa de fidelidade e serviços correlatos à TAM Linhas Aéreas e terceiros. Parte substancial das nossas operações foi transferida da TAM Linhas Aéreas. De acordo com o Contrato Operacional, a TAM Linhas Aéreas mantém a responsabilidade por toda ação judicial ou extrajudicial de antigo empregado e/ou prestador de serviços da TAM Linhas Aéreas relacionada a eventos ocorridos antes de 1º de janeiro de 2010.

Não obstante nosso acordo com a TAM Linhas Aéreas, os tribunais brasileiros, em algumas circunstâncias, têm entendido que um acionista controlador, uma entidade sucessora de outra sociedade, uma sociedade cessionária de ativos de outra sociedade e outras empresas sujeitas ao controle comum à empresa cedente ou antecessora podem ser todas responsabilizadas solidariamente por obrigações trabalhistas, previdenciárias, cíveis, fiscais da empresa cedente ou antecessora, bem como por obrigações resultantes do direito do consumidor ou ambiental. Portanto, ainda que a TAM Linhas Aéreas tenha fixado contratualmente sua obrigação de nos indenizar por prejuízos havidos em relação a todo o passivo existente e contingente referentes ao período anterior à 1º de janeiro de 2010, podemos ser executados diretamente. Adicionalmente, caso a TAM Linhas Aéreas não honre sua obrigação contratual de nos indenizar, as obrigações pelas quais responderíamos podem nos afetar adversamente.

Podemos ter conflito de interesses com a TAM Linhas Aéreas.

Conflitos de interesses podem surgir entre nós e a TAM Linhas Aéreas em diversas situações. Por exemplo, negociamos com a TAM Linhas Aéreas os valores que nos são cobrados por Passagens-Prêmio, os quais afetam diretamente o resultado das nossas operação em razão de as Passagens-Prêmio serem a nossa despesa operacional mais significativa. Nos termos do Contrato Operacional, o preço de aquisição de Passagens-Prêmio deve ser revisto periodicamente para manter o equilíbrio econômico das operações entre nós e a TAM Linhas Aéreas, sem que, contudo, haja regras objetivas para a definição do índice a ser utilizado. Qualquer aumento decorrente dessas revisões que não conseguirmos repassar com sucesso aos nossos parceiros comerciais pode nos afetar adversamente.

Adicionalmente, não podemos garantir se seremos capazes de renovar o Contrato Operacional em bases favoráveis ou ao menos compatíveis com os nossos negócios, o que pode nos sujeitar a custos excessivos, incluindo excessivos aumentos no preço de aquisição de Passagens-Prêmio ou alteração nas rotas que podem ser objeto de Passagens-Prêmio, o que pode afetar os nossos negócios e os índices de satisfação dos Participantes em relação aos nossos serviços. Além disso, o Contrato Operacional e o Contrato de Compartilhamento podem ser terminados pelas partes a qualquer tempo com notificação à parte contrária com antecedência mínima de 12 meses e 90 dias, respectivamente.

Fatores de risco

Adicionalmente, certos membros da nossa administração detêm ações ou opções de compra de ações da TAM Linhas Aéreas. Esses fatores podem nos afetar adversamente.

Riscos relacionados ao Brasil

O governo federal exerceu e continua a exercer influência significativa sobre a economia brasileira. Essa influência, bem como a conjuntura econômica e política brasileira, podem ter um efeito adverso sobre nós.

O governo federal frequentemente intervém na economia brasileira e ocasionalmente realiza modificações significativas em suas políticas e normas monetárias, de crédito, fiscais e outras de modo a influenciar a economia brasileira. As medidas tomadas pelo governo federal para controlar a inflação, além de outras políticas e normas, frequentemente implicaram controles de preços e salários, desvalorização do real, controles sobre remessas de fundos para o exterior, intervenção do Banco Central para afetar as taxas básicas de juros, entre outras. Não temos controle sobre quais medidas ou políticas o governo federal poderá adotar no futuro, e não podemos prevê-las. Nossas atividades, situação financeira, resultados operacionais, perspectivas e o preço de mercado de nossas Ações podem vir a ser prejudicados de maneira relevante por modificações nas políticas ou normas que envolvam ou afetem certos fatores, tais como:

- crescimento econômico do Brasil;
- inflação;
- taxas de juros;
- flutuações nas taxas de câmbio;
- reduções salariais e dos níveis econômicos;
- aumento do desemprego;
- políticas cambiais;
- política fiscal e mudanças nas leis fiscais;
- liquidez dos mercados financeiros e de capitais domésticos; e
- outros fatores políticos, sociais e econômicos que venham a ocorrer no Brasil ou que o afetem.

Não podemos prever quais políticas fiscais, monetárias, previdenciárias e outras políticas serão adotadas no futuro pelo governo, ou se essas políticas resultarão em consequências adversas para a economia brasileira e para nós. Além disso, possíveis crises políticas poderão afetar a confiança dos investidores e do público em geral, o que poderá causar a desaceleração econômica e afetar adversamente o preço de mercado dos valores mobiliários emitidos por companhias brasileiras, inclusive as nossas Ações.

A instabilidade cambial pode ter um efeito adverso sobre a economia brasileira e, conseqüentemente, sobre nós.

A moeda brasileira tem historicamente sofrido frequentes desvalorizações nas últimas quatro décadas. Durante esse período, o governo federal implementou diversos planos econômicos e fez uso de diferentes políticas cambiais, incluindo desvalorizações repentinas, pequenas desvalorizações periódicas (durante as quais a frequência dos ajustes variou de diária a mensal), sistemas de câmbio flutuante, controles cambiais e dois mercados de câmbio. Apesar da desvalorização de longo prazo do real estar em geral ligada à taxa de inflação no Brasil, a desvalorização do real ocorrida em períodos de tempo menores resultou em variações significativas na taxa de câmbio entre o real, o Dólar e outras moedas. O real valorizou frente ao Dólar em 8,8%, 13,4%, 9,5% e 20,5% em 2004, 2005, 2006 e 2007, respectivamente. Em 2008, em decorrência da crise financeira global, o real desvalorizou frente ao Dólar em 24,2%. Contudo, nos primeiros nove meses de 2009, o real valorizou frente ao Dólar em 23,9%, para R\$1,778 por Dólar em 30 de setembro de 2009. A taxa de câmbio real/Dólar divulgada pelo Banco Central em 3 de fevereiro de 2010 era de R\$1,833 por Dólar. Não podemos garantir que o real não continuará a se valorizar ou desvalorizar substancialmente frente ao Dólar no futuro.

Fatores de risco

Nossos custos são denominados primordialmente em reais. Porém, as taxas por nós recebidas nos termos da maioria dos nossos contratos com os parceiros comerciais são referências em Dólares. As receitas provenientes de tais taxas são reduzidas quando convertidas em reais nos períodos nos quais o real sofre valorização frente ao Dólar.

Ademais, tendo em vista que uma parcela substancial das nossas receitas está referenciada em Dólares, podemos ser afetados adversamente devido a flutuações no valor do real frente ao Dólar. Mudanças no valor relativo do real e do Dólar, por exemplo, resultarão em lucros e prejuízos cambiais realizados e a realizar na medida em que temos ativos e passíveis fixados em Dólares ou outras moedas. Não podemos garantir que a taxa de câmbio real/Dólar não estará sujeita a flutuações substanciais no futuro, o que poderia nos afetar adversamente.

Além disso, a desvalorização do real frente ao Dólar poderá criar pressões inflacionárias adicionais no Brasil, o que poderá afetar negativamente a economia brasileira como um todo, bem como o preço de mercado das nossas Ações.

A inflação e certas medidas do Governo Federal para combatê-la afetaram historicamente a economia brasileira e os mercados de capitais brasileiros, e altos níveis de inflação no futuro podem nos afetar adversamente.

Ao longo de sua história, o Brasil registrou taxas elevadas de inflação. A inflação, juntamente com determinadas medidas adotadas pelo governo federal para contê-la, tiveram um forte impacto negativo sobre a economia brasileira.

Desde a introdução do Real, em julho de 1994, no entanto, a inflação brasileira tem sido substancialmente menor do que em períodos anteriores, sendo mantida em baixos índices desde então.

No entanto, se o Brasil experimentar altas taxas de inflação no futuro, podemos não ser capazes de reajustar os preços cobrados dos nossos Participantes de maneira suficiente para compensar os efeitos da inflação em nossa estrutura de custos, o que pode levar a um aumento das nossas despesas e redução da margem líquida operacional.

Desdobramentos econômicos e a percepção de riscos no Brasil e em outros países, inclusive em outros mercados emergentes e nos Estados Unidos, podem afetar adversamente a economia brasileira e o preço de mercado dos valores mobiliários brasileiros, inclusive o preço de mercado das nossas Ações.

O mercado relativo a valores mobiliários de emissão de companhias brasileiras é influenciado pelas condições econômicas e de mercado do Brasil e, em diferentes graus, pelas condições de mercado de outros países latino-americanos e em outros mercados emergentes, bem como dos Estados Unidos. Apesar de a conjuntura econômica ser diferente em cada país, a reação dos investidores aos acontecimentos em cada país pode causar um efeito adverso sobre o valor de mercado dos valores mobiliários das companhias brasileiras. Crises em outros países de economia emergente ou nos Estados Unidos podem reduzir o interesse dos investidores nos valores mobiliários das companhias brasileiras, incluindo as nossas Ações.

Flutuações nas taxas de juros poderão afetar adversamente os nossos negócios.

Os nossos negócios poderão estar sujeitos a flutuações de taxas de juros, conforme estabelecidas pelo Banco Central, o que poderão variar dependendo da expansão da economia brasileira, dos níveis de inflação e de outras políticas. Um repentino aumento das taxas de juros poderá reduzir as atividades do mercado consumidor e reduzir o nível de aquisições dos consumidores, o que poderá nos afetar adversamente. Ademais, caso as taxas de juros sofram aumento, os custos e pagamentos das nossas dívidas sofreriam aumento.

Riscos relacionados à Oferta e às Nossas Ações

O preço de mercado das nossas Ações poderá variar, e o investidor poderá não ser capaz de revender as Ações a um preço igual ou superior ao preço por ação desta Oferta.

Não podemos prever em que medida um mercado de negociação ativo e líquido para as nossas Ações será desenvolvido, ou se o preço das nossas Ações será volátil. O mercado de valores mobiliários brasileiro é substancialmente menor, menos líquido e possivelmente mais volátil do que os principais mercados de valores mobiliários dos Estados Unidos e de outros países mais desenvolvidos. Essas características de mercado podem limitar substancialmente a capacidade dos titulares das nossas Ações de vendê-las ao preço e na ocasião em que desejarem, o que poderia afetar adversamente o preço de mercado das nossas Ações. O Preço por Ação foi estabelecido por meio do Procedimento de *Bookbuilding*, e pode não indicar os preços que irão prevalecer no mercado após esta Oferta. O preço de mercado das nossas Ações pode ainda flutuar significativamente em virtude de diversos motivos, inclusive em resposta aos fatores de risco descritos neste Prospecto.

Vendas substanciais das nossas Ações após esta Oferta poderão causar uma redução no preço de mercado das Ações.

Nós, nosso Acionista Controlador, diretores e conselheiros iremos celebrar contratos de restrição à negociação de ações, através dos quais concordamos em não emitir, ofertar, vender, contratar a venda, emprestar, outorgar opção ou onerar as nossas Ações ou quaisquer valores mobiliários conversíveis nas ou permutáveis pelas nossas ações ordinárias, bem como em não celebrar qualquer transação de *swap*, *hedge*, venda a descoberto ou qualquer outro tipo de transação que possa transferir, seja integral ou parcialmente, quaisquer benefícios econômicos provenientes das Ações por um período de 180 dias a contar da data de publicação do Prospecto Definitivo, sem prévio consentimento por escrito dos Agentes de Colocação Internacional, sujeitos a determinadas exceções.

De acordo com as regras do Novo Mercado, os acionistas controladores, diretores e conselheiros de uma companhia listada no segmento de Novo Mercado não estão autorizados a vender e/ou ofertar à venda ações ordinárias de emissão da respectiva companhia, ou derivativos lastreados nessas ações, durante os primeiros seis meses subsequentes à primeira distribuição pública de ações. Após o período inicial de seis meses e durante um período adicional de seis meses, os acionistas controladores, conselheiros e diretores não poderão vender e/ou ofertar à venda mais do que 40% das ações ordinárias, ou derivativos lastreados nessas ações de que eram titulares, imediatamente após a efetivação da distribuição anteriormente mencionada.

Após o término dos respectivos períodos de *lock-up*, as Ações detidas pelo nosso Acionista Controlador, diretores e conselheiros estarão disponíveis para venda no mercado. Vendas ou a percepção da possibilidade de vendas de um volume substancial das nossas Ações poderá ter um efeito adverso relevante sobre o preço de mercado das nossas Ações.

Os interesses do nosso Acionista Controlador podem ser conflitantes com os interesses de nossos demais acionistas.

Imediatamente após esta Oferta, nosso Acionista Controlador, TAM S.A., irá deter 75,0% de nossas Ações, sem considerar as Ações Suplementares. Nosso Acionista Controlador pode, entre outros atos, eleger a maioria dos membros do nosso Conselho de Administração e decidir sobre qualquer questão que requeira aprovação de acionista, incluindo reorganização societária e a quantidade e momento de pagamento de quaisquer dividendos. Embora nossos acionistas minoritários tenham direito de venda conjunta (*tag along*), os interesses do nosso Acionista Controlador podem diferir e conflitar com os interesses dos nossos futuros acionistas minoritários, inclusive o potencial investidor, no que se refere a aquisições, financiamentos ou outras transações similares.

Nosso Acionista Controlador poderá também realizar de tempos em tempos decisões estratégicas que acredite ser no melhor interesse de seus negócios como um todo, incluindo nós. Estas decisões podem divergir das decisões que tomaríamos. As decisões do nosso Acionista Controlador, no que diz respeito a nós e aos nossos negócios, podem ser conduzidas de forma a favorecer a TAM Linhas Aéreas e, por conseguinte, acionistas próprios da TAM Linhas Aéreas, o que pode não coincidir com os interesses dos nossos acionistas minoritários. Podemos não ser capazes de resolver um potencial conflito nesse sentido e, mesmo que o façamos, a solução pode ser menos favorável a nós do que aquela que conseguiríamos por meio de uma operação com uma parte não relacionada. Ainda que ambas as partes busquem uma solução mais próxima possível daquela que seria alcançada entre partes não relacionadas, essa tentativa pode não suceder na prática.

Podemos precisar de capital adicional no futuro, por meio da emissão de Ações em lugar da contratação de financiamento, o que poderá resultar em uma diluição da participação do investidor nas nossas Ações.

Podemos precisar obter recursos adicionais no futuro para financiar as nossas atividades e, caso a obtenção de tais recursos por meio de financiamento público ou privado não esteja disponível, podemos emitir ações adicionais ou valores mobiliários conversíveis em Ações. Qualquer emissão de Ações poderá diluir a participação do investidor nas nossas Ações.

Os titulares das nossas ações ordinárias podem não receber quaisquer dividendos ou juros sobre o capital próprio.

De acordo com nosso Estatuto Social, devemos pagar aos nossos acionistas, no mínimo, 25% do nosso lucro líquido anual, calculado e ajustado nos termos da Lei das Sociedades por Ações, sob a forma de dividendos. Para maiores informações, ver a seção “Dividendos e Política de Dividendos”, na página 166 deste Prospecto. Esse lucro líquido ajustado pode ser capitalizado, utilizado para absorver prejuízos ou então retido, conforme previsto na Lei das Sociedades por Ações, e pode não ser disponibilizado para pagamento de dividendos. Além disso, podemos suspender a distribuição obrigatória de dividendos em qualquer exercício fiscal caso o nosso conselho de administração informe aos nossos acionistas que tal pagamento é desaconselhável diante de nossa situação financeira.

A participação de Investidores Institucionais que sejam considerados Pessoas Vinculadas na Oferta poderá promover a má formação de preço ou a redução de liquidez das ações de nossa emissão.

O Preço por Ação foi definido com base no Procedimento de *Bookbuilding*, no qual foram aceitas intenções de investimento de Investidores Institucionais que sejam Pessoas Vinculadas até o limite de 15% das Ações inicialmente ofertadas. A participação de Investidores Institucionais que sejam Pessoas Vinculadas no Procedimento de *Bookbuilding* poderá promover a má formação de preço ou a redução de liquidez das ações de nossa emissão (ver a seção “Informações Sobre a Oferta – Preço por Ação”, na página 57 deste Prospecto).

Adicionalmente, de acordo com a legislação em vigor, na medida em que não foi verificado excesso de demanda superior em um terço das Ações inicialmente ofertadas (sem considerar as Ações Suplementares), Pessoas Vinculadas que sejam Investidores Institucionais poderão investir nas Ações, o que poderá promover má formação da liquidez esperada das ações de nossa emissão.

Estamos realizando uma oferta pública de distribuição de Ações, o que poderá nos deixar expostos a riscos relativos a uma oferta de valores mobiliários no Brasil e no exterior. Os riscos relativos a ofertas de valores mobiliários no exterior são potencialmente maiores do que os riscos relativos a uma oferta de valores mobiliários no Brasil.

Esta Oferta compreende a oferta pública de distribuição primária das nossas Ações no Brasil, em mercado de balcão não organizado, incluindo esforços de colocação das nossas Ações no exterior, sendo, nos Estados Unidos, para investidores institucionais qualificados definidos em conformidade com o disposto na Regra 144A, e nos demais países (que não os Estados Unidos), para *non-U.S. Persons* com base na Regulamento S, que invistam, em ambos os casos, no Brasil em conformidade com os mecanismos de investimento da Resolução CMN 2.689 e da Instrução CVM 325 ou Lei nº 4.131, esforços esses que serão realizados pelos Agentes de Colocação Internacional. Os esforços de colocação das nossas Ações no exterior nos expõem a normas relacionadas à proteção desses investidores estrangeiros por incorreções relevantes tanto no *Preliminary Offering Memorandum*, datado na mesma data deste Prospecto Preliminar, quanto no *Offering Memorandum*, datado na mesma data do Prospecto Definitivo.

Adicionalmente, somos parte do *Placement Facilitation Agreement*, que regula os esforços de colocação de Ações no exterior. O *Placement Facilitation Agreement* apresenta uma cláusula de indenização em favor dos Agentes de Colocação Internacional para que nós os indenizemos caso venham a sofrer perdas no exterior por conta de incorreções ou omissões relevantes no *Preliminary Offering Memorandum* ou no *Offering Memorandum*. Caso venham a sofrer perdas no exterior com relação a essas questões, os Agentes de Colocação Internacional poderão ter direito de regresso contra nós por conta dessa cláusula de indenização. O *Placement Facilitation Agreement* possui, ainda, declarações específicas com relação à observância de isenções de registro das leis de valores mobiliários dos Estados Unidos.

Fatores de risco

Em cada um dos casos indicados acima, procedimentos judiciais poderão ser iniciados contra nós no exterior. Esses procedimentos no exterior, em especial nos Estados Unidos, poderão envolver valores substanciais, em decorrência do critério utilizado nos Estados Unidos para o cálculo das indenizações devidas nesses processos. Além disso, devido ao sistema processual dos Estados Unidos, as partes envolvidas em um litígio são obrigadas a arcar com altos custos na fase inicial do processo, o que penaliza companhias sujeitas a tais processos, mesmo que fique provado que nenhuma incorreção foi cometida. Nossa eventual condenação em um processo no exterior com relação a incorreções ou omissões relevantes no *Preliminary Offering Memorandum* ou no *Offering Memorandum*, se envolver valores elevados, poderá nos afetar adversamente.

INFORMAÇÕES SOBRE A OFERTA

Composição Atual do Capital Social

Na data deste Prospecto, nosso capital social era de R\$500,00, representado por 118.020.000 ações ordinárias, todas nominativas e sem valor nominal. O quadro abaixo indica a quantidade de Ações detidas por acionistas titulares de 5% ou mais de nossas ações ordinárias e por nossos Conselheiros, na data deste Prospecto.

Após a conclusão da Oferta, a composição do nosso capital social será a seguinte, assumindo a colocação da totalidade das 39.340.000 Ações, sem considerar o exercício da Opção de Ações Suplementares:

Acionista	Quantidades de Ações e Porcentagens			
	Antes da Oferta		Após a Oferta	
	Ações	(%)	Ações	(%)
Acionista Controlador.....	118.019.995	100,0	118.019.995	75,0
Conselho de Administração.....	5	0,0	5	0,0
Outros.....	–	–	39.340.000	25,0
Total	118.020.000	100,0	157.360.000	100,0

Após a conclusão da Oferta, a composição do nosso capital social será a seguinte, considerando o exercício da Opção de Ações Suplementares, totalizando 45.241.000 ações ordinárias emitidas:

Acionista	Quantidades de Ações e Porcentagens			
	Antes da Oferta		Após a Oferta	
	Ações	(%)	Ações	(%)
Acionista Controlador.....	118.019.995	100,0	118.019.995	72,3
Conselho de Administração.....	5	0,0	5	0,0
Outros.....	–	–	45.241.000	27,7
Total	118.020.000	100,0	163.261.000	100,0

Alocação dos Recursos da Oferta

Destinação	Percentual Estimado	Valor Estimado (em R\$) ^{(1),(2)}
Adiantamento para compra de Passagens-Prêmio....	94%	568.006.656,00
Reserva de caixa	5%	30.213.120,00
Pagamento de mútuo com a TAM Linhas Aéreas.....	1%	6.042.624,00
Total	100%	604.262.400,00

⁽¹⁾ Com base no Preço por Ação.

⁽²⁾ Líquido de comissões e não considera a distribuição das Ações Suplementares.

Descrição da Oferta

A Oferta compreende a distribuição pública primária de Ações no Brasil, em mercado de balcão não-organizado, em conformidade com a Instrução CVM 400, a Investidores Institucionais e Investidores Não-Institucionais, pelos Coordenadores da Oferta, em conjunto com o Coordenador Contratado e as Corretoras, com esforços de venda das Ações no exterior, a serem realizados pelos Agentes de Colocação Internacional, (i) nos Estados Unidos a Investidores Estrangeiros, em conformidade com o disposto na Regra 144A do *Securities Act*, e (ii) para Investidores estrangeiros nos demais países (exceto nos Estados Unidos e no Brasil), com base no Regulation S do *Securities Act*, em ambos os casos, por meio dos mecanismos de investimento regulamentados pela legislação brasileira aplicável e em operações isentas de registro em conformidade com o *Securities Act*.

As Ações serão distribuídas no Brasil pelas Instituições Participantes da Oferta, em regime de garantia firme de liquidação.

Informações sobre a oferta

A Companhia concedeu ao Coordenador Líder uma opção para distribuição de lote suplementar de Ações equivalentes a até 15% do total de Ações inicialmente ofertadas no âmbito da Oferta, a ser exercida pelo Coordenador Líder. O Coordenador Líder terá o direito exclusivo, a partir da data de assinatura do Contrato de Distribuição e por um período de até 30 dias contados, inclusive, da data do início da negociação das Ações na BM&FBOVESPA, de exercer a Opção de Ações Suplementares, no todo ou em parte, em uma ou mais vezes, após a notificação ao Credit Suisse, desde que a decisão de sobrealocação das Ações no momento em que foi fixado o Preço por Ação tenha sido tomada em comum acordo pelos Coordenadores.

Sem prejuízo do exercício da Opção de Ações Suplementares, a quantidade de Ações inicialmente ofertadas, excluídas as Ações Suplementares, poderia ter sido, a critério da Companhia, em concordância com os Coordenadores da Oferta, mas não foi, aumentada em até 20% do total de Ações, emitidos nas mesmas condições das Ações inicialmente ofertadas, nos termos do artigo 14, parágrafo 2º, da Instrução CVM 400.

Preço por Ação

O Preço por Ação foi fixado após (i) a efetivação dos Pedidos de Reserva no Período de Reserva; e (ii) a apuração do resultado do Procedimento de *Bookbuilding*, em conformidade com o artigo 44 da Instrução CVM 400. Os Investidores Não-Institucionais que aderiram à Oferta de Varejo não participaram do Procedimento de *Bookbuilding* e, portanto, do processo de determinação do Preço por Ação.

A escolha do critério de preço de mercado para a determinação do Preço por Ação: (a) é devidamente justificada, na medida em que o preço de mercado das Ações a serem adquiridas foi auferido com a realização do Procedimento de *Bookbuilding*, o qual reflete o valor pelo qual os Investidores Institucionais apresentaram suas ordens firmes de aquisição das Ações no contexto da Oferta; e, em decorrência, (b) não promoverá a diluição injustificada dos nossos atuais acionistas.

Nos termos da regulamentação em vigor, foi aceita a participação de Pessoas Vinculadas que sejam consideradas Investidores Institucionais no processo de fixação do Preço por Ação, mediante a participação destas no Procedimento de *Bookbuilding*. Na medida em que não foi verificado excesso de demanda superior em um terço às Ações (excluída a Opção de Ações Suplementares), será permitida a colocação de Ações para Pessoas Vinculadas. A aquisição de Ações realizadas para proteção (*hedge*) de operações com derivativos não serão consideradas investimento efetuado por Pessoas Vinculadas para fins da presente Oferta. O investimento nas Ações por Investidores Institucionais que sejam Pessoas Vinculadas poderá promover má formação de preço ou de liquidez das Ações no mercado secundário. Para maiores informações, ver seção “Fatores de Risco – Riscos Relacionados à Oferta e às Nossas Ações Ordinárias”, na página 53 deste Prospecto.

Montante da Oferta

O montante da Oferta, com base no Preço por Ação indicada na capa deste Prospecto, é de R\$629.440.000,00, sem considerar a Opção de Ações Suplementares.

Quantidade, Valor e Recursos Líquidos

O quadro seguinte indica a quantidade de Ações, o Preço por Ação, o valor total dos recursos oriundos da Oferta, das comissões e dos recursos líquidos recebidos por nós, em cada uma das hipóteses abaixo descritas, estimados com base no Preço por Ação:

	Quantidade	Preço por Ação (R\$/Ação)	Comissões ⁽¹⁾ (R\$)	Recursos líquidos ⁽¹⁾ (R\$)
Sem exercício da Opção de Ações				
Suplementares	39.340.000	16,00	25.177.600,00	604.262.400,00
Com exercício da Opção de Ações				
Suplementares	45.241.000	16,00	28.954.240,00	694.901.760,00

⁽¹⁾ Sem dedução de despesas da Oferta. Os valores apresentados são estimados, estando sujeitos a variações.

Informações sobre a oferta

Custos de Distribuição

Os custos de distribuição da Oferta, que incluem custos relacionados à elaboração do nosso plano de negócios, serão arcados integralmente por nós. Segue, abaixo, descrição dos custos da Oferta estimados com base no Preço por Ação:

Comissões e Despesas	Valor (R\$)	% em Relação ao Preço por Ação	Custo unitário por Ação (R\$)	% em Relação ao Valor Total da Oferta ⁽³⁾
Comissão de Coordenação.....	3.147.200,00	0,50	0,08	0,50
Comissão de Garantia Firme	9.441.600,00	1,50	0,24	1,50
Comissão de Colocação	3.147.200,00	0,50	0,08	0,50
Comissão de Incentivo ⁽¹⁾	9.441.600,00	1,50	0,24	1,50
Total de Comissões.....	25.177.600,00	4,00	0,64	4,00
Despesas de Registro e Listagem da Oferta	150.864,88	0,02	0,00	0,02
Despesas com Advogados ⁽²⁾	1.700.000,00	0,27	0,04	0,27
Despesas com Auditores ⁽²⁾	550.000,00	0,09	0,01	0,09
Despesas com Publicidade da Oferta ⁽²⁾	561.091,79	0,09	0,01	0,09
Outras.....	1.000.000,00	0,16	0,03	0,16
Total de Despesas⁽²⁾	3.961.956,67	0,63	0,10	0,63
Total	29.139.556,67	4,63	0,74	4,63

⁽¹⁾ Até 1,50% do valor total da Oferta, a nosso critério.

⁽²⁾ Os números apresentados são estimados, estando sujeitos a variações.

⁽³⁾ Sem levar em consideração o exercício da Opção de Ações Suplementares.

Aprovações Societárias

A realização da Oferta foi aprovada pela Assembleia Geral Extraordinária da Companhia realizada em 14 de dezembro de 2009, cuja ata foi arquivada na JUCESP e publicada no Diário Oficial do Estado de São Paulo no dia 24 e dezembro de 2009 e no jornal “Valor Econômico” no dia 28 e dezembro de 2009. O efetivo aumento de capital da Companhia, com exclusão do direito de preferência dos atuais acionistas na subscrição de Ações objeto da Oferta, nos termos do artigo 172, inciso I, da Lei das Sociedades por Ações, e o Preço por Ação foram autorizados em Reunião do Conselho de Administração da Companhia realizada após a precificação da Oferta e antes da concessão do registro da Oferta pela CVM, cuja ata será publicada no jornal “Valor Econômico” na data de publicação do Anúncio de Início e no Diário Oficial do Estado de São Paulo no dia seguinte.

Reserva de Capital

Nenhuma parcela dos recursos recebidos por meio da Oferta será destinada para reserva de Capital.

Público-Alvo da Oferta

As Instituições Participantes da Oferta realizarão a distribuição das Ações objeto da Oferta por meio de duas ofertas distintas, quais sejam, a Oferta de Varejo, direcionada a Investidores Não-Institucionais, os quais foram classificados como “Com Prioridade de Alocação” e “Sem Prioridade de Alocação”, conforme definidos abaixo, e a Oferta Institucional.

A Oferta de Varejo será realizada junto a investidores residentes no Brasil, com pedidos de investimento de no mínimo R\$3.000,00 (três mil reais) e no máximo R\$300.000,00 (trezentos mil reais) e que preencham o Pedido de Reserva, de acordo com os procedimentos previstos para a Oferta de Varejo.

A Oferta Institucional será realizada a investidores que não sejam Investidores Não-Institucionais.

Informações sobre a oferta

Cronograma da Oferta

Encontra-se abaixo um cronograma estimado das etapas da Oferta, informando seus principais eventos a partir da publicação do Aviso ao Mercado:

Nº	Evento	Data de Realização/ Data Prevista ⁽¹⁾
1	Publicação do Aviso ao Mercado (sem logotipos das Corretoras) Disponibilização do Prospecto Preliminar Início do <i>Roadshow</i> Início do Procedimento de <i>Bookbuilding</i>	19/01/10
2	Republicação do Aviso ao Mercado (com os logotipos das Corretoras) Início do Período de Reserva	26/01/10
3	Encerramento do Período de Reserva	02/02/10
4	Encerramento do <i>Roadshow</i> Encerramento do Procedimento de <i>Bookbuilding</i> Fixação do Preço por Ação Assinaturas do Contrato de Distribuição e do Contrato de Colocação Internacional	03/02/10
5	Concessão do Registro da Oferta pela CVM Publicação do Anúncio de Início Disponibilização do Prospecto Definitivo	04/02/10
6	Início do prazo de exercício da Opção de Ações Suplementares Início de Negociação das Ações	05/02/10
7	Data de Liquidação da Oferta	09/02/10
8	Encerramento do prazo de exercício da Opção de Ações Suplementares	05/03/10
9	Data Máxima de Liquidação das Ações Suplementares	10/03/10
10	Publicação do Anúncio de Encerramento	15/03/10

⁽¹⁾ As datas previstas para os eventos futuros são meramente indicativas, e estão sujeitas a alterações, antecipações e atrasos.

Os investidores deverão entrar em contato, cada qual, com a sua respectiva Corretora para esclarecer qualquer dúvida acerca dos prazos estabelecidos à Oferta, principalmente aqueles referentes à realização dos pedidos de reservas, bem como qualquer procedimento operacional para a realização de seu cadastro em tal instituição.

Procedimentos da Oferta

Oferta de Varejo

Critério para determinação de prioridade de alocação para Investidor Não-Institucional

Caso a totalidade dos Pedidos de Reserva realizados por Investidores Não-Institucionais seja superior à quantidade de Ações destinadas à Oferta de Varejo, o procedimento de rateio observará os critérios descritos abaixo.

O critério de rateio será aplicado de forma diferenciada, nos termos indicados abaixo, para os Investidores Não-Institucionais avaliados como “Com Prioridade de Alocação” ou “Sem Prioridade de Alocação”, de modo a permitir que os Investidores Não-Institucionais que tenham um histórico de manutenção de valores mobiliários recebam um tratamento prioritário no rateio da Oferta. Todos os Investidores Não-Institucionais poderão solicitar sua classificação no respectivo Pedido de Reserva. Os Investidores Não-Institucionais que não solicitarem tal classificação serão automaticamente considerados como “Sem Prioridade de Alocação”.

Os Investidores Não-Institucionais que solicitarem sua classificação serão classificados em função da manutenção dos valores mobiliários por eles adquiridos nas quatro últimas ofertas públicas de ações ou certificados de depósito de ações liquidadas pela BM&FBOVESPA e cuja liquidação do 1º dia de negociação das ações de tais ofertas na BM&FBOVESPA tenha ocorrido antes da data de início do Período de Reserva da presente Oferta (“Ofertas Consideradas”).

Informações sobre a oferta

Ademais, será verificado, para cada investidor que solicitar a classificação acima mencionada, se o saldo dos valores mobiliários das Ofertas Consideradas do respectivo Investidor Não-Institucional, após a liquidação das negociações do primeiro dia de negociação das ações de cada uma das Ofertas Consideradas, foi igual ou superior a 80,0% do volume de valores mobiliários que referido investidor adquiriu na respectiva Oferta Considerada.

No contexto da Oferta, é considerado como “Sem Prioridade de Alocação” o Investidor Não-Institucional que (i) não solicitou a sua classificação nos termos aqui descritos; e/ou (ii) solicitou sua classificação e que em duas ou mais das quatro Ofertas Consideradas, tiver saldo de valores mobiliários, após a liquidação do 1º dia de negociação, inferior a 80,0% do total adquirido na alocação da respectiva Oferta Considerada.

Todos os demais Investidores Não-Institucionais, inclusive aqueles que não tenham participado em nenhuma das Ofertas Consideradas, que solicitarem a sua classificação serão considerados como “Com Prioridade de Alocação”.

A relação das Ofertas Consideradas para a determinação do perfil de manutenção de valores mobiliários dos Investidores Não-Institucionais, que assim solicitaram em campo específico no Pedido de Reserva, será disponibilizada no site da BM&FBOVESPA (www.bmfbovespa.com.br) no dia de início do Período de Reservas.

Procedimento da Oferta de Varejo

O montante de, no mínimo, 10% e, no máximo, 15% das Ações, sem considerar o exercício da Opção de Ações Suplementares, será destinado prioritariamente à colocação pública junto aos Investidores Não-Institucionais, que realizarem reservas de Ações, em caráter irrevogável e irretroatável, exceto pelo disposto nos itens (h), (i) e (j) abaixo:

- (a) cada um dos Investidores Não-Institucionais interessados poderá efetuar reservas de Ações junto a uma única Corretora, nos seus respectivos endereços, conforme indicado no Aviso ao Mercado, mediante o preenchimento de Pedido de Reserva, celebrado em caráter irrevogável e irretroatável, exceto pelo disposto nos itens (h), (i) e (j) abaixo, no Período de Reserva, observado o valor mínimo de investimento de R\$3.000,00 (três mil reais) e o valor máximo de investimento de R\$300.000,00 (trezentos mil reais) por Investidor Não-Institucional. Os Investidores Não-Institucionais que sejam Pessoas Vinculadas deveriam ter se declarado como Pessoas Vinculadas no respectivo Pedido de Reserva, sendo que, na medida em que não houve demanda superior em um 1/3 às Ações inicialmente ofertadas, sem considerar as Ações Suplementares, os Pedidos de Reserva realizadas por Pessoas Vinculadas não foram cancelados;
- (b) cada Investidor Não-Institucional poderá estipular, no respectivo Pedido de Reserva, o preço máximo por Ação como condição de eficácia do seu Pedido de Reserva, nos termos do parágrafo 3º do artigo 45 da Instrução CVM 400. Caso o Investidor Não-Institucional opte por estipular um preço máximo por Ação no Pedido de Reserva e o Preço por Ação seja fixado em valor superior ao preço máximo por Ação estipulado pelo investidor, o Pedido de Reserva será cancelado;
- (c) a quantidade de Ações adquiridas e o respectivo valor do investimento dos Investidores Não-Institucionais serão informados a cada Investidor Não-Institucional até as 12:00 horas do dia útil imediatamente posterior à data de publicação do Anúncio de Início pela Corretora que houver recebido o respectivo Pedido de Reserva, por meio de mensagem enviada ao endereço eletrônico fornecido no Pedido de Reserva ou, na sua ausência, por telefone ou correspondência, sendo o pagamento limitado ao valor do Pedido de Reserva e ressalvada a possibilidade de rateio prevista no item (g) abaixo;
- (d) cada Investidor Não-Institucional deverá efetuar o pagamento do valor indicado no item (c) acima, junto à Corretora com que tenha realizado o respectivo Pedido de Reserva, em recursos imediatamente disponíveis, até às 11:00 horas da Data de Liquidação. Não havendo pagamento pontual, o Pedido de Reserva será automaticamente cancelado pela Corretora junto à qual o Pedido de Reserva tenha sido realizado;

Informações sobre a oferta

- (e) na Data de Liquidação, após a verificação de que nós efetuamos o depósito das Ações objeto da Oferta junto ao serviço de custódia da BM&FBOVESPA e confirmado o crédito correspondente ao produto da colocação das Ações na conta de liquidação da BM&FBOVESPA, a BM&FBOVESPA, em nome de cada uma das Corretoras junto à qual o Pedido de Reserva tenha sido realizado, entregará a cada Investidor Não-Institucional que com ela tenha feito a reserva, o número de Ações correspondente à relação entre o valor do investimento pretendido constante do Pedido de Reserva e o Preço por Ação, ressalvadas as possibilidades de desistência e cancelamento previstas nos itens (h), (i) e (j) abaixo e a possibilidade de rateio prevista no item (g). Caso tal relação resulte em fração de Ação, o valor do investimento será limitado ao valor correspondente ao maior número inteiro de Ações;
- (f) tendo a totalidade dos Pedidos de Reserva de Ações realizados por Investidores Não-Institucionais sido igual ou inferior ao montante das Ações destinadas à Oferta de Varejo, sem considerar a Opção de Ações Suplementares, não haverá rateio, sendo todos os Investidores Não-Institucionais integralmente atendidos em todas as suas reservas e eventuais sobras no lote ofertado aos Investidores Não-Institucionais destinadas a Investidores Institucionais;
- (g) caso a totalidade dos Pedidos de Reserva realizados pelos Investidores Não-Institucionais seja superior ao montante das Ações destinadas à Oferta de Varejo, sem considerar a Opção de Ações Suplementares, será realizado rateio das Ações da seguinte forma (1) entre os Investidores Não-Institucionais “Com Prioridade de Alocação”, conforme estabelecidos acima, até o limite de R\$20.000,00 (vinte mil reais), inclusive, a divisão igualitária e sucessiva das Ações destinadas à Oferta de Varejo, limitada ao valor individual de cada Pedido de Reserva e ao valor total de Ações destinadas à Oferta de Varejo; (2) após o atendimento do critério (1) acima, as Ações destinadas à Oferta de Varejo remanescentes serão rateadas entre os Investidores Não-Institucionais que foram considerados “Sem Prioridade de Alocação”, conforme estabelecidos acima, sendo que até o limite de R\$5.000,00 (cinco mil reais) inclusive, o critério de rateio será a divisão igualitária e sucessiva de tais Ações, limitada ao valor individual de cada um dos Pedidos de Reserva e à quantidade total de tais Ações; e (3) uma vez atendidos os critérios descritos nos itens (1) e (2) acima, as Ações destinadas à Oferta de Varejo remanescentes serão rateadas proporcionalmente aos valores dos Pedidos de Reserva, desconsiderando-se, entretanto, em ambos os casos, as frações de Ações. Opcionalmente, a critério dos Coordenadores da Oferta, de comum acordo conosco, a quantidade de Ações destinada prioritariamente a Investidores Não-Institucionais poderá ser aumentada para que os pedidos excedentes dos Investidores Não-Institucionais possam ser total ou parcialmente atendidos, sendo que, no caso de atendimento parcial, será observado o mesmo critério de rateio previsto neste item “g”;
- (h) caso (i) seja verificada divergência relevante entre as informações constantes do Prospecto Preliminar e do Prospecto Definitivo que altere substancialmente o risco assumido pelo Investidor Não-Institucional, ou a sua decisão de investimento; (ii) a Oferta seja suspensa, nos termos do artigo 20 da Instrução CVM 400; e/ou (iii) a Oferta seja modificada, nos termos do artigo 27 da Instrução CVM 400, o Investidor Não-Institucional poderá desistir do Pedido de Reserva, devendo, para tanto, informar sua decisão à Corretora que tenha recebido o Pedido de Reserva (a) até as 12:00 horas do dia útil subsequente à data de publicação do Prospecto Definitivo, no caso da alínea (i) acima; e (b) até as 16:00 horas do quinto dia útil subsequente à data em que foi comunicada por escrito a suspensão ou modificação da Oferta, no caso das alíneas (ii) e (iii) acima. Caso o Investidor Não-Institucional não informe sua decisão de desistência do Pedido de Reserva nos termos deste inciso, o Pedido de Reserva será considerado válido e o Investidor Não-Institucional deverá efetuar o pagamento do valor do investimento;
- (i) na hipótese de não haver a conclusão da Oferta, ou na hipótese de rescisão do Contrato de Distribuição, todos os Pedidos de Reserva serão automaticamente cancelados e cada uma das Corretoras comunicará o cancelamento da Oferta, inclusive por meio de publicação de aviso ao mercado, aos Investidores Não-Institucionais de quem tenham recebido Pedido de Reserva;

Informações sobre a oferta

- (j) na hipótese de haver descumprimento, pelo Coordenador Contratado ou por qualquer uma das Corretoras, de qualquer das normas de conduta previstas na regulamentação aplicável à Oferta, incluindo, sem limitação, aquelas previstas na Instrução CVM 400, o Coordenador Contratado ou Corretora (i) deixará de integrar o grupo de instituições responsáveis pela colocação das Ações, pelo que serão cancelados todos os Pedidos de Reserva ou Contratos de Compra e Venda Institucional que tenha recebido e deverá informar imediatamente os investidores que com ela tenha realizado Pedido de Reserva ou ordens para coleta de investimento, conforme o caso, e (ii) poderá ser suspensa, por um período de até seis meses contados da data de comunicação de violação, de atuar como Instituição Participante da Oferta em ofertas de distribuição pública coordenadas pelos Coordenadores da Oferta; e
- (k) caso o Investidor Não-Institucional já tenha efetuado o pagamento nos termos do item (d) acima e venha a desistir do Pedido de Reserva nos termos do item (h) ou tenha seu Pedido de Reserva cancelado nos termos dos itens (i) e (j) acima, os valores depositados serão devolvidos sem juros ou correção monetária no prazo de cinco dias úteis contados, respectivamente, a partir do pedido de cancelamento do Pedido de Reserva ou do cancelamento da Oferta e/ou do Pedido de Reserva.

Os Investidores Não-Institucionais deverão realizar a aquisição das Ações mediante o pagamento à vista, em moeda corrente nacional, de acordo com o procedimento descrito acima.

As Instituições Participantes da Oferta somente atenderão aos Pedidos de Reserva feitos por Investidores Não-Institucionais titulares de conta-corrente bancária ou de conta de investimento nelas aberta ou mantida pelo respectivo investidor.

Oferta Institucional

As Ações que não tenham sido alocadas na Oferta de Varejo, bem como eventuais sobras de Ações destinadas aos Investidores Não-Institucionais que realizarem Pedidos de Reserva, conforme previsto acima, serão destinadas à colocação pública junto a Investidores Institucionais, não sendo admitidas para esses Investidores Institucionais reservas antecipadas e inexistindo valores mínimos ou máximos de investimento.

Nos termos da regulamentação em vigor, será aceita a participação de Pessoas Vinculadas que sejam consideradas Investidores Institucionais no processo de fixação do Preço por Ação, mediante a participação destas no Procedimento de *Bookbuilding*. Na medida em que não foi verificado excesso de demanda superior em um terço às Ações (excluídas a Opção de Ações Suplementares), será permitida a colocação de Ações para Pessoas Vinculadas, sendo as intenções de investimento realizadas por tais investidores canceladas. A aquisição de Ações realizadas para proteção (*hedge*) de operações com derivativos não serão consideradas investimento efetuado por Pessoas Vinculadas para fins da presente Oferta. O investimento nas Ações por Investidores Institucionais que sejam Pessoas Vinculadas poderá promover má formação de preço ou de liquidez das Ações no mercado secundário. Para informações adicionais, ver seção “Fatores de Risco” na página 46 deste Prospecto”.

Caso a quantidade de Ações objeto de ordens recebidas de Investidores Institucionais durante o procedimento de coleta de intenções de investimento junto a Investidores Institucionais, conduzido pelos Coordenadores da Oferta (Procedimento de *Bookbuilding*), exceda o total de Ações remanescentes após o atendimento dos Pedidos de Reserva, terão prioridade no atendimento de suas respectivas ordens os Investidores Institucionais que, a nosso critério exclusivo e dos Coordenadores da Oferta, melhor atendam o objetivo desta Oferta de criar uma base diversificada de acionistas formada por Investidores Institucionais com diferentes critérios de avaliação sobre as nossas perspectivas, ao longo do tempo, nosso setor de atuação e a conjuntura macroeconômica brasileira e internacional, levando-se em conta, ainda, as relações com Participantes e outras considerações de natureza comercial ou estratégica, nossas e dos Coordenadores da Oferta, em conformidade com o plano de distribuição desenvolvido por nós em conjunto com os Coordenadores da Oferta.

Os Investidores Institucionais deverão realizar a aquisição de Ações mediante o pagamento à vista, em moeda corrente nacional, no ato da aquisição.

Informações sobre a oferta

Prazo da Oferta

A data de início da Oferta será divulgada mediante a publicação de Anúncio de Início, em conformidade com o previsto no parágrafo único do artigo 52 da Instrução CVM 400.

A liquidação física e financeira da Oferta, observado o disposto no item abaixo, deverá ser realizada dentro do prazo de até três dias úteis, contado da data de publicação do Anúncio de Início.

O prazo para a distribuição das Ações é de até seis meses contados da data de publicação do Anúncio de Início, nos termos do artigo 18 da Instrução CVM 400, ou até a data da publicação do Anúncio de Encerramento, o que ocorrer primeiro.

Inadequação da Oferta a Certos Investidores

O investimento em ações representa um investimento de risco, posto que é um investimento em renda variável e, assim, os investidores que pretendam investir nas Ações estão sujeitos a perdas patrimoniais e riscos, inclusive àqueles relacionados às Ações, a nós, ao setor da economia em que atuamos aos nossos acionistas, e o ambiente macroeconômico do Brasil descritos neste Prospecto e que devem ser cuidadosamente considerados antes da tomada de decisão de investimento. O investimento em ações não é, portanto, adequado a investidores avessos aos riscos relacionados à volatilidade do mercado de capitais.

Contrato de Distribuição e Contrato de Colocação Internacional

O Contrato de Distribuição foi celebrado entre nós e os Coordenadores da Oferta, tendo como interveniente anuente a BM&FBOVESPA. Nós contratamos cada um dos Coordenadores da Oferta para, sujeito aos termos e às condições do Contrato de Distribuição, realizar a oferta das Ações, diretamente ou por meio do Coordenador Contratado e/ou das Corretoras, em conformidade com as disposições da Instrução CVM 400 e observados os esforços de dispersão acionária previstos no Regulamento de Práticas Diferenciadas de Governança Corporativa do Novo Mercado da BM&FBOVESPA.

Os Coordenadores da Oferta prestarão garantia firme de liquidação conforme explicado no item “Garantia Firme de Liquidação” abaixo. O objeto da garantia firme de liquidação é o valor total das Ações ofertadas no âmbito da Oferta, que corresponde ao produto da quantidade das Ações ofertadas no âmbito da Oferta pelo Preço por Ação.

Nos termos do Contrato de Colocação Internacional, celebrado entre nós e os Agentes de Colocação Internacional, na mesma data de celebração do Contrato de Colocação, os Agentes de Colocação Internacional, realizarão os esforços de colocação das Ações no exterior. O Contrato de Colocação Internacional possui declarações específicas em relação à observância de isenções das leis de valores mobiliários dos Estados Unidos, as quais, se descumpridas, poderão dar ensejo a potenciais procedimentos judiciais.

O Contrato de Distribuição e o Contrato de Colocação Internacional estabelecem que a obrigação dos Coordenadores da Oferta e dos Agentes de Colocação Internacional de efetuarem o pagamento pelas Ações está sujeita a determinadas condições, como a entrega de opiniões legais por nossos e seus assessores jurídicos, bem como a assinatura de termos de restrição à negociação de Ações por nós, pelos Acionistas Controladores e por nossos Administradores.

De acordo com o Contrato de Distribuição e com o Contrato de Colocação Internacional, nós assumimos a obrigação de indenizar os Coordenadores da Oferta e os Agentes de Colocação Internacional em certas circunstâncias e contra determinadas contingências.

Informações sobre a oferta

O Contrato de Colocação Internacional apresenta cláusula de indenização por nós em favor dos Agentes de Colocação Internacional para indenizá-los caso eles venham a sofrer perdas no exterior por conta de incorreções relevantes ou omissões relevantes nos Prospectos Internacionais. Informamos que o Contrato de Colocação Internacional possui declarações específicas em relação à observância de isenções das leis de valores mobiliários dos Estados Unidos, as quais, se descumpridas poderão dar ensejo a outros potenciais procedimentos judiciais. Em cada um dos casos indicados acima, procedimentos judiciais poderão ser iniciados contra nós no exterior. Estes procedimentos no exterior, em especial nos Estados Unidos, poderão envolver valores substanciais, em decorrência do critério utilizado nos Estados Unidos para o cálculo das indenizações devidas nestes processos. A nossa eventual condenação em um processo no exterior em relação a incorreções relevantes ou omissões relevantes nos Prospectos Internacionais, se envolver valores elevados, poderá nos ocasionar um impacto significativo e adverso.

Uma cópia do Contrato de Distribuição está disponível para consulta ou cópia nos endereços dos Coordenadores da Oferta indicados no item “Informações Complementares”, na página 68 deste Prospecto.

Garantia Firme de Liquidação

Nos termos do Contrato de Distribuição, as Ações objeto da Oferta serão colocadas em regime de garantia firme de liquidação prestada pelos Coordenadores da Oferta, de forma individual e não solidária, incluindo a Opção de Ações Suplementares, se for o caso. Caso a totalidade das Ações objeto da Oferta não seja totalmente liquidada até a Data de Liquidação (ou, no caso da Opção de Ações Suplementares, a Data de Liquidação das Ações Suplementares), cada um dos Coordenadores da Oferta realizará a aquisição, de forma individual e não solidária, em tal data, da totalidade do eventual saldo resultante da diferença entre o número de Ações objeto da garantia firme prestada por tal Coordenador da Oferta nos termos do Contrato de Colocação e o número de Ações colocadas e efetivamente liquidadas no mercado, pelo Preço por Ação. Tal garantia individual e não solidária é vinculante a partir do momento em que for assinado o Contrato de Colocação, sendo que a responsabilidade dos Coordenadores da Oferta será exercida de forma proporcional e estará limitada exclusivamente à respectiva garantia firme de liquidação prestada por cada Coordenador da Oferta no Contrato de Colocação. Em caso de exercício da garantia firme de liquidação e posterior revenda das Ações ao público pelos Coordenadores da Oferta, durante o Prazo de Distribuição, o preço de revenda das Ações será o preço de mercado das Ações, tendo por limite máximo o Preço por Ação, ressalvadas as atividades de estabilização.

De acordo com os termos previstos para o Contrato de Distribuição, os Coordenadores da Oferta distribuirão, inicialmente, em regime de garantia firme de liquidação, de maneira não solidária, as Ações conforme indicado na tabela abaixo:

Coordenador da Oferta	% em relação ao total de Ações objeto da Oferta
Banco BTG Pactual S.A.....	60,0
Banco de Investimentos Credit Suisse (Brasil) S.A.....	40,0

Restrições à Negociação de Ações (*Lock up*)

Nos termos dos contratos a serem assinados com os Agentes de Colocação Internacional, nós, nosso Acionista Controlador e os nossos Administradores que detiverem ações na data de assinatura do Contrato de Colocação Internacional, sujeitos a determinadas exceções, obrigam-se pelo prazo de 180 dias contados da data da publicação do Anúncio de Início, inclusive, salvo nas hipóteses de prévio consentimento por escrito dos Agentes de Colocação Internacional e transferências de valores mobiliários a uma corretora, com o consentimento dos Coordenadores da Oferta, no contexto da realização de atividades de formador de mercado, de acordo com a legislação aplicável, inclusive com a Instrução CVM nº 384, de 17 de março de 2003, e com o Código ANBID de Regulação e Melhores Práticas para as Ofertas Públicas de Distribuição e Aquisição de Valores Mobiliários, exceto caso as atividades de formador de mercado sejam realizadas por corretoras pertencentes ao grupo econômico dos Coordenadores da Oferta, a não emitir, ofertar, vender, contratar a venda, dar em garantia, emprestar ou outorgar opção de compra de quaisquer de nossas ações, ou outros valores mobiliários conversíveis em ou permutáveis por nossas ações, bem como abster-se de celebrar operação de *swap*, *hedge*, venda a descoberto ou de outra natureza que venha a transferir, no todo ou em parte, quaisquer dos benefícios econômicos advindos da titularidade dos valores mobiliários. A presente restrição à negociação de ações abrange a divulgação pública de qualquer intenção de realizar as operações acima descritas. Quaisquer valores mobiliários recebidos por conta do exercício de opções outorgadas estarão igualmente sujeitos à restrição de transferência de ações. Os valores mobiliários que venham a ser adquiridos pelas pessoas sujeitas às restrições de transferência de ações no mercado aberto não estarão sujeitos às referidas restrições.

Adicionalmente, nos termos do Regulamento do Novo Mercado, nos seis meses subsequentes à data da publicação do Anúncio de Início, o Controlador (conforme definido no Regulamento do Novo Mercado) e nossos Administradores não poderão vender e/ou ofertar à venda quaisquer das nossas ações e Derivativos (conforme definido no Regulamento do Novo Mercado) de que eram titulares imediatamente após a efetivação da Oferta. Após esse período inicial de seis meses, o Controlador e os Administradores não poderão, por mais seis meses, vender e/ou ofertar à venda mais do que 40,0% das nossas ações e Derivativos de que eram titulares imediatamente após a efetivação da Oferta.

Contrato de Estabilização do Preço das Ações

O Coordenador Líder, por intermédio da BTG Pactual Corretora, poderá realizar operações em bolsa de valores visando à estabilização do preço das Ações de nossa emissão na BM&FBOVESPA, durante um período de 30 dias contados, inclusive, da data do início da negociação das Ações na BM&FBOVESPA, por meio de operações de compra e venda de ações ordinárias de nossa emissão, observadas as disposições legais aplicáveis e nos termos do Contrato de Estabilização, que foi previamente submetido à aprovação da BM&FBOVESPA e da CVM, antes da publicação do Anúncio de Início.

O Coordenador Líder e a BTG Pactual Corretora (ou qualquer agente atuando em seu nome) não estarão obrigados a realizar as operações de estabilização previstas no Contrato de Estabilização e, uma vez iniciadas, tais operações poderão ser descontinuadas a qualquer momento.

Cópia do Contrato de Estabilização está disponível para consulta ou cópia por meio dos Coordenadores, em seu endereço indicado neste Prospecto, na seção “*Identificação de Administradores, Consultores e Auditores*” na página 44 deste Prospecto.

Alteração das Circunstâncias, Revogação ou Modificação

Nós e os Coordenadores da Oferta poderemos requerer que a CVM autorize a modificação ou cancelamento da Oferta, caso ocorram alterações posteriores, relevantes e inesperadas nas circunstâncias inerentes à Oferta, existentes na data do pedido de registro de distribuição, que resultem em um aumento relevante nos riscos por eles assumidos. Adicionalmente, nós e os Coordenadores da Oferta poderemos modificar, a qualquer tempo, a Oferta, a fim de melhorar seus termos e condições para os investidores, conforme disposto no parágrafo 3º do artigo 25 da Instrução CVM 400. Caso o requerimento de modificação nas condições da Oferta seja aceito pela CVM, o prazo para distribuição da Oferta poderá ser adiado em até 90 dias. Se a Oferta for cancelada, os atos de aceitação anteriores e posteriores ao cancelamento serão considerados ineficazes.

A revogação da Oferta ou qualquer modificação na Oferta será imediatamente divulgada por meio do jornal “Valor Econômico”, veículo também usado para divulgação do Aviso ao Mercado e do Anúncio de Início, conforme disposto no artigo 27 da Instrução CVM 400 (“Anúncio de Retificação”). Após a publicação do Anúncio de Retificação, os Coordenadores da Oferta só aceitarão ordens no Procedimento de *Bookbuilding* e as Corretoras só aceitarão Pedidos de Reserva daqueles investidores que estejam cientes dos termos do Anúncio de Retificação. Na hipótese de modificação das condições da Oferta, os investidores que já tiverem aderido à Oferta deverão ser diretamente comunicados a respeito da modificação efetuada, para que confirmem no prazo de 5 dias úteis do recebimento da comunicação do Coordenador Líder seu interesse em manter a sua aceitação à Oferta, sendo presumida a manutenção da aceitação em caso de silêncio.

Em qualquer hipótese, a revogação torna ineficaz a Oferta e os atos de aceitação anteriores ou posteriores, devendo ser restituídos integralmente aos investidores aceitantes os valores dados em contrapartida à aquisição das Ações, sem qualquer acréscimo, e sem qualquer dedução de encargos ou tributos, conforme disposto no artigo 26 da Instrução CVM 400.

Suspensão e Cancelamento da Oferta

Nos termos do artigo 19 da Instrução CVM 400, a CVM (a) poderá suspender ou cancelar, a qualquer tempo, uma oferta que: (i) esteja se processando em condições diversas das constantes da Instrução CVM 400 ou do registro; ou (ii) tenha sido havida por ilegal, contrária à regulamentação da CVM ou fraudulenta, ainda que após obtido o respectivo registro; e (b) deverá suspender qualquer oferta quando verificar ilegalidade ou violação de regulamento sanáveis. O prazo de suspensão de uma oferta não poderá ser superior a 30 dias, durante o qual a irregularidade apontada deverá ser sanada. Findo tal prazo sem que tenham sido sanados os vícios que determinaram a suspensão, a CVM deverá ordenar a retirada da referida oferta e cancelar o respectivo registro.

A suspensão ou o cancelamento da Oferta será informado aos investidores que já tenham aceitado a oferta, sendo-lhes facultado, na hipótese de suspensão, a possibilidade de revogar a aceitação até o quinto dia útil posterior ao recebimento da respectiva comunicação. Todos os investidores que já tenham aceitado a oferta, na hipótese de seu cancelamento, e os investidores que tenham revogado a sua aceitação, na hipótese de suspensão, conforme previsto acima, terão direito à restituição integral dos valores dados em contrapartida às Ações, conforme o disposto no parágrafo único do artigo 20 da Instrução CVM 400, no prazo de 3 (três) dias úteis contados da data de publicação de anúncio informando sobre a não conclusão da Oferta, sem qualquer remuneração ou correção monetária.

Revenda de Ações Adquiridas pelos Coordenadores

Os Coordenadores poderão, durante o Prazo de Distribuição, revender as Ações eventualmente adquiridas em virtude do exercício da garantia firme de colocação, sendo que o preço de revenda das Ações será o preço de mercado das Ações, tendo por limite máximo o Preço por Ação, ressalvadas as atividades de estabilização. A revenda das Ações aqui mencionada deverá ser efetuada em observância à regulamentação aplicável.

Direitos, Vantagens e Restrições das Ações

As Ações garantem aos seus titulares o direito a um voto nas deliberações sociais, direito ao recebimento de dividendo obrigatório de 25,0% do lucro líquido ajustado na forma do artigo 202 da Lei das Sociedades por Ações e de acordo com nosso Estatuto Social, bem como o direito de serem incluídas em oferta pública de aquisição de ações em algumas circunstâncias previstas em nosso Estatuto Social, como alienação de controle, fechamento de capital e descontinuidade de listagem no segmento de prática de governança corporativa Novo Mercado. Para maiores informações, veja as Seções “Descrição do Capital Social” e “Dividendos e Política de Dividendos”, nas páginas 154 e 166 deste Prospecto.

As nossas ações serão listadas no segmento do Novo Mercado da BM&FBOVESPA sob o código “MPLU3” e serão negociadas no dia seguinte à data de publicação do Anúncio de Início.

Relacionamento entre Nós e as Instituições Participantes da Oferta

Relacionamento entre nós e os Coordenadores da Oferta

Relacionamento entre nós e o Coordenador Líder

Atualmente a Companhia não mantém qualquer outro relacionamento comercial direto com o Coordenador Líder que não aquele relacionado à Oferta. Não obstante, esclarecemos que a Companhia poderá desenvolver relacionamento comercial diverso da Oferta com o Coordenador Líder ou sociedades de seu conglomerado econômico, sendo certo que, nesta hipótese, o relacionamento a ser constituído deverá estar em conformidade com as práticas usuais do mercado financeiro.

Ressaltamos que o BTG Pactual Banking Limited, sociedade afiliada do Coordenador Líder e/ou suas respectivas afiliadas, poderão celebrar, no exterior, a pedido de seus clientes, operações com derivativos, tendo as Ações como ativo de referência, de acordo com as quais se comprometerão a pagar a seus clientes a taxa de retorno das Ações, contra o recebimento de taxas de juros fixas ou flutuantes (operações com *total return swap*). O BTG Pactual Banking Limited e/ou suas afiliadas poderão adquirir Ações como forma de proteção para essas operações. Tais operações poderão influenciar a demanda e o preço das Ações, sem, contudo, gerar demanda artificial durante a Oferta.

Por fim, esclarecemos que o Sr. Carlos Daniel Rizzo da Fonseca, um dos sócios do Coordenador Líder, é membro do conselho de administração da Companhia, sendo devidamente remunerado para o exercício desta função.

Relacionamento entre nós e o Credit Suisse

Exceto no que se refere à Oferta, o Credit Suisse não possui atualmente qualquer relacionamento com a Companhia. A Companhia poderá, no futuro, contratar o Credit Suisse ou sociedades de seu conglomerado econômico para a realização de operações financeiras usuais, incluindo, entre outras, investimentos, emissões de valores mobiliários, prestação de serviços de banco de investimento, formador de mercado, crédito, consultoria financeira ou quaisquer outras operações financeiras necessárias à condução das suas atividades.

O Credit Suisse Securities (Europe) Limited e/ou suas afiliadas podem celebrar, no exterior, operações de derivativos de Ações com seus clientes. O Credit Suisse Securities (Europe) Limited e/ou suas afiliadas poderão adquirir Ações na Oferta como forma de proteção (*hedge*) para essas operações. Essas operações poderão afetar a demanda, preço ou outros termos da Oferta.

Relacionamento entre nós e o Coordenador Contratado

Na data deste Prospecto, além do relacionamento relativo à Oferta, não mantemos relacionamento com o BB BI ou sociedades de seu conglomerado econômico. Exceto pelas comissões a serem recebidas no âmbito da Oferta, não há qualquer remuneração a ser paga, por nós, ao BB BI cujo cálculo esteja relacionado ao Preço por Ação. Poderemos, no futuro, contratar o BB BI ou sociedades de seu conglomerado econômico para nos assessorar na realização de investimentos ou em quaisquer outras operações necessárias para a condução de nossas atividades, incluindo, dentre outras, operações de financiamento, de crédito, de derivativos, de câmbio, de oferta de ações e de assessoria financeira.

Nos últimos 12 meses, o BB BI participou das seguintes ofertas públicas: (i) 1ª Emissão Pública de Debêntures Simples, Não Conversíveis em Ações, em Série Única, da Espécie com Garantia Real de emissão de TAM Linhas Aéreas S/A com as seguintes características: quantidade de debêntures: 600; valor unitário: R\$1 milhão; data de emissão: em 24 de julho de 2009; vencimento: em 24 de julho de 2013; e remuneração de 126,50% do CDI; e (ii) Eurobonds emitidos pela empresa TAM Capital 2 Inc com as seguintes características: valor da emissão: US\$300 milhões; Yield: 9,75%; data de emissão: 29 de outubro de 2009; e prazo de vencimento: em 20 de janeiro de 2020. Em ambas, o BB BI recebeu a totalidade da remuneração devida.

Não há conflito de interesse envolvendo nós e o BB BI ou sociedade de seu conglomerado econômico, incluindo os relacionados à vinculação das remunerações pagas ao BB BI ao Preço por Ação.

Relacionamento entre nós e o Agente de Colocação Internacional – UBS Securities LLC, e o Raymond James

Na data deste Prospecto, além do relacionamento relativo à Oferta, nem o UBS Securities LLC e nem o Raymond James possuem qualquer outro relacionamento com a Companhia ou sociedades do seu grupo econômico. Não obstante, esclarecemos que a Companhia poderá desenvolver relacionamento comercial diverso da Oferta com o UBS Securities LLC e/ou o Raymond James ou sociedades de seus conglomerados econômicos, sendo certo que, nesta hipótese, o relacionamento a ser constituído deverá estar em conformidade com as práticas usuais do mercado financeiro.

Instituição Financeira Escrituradora das Ações

A instituição financeira contratada para prestação de serviços de escrituração das Ações e custódia das nossas Ações é Itaú Corretora de Valores S.A., controlada do Banco Itaú S.A.

Informações Complementares

Os Coordenadores da Oferta recomendam aos investidores, antes de tomar qualquer decisão de investimento relativa à Oferta, a consultarem este Prospecto. A leitura deste Prospecto possibilita aos investidores uma análise detalhada dos termos e condições da Oferta e dos riscos a ela inerentes.

Para a obtenção de maiores informações sobre a Oferta, bem como cópias do Contrato de Distribuição, do Contrato de Estabilização e dos demais documentos relativos à Oferta, os investidores interessados deverão dirigir-se à CVM, nos seguintes endereços: (i) Rua Sete de Setembro, 111, 5º andar, Rio de Janeiro – RJ, tel.: (21) 3233-8686 ou (ii) Rua Cincinato Braga, nº 340, São Paulo – SP, tel.: (11) 2146-2000, ou contatar as Instituições Participantes da Oferta, nos endereços indicados abaixo:

Informações sobre a oferta

Instituições Participantes da Oferta

Coordenadores da Oferta

Coordenador Líder Banco BTG Pactual S.A.

Av. Brigadeiro Faria Lima, n° 3.729, 9° andar
São Paulo, SP – Brasil
At.: Sr. Fábio Nazari
Tel.: (11) 3883-2000
Fax: (11) 3883-2474
<http://www.btgpactual.com/home/pt/capitalmarkets.aspx>

Coordenador Banco de Investimentos Credit Suisse (Brasil) S.A.

Av. Brigadeiro Faria Lima, n° 3.064, 12°, 13° e 14° andares (parte)
São Paulo, SP – Brasil
At.: Sr. Gustavo Castilho
Tel.: (11) 3841-6000
Fax: (11) 3841-6912
<http://br.credit-suisse.com/ofertas>

Coordenador Contratado

BB Banco de Investimento S.A.

Rua Senador Dantas, n.° 105, 36° andar
Rio de Janeiro, RJ – Brasil
At.: Sr. Marcelo de Souza Sobreira
Tel.: (21) 3808-3625
Fax: (21) 2262-3862
<http://www.bb.com.br/ofertapublica>

Corretoras

Informações das Corretoras participantes da Oferta, conforme indicadas no Aviso ao Mercado. Informações adicionais sobre as Corretoras poderão ser obtidas no *website* da BM&FBOVESPA (www.bmfbovespa.com.br).

DISPENSA DE APRESENTAÇÃO DE ESTUDO DE VIABILIDADE

Introdução

Em 15 de dezembro de 2009, apresentamos à CVM pedido de dispensa (ou reconhecimento de inaplicabilidade) de elaboração e apresentação de estudo de viabilidade econômico-financeira nos termos do artigo 32, II e IV, da Instrução CVM 400.

Os incisos II e IV do artigo 32 da Instrução CVM 400 determinam a apresentação de estudo de viabilidade econômico-financeira em ofertas públicas de valores mobiliários como resultado de respectivamente:

- o emissor exercer “*a sua atividade há menos de dois anos e esteja realizando a primeira distribuição pública de valores mobiliários*”; e
- o montante envolvido na Oferta superar o patrimônio líquido do emissor, “*considerando o balanço referente ao último exercício social, e os recursos captados visarem à expansão ou diversificação das atividades ou investimentos em controlada ou coligadas*”.

Por meio do OFÍCIO/CVM/SRE/SEP N° 04/2010 de 14 de janeiro de 2010, a CVM comunicou o deferimento do nosso pedido de dispensa (ou reconhecimento de inaplicabilidade), com base na Deliberação CVM 533, de 29 de janeiro de 2008, que condiciona a referida dispensa à inclusão no Prospecto das informações a respeito de custos e despesas adicionais decorrentes da nova estrutura societária e administrativa que assumidos como companhia operando de forma independente da TAM Linhas Aéreas.

Reorganização Societária

A TAM Linhas Aéreas foi constituída em 1976 para, além de explorar serviços de transporte aéreo regular de passageiros, desenvolver outras atividades conexas, correlatas e completares ao serviço de transporte aéreo, o que inclui a gestão, administração e operação de programas de fidelização de clientes.

Em 1993, a TAM Linhas Aéreas criou seu programa de fidelização de clientes, o Programa TAM Fidelidade, o primeiro programa de fidelização de clientes do setor de aviação do Brasil (*frequent-flyer program*). Ao longo dos seus 16 anos de existência, o Programa TAM Fidelidade tornou-se um dos principais programas de fidelização de clientes no Brasil, com aproximadamente 6,3 milhões de Participantes e mais de 100 parceiros comerciais em 30 de setembro de 2009.

Em 2008, em decorrência dos resultados crescentes e consistentes apresentados, em especial nos últimos cinco anos, pelo Negócio de Fidelização de Clientes da TAM Linhas Aéreas, a TAM Linhas Aéreas e o Acionista Controlador decidiram promover uma reorganização societária mediante a segregação da totalidade do Negócio de Fidelização de Clientes da TAM Linhas Aéreas, com o objetivo de conferir maior racionalização nas estruturas operacional, administrativa e financeira do Negócio de Fidelização de Clientes da TAM Linhas Aéreas, bem como obter maior eficiência, rentabilidade e independência. Essa reorganização societária realizou-se, em um primeiro momento, com a transformação do Negócio de Fidelização de Clientes da TAM Linhas Aéreas em uma unidade de negócio na TAM Linhas Aéreas e, posteriormente, em 2009, com sua concentração em uma entidade independente da TAM Linhas Aéreas.

Fomos formalmente constituídos em 6 de agosto de 2009. Em 28 de outubro de 2009, a totalidade das Ações do nosso capital social foi transferida ao nosso Acionista Controlador. Com o fim de viabilizar a reorganização societária, nós e a TAM Linhas Aéreas firmamos, em 10 de dezembro de 2009, os seguintes contratos:

- Contrato Operacional, com o objetivo de regular o nosso relacionamento com a TAM Linhas Aéreas a partir de 1º de janeiro de 2010, quando assumimos o Negócio de Fidelização de Clientes da TAM Linhas Aéreas; e
- Contrato de Compartilhamento, por meio do qual a TAM Linhas Aéreas passou a compartilhar conosco, a partir de 1º de janeiro de 2010, os 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.

Dispensa de apresentação de estudo de viabilidade

Nos termos do Contrato Operacional, a TAM Linhas Aéreas comprometeu-se a nos transferir até 31 de dezembro de 2009 a totalidade do Negócio de Fidelização de Clientes da TAM Linhas Aéreas, consistente dos seguintes ativos e passivos:

- 112 contratos de parceria comercial;
- 51 empregados; e
- a licença de uso do sistema de tecnologia da informação da Oracle, o “Siebel Loyalty”, incluindo todos os direitos e obrigações relacionados à licença de uso do “Siebel Loyalty” e assistência técnica.

Até 31 de dezembro de 2009, a TAM Linhas Aéreas tinha nos transferido 90 contratos de parceria comercial. De acordo com o primeiro termo aditivo ao Contrato Operacional que celebramos com a TAM Linhas Aéreas em 12 de janeiro de 2010, prorrogamos em seis meses o prazo para a TAM Linhas Aéreas nos transferir os 22 contratos de parceria comercial remanescentes na medida em que se encerrem estas tratativas com os 22 parceiros comerciais. Para informações adicionais, ver seção “Operações com Partes Relacionadas — Contrato Operacional” na página 145 deste Prospecto.

Ausência de Riscos inerentes a uma Sociedade Novata

Muito embora tenhamos sido formalmente constituídos em 6 de agosto de 2009, nossa constituição foi parte da decisão estratégica do nosso Acionista Controlador e da TAM Linhas Aéreas de segregar a totalidade do Negócio de Fidelização de Clientes da TAM Linhas Aéreas em uma entidade independente da TAM Linhas Aéreas.

O Negócio de Fidelização de Clientes, desenvolvido há mais de 16 anos pela TAM Linhas Aéreas, nos foi transferido sem qualquer comprometimento, suspensão ou interrupção na sua condução. Dessa forma, diferentemente de uma sociedade nova propriamente dita, sem qualquer histórico de desempenho para suas operações, somos nova somente no que diz respeito à formalidade de nossa constituição, na medida em que assumimos uma atividade desenvolvida e consolidada há anos. Além disso, conforme indicado na seção “Apresentação das Informações Financeiras e Outras Informações — Reorganização Societária” na página 12 deste Prospecto, o controle sobre o Negócio de Fidelização de Clientes da TAM Linhas Aéreas permanecerá sendo exercido pelo nosso Acionista Controlador, com a única diferença que ele deixará de ser exercido por meio da TAM Linhas Aéreas e passará a ser exercido por meio da Multiplus.

Estrutura de Custos e Despesas como uma Companhia Independente e Nossa Viabilidade Econômico-Financeira

Passamos a operar de forma independente da TAM Linhas Aéreas a partir de 1º de janeiro de 2010. Como resultado, passamos a incorrer em custos e despesas decorrentes de uma estrutura societária, operacional, administrativa e física independente, além dos relacionados a uma companhia de capital aberto, e incluem, dentre outros, custos e despesas com quadro de pessoal próprio, contratação de prestadores de serviços, aluguel de imóvel e pagamentos a serem realizados à TAM Linhas Aéreas em decorrência do compartilhamento de serviços de controladoria, tesouraria, apoio ao planejamento e gerenciamento financeiro, *call center*, instalações, infraestrutura, jurídico, recursos humanos, tecnologia da informação, *marketing*, auditoria e suprimentos, conforme indicado abaixo. Esses custos e despesas consideram os custos e despesas decorrentes das nossas operações na data deste Prospecto, não estando considerados, portanto, custos e despesas futuros, incluindo os que podem resultar de alterações no volume das nossas operações, dentre outros fatores.

- *Despesas com quadro de pessoal.* Correspondem aos custos e despesas decorrentes de nossa operação independente da TAM Linhas Aéreas na data deste Prospecto e incluem custos e despesas relacionados com (1) nosso quadro diretivo, (2) funcionários que nos foram transferidos pelo nosso Acionista Controlador, (3) funcionários para ocupar posições existentes em nossa estrutura operacional atual na data deste Prospecto que ainda não preenchidas e (4) remuneração do nosso conselho de administração: R\$11 milhões ao ano a título de remuneração fixa.

Dispensa de apresentação de estudo de viabilidade

- *Despesas associadas à nossa infraestrutura.* Correspondem aos custos e despesas com prestadores de serviços externos que contratamos na data deste Prospecto e necessários para operarmos como uma companhia independente da TAM Linhas Aéreas e incluem os custos e despesas relacionados com (1) manutenção e hospedagem de nossos sistemas de tecnologia de informação, (2) compartilhamento com a TAM Linhas Aéreas de serviços de controladoria, tesouraria, apoio ao planejamento e gerenciamento financeiro, *call center*, instalações, infraestrutura, jurídico, recursos humanos, tecnologia da informação, *marketing*, auditoria e suprimentos, nos termos do Contrato de Compartilhamento e (3) a nossa estrutura física, principalmente aluguel de imóvel: R\$13,0 milhões, dos quais R\$8,0 milhões referem-se ao Contrato de Compartilhamento. Os efeitos que o Contrato de Compartilhamento poderia ter tido nos resultados do Programa TAM Fidelidade caso estivesse em vigor desde 1º de janeiro de 2008 estão refletidos como ajuste *pro forma* nas informações financeiras *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade anexas a este Prospecto a partir da página 177.
- *Despesas associadas à nossa condição de companhia aberta.* Correspondem principalmente aos custos e despesas com publicação de atos societários e auditoria: que entendemos como não significativos no contexto das nossas operações.

Apesar de, na data deste Prospecto, incorrerem nos custos e despesas referidos acima, em decorrência de termos passado a operar como uma companhia independente da TAM Linhas Aéreas desde 1º de janeiro de 2010, acreditamos que esses custos e despesas são relativizados quando colocados na perspectiva de que o Negócio de Fidelização de Clientes da TAM Linhas Aéreas, ao deixar de ser parte integrante da TAM Linhas Aéreas, deixa ao mesmo tempo de absorver a correspondente alocação de custos e despesas antes incorridos pela TAM Linhas Aéreas para o Negócio de Fidelização de Clientes da TAM Linhas Aéreas e nós não absorveremos quaisquer custos da TAM Linhas Aéreas.

Além disso, acreditamos que esses custos e despesas não ameaçam à nossa viabilidade, na medida em que, em bases anuais, correspondem a um percentual menor dos custos operacionais do Negócio de Fidelização de Clientes da TAM Linhas Aéreas (cujo principal custo corresponde aos custos com Prêmios) antes de passarmos a operar como uma companhia independente. Os custos e despesas indicados acima representam 5,3% do total das despesas operacionais *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade para o período de nove meses encerrado em 30 de setembro de 2009 e menos de 4,0% do Faturamento Bruto de todos os períodos apresentados neste Prospecto.

Tendências do Comportamento das Principais Contas Patrimoniais e de Resultado

Utilizamos neste Prospecto informações financeiras decorrentes das (1) demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade relativas aos anos encerrados em 31 de dezembro de 2007 e 2008 e aos períodos de nove meses encerrados em 30 de setembro de 2008 e 2009, (2) informações financeiras *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade relativas ao ano encerrado em 31 de dezembro de 2008 e aos períodos de nove meses encerrados em 30 de setembro de 2008 e 2009 e (3) demonstrações financeiras da Multiplus S.A. relativas ao período de 6 de agosto de 2009 (data de constituição da Companhia) a 30 de setembro de 2009.

Para informações adicionais sobre as principais diferenças entre as demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade e as informações financeiras *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade, ver seção “Análise e Discussão da Administração sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais — Principais Diferenças entre as Demonstrações Financeiras *Carve-out* do Programa TAM Fidelidade e as Informações Financeiras *Pro Forma Carve-out* do Programa TAM Fidelidade” na página 89 deste Prospecto.

Acreditamos que as informações financeiras *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade apresentam informações mais próximas da realidade das nossas operações e mais úteis ao investidor do que as demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade, na medida em que levam em consideração o nosso novo modelo de negócio decorrente dos Acordos Operacionais, os quais afetam uma parcela significativa das nossas receitas e despesas operacionais.

Apesar de acreditarmos que fornecem uma apresentação útil ao investidor, as informações financeiras *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade podem não representar o resultado do Programa TAM Fidelidade no ano e períodos indicados, caso o Programa TAM Fidelidade estivesse operando como uma entidade independente da TAM Linhas Aéreas e os Acordos Operacionais estivessem em vigor desde 1º de janeiro de 2008. Além disso, as informações financeiras *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade não são indicativas e, portanto, não são garantias, dos nossos resultados futuros.

Dispensa de apresentação de estudo de viabilidade

Itens Relevantes das Informações Financeiras Pro Forma Carve-out do Programa TAM Fidelidade

Balanço Patrimonial

Entendemos que os itens relevantes do nosso balanço patrimonial apresentarão o seguinte comportamento:

- *Caixa*. Nosso caixa se modifica principalmente do saldo entre (1) os valores recebidos da venda de pontos aos nossos parceiros comerciais e outras receitas e (2) os valores que desembolsamos para compra de Prêmios a serem entregues aos Participantes e para pagamento de custos, despesas e impostos.
- *Passível Exigível*. Nosso passivo exigível é formado, principalmente, da nossa receita diferida de pontos. Nossa receita de pontos decorrente da venda aos parceiros comerciais é inicialmente diferida e contabilizada como receita diferida no momento em que os pontos são emitidos, constituindo uma obrigação. No momento do resgate desses pontos, essa obrigação se encerra, sendo a receita diferida reconhecida em nosso resultado. Esse valor inclui, no momento da venda, a parcela dos pontos que estimamos como *breakage*, a qual é reconhecida como receita no resultado durante o prazo de validade dos pontos de forma proporcional à curva de resgates dos pontos.

Demonstração de Resultado

Entendemos que os itens relevantes das nossas demonstrações de resultado apresentarão o seguinte comportamento:

- *Faturamento Bruto*. Nossa receita de pontos decorrente da venda aos parceiros comerciais é diferida e contabilizada como receita diferida no momento da emissão de pontos, identificada também como Faturamento Bruto. À medida que os pontos da Multiplus Fidelidade forem resgatados, a receita será reconhecida nas nossas demonstrações de resultado como receita bruta. Estes valores incluem também a receita por emissão de pontos emitidos que se estima não serão resgatados (ou *breakage*). A receita diferida por estes pontos que se estima não serão resgatados será reconhecida como receita bruta nas nossas demonstrações de resultado ao longo do período de dois anos entre a emissão dos pontos e seu vencimento seguindo a curva de resgate dos pontos resgatados.
- *Receita Bruta e Receita Líquida*. A receita líquida é apresentada com as deduções pertinentes aos montantes dos impostos incidentes sobre a venda. Nossas principais fontes de receita são: (1) receita de venda de pontos aos parceiros comerciais, incluindo a TAM Linhas Aéreas, (2) receita decorrente da gestão, administração e operação do Programa TAM Fidelidade, e (3) tarifas cobradas pela TAM Linhas Aéreas dos emissores de cartão de crédito sob a marca “TAM”.
- *Despesas Operacionais*. Nossas principais despesas operacionais correspondem aos custos relacionados a Prêmios, especialmente Passagens-Prêmio. Além disso, nossas despesas operacionais incluem despesas de venda, gerais e administrativas.

De acordo com o nosso atual conhecimento, entendemos que não existem atualmente fatores que possam impactar negativamente a nossa situação financeira e o resultado das nossas operações do ponto de vista operacional pelo fato de termos passado a operar de forma independente da TAM Linhas Aéreas. No entanto, algumas mudanças deverão ser refletidas na nossa situação financeira e o resultado das nossas operações em virtude de termos passado a operar como uma companhia independente da TAM Linhas Aéreas em 1º de janeiro de 2010. As principais mudanças são:

- *Saldo de caixa*. Estimamos que nosso principal desembolso de caixa operacional — a compra de Passagens-Prêmio — não ocorrerá nos primeiros meses de nossas operações como uma companhia independente, na medida em que as Passagens-Prêmio terão sido pagas de forma antecipada com os recursos oriundos da Oferta.

Dispensa de apresentação de estudo de viabilidade

Reconhecimento da receita. 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 converterem os seus pontos da Multiplus Fidelidade por pontos de programas de nossos parceiros comerciais ou os resgatarem por Prêmios outros que não Passagens-Prêmio após 31 de dezembro de 2009, a TAM Linhas Aéreas nos reembolsará pelas despesas que incorreremos 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 da Multiplus Fidelidade por Passagens-Prêmio após 31 de dezembro de 2009, a TAM Linhas Aéreas nos concederá descontos nos valores que tivermos de pagar pelas Passagens-Prêmio, os quais levam em consideração a classe da cabine relativa à Passagem-Prêmio, o tempo de duração do voo (se de curta ou longa distância) e a quantidade de pontos resgatados do Programa TAM Fidelidade para emissão da Passagem-Prêmio, de maneira proporcional aos pontos acumulados pelo Participante até 31 de dezembro de 2009 e que sejam utilizados nesses resgates. Como resultado, reconhecemos apenas a receita e a despesa correspondentes aos pontos emitidos na Multiplus Fidelidade a partir de 1º de janeiro de 2010. Para informações adicionais sobre o Contrato Operacional, ver seção “Operações com Partes Relacionadas — Contrato Operacional” na página 145 deste Prospecto. Por esse motivo, nossa receita, em termos de volume, deverá se mostrar menor do que a receita *carve-out* ou *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade ao longo dos próximos dois anos, que é o prazo de validade do saldo de pontos em aberto em 31 de dezembro de 2009, não significando, portanto, um desempenho inferior da nossa parte.

- *Receita financeira.* Como resultado do saldo de caixa que deveremos apresentar, poderemos utilizar aplicações financeiras de renda fixa para obter receitas financeiras a partir de 1º de janeiro de 2010. Esse tipo de resultado não foi reconhecido nas demonstrações e informações financeiras *carve-out* e *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade até o momento.

DESTINAÇÃO DE RECURSOS

Estimamos receber com a Oferta aproximadamente (1) R\$604.262.400,00, considerando o não exercício total ou parcial da Opção do Lote Suplementar ou (2) R\$694.901.760,00, considerando o exercício total da Opção de Ações Suplementares, e, em ambos os casos, após a dedução das comissões que antecipamos ter de pagar nos termos do Contrato de Distribuição e antes das despesas estimadas com a Oferta e assumindo um Preço por Ação de R\$16,00.

Pretendemos utilizar os recursos líquidos que viermos a receber com a Oferta da seguinte forma: (1) aproximadamente 94% para pagamento antecipado para compra de Passagens-Prêmio da TAM Linhas Aéreas, cujo valor, conforme estabelecido no Contrato Operacional, depende da quantidade de pontos da Multiplus Fidelidade a ser resgatada, classe da cabine relativa à Passagem-Prêmio e tempo de duração do voo (se de curta ou longa distância), com o fim de atender aos resgates de Prêmios em Passagens-Prêmio durante o período estimado dos próximos 30 meses, nos termos do Compromisso de Adiantamento para Compra e Venda de Bilhetes Aéreos. A metodologia para determinar o valor de compra das Passagens-Prêmio estabelecida no Contrato Operacional está baseada nos custos que a TAM Linhas Aérea tem para fornecer o serviço de transporte aéreo, e considera tanto o custo marginal pelo transporte de um passageiro quanto o custo de oportunidade (receita potencialmente perdida) pelo fato do passageiro oriundo do Programa TAM Fidelidade ocupar um assento que poderia ter sido vendido a um passageiro pagante. Para determinar o valor dessa composição, foram analisados os voos de um período amplo, no qual o comportamento do passageiro do Programa TAM Fidelidade e do passageiro pago foram avaliados, e os respectivos custos (custo de oportunidade e custo marginal) alocados; (2) aproximadamente 5% reservas de caixa para eventuais resgates e despesas operacionais; e (3) aproximadamente 1% para pagamento dos contratos de mútuo que celebramos com a TAM Linhas Aéreas em 14 de dezembro de 2009 e 11 de janeiro de 2010. Para informações adicionais sobre os contratos de mútuo e o Compromisso de Adiantamento para Compra e Venda de Bilhetes Aéreos, ver seção “Operações com Partes Relacionadas — Contratos de Mútuo” e “Operações com Partes Relacionadas — Compromisso de Adiantamento para Compra e Venda de Bilhetes Aéreos”, respectivamente, nas páginas 149 e 147 deste Prospecto.

A destinação dos recursos líquidos que viermos a receber com a Oferta baseia-se em nossas análises, perspectivas atuais, projeções sobre eventos futuros e tendências. Alterações nesses e em outros fatores podem nos obrigar a rever a destinação dos recursos líquidos da Oferta quando de sua efetiva utilização.

O impacto dos recursos líquidos da Oferta sobre a nossa capitalização total encontra-se na tabela da seção “Capitalização” na página 79 deste Prospecto.

(Esta página foi intencionalmente deixada em branco)

2. INFORMAÇÕES SOBRE A COMPANHIA

- Capitalização
- Diluição
- Informações Financeiras Seleccionadas
- Análise e Discussão da Administração sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais
- Visão Geral do Setor
- Atividades da Companhia
- Administração da Companhia
- Principais Acionistas
- Operações com Partes Relacionadas
- Operações vinculadas à Oferta
- Informações sobre o Mercado e os Títulos e Valores Mobiliários Emitidos
- Descrição do Capital Social
- Dividendos e Política de Dividendos
- Principais Práticas de Governança Corporativa

(Esta página foi intencionalmente deixada em branco)

CAPITALIZAÇÃO

A tabela a seguir descreve a nossa capitalização em 30 de setembro de 2009 em bases atuais e ajustada para refletir: (i) os contratos de mútuo celebrados com a TAM Linhas Aéreas em 14 de dezembro de 2009 e 11 de janeiro de 2010 no valor total de R\$9 milhões e (ii) os recursos líquidos que estimamos receber com a Oferta, considerando o não exercício total ou parcial da Opção de Ações Suplementares, no montante de aproximadamente R\$600.300.443,33, após a dedução das comissões que antecipamos ter de pagar nos termos do Contrato de Distribuição e das despesas com a Oferta e assumindo um Preço por Ação de R\$16,00.

As informações constantes da coluna “Atual” foram extraídas das nossas demonstrações financeiras relativas ao período de nove meses encerrado em 30 de setembro de 2009. Os potenciais investidores devem ler essa tabela em conjunto com as nossas demonstrações financeiras e respectivas notas explicativas anexas a este Prospecto e as seções “Apresentação das Informações Financeiras e Outras Informações”, “Informações Financeiras Seleccionadas” e “Análise e Discussão da Administração sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais”, nas páginas 12, 81 e 85 deste Prospecto.

	Em 30 de setembro de 2009		
	Atual	Ajustado pelos contratos de mútuo ⁽¹⁾	Ajustado pela Oferta ⁽²⁾
Demonstrações Financeiras da Companhia		(R\$)	
Passivo circulante – Empréstimos e financiamentos	–	9.000.000	–
Patrimônio líquido	50	50	600.300.493,33
Capitalização total⁽³⁾	50	9.000.050	600.300.493,33

⁽¹⁾ Ajustado para refletir os mútuos celebrados com a TAM Linhas Aéreas em 14 de dezembro de 2009 e 11 de janeiro de 2010.

⁽²⁾ Assumindo que receberemos recursos líquidos de aproximadamente R\$600.300.443,33 com a Oferta, após a dedução das comissões e das despesas que antecipamos ter de pagar nos termos do Contrato de Distribuição, com base no Preço por Ação de R\$16,00.

⁽³⁾ Nossa capitalização total corresponde ao nosso patrimônio líquido e empréstimos e financiamentos.

Não houve alterações relevantes em nossa capitalização total desde 30 de setembro de 2009, com exceção de (1) dois contratos de mútuo de R\$2,00 e R\$7,00 milhões, celebrados com a TAM Linhas Aéreas em 14 de dezembro de 2009 e 11 de janeiro de 2010, respectivamente e (2) o desdobramento das nossas Ações na proporção de 1:236.040, conforme aprovado pela nossa assembleia geral extraordinária de 15 de janeiro de 2010. Para informações adicionais, ver seção “Operações com Partes Relacionadas — Contratos de Mútuo” na página 149 deste Prospecto.

DILUIÇÃO

Em 30 de setembro de 2009, o valor do nosso patrimônio líquido contábil era de R\$50,0 e o valor patrimonial contábil por Ação era de R\$0,00, considerando o desdobramento das nossas Ações na proporção de 1:236.040, conforme aprovado pela nossa assembleia geral extraordinária de 15 de janeiro de 2010. O valor patrimonial contábil por Ação corresponde ao resultando da divisão (1) do valor contábil total do nosso ativo excluído o valor contábil total do nosso passivo (2) pela quantidade total de Ações em 30 de setembro de 2009, ajustada para refletir o desdobramento das nossas Ações na proporção de 1:236.040, conforme aprovado pela nossa assembleia geral extraordinária de 15 de janeiro de 2010.

Estimamos que, em 30 de setembro de 2009, o valor do nosso patrimônio líquido ajustado pela Oferta seria de R\$600.300.493,33 e o valor patrimonial contábil por Ação, ajustado para refletir o desdobramento das nossas Ações na proporção de 1:236.040, conforme aprovado pela nossa assembleia geral extraordinária de 15 de janeiro de 2010, seria de R\$3,81, assumindo que receberemos recursos líquidos de aproximadamente R\$600.300.443,33 com a Oferta, após a dedução das comissões e das despesas que antecipamos ter de pagar nos termos do Contrato de Distribuição e das despesas com a Oferta, com base no Preço por Ação de R\$16,00, e considerando o não exercício total ou parcial da Opção de Ações Suplementares. Como resultado, esses recursos líquidos estimados representariam um aumento imediato no valor patrimonial contábil por Ação de R\$3,81 para os nossos atuais acionistas e uma diluição imediata no valor patrimonial contábil por Ação de R\$12,19 para os nossos acionistas que subscreverem Ações na Oferta. Essa diluição corresponde à diferença entre (1) o Preço por Ação a ser pago pelos nossos novos acionistas e (2) o valor patrimonial contábil por Ação imediatamente após a conclusão da Oferta.

A tabela abaixo ilustra essa diluição em 30 de setembro de 2009, com base nas Demonstrações Financeiras da Companhia.

Preço por Ação.....	R\$16,00
Valor patrimonial contábil por Ação em 30 de setembro de 2009 ⁽³⁾	R\$0,00
Valor patrimonial contábil por Ação em 30 de setembro de 2009 ajustado pela Oferta ⁽¹⁾	R\$3,81
Aumento do valor patrimonial contábil por Ação para os atuais acionistas ⁽¹⁾⁽³⁾	R\$3,81
Diluição do valor patrimonial contábil por Ação para os novos acionistas ⁽¹⁾	R\$12,19
Percentual de diluição por Ação para os novos acionistas ⁽¹⁾⁽²⁾	76,2%

⁽¹⁾ Calculado com base no Preço por Ação.

⁽²⁾ Resultado da divisão (a) da diluição do valor patrimonial por Ação para os novos acionistas (b) pelo Preço por Ação.

⁽³⁾ Ajustada para refletir o desdobramento das nossas Ações na proporção de 1:236.040, conforme aprovado pela nossa assembleia geral extraordinária de 15 de janeiro de 2010.

O Preço por Ação não guarda relação com o valor patrimonial contábil por Ação e será determinado após a conclusão do Procedimento de *Bookbuilding*. Para informações sobre o Procedimento de *Bookbuilding*, ver seção “Informações sobre a Oferta — Preço por Ação” na página 57 deste Prospecto.

No âmbito da Oferta, nossos atuais acionistas que optarem por não subscrever uma quantidade determinada de Ações que os permita manter a participação que atualmente detêm no nosso capital social sofrerão uma diluição imediata de 100,0% para 76,0%.

O último preço pago por nosso Acionista Controlador para a subscrição de Ações, em 28 de outubro de 2009, foi de R\$1,00 por Ação. Para informações sobre as alterações recentes em nosso capital social, ver seção “Descrição do Capital Social — Evolução do Capital Social” na página 154 deste Prospecto.

INFORMAÇÕES FINANCEIRAS SELECIONADAS

As tabelas a seguir apresentam um resumo das informações financeiras do Programa TAM Fidelidade para os anos e períodos indicados e devem ser lidas em conjunto com as demonstrações financeiras do Programa TAM Fidelidade e respectivas notas explicativas anexas a este Prospecto, bem como com as seções “Considerações sobre Estimativas e Declarações Futuras”, “Apresentação das Informações Financeiras e Outras Informações”, “Fatores de Risco”, “Informações Financeiras Seleccionadas” e “Análise e Discussão da Administração sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais”, respectivamente, nas páginas 11, 12, 46, 81 e 85 deste Prospecto.

Informações Financeiras

Utilizamos neste Prospecto informações financeiras decorrentes das (1) demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade relativas aos anos encerrados em 31 de dezembro de 2007 e 2008 e aos períodos de nove meses encerrados em 30 de setembro de 2008 e 2009, (2) informações financeiras *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade relativas ao ano encerrado em 31 de dezembro de 2008 e aos períodos de nove meses encerrados em 30 de setembro de 2008 e 2009 e (3) demonstrações financeiras da Multiplus S.A. relativas ao período de 6 de agosto de 2009 (data de constituição da Companhia) a 30 de setembro de 2009.

Para informações adicionais sobre as principais diferenças entre as demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade e as informações financeiras *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade, ver seção “Análise e Discussão da Administração sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais — Principais Diferenças entre as Demonstrações Financeiras *Carve-out* do Programa TAM Fidelidade e as Informações Financeiras *Pro Forma Carve-out* do Programa TAM Fidelidade” na página 89 deste Prospecto.

Demonstrações Financeiras Carve-Out do Programa TAM Fidelidade

Considerando que em 1º de janeiro de 2010 assumimos o Negócio de Fidelização de Clientes da TAM Linhas Aéreas e que esse, em 31 de dezembro de 2009, consistia basicamente no Programa TAM Fidelidade, utilizamos neste Prospecto informações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade derivadas das demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade relativas aos anos encerrados em 31 de dezembro de 2007 e 2008 e aos períodos de nove meses encerrados em 30 de setembro de 2008 e 2009, que estão anexas a este Prospecto a partir da página 177.

As demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade, incluindo os balanços patrimoniais e respectivas demonstrações de resultado e de fluxo de caixa, foram elaboradas de acordo com o IFRS e preparadas sobre uma base *carve-out* a partir das demonstrações financeiras consolidadas do Acionista Controlador relativas aos exercícios sociais encerrados em 31 de dezembro de 2007 e 2008 e aos períodos de nove meses encerrados em 30 de setembro de 2008 e 2009. As demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade são apresentadas na forma *carve-out* para demonstrar as informações financeiras históricas do Programa TAM Fidelidade de maneira segregada dos demais negócios desenvolvidos pelo Acionista Controlador nos mesmos exercícios e períodos indicados.

Considerando os critérios, métodos e premissas descritos abaixo em “—Demonstrações Financeiras *Carve-out* — Metodologia” e na seção “Análise e Discussão da Administração Sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais — Principais Diferenças entre as Demonstrações Financeiras *Carve-out* e as Informações Financeiras *Pro Forma Carve-out*”, acreditamos que as demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade apresentam a situação financeira, o resultado das operações e o fluxo de caixa do Programa TAM Fidelidade nos anos e períodos indicados. Apesar de acreditarmos que fornecem uma apresentação útil ao investidor, as demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade podem não representar a situação patrimonial, resultado e fluxo de caixa do Programa TAM Fidelidade nos anos e períodos indicados, caso o Programa TAM Fidelidade estivesse operando como uma entidade independente da TAM Linhas Aéreas desde 1º de janeiro de 2007 e durante os períodos apresentados. Além disso, as demonstrações financeiras *carve-out* não são indicativas e, portanto, não são garantias, dos nossos resultados futuros.

Informações financeiras selecionadas

Metodologia

Na medida possível, foram identificados de forma específica os ativos, passivos, receitas e despesas do Programa TAM Fidelidade com base nos registros contábeis e na estrutura organizacional consolidada existente do Acionista Controlador nos anos e períodos indicados.

O Acionista Controlador adota uma abordagem centralizada para a gestão do caixa decorrente das suas atividades. Em decorrência disso, os sistemas de gestão do caixa do Acionista Controlador não permitem a segregação dos saldos e movimentações de caixa relacionados a um negócio específico. Dessa forma, adotou-se o seguinte critério: (1) o montante total de caixa recebido pelo Acionista Controlador relacionado ao Programa TAM Fidelidade (tais como o caixa decorrente de receita de pontos emitidos) foi contabilizado nas demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade como uma distribuição de capital para o Acionista Controlador e (2) o montante total de caixa pago pelo Acionista Controlador relacionado ao Programa TAM Fidelidade (tais como o caixa usado para pagamento de despesas do Programa TAM Fidelidade) foi contabilizado nas demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade como uma contribuição de capital do Acionista Controlador.

O ativo líquido do Programa TAM Fidelidade representa o valor residual dos ativos do Programa TAM Fidelidade após a dedução dos respectivos passivos. Na medida em que o Programa TAM Fidelidade não existia como pessoa jurídica separada nos anos e períodos indicados, não são apresentados nas demonstrações financeiras *carve-out* valores como patrimônio líquido e tampouco existiam para o Programa TAM Fidelidade componentes separados do patrimônio líquido, tais como capital social e reservas.

Informações Financeiras Pro Forma Carve-Out do Programa TAM Fidelidade

Utilizamos também neste Prospecto informações financeiras *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade, que ajusta, de maneira *pro forma*, as demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade relativas ao ano encerrado em 31 de dezembro de 2008 e aos períodos de nove meses encerrados em 30 de setembro de 2008 e 2009, que estão anexas a este Prospecto a partir da página 177.

As informações financeiras *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade são apresentadas para demonstrar os ajustes *pro forma* que poderiam decorrer dos Acordos Operacionais nas demonstrações de resultado *carve-out* do Programa TAM Fidelidade caso eles estivessem em vigor desde 1º de janeiro de 2008. Acreditamos que as informações financeiras *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade apresentam informações mais próximas da realidade das nossas operações e mais úteis ao investidor do que as demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade, na medida em que levam em consideração o nosso novo modelo de negócio decorrente dos Acordos Operacionais, os quais afetam uma parcela significativa das nossas receitas e despesas operacionais.

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 converterem os seus pontos da Multiplus Fidelidade por pontos de programas de nossos parceiros comerciais ou os resgatarem por Prêmios outros que não Passagens-Prêmio após 31 de dezembro de 2009, a TAM Linhas Aéreas nos reembolsará pelas despesas que incorreremos 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 da Multiplus Fidelidade por Passagens-Prêmio após 31 de dezembro de 2009, a TAM Linhas Aéreas nos concederá descontos nos valores que tivermos de pagar pelas Passagens-Prêmio, os quais levam em consideração a classe da cabine relativa à Passagem-Prêmio, o tempo de duração do voo (se de curta ou longa distância) e a quantidade de pontos resgatados do Programa TAM Fidelidade para emissão da Passagem-Prêmio, de maneira proporcional aos pontos acumulados pelo Participante até 31 de dezembro de 2009 e que sejam utilizados nesses resgates.

Como resultado, reconhecemos apenas a receita e a despesa correspondentes aos pontos acumulados na Multiplus Fidelidade a partir de 1º de janeiro de 2010.

Informações financeiras selecionadas

Apesar de acreditarmos que fornecem uma apresentação útil ao investidor, as informações financeiras *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade podem não representar o resultado do Programa TAM Fidelidade no ano e períodos indicados, caso o Programa TAM Fidelidade estivesse operando como uma entidade independente da TAM Linhas Aéreas e os Acordos Operacionais estivessem em vigor desde 1º de janeiro de 2008. Além disso, as informações financeiras *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade não são indicativas e, portanto, não são garantias, dos nossos resultados futuros.

Informações Financeiras Pro Forma Carve-out do Programa TAM Fidelidade

Demonstrações de Resultado Pro Forma Carve-out

	Período de nove meses encerrado em 30 de setembro de	
	2008	2009
Demonstração de resultado <i>pro forma carve-out</i>	(R\$ milhões)	
Receita líquida.....	433,3	595,0
Despesas operacionais	(343,2)	(451,0)
Lucro operacional e lucro antes do imposto de renda e da contribuição social.....	90,1	144,1
Imposto de renda e contribuição social	(30,6)	(49,0)
Lucro do período.....	59,5	95,1

	Ano encerrado em 31 de dezembro de 2008	
	(R\$ milhões)	
Demonstração de resultado <i>pro forma carve-out</i>	(R\$ milhões)	
Receita líquida.....	596,2	
Despesas operacionais	(460,7)	
Lucro operacional e lucro antes do imposto de renda e da contribuição social.....	135,5	
Imposto de renda e contribuição social	(46,1)	
Lucro do período.....	89,4	

Informações Financeiras Carve-out do Programa TAM Fidelidade

Demonstrações de Resultado Carve-out

	Período de nove meses encerrado em 30 de setembro de	
	2008	2009
Demonstração de resultado <i>carve-out</i>	(R\$ milhões)	
Receita líquida.....	349,7	458,8
Despesas operacionais	(46,9)	(82,0)
Lucro operacional e lucro antes do imposto de renda e da contribuição social.....	302,7	376,8
Imposto de renda e contribuição social	(102,9)	(128,1)
Lucro do período.....	199,8	248,7

	Anos encerrados em 31 de dezembro de	
	2007	2008
Demonstração de resultado <i>carve-out</i>	(R\$ milhões)	
Receita líquida.....	201,0	478,3
Despesas operacionais	(33,7)	(69,2)
Lucro operacional e lucro antes do imposto de renda e da contribuição social.....	167,2	409,1
Imposto de renda e contribuição social	(56,8)	(139,1)
Lucro do período.....	110,4	270,0

Informações financeiras selecionadas

Balancos Patrimoniais Carve-out

	Em 30 de setembro de 2009	
	(R\$ milhões)	
Balanco patrimonial <i>carve-out</i>		
Ativo		
Ativo circulante		
Contas a receber	140,8	
Adiantamento de impostos	56,0	
Ativo não-circulante		
Intangível	2,7	
Imposto de renda e contribuição social diferido.....	186,8	
Total do ativo	386,3	

	Em 30 de setembro de 2009	
	(R\$ milhões)	
Balanco patrimonial <i>carve-out</i>		
Passivo e ativos líquidos		
Passivo circulante		
Receita diferida	604,7	
Empréstimos e financiamentos	0,9	
Imposto de renda e contribuição social corrente.....	158,1	
Outros passivos circulantes.....	0,9	
Passivo não-circulante		
Empréstimos e financiamentos	1,8	
Total do passivo.....	766,5	
Ativos líquidos.....	(380,2)	
Total do passivo e ativos líquidos	386,3	

	Em 31 de dezembro de	
	2007	2008
	(R\$ milhões)	
Balanco patrimonial <i>carve-out</i>		
Ativo		
Ativo circulante		
Contas a receber	69,7	105,8
Adiantamento de impostos	38,9	46,9
Ativo não-circulante		
Imobilizado.....	0,0	0,0
Imposto de renda e contribuição social diferido.....	130,0	156,8
Total do ativo	238,6	309,6

	Em 31 de dezembro de	
	2007	2008
	(R\$ milhões)	
Balanco patrimonial <i>carve-out</i>		
Passivo e ativos líquidos		
Passivo circulante		
Receita diferida	420,7	507,7
Imposto de renda e contribuição social corrente.....	101,9	166,0
Outros passivos circulantes.....	0,6	0,6
Total do passivo.....	523,2	674,3
Ativos líquidos.....	(284,6)	(364,7)
Total do passivo e ativos líquidos	238,6	309,6

ANÁLISE E DISCUSSÃO DA ADMINISTRAÇÃO SOBRE A SITUAÇÃO FINANCEIRA E OS RESULTADOS OPERACIONAIS

A discussão e análise sobre a situação financeira e o resultado das operações do Programa TAM Fidelidade a seguir deve ser lida em conjunto com as demonstrações financeiras carve-out do Programa TAM Fidelidade relativas aos anos encerrados em 31 de dezembro de 2007 e 2008 e aos períodos de nove meses encerrados em 30 de setembro de 2008 e 2009, e respectivas notas explicativas, e as informações financeiras pro forma carve-out do Programa TAM Fidelidade relativas ao ano encerrado em 31 de dezembro de 2008 e aos períodos de nove meses encerrados em 30 de setembro de 2008 e 2009, e respectivas notas explicativas, todas anexas a este Prospecto, bem como com as informações contidas nas seções “Apresentação das Informações Financeiras e Outras Informações”, “Resumo das Informações Financeiras e Operacionais” e “Informações Financeiras Seleccionadas”, nas páginas 12, 35, e 81 deste Prospecto.

Esta seção contém discussões sobre estimativas futuras que envolvem riscos e incertezas. Os resultados reais podem diferir significativamente daqueles discutidos nas afirmações sobre estimativas futuras como resultado de diversos fatores, incluindo, entre outros, aqueles previstos nas seções “Considerações Sobre Estimativas e Declarações Futuras” e “Fatores de Risco”, nas páginas 11 e 46 deste Prospecto.

Visão Geral

Acreditamos que a Multiplus Fidelidade é a maior coalizão de programas de fidelização do Brasil, em termos de parceiros comerciais. Somos, desde 1º de janeiro de 2010, o gestor exclusivo do Programa TAM Fidelidade, o programa de fidelização de clientes da TAM Linhas Aéreas, uma das principais companhias aéreas do hemisfério sul, em 2008, em termos de passageiros transportados, de acordo com publicação da Airlines Business Magazine.

Resultamos de uma reestruturação societária da TAM Linhas Aéreas para, como uma empresa independente, gerir, administrar e operar o Programa TAM Fidelidade, bem como para prestar 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. Além disso, também somos responsáveis por administrar a compensação e liquidação dos créditos decorrentes dos pontos acumulados, na medida em que, por meio de uma rede de coalizão, os consumidores podem acumular pontos provenientes de diversos programas de fidelização em uma só conta e realizar resgates de prêmios em várias empresas dos mais diferentes ramos.

Nossa principal fonte de receita advém da emissão de pontos da Multiplus Fidelidade para nossos parceiros comerciais, incluindo a TAM Linhas Aéreas, os quais, por sua vez, oferecem esses pontos aos seus Participantes para que esses os resgatem por Prêmios. Nossos principais custos operacionais referem-se à compra de passagens aéreas da TAM Linhas Aéreas para atender ao resgate de pontos dos nossos Participantes em troca de Passagens-Prêmio.

A Multiplus Fidelidade adota um modelo de negócio que difere das coalizões tradicionais, pois possui um modelo flexível, que se origina na junção dos benefícios dos dois modelos existentes: coalizões e programas individuais. Ao invés de substituir os programas dos parceiros, a Multiplus Fidelidade os conecta em uma rede mais abrangente. Dessa forma, a Multiplus Fidelidade não compete, mas coopera, com os programas de fidelização dos seus parceiros comerciais, dando a estes alternativas de resgates de alta atratividade ao passo que permite aos parceiros comerciais continuar se relacionando com seus consumidores.

Assumimos, em 1º de janeiro de 2010, a extensa e diversificada rede de parceiros comerciais do Programa TAM Fidelidade, composta por mais de 100 parceiros comerciais no Brasil originários do Programa TAM Fidelidade e 6,3 milhões de Participantes, em 30 de setembro de 2009. Permitimos que nossos Participantes acumulem pontos da Multiplus Fidelidade ao realizarem as suas compras e os resgatem por Prêmios por meio dos programas dos nossos parceiros comerciais ou do nosso catálogo eletrônico. Os Prêmios que oferecemos, juntamente com nossos parceiros comerciais, incluem Passagens-Prêmio, eletro-eletrônicos, livros, cupons de supermercado, alugueis de veículos, dentre outros. Além disso, oferecemos os Prêmios que disponibilizamos em nosso catálogo eletrônico. Acreditamos que, à medida que a nossa rede de parceiros comerciais aumentar, os pontos da Multiplus Fidelidade poderão ser utilizados como forma de pagamento em operações comerciais cotidianas mantidas nos mais diversos setores da economia tornando-se assim uma moeda ainda mais relevante para nossos Participantes.

Análise e discussão da administração sobre a situação financeira e os resultados operacionais

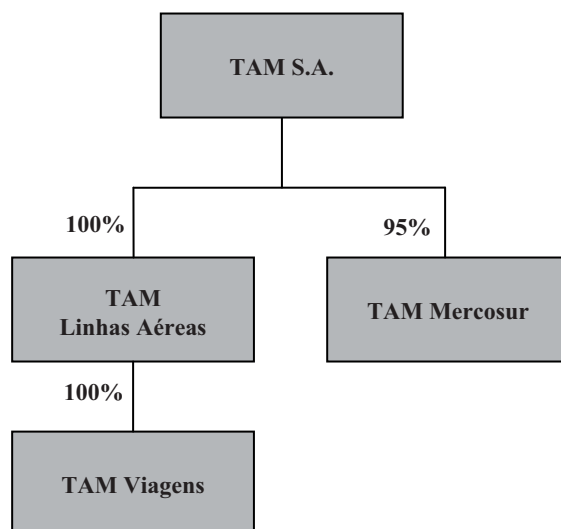
Nossos parceiros comerciais incluem importantes empresas de vários setores da economia, como supermercados, postos de combustível, livrarias, cartões de crédito, bancos, hotéis, locadoras de automóvel, jornais, revistas, comércio eletrônico, construtoras, instituições de ensino, farmácias, estética e saúde, dentre outros. Algumas delas podem ser destacadas, como Accor, Ipiranga-Texaco, Livraria Cultura, Walmart, e Pontofrio.com. Ao contrário dos programas de fidelização individuais tradicionais, permitimos, por meio de uma conta da Multiplus Fidelidade, que os Participantes dos programas de fidelização dos nossos parceiros comerciais decidam se transferirão seus pontos entre os diversos programas de fidelização que compõem a nossa rede Multiplus Fidelidade ou concentrem os pontos acumulados de diferentes programas de fidelização em uma única conta Multiplus Fidelidade.

Obtemos substancial vantagem do nosso relacionamento com a TAM Linhas Aéreas. O Programa TAM Fidelidade foi lançado pela TAM Linhas Aéreas em 1993 para funcionar como um programa de incentivo para os seus clientes fiéis, tornando-se o primeiro programa de fidelização de clientes, *frequent-flyer program*, do setor de aviação do Brasil. Acreditamos que, em 30 de setembro de 2009, o Programa TAM Fidelidade era um dos principais programas de fidelização de clientes do Brasil, tendo registrado um CAGR de 21,6% entre 2004 e 2008 em termos de número de Participantes. No período de nove meses encerrado em 30 de setembro de 2009, o Programa TAM Fidelidade registrou Faturamento Bruto *carve-out* de R\$594,1 milhões e Faturamento Bruto *pro forma carve-out* de R\$687,0 milhões.

Acreditamos que os Participantes do Programa TAM Fidelidade representam para os nossos atuais e futuros parceiros comerciais uma base extremamente atraente de consumidores brasileiros, em termos de renda familiar e hábitos de consumo. No período de nove meses encerrado em 30 de setembro de 2009, os Participantes do Programa TAM Fidelidade acumularam aproximadamente 27,2 bilhões de pontos no Programa TAM Fidelidade.

Reorganização Societária

A TAM Linhas Aéreas foi constituída em 1976 para, além de explorar serviços de transporte aéreo regular de passageiros, desenvolver outras atividades conexas, correlatas e complementares ao serviço de transporte aéreo, o que inclui a gestão, administração e operação de programas de fidelização de clientes. Em 30 de setembro de 2009, a estrutura societária simplificada da TAM Linhas Aéreas podia ser representada da seguinte forma:



Em 1993, a TAM Linhas Aéreas criou seu programa de fidelização de clientes, o Programa TAM Fidelidade, o primeiro programa de fidelização de clientes do setor de aviação do Brasil (*frequent-flyer program*). Ao longo dos seus 16 anos de existência, o Programa TAM Fidelidade tornou-se um dos principais programas de fidelização de clientes no Brasil, com aproximadamente 6,3 milhões de Participantes e mais de 100 parceiros comerciais em 30 de setembro de 2009.

Análise e discussão da administração sobre a situação financeira e os resultados operacionais

Em 2008, em decorrência dos resultados crescentes e consistentes apresentados, em especial nos últimos cinco anos, pelo Negócio de Fidelização de Clientes da TAM Linhas Aéreas, a TAM Linhas Aéreas e o Acionista Controlador decidiram promover uma reorganização societária mediante a segregação da totalidade do Negócio de Fidelização de Clientes da TAM Linhas Aéreas, com o objetivo de conferir maior racionalização nas estruturas operacional, administrativa e financeira do Negócio de Fidelização de Clientes da TAM Linhas Aéreas, bem como obter maior eficiência, rentabilidade e independência. Essa reorganização societária realizou-se, em um primeiro momento, com a transformação do Negócio de Fidelização de Clientes da TAM Linhas Aéreas em uma unidade de negócio na TAM Linhas Aéreas e, posteriormente, em 2009, com sua concentração em uma entidade independente da TAM Linhas Aéreas.

Fomos formalmente constituídos em 6 de agosto de 2009. Em 28 de outubro de 2009, a totalidade das Ações do nosso capital social foi transferida ao nosso Acionista Controlador. Com o fim de viabilizar a reorganização societária, nós e a TAM Linhas Aéreas firmamos, em 10 de dezembro de 2009, os seguintes contratos:

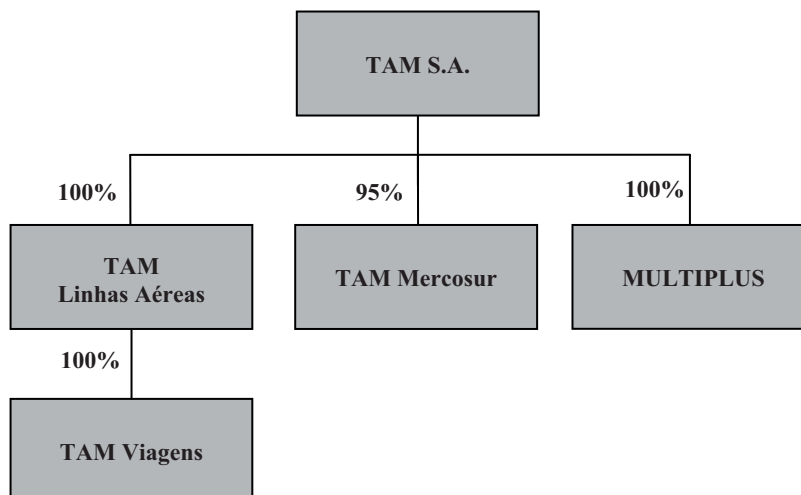
- Contrato Operacional, com o objetivo de regular o nosso relacionamento com a TAM Linhas Aéreas a partir de 1º de janeiro de 2010, quando assumimos o Negócio de Fidelização de Clientes da TAM Linhas Aéreas; e
- Contrato de Compartilhamento, por meio do qual a TAM Linhas Aéreas passou a compartilhar conosco, a partir de 1º de janeiro de 2010, os 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.

Nos termos do Contrato Operacional, a TAM Linhas Aéreas comprometeu-se a nos transferir até 31 de dezembro de 2009 a totalidade do Negócio de Fidelização de Clientes da TAM Linhas Aéreas, consistente dos seguintes ativos e passivos:

- 112 contratos de parceria comercial;
- 51 empregados; e
- a licença de uso do sistema de tecnologia da informação da Oracle, o “Siebel Loyalty”, incluindo todos os direitos e obrigações relacionados à licença de uso do “Siebel Loyalty” e assistência técnica.

Até 31 de dezembro de 2009, a TAM Linhas Aéreas tinha nos transferido 90 contratos de parceria comercial. De acordo com o primeiro termo aditivo ao Contrato Operacional que celebramos com a TAM Linhas Aéreas em 12 de janeiro de 2010, prorrogamos em seis meses o prazo para a TAM Linhas Aéreas nos transferir os 22 contratos de parceria comercial remanescentes na medida em que encerre estas tratativas com os 22 parceiros comerciais. Para informações adicionais, ver seção “Operações com Partes Relacionadas — Contrato Operacional” na página 145 deste Prospecto.

Nesta data, a estrutura societária simplificada do Grupo TAM pode ser representada da seguinte forma:



Informações Financeiras

Demonstrações Financeiras Carve-Out do Programa TAM Fidelidade

Considerando que em 1º de janeiro de 2010 assumimos o Negócio de Fidelização de Clientes da TAM Linhas Aéreas e que esse, em 31 de dezembro de 2009, consistia basicamente no Programa TAM Fidelidade, utilizamos neste Prospecto informações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade derivadas das demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade relativas aos anos encerrados em 31 de dezembro de 2007 e 2008 e aos períodos de nove meses encerrados em 30 de setembro de 2008 e 2009, que estão anexas a este Prospecto a partir da página 177.

As demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade, incluindo os balanços patrimoniais e respectivas demonstrações de resultado e de fluxo de caixa, foram elaboradas de acordo com o IFRS e preparadas sobre uma base *carve-out* a partir das demonstrações financeiras consolidadas do Acionista Controlador relativas aos exercícios sociais encerrados em 31 de dezembro de 2007 e 2008 e aos períodos de nove meses encerrados em 30 de setembro de 2008 e 2009. As demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade são apresentadas na forma *carve-out* para demonstrar as informações financeiras históricas do Programa TAM Fidelidade de maneira segregada dos demais negócios desenvolvidos pelo Acionista Controlador nos mesmos exercícios e períodos indicados.

Considerando os critérios, métodos e premissas descritos abaixo em “—Demonstrações Financeiras *Carve-out* — Metodologia” e na seção “Análise e Discussão da Administração Sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais — Principais Diferenças entre as Demonstrações Financeiras *Carve-out* e as Informações Financeiras *Pro Forma Carve-out*”, acreditamos que as demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade apresentam a situação financeira, o resultado das operações e o fluxo de caixa do Programa TAM Fidelidade nos anos e períodos indicados. Apesar de acreditarmos que fornecem uma apresentação útil ao investidor, as demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade podem não representar a situação patrimonial, resultado e fluxo de caixa do Programa TAM Fidelidade nos anos e períodos indicados, caso o Programa TAM Fidelidade estivesse operando como uma entidade independente da TAM Linhas Aéreas desde 1º de janeiro de 2007 e durante os períodos apresentados. Além disso, as demonstrações financeiras *carve-out* não são indicativas e, portanto, não são garantias, dos nossos resultados futuros.

Metodologia

Na medida possível, foram identificados de forma específica os ativos, passivos, receitas e despesas do Programa TAM Fidelidade com base nos registros contábeis e na estrutura organizacional consolidada existente do Acionista Controlador nos anos e períodos indicados.

O Acionista Controlador adota uma abordagem centralizada para a gestão do caixa decorrente das suas atividades. Em decorrência disso, os sistemas de gestão do caixa do Acionista Controlador não permitem a segregação dos saldos e movimentações de caixa relacionados a um negócio específico. Dessa forma, adotou-se o seguinte critério: (1) o montante total de caixa recebido pelo Acionista Controlador relacionado ao Programa TAM Fidelidade (tais como o caixa decorrente de receita de pontos emitidos) foi contabilizado nas demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade como uma distribuição de capital para o Acionista Controlador e (2) o montante total de caixa pago pelo Acionista Controlador relacionado ao Programa TAM Fidelidade (tais como o caixa usado para pagamento de despesas do Programa TAM Fidelidade) foi contabilizado nas demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade como uma contribuição de capital do Acionista Controlador.

O ativo líquido do Programa TAM Fidelidade representa o valor residual dos ativos do Programa TAM Fidelidade após a dedução dos respectivos passivos. Na medida em que o Programa TAM Fidelidade não existia como pessoa jurídica separada nos anos e períodos indicados, não são apresentados nas demonstrações financeiras *carve-out* valores como patrimônio líquido e tampouco existiam para o Programa TAM Fidelidade componentes separados do patrimônio líquido, tais como capital social e reservas.

Informações Financeiras Pro Forma Carve-Out do Programa TAM Fidelidade

Utilizamos também neste Prospecto informações financeiras *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade, que ajusta, de maneira *pro forma*, as demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade relativas ao ano encerrado em 31 de dezembro de 2008 e aos períodos de nove meses encerrados em 30 de setembro de 2008 e 2009, que estão anexas a este Prospecto a partir da página 177.

As informações financeiras *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade são apresentadas para demonstrar os ajustes *pro forma* que poderiam decorrer dos Acordos Operacionais nas demonstrações de resultado *carve-out* do Programa TAM Fidelidade caso eles estivessem em vigor desde 1º de janeiro de 2008. Acreditamos que as informações financeiras *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade apresentam informações mais próximas da realidade das nossas operações e mais úteis ao investidor do que as demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade, na medida em que levam em consideração o nosso novo modelo de negócio decorrente dos Acordos Operacionais, os quais afetam uma parcela significativa das nossas receitas e despesas operacionais.

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 converterem os seus pontos da Multiplus Fidelidade por pontos de programas de nossos parceiros comerciais ou os resgatarem por Prêmios outros que não Passagens-Prêmio após 31 de dezembro de 2009, a TAM Linhas Aéreas nos reembolsará pelas despesas que incorreremos 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 da Multiplus Fidelidade por Passagens-Prêmio após 31 de dezembro de 2009, a TAM Linhas Aéreas nos concederá descontos nos valores que tivermos de pagar pelas Passagens-Prêmio, os quais levam em consideração a classe da cabine relativa à Passagem-Prêmio, o tempo de duração do voo (se de curta ou longa distância) e a quantidade de pontos resgatados do Programa TAM Fidelidade para emissão da Passagem-Prêmio, de maneira proporcional aos pontos acumulados pelo Participante até 31 de dezembro de 2009 e que sejam utilizados nesses resgates.

Como resultado, reconhecemos apenas a receita e a despesa correspondentes aos pontos acumulados na Multiplus Fidelidade a partir de 1º de janeiro de 2010.

Apesar de acreditarmos que fornecem uma apresentação útil ao investidor, as informações financeiras *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade podem não representar o resultado do Programa TAM Fidelidade no ano e períodos indicados, caso o Programa TAM Fidelidade estivesse operando como uma entidade independente da TAM Linhas Aéreas e os Acordos Operacionais estivessem em vigor desde 1º de janeiro de 2008. Além disso, as informações financeiras *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade não são indicativas e, portanto, não são garantias, dos nossos resultados futuros.

Principais Diferenças entre as Demonstrações Financeiras *Carve-out* do Programa TAM Fidelidade e as Informações Financeiras *Pro Forma Carve-out* do Programa TAM Fidelidade

Apresentamos a seguir as principais diferenças entre as demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade e as informações financeiras *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade anexas a este Prospecto a partir da página 89:

Receita Líquida de Pontos

Demonstrações Financeiras Carve-out do Programa TAM Fidelidade

Para fins da elaboração das demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade, os pontos do Programa TAM Fidelidade entregues aos Participantes pela TAM Linhas Aéreas em contrapartida à emissão de passagens aéreas são considerados como um componente específico e separável da receita proveniente da venda de passagens aéreas pela TAM Linhas Aéreas.

Análise e discussão da administração sobre a situação financeira e os resultados operacionais

Nesse sentido, uma parcela do valor pago pela passagem aérea é atribuída aos pontos do Programa TAM Fidelidade que são entregues ao Participante em contrapartida à compra dessa passagem aérea. A determinação do valor dessa parcela é realizada com base no valor justo estimado dos pontos do Programa TAM Fidelidade. A receita decorrente desses pontos do Programa TAM Fidelidade é inicialmente diferida e reconhecida na demonstração de resultado da TAM Linhas Aéreas à medida que passageiros utilizando Passagens-Prêmio são transportados.

No cálculo da receita decorrente dos pontos do Programa TAM Fidelidade, a TAM Linhas Aéreas apenas difere e reconhece a receita correspondente aos pontos do Programa TAM Fidelidade que estima serão resgatados com base em índices históricos de pontos vencidos e não resgatados, também conhecidos como “*breakage*”. Nesse sentido, a TAM Linhas Aéreas não difere nem reconhece receita correspondente aos pontos vencidos e não resgatados.

Informações Financeiras Pro Forma Carve-out do Programa TAM Fidelidade

Para fins da elaboração das informações financeiras *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade, foram realizados ajustes nas demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade com relação à receita decorrente dos pontos do Programa TAM Fidelidade. Para realização desses ajustes, foi utilizado o preço previsto no Contrato Operacional para venda para a TAM Linhas Aéreas dos pontos do Programa TAM Fidelidade, ao invés de ser utilizado o valor justo estimado para esses pontos.

Além disso, aplicamos nas informações financeiras *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade a prática contábil relativa ao reconhecimento da receita de “*breakage*”, que esperamos continuar adotando no futuro na elaboração das nossas demonstrações financeiras, de modo a refletir o nosso modelo de negócio, que compreende a venda de pontos para parceiros comerciais, incluindo a TAM Linhas Aéreas. De acordo com nosso modelo de negócio, reconhecemos a receita de pontos da Multiplus Fidelidade decorrente da venda aos nossos parceiros comerciais, incluindo a TAM Linhas Aéreas, compreendendo inclusive os pontos vendidos e que estimamos como “*breakage*”. A receita de pontos que estimamos vencerão sem serem resgatados é reconhecida nas informações financeiras *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade no prazo entre sua emissão e vencimento aplicando-se a curva de resgates dos pontos resgatados.

Adicionalmente, nas informações financeiras *pro forma carve-out* foram reconhecidos como receita a taxa mensal que a TAM Linhas Aéreas pagará à Multiplus pela administração e operação do Programa TAM Fidelidade.

Custos com Passagens-Prêmio

Demonstrações Financeiras Carve-out do Programa TAM Fidelidade

Para fins da elaboração das demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade, os custos de cada Passagem-Prêmio emitida pela TAM Linhas Aéreas foram alocados para o Programa TAM Fidelidade como os custos contabilizados pelo Acionista Controlador no centro de custo do Programa TAM Fidelidade correspondentes aos custos incrementais de combustível, seguro e serviço de bordo relacionados ao transporte de um passageiro adicional em um voo já programado.

Informações Financeiras Pro Forma Carve-out do Programa TAM Fidelidade

Para fins da elaboração das informações financeiras *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade, foram realizados ajustes nas demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade com relação aos custos com Passagens-Prêmio. Para realização desses ajustes, foi utilizado o preço previsto no Contrato Operacional para compra de Passagens-Prêmio da TAM Linhas Aéreas pela Multiplus, que leva em consideração a classe da cabine relativa à Passagem-Prêmio, o tempo de duração do voo (se de curta ou longa distância) e a quantidade de pontos resgatados do Programa TAM Fidelidade para emissão da Passagem-Prêmio, ao invés de ser utilizado o critério de custos incrementais.

Despesas Operacionais

Demonstrações Financeiras Carve-out do Programa TAM Fidelidade

Para fins da elaboração das demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade, alocamos as despesas operacionais que não tenham sido especificamente identificadas como diretamente correspondentes à operação do Programa TAM Fidelidade da seguinte forma: (1) considerando que, nos exercícios e períodos indicados, o *call center* da TAM Linhas Aéreas atendeu tanto os clientes da TAM Linhas Aéreas quanto os Participantes do Programa TAM Fidelidade, as respectivas despesas com *call center* foram alocadas com base no volume de Passagens-Prêmio emitidos pelo *call center* em relação ao volume total de passagens aéreas emitidas pela TAM Linhas Aéreas, e (2) as despesas gerais e administrativas, consistentes dos serviços de contabilidade, finanças, jurídico, tecnologia da informação e recursos humanos e que são prestados de forma centralizada pela TAM Linhas Aéreas, foram alocadas com base em diferentes critérios, incluindo a segregação dos montantes atribuíveis ao Programa TAM Fidelidade em relação ao total das receitas, empregados e atividades da TAM Linhas Aéreas.

Informações Financeiras Pro Forma Carve-out do Programa TAM Fidelidade

Para fins da elaboração das informações financeiras *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade, foram realizados ajustes nas demonstrações financeiras *carve-out* com relação às despesas operacionais correspondentes a serviços fornecidos pela TAM Linhas Aéreas. Para realização desses ajustes, foi utilizado o preço previsto no Contrato de Compartilhamento para compra de Passagens-Prêmio da TAM Linhas Aéreas pela Multiplus, ao invés de utilizar a alocação descrita acima.

Imposto de Renda e Contribuição Social

Demonstrações Financeiras Carve-out do Programa TAM Fidelidade

Para fins da elaboração das demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade, o imposto de renda e a contribuição social correntes e diferidos foram determinados, respectivamente, às alíquotas de 25% e 9% como se o Programa TAM Fidelidade fosse uma entidade independente da TAM Linhas Aéreas. Para esse cálculo, o lucro tributável foi estimado a partir do resultado contábil *carve-out* do Programa TAM Fidelidade.

Informações Financeiras Pro Forma Carve-out do Programa TAM Fidelidade

Para fins da elaboração das informações financeiras *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade, foram realizados ajustes aos valores apresentados nas demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade para reconhecer o efeito do imposto de renda e da contribuição social à alíquota de 34% sobre os ajustes *pro forma* descritos acima.

Principais Fatores que Afetam o Resultado das nossas Operações

Conjuntura Macroeconômica no Brasil

O desempenho geral da economia brasileira pode afetar significativamente resultado das nossas operações. Acreditamos que o PIB constitui um fator importante na determinação da nossa capacidade de crescimento futuro.

Em 2007, a economia brasileira continuou a apresentar um padrão de crescimento similar ao crescimento em 2006, durante o qual a economia brasileira apresentou uma série de resultados positivos, inclusive redução da inflação e manutenção de saldo comercial positivo. Assim como em 2006, os principais fatores que suportam tal crescimento foram a manutenção do volume de crédito, a redução das taxas de juros e a balança comercial positiva, o que resultou no crescimento consistente e contínuo em 2007, bem como na contínua expansão da disponibilidade de crédito. Em 2007, o Banco Central continuou a reduzir a taxa SELIC de maneira gradativa, que encerrou o ano ao percentual de 11,25%. Nesse mesmo ano, a inflação, conforme calculada pelo IPCA, foi de 4,46%. O Real apresentou valorização frente ao Dólar de 17,2%, atingindo o valor de R\$1,77 por US\$1,00 em 31 de dezembro de 2007.

Análise e discussão da administração sobre a situação financeira e os resultados operacionais

Devido as condições significativamente adversas resultantes da crise financeira nos Estados Unidos, o Banco Central optou por restringir a política monetária através do aumento da taxa SELIC para 13,75%, em dezembro de 2008. Em 2008, a inflação, conforme calculada pelo IPCA, foi de 5,9%, e o Real apresentou desvalorização frente ao Dólar de 31,9%, e atingiu o valor de R\$2,34 por US\$1,00 em 31 de dezembro de 2008. Apesar das condições econômicas adversas, o PIB cresceu 5,1%, ainda em 2008.

Durante o ano de 2009, o Banco Central começou a reduzir a taxa SELIC, que era de 8,75% ao ano em 30 de setembro de 2009. A inflação, conforme calculada pelo IPCA, foi de 3,2% durante o período de nove meses findo em 30 de setembro de 2009. O real apresentou valorização frente ao Dólar de 23,9%, atingindo o valor de R\$1,78 por US\$1,00, no final do período de nove meses findo em 30 de setembro de 2009.

A tabela abaixo demonstra certos indicadores econômicos brasileiros para os períodos indicados:

	Exercício Findo em 31 de Dezembro de			Período de nove meses encerrado em 30 de Setembro de	
	2006	2007	2008	2008	2009
Indicadores econômicos	(%, exceto se indicado diferente)				
Crescimento real do PIB ⁽¹⁾	4,0	5,7	5,1	6,4	1,8
Taxa de Inflação (IGPM-M) ⁽²⁾	3,8	7,8	9,8	8,2	2,0
Taxa de Inflação (IPCA ⁽¹⁾).....	3,1	4,5	5,9	4,8	3,2
Taxa DI (média do período) ⁽³⁾	15,0	11,8	12,4	11,9	10,4
TJLP (média do período) ⁽⁴⁾	7,9	6,4	6,3	6,3	6,0
Taxa de câmbio (fechamento) R\$ por US\$1,00.....	R\$2,138	R\$1,771	R\$2,337	R\$1,914	R\$1,778
Taxa de câmbio (média) R\$ por US\$1,00 ⁽⁵⁾ (R\$/US\$).....	R\$2,177	R\$1,948	R\$1,834	R\$1,686	R\$2,079
Valorização do real frente ao dólar ⁽⁵⁾	8,70	17,20	(32,0)	(0,8)	23,9

(1) Fonte: IBGE.

(2) Fonte: FGV.

(3) Fonte: CETIP.

(4) Fonte: Banco Central.

(5) Média das taxas de câmbio do último dia de cada período.

Inflação e Taxas de Juros

O resultado das nossas operações estão sujeitos a mudanças nas taxas de inflação e juros no Brasil. Os aumentos nas taxas de inflação e juros no Brasil poderão reduzir a disponibilidade de crédito e o poder aquisitivo dos consumidores. Tendo em vista que nossas receitas advém principalmente da venda de pontos aos nossos parceiros comerciais, as quais dependem substancialmente dos gastos dos consumidores, um aumento nas taxas de juros ou inflação pode afetar adversamente o resultado das nossas operações.

Taxas de Câmbio

A maioria das nossas receitas e custos são denominados em Reais. Alguns contratos de parceria comercial tem seu preço denominado em Dólar. O faturamento decorrente desses contratos de parceria comercial é convertido para Reais na data de venda, sendo fixado em Reais a partir desse momento até a data do pagamento. Ver seções “Fatores de Risco —Riscos relacionados ao Brasil — A instabilidade cambial pode ter um efeito adverso sobre a economia brasileira e, conseqüentemente, sobre nós” e “—Riscos de Mercado”, nas páginas 51 e 109 deste Prospecto.

Custo de Prêmios

O resultado das nossas operações é afetado por alterações nos custos dos Prêmios, em particular nas Passagens-Prêmio. De acordo com o Contrato Operacional, o preço de aquisição de Passagens-Prêmio deve ser revisto periodicamente para manter o equilíbrio econômico das nossas operações com a TAM Linhas Aéreas.

Análise e discussão da administração sobre a situação financeira e os resultados operacionais

Na medida em que o custo das Passagens-Prêmio aumenta, o resultado das nossas operações é afetado. Ver seções “Fatores de Risco — Riscos relacionados à Companhia e ao Setor de Redes e Programas de Fidelização de Clientes — Se os resgates de pontos da Multiplus Fidelidade pelos Participantes forem superiores ao esperado ou se os custos relacionados aos resgates de pontos aumentarem, poderemos ser adversamente afetados” e “Operações com Partes Relacionadas”, nas páginas 47 e 145 deste Prospecto.

Principais Práticas Contábeis

Descrevemos a seguir as principais práticas contábeis que afetam a nossa condição financeira e o resultado das nossas operações e que exigem que realizemos estimativas e premissas com base em nossa experiência e em outros fatores que consideramos razoáveis e relevantes. A adoção dessas estimativas e premissas exige que realizemos previsões quanto aos efeitos de questões inerentemente incertas sobre a nossa condição financeira e o resultado das nossas operações. Caso decidamos modificar essas estimativas e premissas, a nossa condição financeira e o resultado das nossas operações podem ser significativamente afetados. Para informações adicionais sobre as nossas principais práticas contábeis, ver nota “3” das demonstrações financeiras *carve-out* anexas a este Prospecto.

Premissas e Estimativas que utilizamos na Elaboração das Demonstrações Financeiras Carve-out do Programa TAM Fidelidade

A elaboração das demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade exige a utilização de critérios de alocação de ativos, passivos, receitas e despesas que afetam os valores divulgados pelo Acionista Controlador em relação a esses ativos, passivos, receitas e despesas nas datas indicadas nas demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade.

As estimativas e os critérios de alocação de ativos, passivos, receitas, despesas e outras operações podem resultar em valores que não são necessariamente indicativos dos correspondentes valores que teriam resultado caso estivéssemos atuando como uma companhia independente. Além disso, em razão do relacionamento que mantemos com o Acionista Controlador, as estimativas e critérios de alocação de ativos, passivos, receitas, despesas e outras operações entre nós e o Acionista Controlador podem não ser necessariamente similares aos que teriam resultado de operações entre partes não relacionadas ou se estivéssemos desenvolvendo nossas atividades como uma companhia independente nas datas indicadas nas demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade. Apesar de acreditarmos que fornecem uma apresentação útil ao investidor, as demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade podem não representar a situação patrimonial, resultado e fluxo de caixa do Programa TAM Fidelidade nos anos e períodos indicados, caso o Programa TAM Fidelidade estivesse operando como uma entidade independente da TAM Linhas Aéreas desde 1º de janeiro de 2007 e durante os períodos apresentados. Além disso, as demonstrações financeiras *carve-out* não são indicativas e, portanto, não são garantias, dos nossos resultados futuros.

Receita Líquida

Demonstrações Financeiras Carve-out do Programa TAM Fidelidade

Para fins da elaboração das demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade, os pontos do Programa TAM Fidelidade entregues aos Participantes pela TAM Linhas Aéreas em contrapartida à emissão de passagens aéreas são considerados como um componente específico e separável da receita proveniente da venda de passagens aéreas pela TAM Linhas Aéreas.

Nesse sentido, uma parcela do valor pago pela passagem aérea é atribuída aos pontos do Programa TAM Fidelidade que são entregues ao Participante em contrapartida à compra dessa passagem aérea. A determinação do valor dessa parcela é realizada com base no valor justo estimado dos pontos do Programa TAM Fidelidade. A receita decorrente desses pontos do Programa TAM Fidelidade é inicialmente diferida e reconhecida na demonstração de resultado da TAM Linhas Aéreas à medida que passageiros utilizando Passagens-Prêmio são transportados.

Análise e discussão da administração sobre a situação financeira e os resultados operacionais

No cálculo da receita decorrente dos pontos do Programa TAM Fidelidade, a TAM Linhas Aéreas apenas difere e reconhece a receita correspondente aos pontos do Programa TAM Fidelidade que estima serão resgatados com base em índices históricos de pontos vencidos e não resgatados, também conhecidos como “*breakage*”. Nesse sentido, a TAM Linhas Aéreas não difere nem reconhece receita correspondente aos pontos vencidos e não resgatados.

Imposto de Renda e Contribuição Social

Os montantes equivalentes ao imposto de renda e à contribuição social incidentes sobre o lucro são calculados com base na alíquota de 25% de imposto de renda e de 9% da contribuição social.

O cálculo do imposto de renda e da contribuição social é realizado com base na legislação tributária brasileira vigente nas datas das demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade. Utilizamos estimativas para determinar os aspectos sujeitos a interpretações com relação ao cálculo do imposto de renda e da contribuição social, realizando provisões, sempre que considerado recomendável, no valor estimado do imposto ou da contribuição, conforme o caso.

Para fins da elaboração das demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade, o imposto de renda e a contribuição social correntes e diferidos foram determinados, respectivamente, às alíquotas de 25% e 9% como se o Programa TAM Fidelidade fosse uma entidade independente da TAM Linhas Aéreas. Para esse cálculo, o lucro tributável foi estimado a partir do resultado contábil *carve-out* do Programa TAM Fidelidade.

Descrição de Itens Relevantes das Informações Financeiras *Pro Forma Carve-out* do Programa TAM Fidelidade

Faturamento Bruto, Receita Bruta e Receita Líquida

A receita de pontos do Programa TAM Fidelidade decorrente da venda aos parceiros comerciais é inicialmente diferida e contabilizada como receita diferida no momento da emissão de pontos, identificada também como Faturamento Bruto. À medida que os pontos do Programa TAM Fidelidade são resgatados, a receita é reconhecida nas demonstrações de resultado *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade como receita bruta. Estes valores incluem também a receita por emissão de pontos emitidos que se estima não serão resgatados (ou *breakage*). A receita diferida por estes pontos que se estima não serão resgatados é reconhecida como receita bruta nas demonstrações de resultado *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade ao longo do período de dois anos entre a emissão dos pontos e seu vencimento seguindo a curva de resgate dos pontos resgatados.

A receita líquida é apresentada com as deduções pertinentes aos montantes dos impostos incidentes sobre a venda. As principais fontes de receita nas informações financeiras *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade são: (1) receita de venda de pontos aos parceiros comerciais, incluindo a TAM Linhas Aéreas, (2) receita decorrente da gestão, administração e operação do Programa TAM Fidelidade, e (3) tarifas cobradas pela TAM Linhas Aéreas dos emissores de cartão de crédito sob a marca “TAM”.

O critério de mensuração e reconhecimento de receita nas informações financeiras *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade leva em consideração os efeitos que poderiam resultar dos Acordos Operacionais caso os Acordos Operacionais estivessem em vigor desde 1º de janeiro de 2008. Para informações adicionais, ver seção “—Informações Financeiras— Informações Financeiras *Pro Forma Carve-Out* do Programa TAM Fidelidade” na página 89 deste Prospecto.

Despesas Operacionais

As principais despesas operacionais *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade correspondem aos custos relacionados a Prêmios, especialmente Passagens-Prêmio. Além disso, as despesas operacionais *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade incluem despesas de venda, gerais e administrativas.

O critério de mensuração das despesas operacionais nas informações financeiras *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade leva em consideração os efeitos que poderiam resultar do Contrato Operacional e do Contrato de Compartilhamento caso os Contrato de Compartilhamento e Contrato Operacional estivessem em vigor desde 1º de janeiro de 2008. Para informações adicionais, ver seção “—Informações Financeiras — Informações Financeiras *Pro Forma Carve-Out* do Programa TAM Fidelidade” na página 89 deste Prospecto.

Análise e discussão da administração sobre a situação financeira e os resultados operacionais

Resultados Operacionais *Pro Forma Carve-Out* do Programa TAM Fidelidade

Período de nove meses encerrado em 30 de setembro de 2008 comparado ao Período de nove meses encerrado em 30 de setembro de 2009

A tabela a seguir apresenta a demonstração de resultado *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade para os períodos de nove meses encerrados em 30 de setembro de 2008 e 2009.

	Período de nove meses encerrado em 30 de setembro de				
	2008	Receita Líquida (%)	2009	Receita Líquida (%)	Variação 2008x2009 (%)
(R\$ milhões, exceto percentuais)					
Receita Líquida.....	433,3	100,0	595,0	100,0	37,3
Despesas Operacionais					
Custo das passagens emitidas.....	(316,0)	(72,9)	(398,3)	(66,9)	26,0
Serviços compartilhados.....	(6,0)	(1,4)	(6,0)	(1,0)	0,0
Alianças e parcerias.....	(9,6)	(2,2)	(23,1)	(3,9)	141,0
Despesas com pessoal.....	(2,8)	(0,6)	(3,8)	(0,6)	35,7
Marketing.....	(7,3)	(1,7)	(12,4)	(2,1)	69,9
Outros.....	(1,4)	(0,3)	(7,3)	(1,2)	421,4
Total das Despesas Operacionais.....	(343,2)	(79,2)	(451,0)	(75,8)	31,4
Lucro operacional e Lucro antes do imposto de renda e da contribuição social.....	90,1	20,8	144,1	24,2	59,9
Imposto de renda e contribuição social.....	(30,6)	(7,1)	(49,0)	(8,2)	60,1
Lucro do período.....	59,5	13,7	95,1	16,0	59,8

Receita Líquida

A receita líquida aumentou 37,3%, de R\$433,3 milhões no período de nove meses encerrado em 30 de setembro de 2008 para R\$595,0 milhões no mesmo período de 2009. A tabela abaixo apresenta a composição da receita líquida:

	Período de nove meses encerrado em 30 de setembro de		
	2008	2009	Variação 2008x2009 (%)
(R\$ milhões, exceto percentuais)			
Receita Bruta			
Receita de pontos.....	465,5	644,5	38,5
Outras receitas.....	11,8	11,0	(6,8)
Impostos.....	(44,0)	(60,5)	37,5
Receita Líquida.....	433,3	595,0	37,3

O aumento na receita líquida foi devido principalmente a:

Receita de pontos. A receita de pontos aumentou 38,5%, de R\$465,5 milhões no período de nove meses encerrado em 30 de setembro de 2008 para R\$644,5 milhões no mesmo período de 2009. Esse aumento foi devido principalmente a:

- aumento de 25% no volume de pontos resgatados pelos Participantes do Programa TAM Fidelidade, que foi devido principalmente a mudanças nas regras do Programa TAM Fidelidade que tiveram como objetivo facilitar o resgate de pontos, incluindo resgates promocionais que exigem uma quantidade menor de pontos; e

Análise e discussão da administração sobre a situação financeira e os resultados operacionais

- aumento de 9,2% no valor médio por ponto resgatado, que foi devido principalmente ao aumento no valor absoluto dos pontos, devido principalmente ao valor médio do Dólar que foi 22,5% maior no período de nove meses findo em 30 de setembro de 2009 em relação ao mesmo período de 2008, que afetou os preços dos pontos que vendemos a instituições financeiras. De acordo com os respectivos contratos de parceria comercial, esses preços são referenciados em Dólar e convertidos com base na taxa de conversão publicada pelo Banco Central no último dia do mês imediatamente anterior à venda de pontos.

Despesas Operacionais

As despesas operacionais aumentaram 31,4%, de R\$343,2 milhões no período de nove meses encerrado em 30 de setembro de 2008 para R\$451,0 milhões no mesmo período de 2009. A tabela abaixo apresenta a composição das despesas operacionais:

	Período de nove meses encerrado em 30 de setembro de		
	2008	2009	Varição 2008x2009
	(R\$ milhões, exceto percentuais)		
Despesas Operacionais			
Custo das passagens emitidas.....	(316,0)	(398,3)	26,0
Serviços compartilhados.....	(6,0)	(6,0)	0,0
Alianças e parcerias.....	(9,6)	(23,1)	141,0
Despesas com pessoal.....	(2,8)	(3,8)	35,7
Marketing.....	(7,3)	(12,4)	69,9
Outros.....	(1,4)	(7,3)	421,4
Total das Despesas Operacionais.....	(343,2)	(451,0)	31,4

O aumento nas despesas operacionais foi devido principalmente aos aumentos no custo das passagens emitidas e despesas com alianças e parcerias e com *marketing*.

Custo das passagens emitidas. O custo das passagens emitidas aumentou 26%, de R\$316,0 milhões no período de nove meses encerrado em 30 de setembro de 2008 para R\$398,3 milhões no mesmo período de 2009, devido principalmente ao aumento de Passagens-Prêmio resgatadas. Esse aumento foi devido principalmente ao aumento no volume de pontos resgatados pelos Participantes do Programa TAM Fidelidade, que, por sua vez, foi devido principalmente a mudanças nas regras do Programa TAM Fidelidade que tiveram como objetivo facilitar o resgate de pontos, incluindo resgates promocionais que exigem uma quantidade menor de pontos.

Despesas com Alianças e Parcerias. As despesas com alianças e parcerias aumentaram 141%, de R\$9,6 milhões no período de nove meses encerrado em 30 de setembro de 2008 para R\$23,1 milhões no mesmo período de 2009, devido principalmente ao aumento no volume de resgates por Passagens-Prêmio, em especial da Lufthansa e TAP, com as quais a TAM Linhas Aéreas firmou aliança em 2008, e que praticamente dobraram no período.

Despesas com Marketing. As despesas com *marketing* aumentaram 69,9%, de R\$7,3 milhões no período de nove meses encerrado em 30 de setembro de 2008 para R\$12,4 milhões no mesmo período de 2009, devido principalmente às atividades de *marketing* relativas ao lançamento do programa Multiplus Fidelidade.

Imposto de Renda e Contribuição Social

O imposto de renda e a contribuição social aumentaram 60,1%, de R\$30,6 milhões no período de nove meses encerrado em 30 de setembro de 2008 para R\$49,0 milhões no mesmo período de 2009, em razão do aumento da base tributável, conforme descrito acima.

Lucro no Período

Em razão dos fatores acima, o lucro líquido aumentou 59,8%, de R\$59,5 milhões no período de nove meses encerrado em 30 de setembro de 2008 para R\$95,1 milhões no mesmo período de 2009.

Descrição de Itens Relevantes das Informações Financeiras *Carve-out* do Programa TAM Fidelidade

Receita Líquida

A receita líquida é apresentada com as deduções pertinentes aos montantes dos impostos incidentes sobre a venda. As principais fontes de receita nas demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade são: (1) receitas pelos pontos acumulados no Programa TAM Fidelidade pela venda de passagens aéreas pela TAM Linhas Aéreas, (2) receitas pelos pontos vendidos a outros parceiros comerciais, e (3) tarifas cobradas pela TAM Linhas Aéreas dos emissores de cartão de crédito sob a marca “TAM”.

O critério de mensuração e reconhecimento de receita nas demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade difere daquele apresentado nas informações financeiras *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade. Para informações adicionais, ver seção “—Informações Financeiras — Demonstrações Financeiras *Carve-Out* do Programa TAM Fidelidade” na página 88 deste Prospecto.

Despesas Operacionais

As principais despesas operacionais do Programa TAM Fidelidade correspondem aos custos relacionados a Prêmios, especialmente Passagens-Prêmio. As demais despesas operacionais incluem pagamentos a companhias aéreas parceiras do Programa TAM Fidelidade decorrentes do resgate de pontos por Passagens-Prêmio dessas companhias aéreas, além de despesas com vendas, gerais e administrativas, incluindo sistemas de informação, *call center*, jurídicas, folha de pagamento, *marketing* e outras.

O critério de mensuração das despesas com custo de Prêmios e das despesas com serviços centralizados fornecidos pela TAM Linhas Aéreas nas demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade difere daquele apresentado nas informações financeiras *pro forma carve-out*. Para informações adicionais, ver seção “—Informações Financeiras — Demonstrações Financeiras *Carve-Out* do Programa TAM Fidelidade” na página 88 deste Prospecto.

Análise e discussão da administração sobre a situação financeira e os resultados operacionais

Resultados Operacionais *Carve-Out* do Programa TAM Fidelidade

Período de nove meses encerrado em 30 de setembro de 2009 comparado ao Período de nove meses encerrado em 30 de Setembro de 2008

A tabela a seguir apresenta a demonstração de resultado *carve-out* do Programa TAM Fidelidade para os períodos de nove meses encerrados em 30 de setembro de 2008 e 2009.

	Período de nove meses encerrado em 30 de setembro de				
	2008	Receita Líquida	2009	Receita Líquida	Varição 2008x2009
(R\$ milhões, exceto percentuais)					
Receita Líquida.....	349,7	100,0	458,8	100,0	31,2
Despesas Operacionais					
Custo incremental para TAM das passagens aéreas em TAM Linhas Aéreas dadas como Prêmios	(20,8)	(5,9)	(26,8)	(5,8)	28,8
Sistemas de Informação	(0,9)	(0,3)	(1,0)	(0,2)	11,1
Call Center.....	(2,1)	(0,6)	(4,1)	(0,9)	95,2
Jurídico.....	(0,3)	(0,1)	(0,3)	(0,1)	–
Controladoria	(0,2)	(0,1)	(0,4)	(0,1)	100,0
Compra de passagens aéreas de companhias aéreas parceiras	(9,6)	(2,7)	(23,1)	(5,0)	140,6
Folha de pagamento	(2,2)	(0,6)	(4,3)	(0,9)	95,5
Marketing.....	(4,7)	(1,3)	(13,1)	(2,9)	178,7
Serviços prestados por terceiros	(3,6)	(1,0)	(5,5)	(1,2)	52,8
Provisão para redução do valor recuperável de contas a receber.....	(1,1)	(0,3)	(1,9)	(0,4)	72,7
Outras despesas	(1,3)	(0,4)	(1,5)	(0,3)	15,4
Total das Despesas Operacionais.....	(46,9)	(13,4)	(82,0)	(17,9)	74,8
Lucro operacional e Lucro antes do imposto de renda e contribuição social.....	302,8	86,6	376,8	82,1	24,4
Imposto de renda e contribuição social.....	(102,9)	(29,4)	(128,1)	(27,9)	24,5
Lucro no período	199,8	57,1	248,7	54,2	24,5

Receita Líquida

A receita líquida aumentou 31,2%, de R\$349,7 milhões no período de nove meses findo em 30 de setembro de 2008 para R\$458,8 milhões no mesmo período de 2009. A tabela abaixo apresenta a composição da receita líquida:

	Período de nove meses encerrado em 30 de setembro de		
	2008	2009	Varição 2008x2009
(R\$ milhões, exceto percentuais)			
Receita Bruta			
Receita de pontos.....	375,9	497,0	32,2
Outras receitas	9,4	8,6	(8,5)
Impostos.....	(35,6)	(46,8)	31,5
Receita Líquida.....	349,7	458,8	31,2

Análise e discussão da administração sobre a situação financeira e os resultados operacionais

O aumento na receita líquida foi devido principalmente a:

Receita de pontos. A receita de pontos aumentou 32,2%, de R\$375,9 milhões no período de nove meses encerrado em 30 de setembro de 2008 para R\$497,0 milhões no mesmo período de 2009. Esse aumento foi devido principalmente a:

- aumento de 25% no volume de pontos resgatados pelos Participantes do Programa TAM Fidelidade, que foi devido principalmente a mudanças nas regras do Programa TAM Fidelidade que tiveram como objetivo facilitar o resgate de pontos, incluindo resgates promocionais que exigem uma quantidade menor de pontos; e
- aumento de 5,8% no valor médio por ponto resgatado, que foi devido principalmente ao aumento no valor absoluto dos pontos, devido principalmente ao valor médio do Dólar que foi 22,5% no período de nove meses findo em 30 de setembro de 2009 em relação ao mesmo período de 2008, que afetou os preços dos pontos que vendemos a instituições financeiras. De acordo com os respectivos contratos de parceria comercial, esses preços são referenciados em Dólar e convertidos com base na taxa de conversão publicada pelo Banco Central no último dia do mês imediatamente anterior à venda de pontos.

O aumento na receita líquida foi parcialmente compensado por uma redução de 8,5% nas outras receitas, de R\$9,4 milhões para R\$8,6 milhões. Essa redução foi devida principalmente à redução de 22,7% na receita decorrente de receitas pela utilização dos cartões de crédito sob a marca Programa TAM Fidelidade (*co-branded*).

Despesas Operacionais

As despesas operacionais aumentaram 74,8%, de R\$46,9 milhões no período de nove meses encerrado em 30 de setembro de 2008 para R\$82,0 milhões no mesmo período de 2009. A tabela abaixo apresenta a composição das despesas operacionais:

	Período de nove meses encerrado em 30 de setembro de				
	2008	Receita Líquida	2009	Receita Líquida	Variação 2008x2009
	(R\$ milhões, exceto percentuais)				
Despesas Operacionais					
Custo incremental para TAM das passagens aéreas em TAM Linhas Aéreas dadas como Prêmios	(20,8)	(5,9)	(26,8)	(5,8)	28,8
Sistemas de Informação.....	(0,9)	(0,3)	(1,0)	(0,2)	11,1
Call Center.....	(2,1)	(0,6)	(4,1)	(0,9)	95,2
Jurídico.....	(0,3)	(0,1)	(0,3)	(0,1)	-
Controladoria	(0,2)	(0,1)	(0,4)	(0,1)	100,0
Compra de passagens aéreas de companhias aéreas parceiras	(9,6)	(2,7)	(23,1)	(5,0)	140,6
Folha de pagamento	(2,2)	(0,6)	(4,3)	(0,9)	95,5
Marketing.....	(4,7)	(1,3)	(13,1)	(2,9)	178,7
Serviços prestados por terceiros	(3,6)	(1,0)	(5,5)	(1,2)	52,8
Provisão para redução do valor recuperável de contas a receber	(1,1)	(0,3)	(1,9)	(0,4)	72,7
Outras despesas	(1,3)	(0,4)	(1,5)	(0,3)	15,4
Total das Despesas Operacionais.....	(46,9)	(13,4)	(82,0)	(17,9)	74,8

O aumento nas despesas operacionais foi devido principalmente aos aumentos nas despesas com compra de passagens aéreas de companhias aéreas parceiras, marketing e do custo incremental para TAM das passagens aéreas em TAM Linhas Aéreas dadas como Prêmios.

Análise e discussão da administração sobre a situação financeira e os resultados operacionais

Despesas com Compra de Passagens Aéreas de Companhias Aéreas Parceiras. As despesas com compra de passagens aéreas de companhias aéreas parceiras aumentaram significativamente de R\$9,6 milhões no período de nove meses encerrado em 30 de setembro de 2008 para R\$23,1 milhões no mesmo período de 2009, devido principalmente ao aumento no volume de resgates por Passagens-Prêmio, em especial da Lufthansa e TAP, com as quais a TAM Linhas Aéreas firmou aliança em 2008, e que praticamente dobraram no período.

Despesas com Marketing. As despesas com *marketing* aumentaram 178,7%, de R\$4,7 milhões no período de nove meses encerrado em 30 de setembro de 2008 para R\$13,1 milhões no mesmo período de 2009, devido principalmente às atividades de marketing relativas ao lançamento do programa Multiplus Fidelidade.

Custo incremental para TAM das passagens aéreas em TAM Linhas Aéreas dadas como Prêmios. Custo incremental para TAM das passagens aéreas em TAM Linhas Aéreas dadas como Prêmios aumentaram 28,8%, de R\$20,8 milhões no período de nove meses encerrado em 30 de setembro de 2008 para R\$26,8 milhões no mesmo período de 2009, devido principalmente a:

- aumento de 18,8% no volume de Passagens-Prêmio resgatados, que, por sua vez, foi devido principalmente a mudanças nas regras do Programa TAM Fidelidade que tiveram como objetivo facilitar o resgate de pontos, incluindo resgates promocionais que exigem uma quantidade menor de pontos; e
- um aumento de 8,3% no custo incremental individual de combustível, seguro e serviço de bordo.

Imposto de Renda e Contribuição Social

O imposto de renda e a contribuição social aumentaram 24,4%, de R\$102,9 milhões no período de nove meses encerrado em 30 de setembro de 2008 para R\$128,1 milhões no mesmo período de 2009, em razão do aumento da base tributável, conforme descrito acima.

Lucro no Período

Em razão dos fatores acima, nosso lucro líquido aumentou 24,5%, de R\$199,8 milhões no período de nove meses encerrado em 30 de setembro de 2008 para R\$248,7 milhões no mesmo período de 2009.

Análise e discussão da administração sobre a situação financeira e os resultados operacionais

Ano encerrado em 31 de dezembro de 2007 comparado ao Ano encerrado em 31 de dezembro de 2008

A tabela a seguir apresenta a demonstração de resultado *carve-out* do Programa TAM Fidelidade para os anos encerrados em 31 de dezembro de 2007 e 2008.

	Ano encerrado em 31 de dezembro de				Variação 2007x2008
	2007	Receita Líquida	2008	Receita Líquida	
	(R\$ milhões, exceto percentuais)				
Receita Líquida.....	201,0	100,0	478,3	100,0	139,0
Despesas operacionais					
Custo incremental para TAM das passagens aéreas em TAM Linhas Aéreas dadas como					
Prêmios	(9,2)	(4,6)	(30,7)	(6,4)	233,7
Tecnologia da informação	(1,5)	(0,7)	(1,2)	(0,3)	(20,0)
Call center	(0,9)	(0,4)	(2,8)	(0,6)	211,0
Jurídico	(0,5)	(0,2)	(0,4)	(0,1)	(20,0)
Controladoria	(0,2)	(0,1)	(0,3)	(0,1)	50,0
Compra de passagens aéreas de companhias aéreas parceiras	(9,0)	(4,5)	(14,9)	(3,1)	65,6
Pessoal	(2,9)	(1,4)	(3,3)	(0,7)	13,8
Marketing	(4,0)	(2,0)	(7,3)	(1,5)	82,5
Serviços de terceiros.....	(3,1)	(1,5)	(4,9)	(1,0)	58,1
Provisão para redução do valor recuperável de contas a receber	(0,5)	(0,2)	(1,5)	(0,3)	200,0
Outros	(1,7)	(0,8)	(1,9)	(0,4)	11,8
Total de despesas operacionais	(33,7)	(16,8)	(69,2)	(14,5)	105,3
Lucro operacional e Lucro antes do imposto de renda e da contribuição social	167,2	83,6	409,1	85,5	144,7
Imposto de renda e contribuição social.....	(56,8)	(28,4)	(139,1)	29,1	144,9
Lucro do período	110,4	55,2	270,0	56,4	144,6

Receita Líquida

A receita líquida aumentou 139%, de R\$201,0 milhões em 2007 para R\$478,3 milhões em 2008. A tabela abaixo apresenta a composição da receita líquida:

	Ano encerrado em 31 de dezembro de		
	2007	2008	Variação 2007x2008
	(R\$ milhões, exceto percentuais)		
Receita Bruta			
Receita de pontos.....	211,4	515,7	143,9
Outras receitas	10,0	11,4	13,0
Impostos.....	(20,5)	(48,7)	137,5
Receita Líquida.....	201,0	478,3	138,0

O aumento na receita foi devido principalmente ao aumento de 143,9% na receita de pontos, que, por sua vez, foi devido principalmente a um aumento de 129,2% no volume de pontos resgatados pelos Participantes do Programa TAM Fidelidade. O significativo aumento na quantidade de pontos resgatados em 2008 foi devido principalmente a mudanças nas regras do Programa TAM Fidelidade que tiveram como objetivo facilitar o resgate de pontos, incluindo resgates promocionais que exigem uma quantidade menor de pontos.

Análise e discussão da administração sobre a situação financeira e os resultados operacionais

Despesas Operacionais

As despesas operacionais aumentaram 105,3%, de R\$33,7 milhões em 2007 para R\$69,2 milhões em 2008. A tabela abaixo apresenta a composição das despesas operacionais:

	Ano encerrado em 31 de dezembro de				Variação 2007x2008
	2007	Receita Líquida	2008	Receita Líquida	
		(R\$ milhões, exceto percentuais)			
Despesas operacionais					
Custo incremental para TAM das passagens aéreas em TAM Linhas Aéreas dadas como Prêmios.....	(9,2)	(4,6)	(30,7)	(6,4)	233,7
Tecnologia da informação	(1,5)	(0,7)	(1,2)	(0,3)	(20,0)
Call center	(0,9)	(0,4)	(2,8)	(0,6)	211,0
Jurídico	(0,5)	(0,2)	(0,4)	(0,1)	(20,0)
Controladoria	(0,2)	(0,1)	(0,3)	(0,1)	50,0
Compra de passagens aéreas de companhias aéreas parceiras.....	(9,0)	(4,5)	(14,9)	(3,1)	65,6
Pessoal	(2,9)	(1,4)	(3,3)	(0,7)	13,8
Marketing	(4,0)	(2,0)	(7,3)	(1,5)	82,5
Serviços de terceiros.....	(3,1)	(1,5)	(4,9)	(1,0)	58,1
Provisão para redução do valor recuperável de contas a receber	(0,5)	(0,2)	(1,5)	(0,3)	200,0
Outros	(1,7)	(0,8)	(1,9)	(0,4)	11,8
Total de despesas operacionais	(33,7)	(16,8)	(69,2)	(14,5)	105,3

O aumento nas despesas operacionais foi devido principalmente aos aumentos nas despesas com compra de passagens aéreas de companhias aéreas parceiras, marketing e incremental para TAM das passagens aéreas em TAM Linhas Aéreas dadas como Prêmios.

Custo incremental para TAM das passagens aéreas em TAM Linhas Aéreas dadas como Prêmios. O Custo incremental para TAM das passagens aéreas em TAM Linhas Aéreas dadas como Prêmios aumentaram 233,7%, de R\$9,2 milhões em 2007 para R\$30,7 milhões em 2008, devido principalmente a:

- aumento de 148,9% na quantidade de passageiros que utilizaram Passagens-Prêmio. Esse aumento foi devido principalmente ao aumento no volume de Passagens-Prêmio resgatadas pelos Participantes do Programa TAM Fidelidade, que, por sua vez, foi devido principalmente a mudanças nas regras do Programa TAM Fidelidade que tiveram como objetivo facilitar o resgate de pontos, incluindo resgates promocionais que exigem uma quantidade menor de pontos; e
- um aumento de 33,1% no custo incremental individual de combustível, seguro e serviço de bordo.

Despesas com Compra de Passagens Aéreas de Companhias Aéreas Parceiras. As despesas com compra de passagens aéreas de companhias aéreas parceiras aumentaram 65,6%, de R\$9,0 milhões no período de nove meses encerrado em 30 de setembro de 2008 para R\$14,9 milhões no mesmo período de 2009, devido principalmente ao aumento no volume de resgates por Passagens-Prêmio, em especial da Lufthansa e TAP, com as quais a TAM Linhas Aéreas firmou aliança, e que praticamente dobraram no período.

Despesas com Marketing. As despesas com marketing aumentaram 82,5%, de R\$4,0 milhões em 2007 para R\$7,3 milhões em 2008, devido principalmente às despesas relacionadas com a renovação da marca TAM, uma parte da qual foi executada pelo Programa TAM Fidelidade.

Imposto de Renda e Contribuição Social

O imposto de renda e a contribuição social aumentaram 144,9%, de R\$56,8 milhões em 2007 para R\$139,1 milhões em 2008, em razão do aumento da base tributável, conforme descrito acima.

Análise e discussão da administração sobre a situação financeira e os resultados operacionais

Lucro no Período

Em razão dos fatores acima, nosso o lucro líquido aumentou 144,6%, de R\$110,4 milhões em 2007 para R\$270,0 milhões em 2008.

Análise das Principais Contas Patrimoniais *Carve-out do Programa TAM Fidelidade*

Comparação entre as posições em 31 de dezembro de 2008 e 30 de setembro de 2009

	Em 31 de dezembro de		Em 30 de setembro de		Variação 2008x2009
	2008	AV	2009	AV	
	(R\$ milhões, exceto percentuais)				
Ativo					
Circulante					
Contas a receber.....	105,8	34,2	140,8	36,4	33,1
Impostos a receber	46,9	15,1	56,0	14,5	19,4
Total do ativo circulante.....	152,7	49,3	196,8	50,9	28,9
Não circulante					
Imobilizado.....	–	–	–	–	–
Intangível.....	–	–	2,7	0,8	100,0
Imposto de renda e contribuição social diferidos ..	156,8	50,6	186,8	48,3	19,1
Total do ativo não circulante	156,8	50,6	189,5	49,1	20,9
Total do ativo	309,6	100,0	386,3	100,0	24,8

	Em 31 de dezembro de		Em 30 de setembro de		Variação 2008x2009
	2008	AV	2009	AV	
	(R\$ milhões, exceto percentuais)				
Passivo e ativo líquido					
Circulante					
Receita diferida	507,7	164,0	604,7	156,5	19,1
Empréstimos e financiamentos	–	–	0,9	0,2	100,0
Provisão para imposto de renda e contribuição social.....	166,0	53,6	158,1	40,9	(4,8)
Outros.....	0,6	0,2	0,9	0,2	50,0
	674,3	217,8	764,7	198,0	13,4
Não circulante					
Empréstimos e financiamentos	–	–	1,8	0,5	100,0
Total do passivo	674,3	217,8	766,5	198,4	13,7
Ativo líquido.....	(364,7)	117,8	(380,2)	98,4	4,3
Passivo e ativo líquido.....	309,6	100,0	386,3	100,0	24,8

Ativo

Ativo Circulante

Contas a receber

O saldo de contas a receber aumentou 33,1%, de R\$105,8 milhões em 31 de dezembro de 2008 para R\$140,8 milhões em 30 de setembro de 2009. Esse aumento foi devido principalmente ao aumento no volume de pontos emitidos.

Ativo

Ativo Circulante

Contas a receber

O saldo de contas a receber aumentou 51,8%, de R\$69,7 milhões em 31 de dezembro de 2007 para R\$105,8 milhões em 31 de dezembro de 2008. Esse aumento foi devido principalmente ao aumento no volume de pontos emitidos.

Passivo

Passivo Circulante

Receita diferida

O saldo da conta receita diferida aumentou 20,7%, de R\$420,7 milhões em 31 de dezembro de 2007 para R\$507,7 milhões em 31 de dezembro de 2008. Esse aumento foi devido principalmente (1) ao aumento médio de 129,1% no volume de pontos resgatados, que foi devido principalmente a mudanças nas regras do Programa TAM Fidelidade que tiveram como objetivo facilitar o resgate de pontos, incluindo resgates promocionais que exigem uma quantidade menor de pontos e (2) ao aumento no volume de pontos emitidos.

Outras Informações Financeiras

EBITDA

O EBITDA é uma medida não contábil calculada com base nas informações financeiras *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade e que corresponde ao lucro líquido do período, antes do imposto de renda e da contribuição social, das receitas e despesas financeiras líquidas e da depreciação e amortização.

O EBITDA não é uma medida reconhecida pelas Práticas Contábeis Adotadas no Brasil, IFRS ou US GAAP, não possui um significado padrão e pode não ser comparável a medidas com denominação semelhante preparadas por diferentes companhias. O EBITDA apresenta limitações que podem prejudicar a sua utilização como medida de lucratividade, em razão de não considerar determinados custos decorrentes dos nossos negócios, que poderiam afetar de maneira significativa os nossos lucros, tais como despesas financeiras, tributos, depreciação, despesas de capital e outros encargos relacionados. Nos nossos negócios, o EBITDA é utilizado como medida do nosso desempenho operacional.

EBITDA Pro Forma Ajustado

O EBITDA *Pro Forma Ajustado* do Programa TAM Fidelidade é uma medida não contábil calculada com base nas informações financeiras *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade 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 Programa TAM Fidelidade e que incluem despesas com depreciação e amortização, Receita *Pro Forma Ajustada* para o período e custos estimados com resgates relacionados com a Receita *Pro Forma Ajustada* para o período. Acreditamos que o EBITDA *Pro Forma Ajustado* seja uma importante medida para avaliar o desempenho histórico do Programa TAM Fidelidade e pretendemos continuar utilizando essa medida para medir o nosso desempenho no futuro.

O EBITDA *Pro Forma Ajustado* não é uma medida reconhecida pelas Práticas Contábeis Adotadas no Brasil, US GAAP ou IFRS, não possui um significado padrão e pode não ser comparável ao EBITDA ou EBITDA *Pro Forma Ajustado* elaborados por diferentes companhias. O EBITDA *Pro Forma Ajustado* apresenta limitações que podem prejudicar a sua utilização como medida de lucratividade, em razão de não considerar determinados custos decorrentes dos nossos negócios, que poderiam afetar de maneira significativa os nossos lucros, tais como despesas financeiras, tributos, depreciação, despesas de capital e outros encargos relacionados.

Análise e discussão da administração sobre a situação financeira e os resultados operacionais

Adicionalmente, como os custos estimados com resgates, que fazem parte do cálculo do EBITDA *Pro Forma* Ajustado, são construídos com base em estimativas, o EBITDA *Pro Forma* Ajustado não decorre diretamente das demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade ou das informações financeiras *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade anexas a este Prospecto. Além disso, essas estimativas estão sujeitas a certos riscos e incertezas, não sendo, portanto, garantias de que os efetivos custos com resgates não serão materialmente diferentes dos custos estimados com resgates. O EBITDA *Pro Forma* Ajustado não deve ser considerado como uma alternativa para o lucro (prejuízo) líquido calculado com base nas Práticas Contábeis Adotadas no Brasil, US GAAP ou IFRS, como um indicador de nosso desempenho, como substituto para o caixa gerado pelas atividades operacionais, de investimento ou financiamento ou como indicador de liquidez ou de fluxo de caixa. Para informações sobre a reconciliação do EBITDA *Pro Forma* Ajustado do Programa TAM Fidelidade com o lucro operacional calculado com base nas informações financeiras *pro forma carve-out* do TAM Fidelidade, ver seção “—Reconciliação das Informações *Pro Forma Carve-Out* do Programa TAM Fidelidade com o EBITDA *Pro Forma* Ajustado — Reconciliação do Lucro Operacional *Pro Forma Carve-Out* do Programa TAM Fidelidade com o EBITDA *Pro Forma* Ajustado”, na página 107 deste Prospecto.

Receita Pro Forma Ajustada

Na medida em que a receita de pontos emitidos é reconhecida nas demonstrações de resultado somente quando os pontos são resgatados (ou, no que diz respeito à estimativa de *breakage*, durante o período de dois anos contados da emissão desses pontos), pode haver uma diferença significativa entre os resultados contábeis, baseados nesse método de reconhecimento de receita, e a receita por pontos emitidos no período. Por essa razão, e para refletir de melhor forma a performance do negócio em um determinado período que está vinculada aos pontos emitidos no período, calculamos o EBITDA *Pro Forma* Ajustado utilizando a receita diferida correspondente aos pontos emitidos no período, aos quais nos referimos como Faturamento Bruto, ao invés de utilizar a receita de pontos resgatados e receita de *breakage* reconhecida nas demonstrações de resultado do período. Dessa forma, para mensurar a Receita *Pro Forma* Ajustada, reconhecemos um ajuste pela diferença entre o Faturamento Bruto e a receita de pontos resgatados e receita de *breakage* reconhecida no período nas demonstrações de resultado, baseadas na prática de reconhecimento de receita do TAM Fidelidade.

Custos Estimados com Resgates relacionados com a Receita Pro Forma Ajustada

Para fins de cálculo do EBITDA *Pro Forma* Ajustado, e com o fim de melhor apresentar os custos com resgates relacionados com a receita diferida de pontos emitidos em um determinado período, estimamos os custos estimados com resgates relacionados com a Receita *Pro Forma* Ajustada mediante a soma dos custos efetivos com Prêmios, conforme reconhecidos nas demonstrações de resultado, e o produto entre:

- a diferença entre a quantidade de pontos emitidos no período que se espera ser resgatada (ou seja, a quantidade de pontos emitidos no período, líquida da estimativa de *breakage*) e a quantidade de pontos resgatada no período, multiplicado por
- o custo médio por ponto resgatado.

Como resultado, o EBITDA *Pro Forma* Ajustado do Programa TAM Fidelidade considera como receita diferida todos os pontos emitidos em determinado período e como custos com Prêmios todos os pontos emitidos em determinado período que se espera serão resgatados (ou seja, a quantidade de pontos emitidos no período, líquida da estimativa de *breakage*).

Segue abaixo a reconciliação do nosso lucro líquido com o EBITDA nos períodos de nove meses encerrados em 30 de setembro de 2008 e 2009:

	Ano encerrado em 31 de dezembro de	Período de nove meses encerrado em 30 de setembro de	
	2008	2008	2009
Reconciliação do lucro líquido <i>pro forma carve-out</i> do Programa TAM Fidelidade com o EBITDA		(R\$ milhões)	
Lucro Líquido	89,4	59,5	95,1
(-) Imposto de renda e contribuição social	46,1	30,6	49,0
(-) Receitas e despesas financeiras, líquidas	0,0	0,0	0,0
(-) Depreciação e amortização	0,0	0,0	0,0
EBITDA	135,4	90,1	144,2

Análise e discussão da administração sobre a situação financeira e os resultados operacionais

Reconciliação das Informações *Pro Forma Carve-Out* do Programa TAM Fidelidade com o EBITDA *Pro Forma Ajustado*

Reconciliação do Lucro Operacional *Pro Forma Carve-Out* do Programa TAM Fidelidade com o EBITDA *Pro Forma Ajustado*

A tabela a seguir apresenta a reconciliação entre o lucro operacional do Programa TAM Fidelidade (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) com o EBITDA *Pro Forma Ajustado*. O lucro operacional do Programa TAM Fidelidade decorre das informações financeiras *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade relativa ao ano encerrado em 31 de dezembro de 2008 e aos períodos de nove meses encerrados em 30 de setembro de 2008 e 2009.

	Ano encerrado em	Período de Nove Meses encerrado em	
	31 de dezembro de	30 de Setembro	
TAM Fidelidade – <i>Pro Forma Carve-Out</i>	2008	2008	2009
		(R\$ milhões)	
Lucro operacional	135,4	90,1	144,1
Depreciação e amortização	0,0	0,0	0,0
Receita <i>Pro Forma Ajustada</i>			
Faturamento Bruto	736,4	567,6	687,0
Reversão de receita de pontos emitidos e receita de <i>breakage</i> reconhecida nas demonstrações de resultado	(642,2)	(465,5)	(644,5)
Custos incrementais estimados com resgates relacionados com a Receita <i>Pro Forma Ajustada</i> ⁽¹⁾	(34,7)	(45,0)	(4,7)
EBITDA <i>Pro Forma Ajustado</i>	195,1	147,2	181,9

⁽¹⁾ Corresponde aos custos estimados com resgates relacionados com a Receita *Pro Forma Ajustada* que correspondem à soma dos custos efetivos com Prêmios, conforme reconhecidos nas demonstrações de resultado *pro forma carve-out*, e o produto entre (a) a diferença entre a quantidade de pontos emitidos no período que se espera ser resgatada (ou seja, a quantidade de pontos emitidos no período, líquida da estimativa de *breakage*) e a quantidade de pontos resgatada no período, multiplicado por (b) o custo médio por ponto resgatado.

Composição do EBITDA *Pro Forma Ajustado* do Programa TAM Fidelidade

A tabela a seguir apresenta a reconciliação do EBITDA *Pro Forma Ajustado* do Programa TAM Fidelidade com a soma do Faturamento Bruto com outras receitas, líquidas de impostos sobre a venda, nos períodos indicados.

	Ano encerrado em	Período de Nove Meses encerrado em 30 de Setembro	
	31 de dezembro de	2008	2009
		(R\$ milhões)	
Faturamento Bruto	736,4	567,6	687,0
Outras receitas	14,6	11,9	11,0
Impostos sobre a venda	(60,6)	(44,1)	(60,5)
Total	690,4	535,4	637,4
Custos efetivos com resgates de pontos resgatados no período....	421,3	316,0	398,3
Custos incrementais estimados com resgates relacionados com a Receita <i>Pro Forma Ajustada</i> ⁽¹⁾	34,7	45,0	4,7
Custos estimados com resgates relacionados com a Receita <i>Pro Forma Ajustada</i>	456,0	361,0	402,9
Despesas operacionais líquidas de depreciação e amortização	39,4	27,2	52,6
EBITDA <i>Pro Forma Ajustado</i>	195,1	147,2	181,9

⁽¹⁾ Corresponde aos custos estimados com resgates relacionados com a Receita *Pro Forma Ajustada* que correspondem à soma dos custos efetivos com Prêmios, conforme reconhecidos nas demonstrações de resultado *pro forma carve-out*, e o produto entre (a) a diferença entre a quantidade de pontos emitidos no período que se espera ser resgatada (ou seja, a quantidade de pontos emitidos no período, líquida da estimativa de *breakage*) e a quantidade de pontos resgatada no período, multiplicado por (b) o custo médio por ponto resgatado.

Análise e discussão da administração sobre a situação financeira e os resultados operacionais

Custos estimados com resgates relacionados com Receita Pro Forma Ajustada

Nos nossos negócios, utilizamos os custos estimados com resgates de pontos emitidos. Estimamos esses custos com resgates de pontos emitidos no período como os custos efetivos de pontos resgatados no período mais os custos incrementais relacionados com Receita *Pro Forma* Ajustada no mesmo período.

Apresentamos abaixo o cálculo para os custos incrementais estimados com resgates relacionados com a Receita *Pro Forma* Ajustada para os períodos indicados.

TAM Fidelidade – <i>Pro Forma Carve-Out</i>	Ano encerrado em 31 de dezembro de	Período de nove meses encerrado em 30 de setembro de	
	2008	2008	2009
	(número de pontos em bilhões, exceto se indicado de outra forma)		
Movimentação de pontos			
Pontos acumulados no início do período	23,6	23,7	34,0
Pontos emitidos no período.....	31,8	24,5	27,2
Pontos resgatados no período.....	(21,4)	(15,6)	(19,5)
Pontos acumulados no final do período.....	34,0	32,6	41,7
Cálculo dos custos incrementais estimados com resgates relacionados com a Receita <i>Pro Forma</i> Ajustada			
Pontos emitidos no período.....	31,8	24,5	27,2
Estimativa de <i>breakage</i> ⁽¹⁾	27%	27%	27%
Pontos emitidos no período que se espera sejam resgatados ⁽²⁾	23,1	17,8	19,7
Pontos resgatados no período.....	(31,4)	(15,6)	(19,5)
Diferença	1,7	2,2	0,2
Custo médio por ponto resgatado (R\$ por ponto) ⁽³⁾	0,02040	0,02040	0,02040
Variação no custo estimado com resgates relacionados com a Receita <i>Pro Forma</i> Ajustada (R\$ milhões)⁽⁴⁾.....	34,7	45,0	4,7

(1) A estimativa de *breakage* para os períodos indicados corresponde ao *breakage* efetivo no mês de setembro de 2009, o qual corresponde à divisão (a) da quantidade de pontos expirados em setembro de 2009 sem que tenham sido resgatados e (b) a quantidade de pontos emitidos pelo Programa TAM Fidelidade em setembro de 2007.

(2) Corresponde a diferença entre a quantidade de pontos emitidos no período e o produto entre (a) a estimativa de *breakage* multiplicado por (b) pontos do Programa TAM Fidelidade emitidos no período.

(3) Custo médio por ponto no período de nove meses encerrado em 30 de setembro de 2009, o qual corresponde à divisão (a) do custo com Prêmios no período de nove meses encerrado em 30 de setembro de 2009 pela (b) quantidade de pontos resgatados no mesmo período.

(4) Corresponde à diferença entre (a) os pontos emitidos no período que se espera sejam resgatados e (b) pontos resgatados no período, à qual é atribuído valor com base no custo por ponto resgatado indicado na tabela acima.

Liquidez e Recursos de Capital

O Acionista Controlador adota uma abordagem centralizada para a gestão do caixa proveniente das suas atividades. Em decorrência disso, os sistemas de gestão do caixa do Acionista Controlador não permitem a segregação dos saldos e movimentações de caixa relacionados a um negócio específico. Dessa forma, adotou-se o seguinte critério: (1) o montante total de caixa recebido pelo Acionista Controlador relacionado ao Programa TAM Fidelidade (tais como o caixa decorrente de receita de pontos emitidos) foi contabilizado nas demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade como uma distribuição de capital para o Acionista Controlador e (2) o montante total de caixa pago relacionado ao Programa TAM Fidelidade (tais como o caixa usado para pagamento de despesas do Programa TAM Fidelidade) foi contabilizado nas demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade como uma contribuição de capital do Acionista Controlador. Dessa forma, não se apresenta caixa ou equivalentes de caixa em 31 de dezembro de 2007 e 2008 ou 30 de setembro de 2009 nas demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade.

Fluxos de Caixa

O caixa líquido derivado das atividades operacionais do Programa TAM Fidelidade aumentou 22,6%, de R\$215,8 milhões no período de nove meses encerrado em 30 de setembro de 2008 para R\$264,5 milhões no mesmo período de 2009. Esse aumento foi devido principalmente aos aumentos na emissão de pontos na venda de passagens aéreas pela TAM Linhas Aéreas e para Parceiros.

Análise e discussão da administração sobre a situação financeira e os resultados operacionais

O caixa líquido derivado das atividades operacionais do Programa TAM Fidelidade aumentou 94,3%, de R\$180,5 milhões em 2007 para R\$350,6 milhões em 2008. Esse aumento foi devido principalmente aos aumentos na emissão de pontos na venda de passagens aéreas pela TAM Linhas Aéreas e para Parceiros.

Endividamento

Em 30 de setembro de 2009, não possuíamos dívidas em aberto. Firmamos em 14 de dezembro de 2009 um contrato de mútuo com a TAM Linhas Aéreas no valor de R\$2,0 milhões para financiar o nosso capital de giro e outras exigências nos primeiros meses de nossa operação como entidade separada e individual. Adicionalmente, firmamos em 11 de janeiro de 2010 um contrato de mútuo com a TAM Linhas Aéreas no valor de R\$7,0 milhões para honrar com as obrigações relacionadas (1) à licença de uso do “Siebel Loyalty” e serviços de assistência técnica que nos foram transferidas pela TAM Linhas Aéreas, de acordo com um termo de cessão assinado pela TAM Linhas Aéreas e nós em 22 de dezembro de 2009 e pela Oracle em 28 de dezembro de 2009 e (2) a serviços de consultoria e implantação do “Siebel Loyalty” que nos foram transferidas pela TAM Linhas Aéreas, de acordo com termo aditivo assinado pela IBM Brasil, TAM Linhas Aéreas e nós com efeitos a partir de 28 de dezembro de 2009. Para informações adicionais, ver seção “Operações com Partes Relacionadas — Contratos de Mútuo”, “Operações com Partes Relacionadas — Cessão de Licença de Uso e de Serviços de Suporte Técnico” e “Operações com Partes Relacionadas — Cessão de Serviços de Consultoria e Implantação de Sistema”, respectivamente, nas páginas 149, 148 e 148 deste Prospecto.

Investimentos e Desinvestimentos de Capital

No período de nove meses encerrado em 30 de setembro de 2009, o principal investimento do Programa TAM Fidelidade foi de R\$2,7 milhões, relacionado, basicamente, a licenças e serviços de implementação do sistema Siebel Loyalty.

Em 2010, esperamos investir aproximadamente R\$5,5 milhões, especialmente na aquisição de novos sistemas de tecnologia da informação, bem como realizar contínuos investimentos na implementação do sistema Siebel Loyalty e em ajustes necessários para migração dos processos dos nossos parceiros comerciais para esse novo sistema.

Obrigações Contratuais

Em 30 de setembro de 2009, não mantínhamos quaisquer obrigações contratuais relevantes, além daquelas descritas na seção “Atividades da Companhia – Contratos Relevantes” na página 135 deste Prospecto.

Obrigações Não Incluídas no Balanço Patrimonial

Em 30 de setembro de 2009, não possuíamos qualquer operação não incluída em nosso balanço patrimonial.

Risco de Crédito

O risco de crédito surge da possibilidade do Programa TAM Fidelidade não recuperar as contas a receber de suas operações.

Para reduzir o risco de crédito, a TAM Linhas Aéreas adotou como prática o estabelecimento de limites de crédito, bem como o monitoramento do balanço de seu devedor.

Risco de Mercado

O Programa TAM Fidelidade é exposto ao risco de mercado pelo curso normal de seus negócios. Tais riscos são principalmente relacionados à flutuação das taxas de câmbio. Tais flutuações cambiais podem afetar adversamente o valor dos seus ativos e passivos, ou fluxos de caixa futuros e despesas. O risco de mercado é a possibilidade de perda decorrente das variações nos preços de mercado.

VISÃO GERAL DO SETOR

Visão Geral

Os programas de fidelização de clientes permitem que as empresas diferenciem os seus clientes de forma a desenvolver práticas destinadas a fidelizar os clientes com perfil de compra atraente. O setor de programas de fidelização compreende uma ampla variedade de ferramentas e práticas que permitem aos Participantes acumularem pontos como incentivo às suas compras. Esses pontos, quando resgatados, são convertidos aos Participantes, o que consiste em uma proposta atraente para que os Participantes continuem comprando seus produtos ou utilizando os seus serviços. Os programas de fidelização permitem às empresas diferenciar seus clientes, com vistas a criar a fidelidade daqueles com perfil de consumo atraente. O mercado de fidelização se baseia em três pilares: (1) experiência do Participante, (2) afinidade emocional e (3) valor racional.

Os programas de fidelização de clientes tornaram-se elemento-chave na estratégia de *marketing* de diversas empresas, que os adotam para atrair novos Participantes, aumentar o nível de retenção de Participantes e ampliar o volume de compra dos Participantes-alvo. As empresas estão redefinindo as suas estratégias de “melhor cliente” para desenvolver relacionamentos que diferenciem seus clientes de maior valor. Sistemas sólidos de gestão de fidelização permitem a identificação e segmentação de clientes com base no comportamento de compra. Diferentemente de outras práticas de *marketing* tradicionais, que em geral utilizam a mídia de massa, o programa de fidelização de clientes cria uma conexão direta entre as pessoas, suas características demográficas e dados transacionais específicos. Acreditamos que o *marketing* de fidelização, aliado a modernas ferramentas e tecnologias de gestão de dados, representa uma das formas mais sofisticadas e mensuráveis de *marketing*. O programa de fidelização foi testado com sucesso em diversos setores, especialmente nos setores de varejo, serviços financeiros e viagens.

Formatos de Programas de Fidelização

Os programas de fidelização de clientes, quando entendidos como negócio, contemplam um modelo que une parceiros comerciais e Participantes. Ao comprar serviços ou produtos dos parceiros comerciais, os parceiros comerciais adquirem os pontos do programa e os repassam às contas dos Participantes no programa de fidelização. Ao acumularem pontos suficientes, os Participantes os trocam por produtos oferecidos pelo programa de fidelização, que são comprados pelo programa junto aos seus fornecedores, em geral, os parceiros comerciais em que os Participantes acumulam os pontos. Este ciclo proporciona o retorno e a fidelidade do membro aos parceiros Participantes do programa. Os programas de fidelização podem ainda oferecer serviços adicionais, como CRM, que possuem sinergia com as atividades de fidelização de clientes.

Há dois formatos básicos de programas de fidelização:

- Programas de coalizão; e
- Programas individuais.

Vantagens dos Programas de Coalizão

Os programas de coalizão integram diferentes empresas, às quais nos referimos como parceiros comerciais, na mesma estrutura de pontos. Os programas de coalizão tendem a ser modelos de maior penetração na população, pois são mais atrativos tanto para os Participantes como para os parceiros comerciais. Isso é possível porque os programas de coalizão tendem a ter menor custo, uma vez que compartilham entre os seus parceiros os custos fixos bem como tendem a ter maior escala para os custos diretos. Além disso, os programas de coalizão tendem ainda a oferecer uma proposta de valor mais atraente, na qual os Participantes podem acumular pontos de maneira mais rápida e ter acesso a um portfólio mais abrangente de opções de Prêmios. Os programas de coalizão também permitem um melhor monitoramento dos padrões de gastos do consumidor, uma vez que possibilitam monitorar os padrões de gastos do consumidor em diversos setores. Por fim, diversos parceiros comerciais podem se beneficiar do efeito de fidelização proporcionado pelos programas de coalizão. Exemplos relevantes de coalizões são encontrados no Canadá, tais como o Airmiles e a Aeroplan, e no Reino Unido, como o Nectar. Em linhas gerais, podemos destacar as seguintes vantagens de um programa de coalizão sobre programas individuais:

- Blindagem da base atual de clientes por meio de melhora da proposta de valor;

Visão geral do setor

- Maior facilidade de acúmulo e resgate, o que torna o produto também atrativo a consumidores de menor renda;
- Redução de custos de retenção e aquisição de Participantes em relação aos programas individuais;
- Possibilidade de utilização da base de CRM de vários segmentos (maior efetividade com menor custo) para realização de ações comerciais casadas com os outros parceiros da coalizão;
- Alavancagem 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 (por exemplo, oferta de pontos dobrados para um determinado produto) e promoções cruzadas com outros parceiros da rede (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); e
- Aumento da divulgação das marcas individuais pela associação à coalizão.

Os programas individuais, por outro lado, possuem apenas uma organização e estrutura de pontos única e, em geral, um escopo mais estreito de oportunidade de acúmulo de pontos, Prêmios e benefícios. Criada na década de 80 nos Estados Unidos, a versão moderna dos frequent-flyer programs se tornou o tipo de maior destaque entre os programas de fidelização devido ao apelo da passagem aérea grátis para os Participantes. Segundo a revista Inside Flyer, em janeiro de 2006, havia aproximadamente 92 frequent-flyer programs no mundo todo, com quantidade total aproximada de mais de 180 milhões de Participantes e os *frequent-flyer programs* concederam um total aproximado de 500 bilhões de milhas, a moeda do programa de fidelização geralmente utilizada pelos *frequent-flyer programs*. Uma vez que, acreditamos, os Prêmios em passagens aéreas são um dos principais apelos dos programas de fidelidade para os Participantes, diversos outros programas buscaram firmar relacionamento com os *frequent-flyer programs* de modo a disponibilizar Prêmios em passagens aéreas para os Participantes. A demanda por um modelo mais flexível estimulou os programas a expandir suas opções de acúmulo e resgate de pontos. Não obstante, a passagem aérea continua a ser o Prêmio individual mais atraente, o que coloca os *frequent-flyer programs* em posição vantajosa para liderar o processo de desenvolvimento do mercado de programas de fidelização como modelo de negócios.

A tabela a seguir mostra, para os períodos indicados, o número de Passagens-Prêmio como percentual do total de passageiros, em RPM, para as companhias aéreas norte-americanas selecionadas:

Companhia	Nome do Programa	Prêmios Resgatados como % do RPM total, em dezembro de	
		2005	2006
American Airlines	Advantage	7,2	7,5
US Air	Dividend Miles	9,1	4,0
Continental.....	OnePass	7,0	6,8
Alaska Airlines.....	Milage Plan	7,9	9,7
Southwest.....	Rapid Rewards	6,6	6,4

Fonte: Euromonitor de 30 de maio de 2008.

Como demonstrado na tabela acima, o número de Passagens-Prêmio representam 4-10% do total do RPM das companhias aéreas ali indicadas, número expressivo para o setor e que indica a grande dimensão que tomaram os *frequent-flyer programs* na indústria de aviação civil.

Cenário

Mesmo em mercados já maduros, como o caso dos EUA, o cenário promissor não foi alterado com a recente crise econômica. Segundo a Colloquy Census de 2009, apesar de nos últimos dois anos a economia americana ter apresentado baixo crescimento — PIB com crescimento de 2,0% em 2007 e 1,4% em 2008 — no geral, a adesão aos programas de fidelização nos Estados Unidos em 2008 cresceu a uma taxa de 35,0% em comparação ao ano de 2006. A quantidade de 1,807 bilhão de adesões aos programas de fidelização nos Estados Unidos, ao final de 2008, ainda de acordo com a Colloquy Census, corresponde a uma média de 14,1 adesões ao programa por residência nos Estados Unidos em comparação a 12 adesões por residência de acordo com o censo de 2007. Desde 2000, o setor de programas de fidelização nos EUA praticamente dobrou de tamanho em termo de adesões, atingindo CAGR de mais de 11% entre 2000 e 2009.

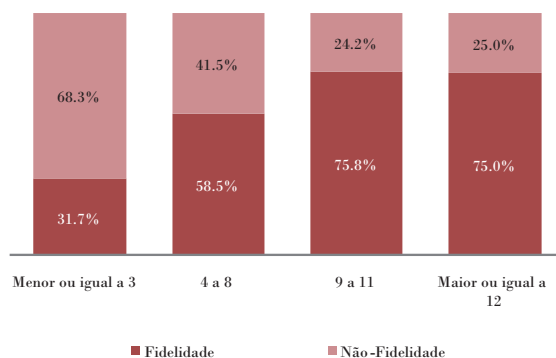
Acreditamos que o cenário para o mercado de programas de fidelização nos mercados emergentes é também promissor, com a possibilidade de manter taxas de crescimento maiores. Com o desenvolvimento econômico esperado para alguns desses países, a expectativa é de que os consumidores obtenham maior acesso a crédito e aumentem seu poder aquisitivo e seu consumo, o que, por sua vez, impulsiona o crescimento de programas de fidelização.

Visão Geral do Setor de Redes e Programas de Fidelização de Clientes no Brasil

Atualmente, os *frequent-flyer programs* são programas de fidelização de clientes muito populares no Brasil, com um grande número de Participantes, em virtude do alto grau de apelo das recompensas em passagens aéreas, juntamente com os programas atrelados a cartões de crédito. A maioria dos mantenedores dos programas de fidelização no Brasil, notadamente os prestadores de serviços financeiros, buscaram estabelecer relacionamento com companhias aéreas com o objetivo de disponibilizar oportunidades de Prêmios em passagens aéreas para os seus Participantes. Devido à alta concentração do setor de aviação e serviços financeiros, estimamos que há atualmente uma quantidade limitada de programas de fidelização relevantes no Brasil. Apesar das empresas de outros setores, inclusive varejo, telecomunicações e produtos de consumo, buscarem cada vez mais lançar programas de fidelização, esses programas ainda estão no estágio inicial de desenvolvimento. Consequentemente, o setor de redes e programas de fidelização de clientes no Brasil é atualmente caracterizado pela baixa concorrência e alto potencial de crescimento.

Acreditamos que o setor de redes e programas de fidelização de clientes no Brasil tem potencial para crescer de maneira significativa devido ao grande número de consumidores ainda não participantes de programas e de empresas e setores que ainda não adotam ou que ainda estão em fase inicial de programas de fidelização. Além disso, a evolução do poder aquisitivo da população reforça as perspectivas positivas para o setor no Brasil.

O gráfico a seguir mostra a penetração do TAM Fidelidade entre os passageiros domésticos. Observamos que o percentual do número de passageiros que não participam de nenhuma das categorias do TAM Fidelidade é alto, evidenciando o grande potencial de aumento de penetração do programa, em especial entre os passageiros que possuem número menor de viagens nos últimos três meses.



Fonte: pesquisa TAM NPS em setembro de 2009.

Visão geral do setor

Acreditamos que o crescimento do setor de programas de fidelização no Brasil está alinhado a perspectivas positivas no cenário macroeconômico brasileiro e ao crescimento esperado do poder aquisitivo dos consumidores. Adicionalmente, as empresas brasileiras apresentam, cada vez mais, uma maior busca por fatores de diferenciação nos investimentos em *marketing* das empresas. Conjuntamente, esses fatores criam um ambiente favorável para a proliferação de programas que fomentem a fidelidade dos consumidores.

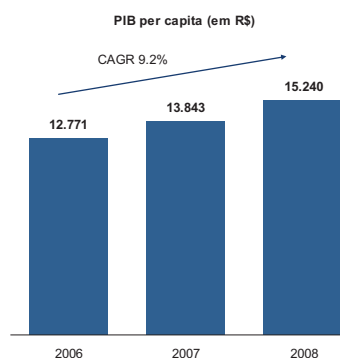
Principais Fatores que Afetam o Crescimento do Mercado de Programas de Fidelização no Brasil

Acreditamos que os seguintes fatores tiveram e continuarão a ter impacto de maior significância no desenvolvimento do mercado de programas de fidelização no Brasil.

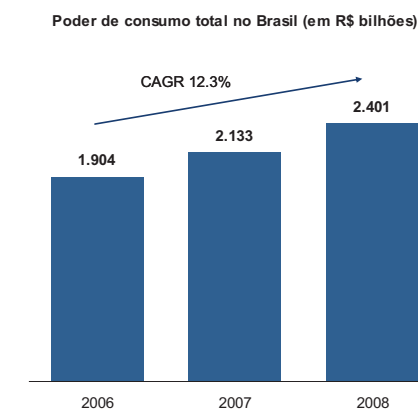
Crescimento do Poder de Consumo e do PIB Per Capita

O poder de compra das famílias brasileiras cresceu na última década e as perspectivas para os próximos anos se mantêm positivas. A estabilidade política e econômica sustenta as projeções para o crescimento do PIB no Brasil e da renda média da população, fatores que atuam diretamente sobre o consumo. Tais fatores contribuem para a atratividade dos programas de fidelização, especialmente no setor de varejo. Acreditamos que a possibilidade de acumular pontos por aquisição de produtos e serviços mais presentes no cotidiano do cidadão médio, em comparação a viagens aéreas e gastos em cartão de crédito, faz com que a participação em um programa de fidelização seja mais atraente ao consumidor médio brasileiro. Apesar de acreditarmos que as passagens aéreas sejam o prêmio mais almejado, a possibilidade de consumidores de mais baixa renda acumularem pontos suficientes gerados por esses tipos de despesas, aliada à utilização dos pontos na aquisição de produtos ou serviços de menor preço e que fazem parte dos gastos mais corriqueiros, faz com que os programas de fidelização no setor de varejo representem um valor agregado para uma coletividade maior de consumidores, bem como facilita a associação de Participantes a tais programas.

Os gráficos abaixo demonstram o crescimento do PIB per capita, do poder de consumo no Brasil, nos períodos indicados e uma comparação do PIB per capita do Brasil com outros países.



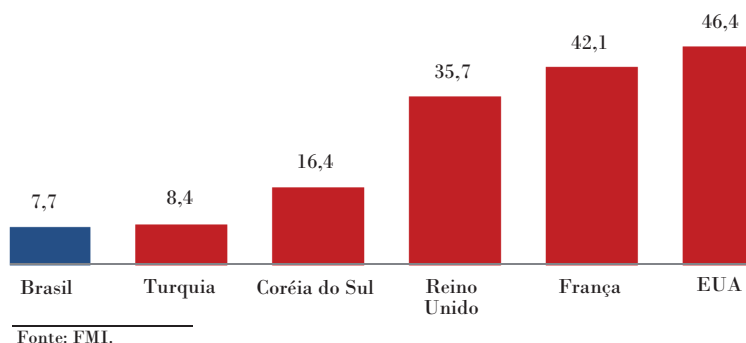
Fonte: Fundo Monetário Internacional.



Fonte: IPEADATA.

Visão geral do setor

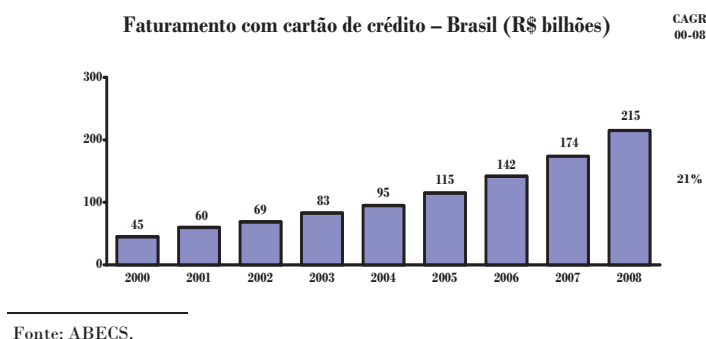
O gráfico abaixo indica o PIB per capita de diversos países. Acreditamos que esse gráfico demonstra o potencial significativo de crescimento do consumo per capita no Brasil.



Aumento da Penetração do Cartão de Crédito como meio de Pagamento

Em busca de maior apelo junto aos consumidores, as instituições do mercado de cartões de crédito fazem dos programas de fidelização uma importante ferramenta de *marketing*, e as empresas emissoras e administradoras dos cartões de crédito são umas das principais parceiras comerciais dos programas de fidelização. Dessa forma, o crescimento da utilização dos cartões de crédito é um fator favorável ao mercado de fidelização.

O gráfico abaixo mostra o aumento das compras realizadas com cartões de crédito no Brasil, nos anos de 2000 a 2008.



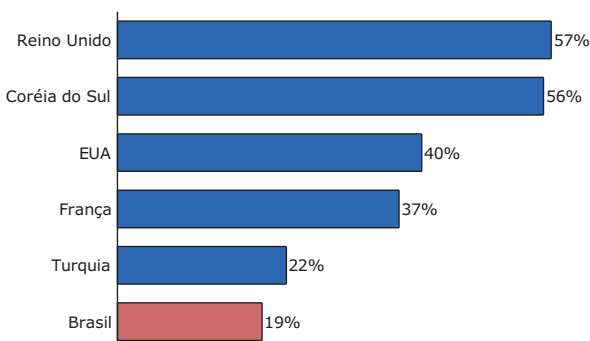
Conforme indicado, o mercado brasileiro de cartão de crédito apresentou CAGR acima de 20% nos últimos nove anos. Tal crescimento estimula a demanda por pontos de *frequent-flyers programs* por parte das empresas de cartões de crédito que tem parceria com esses programas.

O aumento da utilização do cartão de crédito é devida em parte à forte tendência no Brasil de substituição dos cheques por meios eletrônicos de pagamento. Segundo os dados mais recentes do Banco Central, em 2008, ocorreram 8,5 bilhões de transações monetárias no país, excluídas aquelas realizadas com moeda física, não rastreáveis. Deste total, 53,8% das transações foram operadas com cartões como meio de pagamento, e 16,0% por meio de cheques. Apesar do maior uso dos cartões no consumo das famílias, e consequente aumento da penetração desse meio de pagamento no Brasil, acreditamos que ainda há grande potencial de crescimento do uso dos cartões de pagamento, especialmente quando comparamos os dados brasileiros com os dos países desenvolvidos.

Visão geral do setor

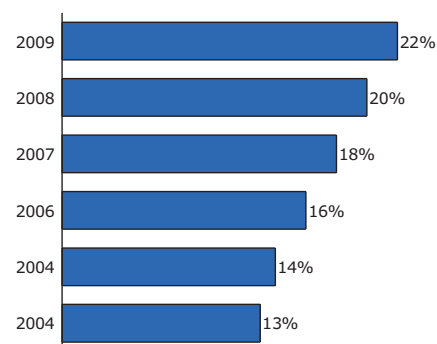
Os gráficos abaixo mostram os gastos por cartões de crédito como percentual do total de consumo privado, em diversos países, para o ano de 2007, bem como os gastos por cartões de crédito como percentual do total de consumo privado no Brasil, de 2003 a 2008.

Gastos com cartões como % do consumo privado



Fonte: BIS e BACEN (ano base 2007).

Gastos com cartões como % do consumo privado – Brasil
(valores para o 1º semestre de cada ano)



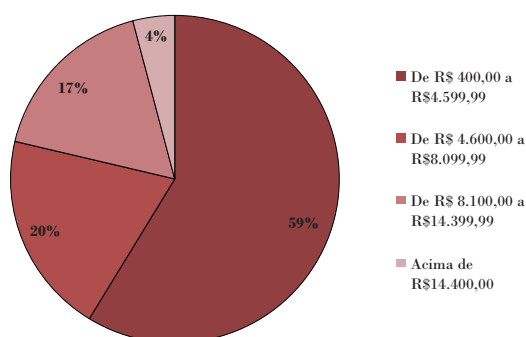
Fonte: ABECS e IBGE.

Disponibilidade de Programas de Fidelização para Consumidores de Menor Renda

A maioria dos emissores de cartões de crédito no Brasil limita o escopo dos seus programas de fidelização de clientes para cartões de crédito selecionados com alto consumo, representando a base de alta renda dos seus consumidores. Entretanto, alguns emissores de cartões de crédito recentemente buscaram iniciativas que visam a expansão de seus programas de fidelização a uma base de clientes com perfil intermediário de consumo, que representam a maior parcela das bases atuais e potenciais de consumidores. Acreditamos que os programas de fidelização terão acesso a uma base maior de consumidores, à medida que tais iniciativas são adotadas por parcelas maiores dos emissores de cartões de crédito.

Da mesma forma que os cartões de crédito, outros setores podem passar a oferecer programas de fidelização para consumidores de menor renda. A expansão dos programas de fidelização para estes consumidores revela um grande potencial a ser explorado. O gráfico a seguir mostra como o potencial de consumo total no Brasil é maior nas famílias de menor faixa de renda.

Potencial de consumo por faixa de renda média familiar



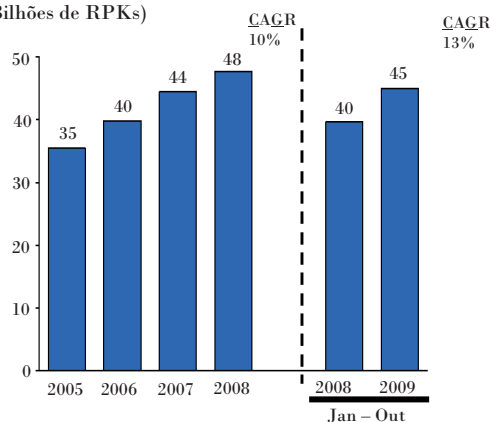
Fonte: IPC Target 2009.

Visão geral do setor

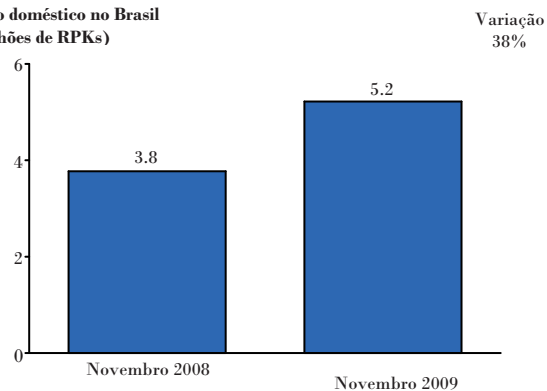
Expansão do Setor Aéreo no Brasil

Acreditamos que os programas de fidelização associados a *frequent flyer programs* se beneficiarão deste crescimento esperado no número de passageiros, possibilitando o maior acúmulo de pontos em voos. Conforme evidenciado pelos gráficos abaixo, o setor aéreo brasileiro cresceu a taxas superiores a 2 dígitos em RPK nos últimos quatro anos. Apenas no mês de Novembro de 2009, o crescimento foi de 38% sobre Novembro 2008.

Mercado doméstico no Brasil
(em Bilhões de RPKs)



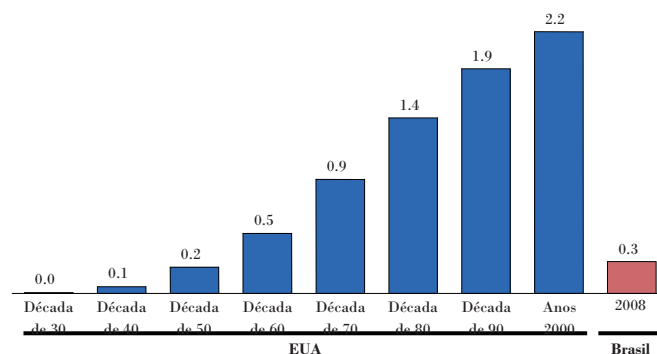
Mercado doméstico no Brasil
(em Bilhões de RPKs)



Fonte: ANAC.

O mercado brasileiro de transporte aéreo, acreditamos, demonstra um potencial de expansão significativo. Conforme indicado no gráfico abaixo, o número de embarques *per capita* no Brasil ainda é menor do que nos mercados maduros, como os Estados Unidos.

Embarques per capita por ano (passageiros embarcados domésticos / população)



Fonte: ATA; US Census Bureau; ANAC; IBGE.

ATIVIDADES DA COMPANHIA

Visão Geral

Acreditamos que a Multiplus Fidelidade é a maior coalizão de programas de fidelização do Brasil, em termos de parceiros comerciais. Somos, desde 1º de janeiro de 2010, o gestor exclusivo do Programa TAM Fidelidade, o programa de fidelização de clientes da TAM Linhas Aéreas, uma das principais companhias aéreas do hemisfério sul, em 2008, em termos de passageiros transportados, de acordo com publicação da Airlines Business Magazine.

Resultamos de uma reestruturação societária da TAM Linhas Aéreas para, como uma empresa independente, gerir, administrar e operar o Programa TAM Fidelidade, bem como para prestar 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. Além disso, também somos responsáveis por administrar a compensação e liquidação dos créditos decorrentes dos pontos acumulados, na medida em que, por meio de uma rede de coalizão, os consumidores podem acumular pontos provenientes de diversos programas de fidelização em uma só conta e realizar resgates de prêmios em várias empresas dos mais diferentes ramos.

Nossa principal fonte de receita advém da emissão de pontos da Multiplus Fidelidade para nossos parceiros comerciais, incluindo a TAM Linhas Aéreas, os quais, por sua vez, oferecem esses pontos aos seus Participantes para que esses os resgatem por Prêmios. Nossos principais custos operacionais referem-se à compra de passagens aéreas da TAM Linhas Aéreas para atender ao resgate de pontos dos nossos Participantes em troca de Passagens-Prêmio.

A Multiplus Fidelidade adota um modelo de negócio que difere das coalizões tradicionais, pois possui um modelo flexível, que se origina na junção dos benefícios dos dois modelos existentes: coalizões e programas individuais. Ao invés de substituir os programas dos parceiros, a Multiplus Fidelidade os conecta em uma rede mais abrangente. Dessa forma, a Multiplus Fidelidade não compete, mas coopera, com os programas de fidelização dos seus parceiros comerciais, dando a estes alternativas de resgates de alta atratividade ao passo que permite aos parceiros comerciais continuar se relacionando com seus consumidores.

Assumimos, em 1º de janeiro de 2010, a extensa e diversificada rede de parceiros comerciais do Programa TAM Fidelidade, composta por mais de 100 parceiros comerciais no Brasil originários do Programa TAM Fidelidade e 6,3 milhões de Participantes, em 30 de setembro de 2009. Permitimos que nossos Participantes acumulem pontos da Multiplus Fidelidade ao realizarem as suas compras e os resgatem por Prêmios por meio dos programas dos nossos parceiros comerciais ou do nosso catálogo eletrônico. Os Prêmios que oferecemos, juntamente com nossos parceiros comerciais, incluem Passagens-Prêmio, eletroeletrônicos, livros, cupons de supermercado, aluguéis de veículos, dentre outros. Além disso, oferecemos os Prêmios que disponibilizamos em nosso catálogo eletrônico. Acreditamos que, à medida que a nossa rede de parceiros comerciais aumentar, os pontos da Multiplus Fidelidade poderão ser utilizados como forma de pagamento em operações comerciais cotidianas mantidas nos mais diversos setores da economia tornando-se assim uma moeda ainda mais relevante para nossos Participantes.

Nossos parceiros comerciais incluem importantes empresas de vários setores da economia, como supermercados, postos de combustível, livrarias, cartões de crédito, bancos, hotéis, locadoras de automóvel, jornais, revistas, comércio eletrônico, construtoras, instituições de ensino, farmácias, estética e saúde, dentre outros. Algumas delas podem ser destacadas, como Accor, Ipiranga-Textaco, Livraria Cultura, Walmart, e Pontofrio.com. Ao contrário dos programas de fidelização individuais tradicionais, permitimos, por meio de uma conta da Multiplus Fidelidade, que os Participantes dos programas de fidelização dos nossos parceiros comerciais decidam se transferirão seus pontos entre os diversos programas de fidelização que compõem a nossa rede Multiplus Fidelidade ou concentrem os pontos acumulados de diferentes programas de fidelização em uma única conta Multiplus Fidelidade.

Obtemos substancial vantagem do nosso relacionamento com a TAM Linhas Aéreas. O Programa TAM Fidelidade foi lançado pela TAM Linhas Aéreas em 1993 para funcionar como um programa de incentivo para os seus clientes fiéis, tornando-se o primeiro programa de fidelização de clientes, *frequent-flyer program*, do setor de aviação do Brasil. Acreditamos que, em 30 de setembro de 2009, o Programa TAM Fidelidade era um dos principais programas de fidelização de clientes do Brasil, tendo registrado um CAGR de 21,6% entre 2004 e 2008 em termos de número de Participantes. No período de nove meses encerrado em 30 de setembro de 2009, o Programa TAM Fidelidade registrou Faturamento Bruto *carve-out* de R\$594,1 milhões e Faturamento Bruto *pro forma carve-out* de R\$687,0 milhões.

Atividades da companhia

Acreditamos que os Participantes do Programa TAM Fidelidade representam para os nossos atuais e futuros parceiros comerciais uma base extremamente atraente de consumidores brasileiros, em termos de renda familiar e hábitos de consumo. No período de nove meses encerrado em 30 de setembro de 2009, os Participantes do Programa TAM Fidelidade aproximadamente 27,2 bilhões de pontos no Programa TAM Fidelidade.

As tabelas abaixo destacam algumas das informações financeiras e operacionais do Programa Fidelidade para os períodos indicados. Para informações mais detalhadas sobre as nossas informações financeiras, ver seções “Apresentação das Informações Financeiras e Outras Informações”, “Resumo das Informações Financeiras e Operacionais”, “Informações Financeiras e Operacionais Seleccionadas” e “Análise e Discussão da Administração sobre a Situação Financeira e o Resultado das Operações”, respectivamente nas páginas 12, 35, 81 e 85 deste Prospecto, e as demonstrações e informações financeiras e respectivas notas explicativas anexas a este Prospecto a partir da página 177.

	Anos encerrados em		Crescimento	Períodos de nove meses encerrados em		Crescimento
	31 de dezembro de	2008		30 de setembro de	2009	
	2007	2008	(%)	2008	2009	(%)
Informações Operacionais						
Quantidade total de Participantes (milhões).....	4,5	5,5	21,2	5,2	6,3	21,2
Quantidade de pontos emitidos (bilhões).....	20,9	31,8	52,1	24,5	27,2	10,8
Quantidade de pontos resgatados (bilhões).....	9,3	21,4	129,2	15,6	19,5	25,0
Burn/earn (%).....	44,7	67,4	n.a.	63,7	71,9	n.a.
Breakage (%).....	30	27	n.a.	27	27	n.a.

	Ano encerrado em	Períodos de nove meses encerrados em	
	31 de dezembro de	30 de setembro de	
	2008	2008	2009
	(R\$ milhões)		
Informações Financeiras Pro Forma			
Carve-out do Programa TAM Fidelidade			
Faturamento Bruto ⁽¹⁾	736,4	567,6	687,0
EBITDA ⁽²⁾	135,4	90,1	144,2
EBITDA Pro Forma Ajustado ⁽³⁾	195,1	147,2	181,9

⁽¹⁾ Corresponde ao valor da receita bruta diferida contabilmente em um determinado período correspondente aos pontos do Programa TAM Fidelidade emitidos durante o mesmo período, em bases *pro forma carve-out*.

⁽²⁾ O EBITDA é uma medida não contábil calculada com base nas informações financeiras *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade e que corresponde ao lucro líquido do período antes do imposto de renda e da contribuição social, das receitas e despesas financeiras, líquidas e da amortização e depreciação. O EBITDA não é uma medida reconhecida pelas Práticas Contábeis Adotadas no Brasil, IFRS ou US GAAP, não possui um significado padrão e pode não ser comparável ao EBITDA preparado por outras empresas. O EBITDA apresenta limitações que podem prejudicar a sua utilização como medidas de lucratividade, em razão de não considerar determinados custos dos negócios, que poderiam afetar de maneira significativa os lucros, tais como despesas financeiras, tributos, depreciação, despesas de capital e outros encargos relacionados. Nos nossos negócios, o EBITDA é utilizado como medida do nosso desempenho operacional.

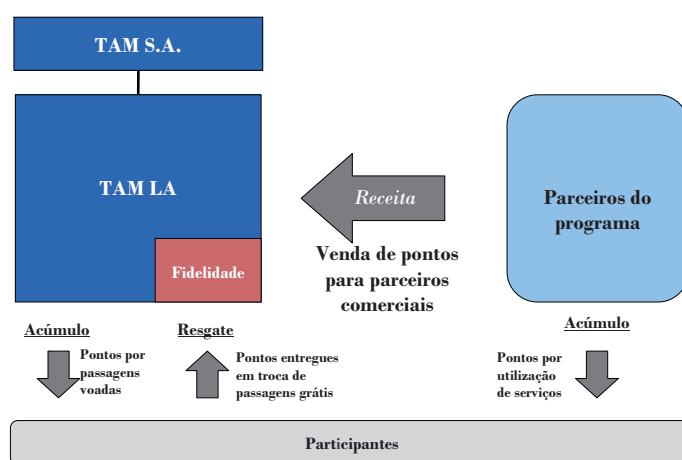
⁽³⁾ O EBITDA Pro Forma Ajustado do Programa TAM Fidelidade é uma medida não contábil calculada com base nas informações financeiras *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade e que corresponde ao lucro operacional (que, por sua vez, corresponde ao lucro líquido do período antes do imposto de renda e contribuição social e das receitas e despesas financeiras líquidas), ajustada por determinados itens que impactam o resultado das operações do Programa TAM Fidelidade e que incluem despesas com depreciação e amortização, Receita Pro Forma Ajustada para o período e custos estimados com resgates relacionados com a Receita Pro Forma Ajustada para o período. Acreditamos que o EBITDA Pro Forma Ajustado seja uma importante medida para avaliar o desempenho histórico do Programa TAM Fidelidade e pretendemos continuar utilizando essa medida para medir o nosso desempenho no futuro. O EBITDA Pro Forma Ajustado não é uma medida reconhecida pelas Práticas Contábeis Adotadas no Brasil, US GAAP ou IFRS, não possui um significado padrão e pode não ser comparável ao EBITDA ou EBITDA Pro Forma Ajustado elaborados por diferentes companhias. O EBITDA Pro Forma Ajustado apresenta limitações que podem prejudicar a sua utilização como medida de lucratividade, em razão de não considerar determinados custos decorrentes dos nossos negócios, que poderiam afetar de maneira significativa os nossos lucros, tais como despesas financeiras, tributos, depreciação, despesas de capital e outros encargos relacionados. Adicionalmente, como os custos estimados com resgates, que fazem parte do cálculo do EBITDA Pro Forma Ajustado, são construídos com base em estimativas, o EBITDA Pro Forma Ajustado não decorre diretamente das demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade ou das informações financeiras *pro forma carve-out* do Programa TAM Fidelidade anexas a este Prospecto. Além disso, essas estimativas estão sujeitas a certos riscos e incertezas, não sendo, portanto, garantias de que os efetivos custos com resgates não serão materialmente diferentes dos custos estimados com resgates. O EBITDA Pro Forma Ajustado não deve ser considerado como uma alternativa para o lucro (prejuízo) líquido calculado com base nas Práticas Contábeis Adotadas no Brasil, US GAAP ou IFRS, como um indicador de nosso desempenho, como substituto para o caixa gerado pelas atividades operacionais, de investimento ou financiamento ou como indicador de liquidez ou de fluxo de caixa. Para informações sobre a reconciliação do EBITDA Pro Forma Ajustado do Programa TAM Fidelidade com o lucro operacional calculado com base nas informações financeiras *pro forma carve-out* do TAM Fidelidade, ver seção “Análise e Discussão da Administração sobre a Situação Financeira e os Resultados Operacionais — Reconciliação das Informações Pro Forma Carve-Out do Programa TAM Fidelidade com o EBITDA Pro Forma Ajustado — Reconciliação do Lucro Operacional Pro Forma Carve-Out do Programa TAM Fidelidade com o EBITDA Pro Forma Ajustado”, na página 107 deste Prospecto.

Atividades da companhia

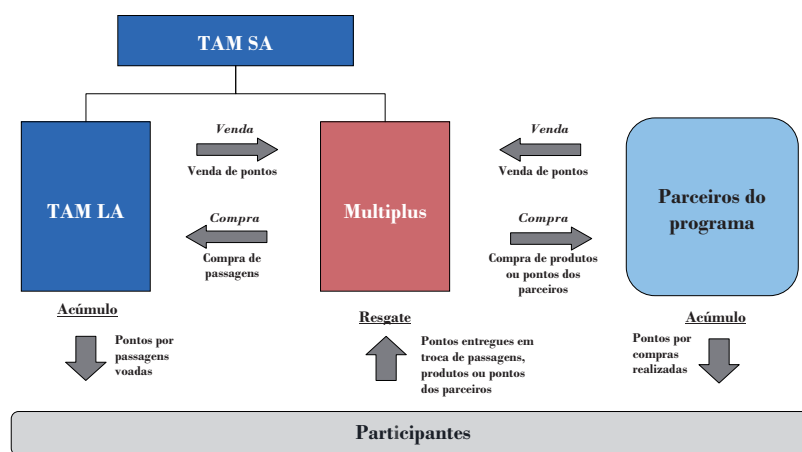
Quase a totalidade dos Participantes da Multiplus Fidelidade, que compreende os Participantes do Programa TAM Fidelidade, estão localizados no Brasil. Os demais Participantes da Multiplus Fidelidade estão localizados principalmente na Argentina e nos Estados Unidos.

As figuras a seguir resumem a criação da Multiplus Fidelidade e as suas diferenças para o Programa TAM Fidelidade. Até a criação da 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 a resgates na própria TAM Linhas Aéreas. A Multiplus Fidelidade foi constituída como um novo negócio em uma entidade separada, na qual uma maior gama de acúmulo e resgates está disponível. Todos os pontos acumulados e prêmios entregues aos Participantes são respectivamente vendidos e comprados, incluindo as operações com a própria TAM Linhas Aéreas.

Contexto Programa TAM Fidelidade apenas:



Contexto Multiplus Fidelidade:



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 acumularem 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.

Atividades da companhia

Há dois formatos básicos de programas de fidelização: programas de coalizão e programas individuais. Os programas de coalizão, tais como a Multiplus Fidelidade, 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 acumule pontos por meio da aquisição de produtos de um único fornecedor. Dessa forma, acreditamos que os programas de coalizão oferecem uma proposta de valor mais atraente, uma vez que os Participantes podem acumular pontos de maneira mais rápida e têm acesso a um portfólio mais abrangente de opções e resgate de Prêmios. Além disso, os programas de coalizão também permitem um melhor monitoramento dos padrões de gastos do consumidor em diversos setores da economia.

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, originalmente criados nos Estados Unidos durante a década de 80, deve-se principalmente ao alto apelo de obtenção de passagens aéreas grátis. Segundo a revista *Inside Flyer*, em janeiro de 2006, havia aproximadamente 92 *frequent-flyer programs* no mundo todo, com quantidade total aproximada de mais de 180 milhões de Participantes e os *frequent-flyer programs* concederam um total aproximado de 500 bilhões de milhas, a moeda do programa de fidelização geralmente utilizada pelos *frequent-flyer programs*. Além disso, devido ao apelo dos Prêmios em passagens aéreas, 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. Enquanto outros programas de fidelização buscaram ainda expandir e diversificar as oportunidades de acúmulo de pontos e opções de Prêmios, acreditamos que os Prêmios em passagens aéreas continuam a ser mais atraentes para os consumidores, o que acreditamos posicionam ainda os *frequent-flyer programs* na vanguarda do desenvolvimento de programas de coalizão de maneira singular.

Em linhas gerais, podemos destacar as seguintes vantagens de um programa de coalizão sobre programas individuais:

- Blindagem da base atual de clientes por meio de melhora da proposta de valor;
- Maior facilidade de acúmulo e resgate, o que torna o produto também atrativo a consumidores de menor renda;
- Redução de custos de retenção e aquisição de Participantes em relação aos programas individuais;
- Possibilidade de utilização da base de CRM de vários segmentos (maior efetividade com menor custo) para realização de ações comerciais casadas com os outros parceiros da coalizão;
- Alavancagem 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 (por exemplo, oferta de pontos dobrados para um determinado produto) e promoções cruzadas com outros parceiros da rede (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); e
- Aumento da divulgação das marcas individuais pela associação à coalizão.

Visão Geral do Setor de Redes e Programas de Fidelização de Clientes no Brasil

Atualmente, os *frequent-flyer programs* são programas de fidelização de clientes muito populares no Brasil, com um grande número de Participantes, em virtude do alto grau de apelo das recompensas em passagens aéreas, juntamente com os programas atrelados a cartões de crédito. A maioria dos mantenedores dos programas de fidelização no Brasil, notadamente os prestadores de serviços financeiros, buscaram estabelecer relacionamentos com companhias aéreas com o objetivo de disponibilizar oportunidades de Prêmios em passagens aéreas para os seus Participantes. Devido à alta concentração do setor de aviação e serviços financeiros, estimamos que há atualmente uma quantidade limitada de programas de fidelização relevantes no Brasil. Apesar das empresas de outros setores, inclusive varejo, telecomunicações e produtos de consumo, buscarem cada vez mais lançar programas de fidelização, esses programas ainda estão no estágio inicial de desenvolvimento. Nesse sentido, acreditamos que o setor de redes e programas de fidelização de clientes no Brasil é atualmente caracterizado pela baixa concorrência e alto potencial de crescimento.

Acreditamos que o setor de redes e programas de fidelização de clientes no Brasil tem potencial para crescer de maneira significativa devido ao grande número de consumidores que entendemos não serem participantes de programas e de empresas e setores que entendemos não adotarem ou que ainda estejam em fase inicial de programas de fidelização. Além disso, a evolução do poder aquisitivo da população reforça as perspectivas positivas para o setor no Brasil.

Nossas Vantagens Competitivas

Acreditamos que nossas principais vantagens competitivas incluem:

Relacionamento Exclusivo e Estratégico com a TAM Linhas Aéreas

Nós nos beneficiamos significativamente do relacionamento exclusivo e estratégico que mantemos com a TAM Linhas Aéreas, que, entre outros, possui as seguintes vantagens estratégicas:

- Única companhia aérea brasileira com rotas para algumas das principais cidades dos Estados Unidos e da Europa;
- Ampla penetração de voos na América do Sul, através da própria TAM Linhas Aéreas ou da sua parceira, a LAN; e
- Acesso à *Star Alliance*, maior aliança global de companhias aéreas em 2008 em termos de número de Participantes.

De acordo com a ANAC, a TAM Linhas Aéreas é a companhia aérea líder no mercado brasileiro, com participação de 46,3% no mercado doméstico e 86,8% no mercado internacional, no período de nove meses encerrado em 30 de setembro de 2009, em termos de RPK. A TAM Linhas Aéreas também é uma das principais companhias aéreas do hemisfério sul, em 2008, em termos de passageiros transportados, de acordo com publicação da *Airline Business Magazine*. A TAM Linhas Aéreas oferece voos para todo o Brasil, cobrindo a maior quantidade de destinos no território brasileiro em comparação a outras companhias aéreas brasileiras, e opera rotas programadas de transporte aéreo de passageiros e carga para 41 cidades, além de outros 37 destinos domésticos cobertos por meio de parcerias regionais com outras companhias aéreas. A TAM Linhas Aéreas também cobre diretamente 13 destinos internacionais, inclusive algumas das principais cidades dos Estados Unidos e da Europa, e oferece conexões com outros destinos por meio dos seus parceiros da *Star Alliance*, como a Lufthansa, TAP, Air Canada e United Airlines, e também de sua parceria estratégica com a LAN dentro da América do Sul. No período de nove meses encerrado em 30 de setembro de 2009, a TAM Linhas Aéreas transportou aproximadamente 18,7 milhões de passageiros em voos domésticos e aproximadamente 3,0 milhões de passageiros em voos internacionais.

Atividades da companhia

Temos exclusividade na gestão, administração e operação, desde 1º de janeiro de 2010, do Programa TAM Fidelidade, de acordo com o Contrato Operacional, por força do qual passamos a ser responsáveis, dentre outros, pelo processamento de informações sobre o acúmulo e resgate de pontos no Programa TAM Fidelidade e pela entrega dos Prêmios aos Participantes do Programa TAM Fidelidade, de acordo com o Regulamento do Programa TAM Fidelidade e o Regulamento da Multiplus Fidelidade. Acreditamos que o Programa TAM Fidelidade representa um programa extremamente atraente em virtude de suas características, como a falta de restrição de assentos para emissão e utilização de Passagens-Prêmio na América do Sul, uma rede abrangente de voos para resgates de pontos e regras simples para um rápido acúmulo de pontos.

Com a gestão, administração e operação do Programa TAM Fidelidade, ganhamos acesso direto à expressiva base cadastral de clientes da TAM Linhas Aéreas, inclusive à parcela dos quais não é ainda Participante do Programa TAM Fidelidade. Em 2008, o percentual de passageiros por voo da TAM Linhas Aéreas que era Participante do Programa TAM Fidelidade foi inferior, em média, a 50%. Acreditamos que esses passageiros representam uma base substancial de potenciais Participantes da Multiplus Fidelidade à medida que, ao se tornarem Participantes do Programa TAM Fidelidade, eles se tornam automaticamente Participantes da Multiplus Fidelidade. Além disso, a TAM Linhas Aéreas é uma das nossas principais parceiras comerciais e adquire um alto volume de pontos da Multiplus Fidelidade para repassá-los aos Participantes do Programa TAM Fidelidade.

Base Sólida de Participantes com Perfil Atraente

Acreditamos que a nossa sólida base de Participantes nos torna extremamente atraentes para nossos atuais e potenciais parceiros comerciais que têm interesse em aumentar a sua visibilidade junto aos seus clientes. Em particular, o perfil dos Participantes da Multiplus Fidelidade os coloca em uma base atraente de consumidores brasileiros. Em 2008, mais de 57% dos Participantes do Programa TAM Fidelidade tinham uma renda familiar mensal média de mais de R\$6.000,00 enquanto o rendimento médio mensal real dos domicílios com rendimento no Brasil era de R\$1.968,00, de acordo com PNAD do IBGE.

Além disso, acreditamos que o nosso relacionamento com a TAM contribui para atrair novos Participantes para a Multiplus Fidelidade, uma vez que os Passagens-Prêmio são um dos Prêmios mais procurados nos programas de fidelização de clientes que oferecem passagens aéreas como Prêmios. Ao contrário do que ocorre em outros mercados, como Estados Unidos e Europa, onde há um grande número de programas concorrentes de companhia aérea para fidelização de clientes, o mercado brasileiro possui atualmente apenas dois programas relevantes de fidelização de clientes, oferecidos pelas duas grandes companhias aéreas nacionais: o Programa TAM Fidelidade e o “Smiles” da Gol.

Rede Abrangente e Diversificada de Parceiros Comerciais Líderes no Setor

Possuímos mais de 100 parceiros comerciais, dentre os quais estão empresas de vários segmentos como supermercados, postos de combustível, livrarias, cartões de crédito, bancos, hotéis, locadoras de automóvel, jornais, revistas, comércio eletrônico, construtoras, instituições de ensino, farmácias, estética e saúde, dentre outros. Algumas delas podem ser destacadas, como Accor, Ipiranga-Texaco, Livraria Cultura, Walmart e Pontofrio.com. Possuímos parceria com quatro dos cinco maiores bancos comerciais brasileiros em termos de número de cartões de crédito emitidos em 2008, de acordo com o Nilson Report. Acreditamos que a nossa abrangente e diversificada rede de parceiros comerciais torna a Multiplus Fidelidade atraente para nossos atuais e futuros Participantes à medida que permite acumular pontos mais rapidamente por meio de uma parcela significativa dos seus gastos diários, ao mesmo tempo que os permite resgatar mais facilmente seus pontos por Prêmios escolhidos a partir de uma ampla variedade de produtos e serviços. Além disso, acreditamos que a resistência em geral de Participantes para mudar para outro programa de fidelização de clientes e as possibilidades diferenciadas e abrangentes que oferecemos para acúmulo e resgate de pontos fortalece a nossa posição competitiva.

Atividades da companhia

Fluxo de Caixa Estável e Baixa Necessidade de Investimentos de Capital

Nosso modelo de negócio apresenta baixa necessidade de investimentos de capital. Além disso, nossos negócios são caracterizados historicamente por fluxos estáveis de caixa decorrentes de nossas atividades operacionais provenientes da venda de pontos para os parceiros comerciais, principalmente instituições financeiras e a TAM Linhas Aéreas. Em 2007, 2008 e no período de nove meses encerrado em 30 de setembro de 2008 e 2009, o caixa *carve-out* gerado pelas atividades operacionais do Programa TAM Fidelidade foi de R\$180,5 milhões, R\$350,6 milhões, R\$215,8 milhões e R\$264,5 milhões respectivamente.

Também nos beneficiamos de um modelo de negócio flexível que nos permite administrar as oscilações entre a demanda e o custo dos Prêmios. Isso nos permite administrar as nossas margens ao implementar mudanças no portfólio de Prêmios disponíveis, nos termos do Regulamento da Multiplus Fidelidade e nos regulamentos dos programas de fidelização de clientes dos nossos parceiros comerciais. Essas mudanças incluem, dentre outros, ajustes na capacidade disponível de rotas de viagem para Passagens-Prêmio, com oferta de Prêmios alternativos a preços menores e consequente redução nos custos, bem como alteração na quantidade de pontos necessários para o resgate de certos Prêmios.

Modelo de Negócio Flexível Aliado a Histórico de Crescimento Relevante

Diferentemente de outras coalizões, a Multiplus Fidelidade possui uma flexibilidade em seu modelo de negócio, podendo operar apenas como uma rede de programas para aqueles parceiros comerciais que já possuem programas de fidelização bem estruturados ou ser o próprio programa de fidelização dos parceiros comerciais que assim optarem. Acreditamos que tal flexibilidade faz com que a Multiplus Fidelidade não concorra com os programas dos parceiros comerciais, consequentemente ampliando as empresas com potencial para se tornarem parceiras comerciais da Multiplus. Além disso, entre 2007 e 2008 o Faturamento Bruto do Programa TAM Fidelidade aumentou 69% ao ano.

Gestão com Perfil Qualificado para um Negócio de Coalizão

Entendemos que um negócio de coalizão requer uma soma de conhecimentos das áreas de finanças, tecnologia da informação, *marketing* e vendas. Além disso, dada a alta concentração de emissão e resgate de pontos em passagens aéreas, é requerido também um profundo conhecimento do setor aéreo. Nossa alta administração é composta por um grupo selecionado e qualificado de executivos, oriundos inclusive da TAM Linhas Aéreas e do nosso Acionista Controlador, com ampla experiência na área comercial, varejo, *marketing*, tecnologia da informação e financeira, incluindo o mercado de cartões de crédito, uma das principais fontes de nossas receitas. Nossos administradores estão focados na criação de valor aos nossos acionistas, principalmente por meio de incremento em nossos resultados operacionais, expansão da nossa participação de mercado e estreitamento nas nossas relações com nossos parceiros comerciais. Acreditamos que herdamos a sólida cultura corporativa da TAM Linhas Aéreas, que foi transmitida pelo seu fundador, Comandante Rolim Adolfo Amaro, e continua a guiar as atividades cotidianas da sua administração. Além disso, com o fim de alinhar ainda mais os interesses dos nossos administradores com os dos nossos acionistas, estamos estudando a implementação de programas de remuneração variável aos nossos administradores, incluindo plano de opção de compra de ações.

Nossa Estratégia

Acreditamos que o mercado de redes de coalizão de programas de fidelização de clientes e de programas de fidelização de clientes no Brasil apresenta potencial para crescimento substancial. Acreditamos estar bem posicionados para acompanhar com sucesso esse crescimento por conta, principalmente, do nosso relacionamento privilegiado com a TAM Linhas Aéreas e outros sólidos parceiros comerciais, do nosso amplo acesso a diversos setores da economia brasileira e da nossa oferta de serviços de alta qualidade. Buscamos aumentar a nossa rentabilidade mediante alavancagem da nossa posição de liderança no mercado e a expansão da nossa base de Participantes. Acreditamos poder atingir essas metas de maneira eficiente com ações conjuntas com os nossos parceiros comerciais e com foco na criação de sinergias entre os seus programas de fidelização de clientes. Os principais componentes da nossa estratégia são:

Expandir Ainda Mais a Nossa Rede de Parceiros Comerciais e Aumentar a Nossa Base de Participantes

Ao expandir ainda mais a nossa rede de parceiros comerciais, acreditamos ter maiores condições de oferecer aos nossos Participantes oportunidades adicionais para acúmulo de pontos da Multiplus Fidelidade e, conseqüentemente, aumentar a nossa receita de venda de pontos aos nossos parceiros comerciais. Planejamos buscar novos parceiros comerciais nos diversos setores da economia brasileira que acreditamos apresentar potencial para crescimento substancial, em especial, nos setores de telecomunicações e varejo. A entrada de novos parceiros comerciais na nossa rede de coalizão, em conjunto com um esforço comercial, estimulará ainda mais a entrada de novos Participantes na Multiplus Fidelidade e programas de fidelização dos parceiros comerciais. Além disso, entendemos que, ao desenvolver relacionamentos com parceiros comerciais focados em produtos de consumo de baixo custo, alinhando novas formas de resgates adequadas a este público, aumentaremos os nossos meios de acesso a Participantes de classes sócio-econômicas mais baixas.

Incrementar o Banco de Dados de Parceiros e Aumentar a Oferta de Serviços Diferenciados

Buscamos aprofundar o nosso relacionamento com nossos parceiros comerciais mediante demonstrações consecutivas e inequívocas dos benefícios e da eficiência da Multiplus Fidelidade. Acreditamos que a nossa rede de coalizão de programas de fidelização de clientes possui diversas vantagens em relação a outras redes e programas de fidelização. Temos condições de coletar e analisar dados de Participantes de maneira a auxiliar os nossos parceiros comerciais na definição das suas estratégias de negócio. Por exemplo, o nosso banco de dados de Participantes permite que os analisemos para identificar e estimular o consumo de produtos e serviços dos nossos parceiros comerciais e, conseqüentemente, auferir receita adicional advinda da prestação desse serviço para os nossos parceiros comerciais.

Além disso, planejamos prestar serviços de administração de relacionamento com Participantes para a TAM Linhas Aéreas e nossos outros parceiros comerciais. Acreditamos que estamos bem posicionados para nos beneficiar do aumento que estimamos na demanda pelos nossos serviços no Brasil. Nossa atraente base de Participantes, modernos sistemas de tecnologia da informação e experiência em programas de fidelização de clientes nos oferece uma oportunidade única de desenvolvimento de serviços de maior valor agregado para os nossos parceiros comerciais.

Expandir as Opções de Prêmios, em Especial os de Menor Custo

Planejamos continuar a diversificar os Prêmios que não sejam Passagens-Prêmio e introduzir Passagens-Prêmio mais flexíveis, com o fim de disponibilizar Prêmios que sejam adequados ao perfil de cada Participante ao mesmo tempo em que mantemos as nossas margens em níveis adequados. Acreditamos que os Prêmios que não sejam Passagens-Prêmio têm o potencial para expandir a nossa base de Participantes e aumentar o volume de resgates de pontos Multiplus Fidelidade pelos Participantes, na medida em que as oportunidades de acúmulo e resgate de pontos são incrementadas. Dessa forma, esperamos que um aumento nos Prêmios que não sejam Passagens-Prêmio aumente as nossas margens históricas.

Foco na Produtividade e Eficiência Operacional

Estamos focados no aumento da produtividade e eficiência operacional decorrentes da otimização dos nossos canais de comunicação com os Participantes e parceiros comerciais. Buscamos administrar os recursos que direcionarmos ao atendimento aos Participantes de maneira mais eficaz, promovendo contínuas melhorias nos nossos procedimentos e tecnologias.

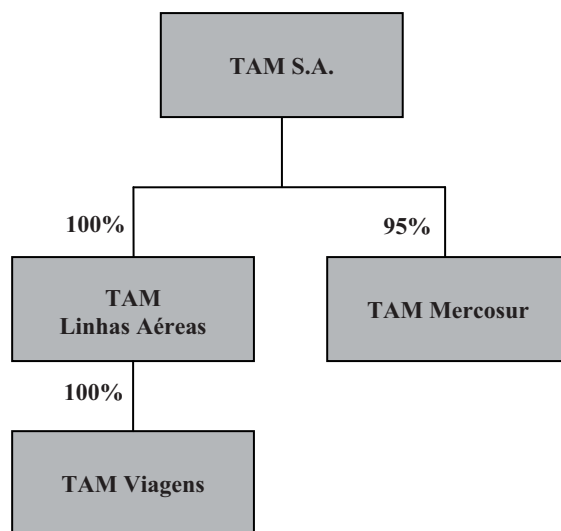
Atividades da companhia

Expansão da Nossa Base Internacional de Participantes e Parceiros Comerciais

Em 30 de setembro de 2009, a base de Participantes do Programa TAM Fidelidade incluía aproximadamente 260.000 Participantes residentes fora do Brasil, principalmente na região do Mercosul (aproximadamente 120.000 Participantes) e nos Estados Unidos (aproximadamente 52.000 Participantes). Buscamos expandir a nossa base de Participantes fora do Brasil, por meio da sólida presença da TAM Linhas Aéreas na região do Mercosul e de novas parcerias comerciais com varejistas locais da América do Sul. Recentemente, celebramos a nossa primeira parceria comercial internacional para acúmulo e resgate de pontos com o A-Club, programa de fidelidade dos Hotéis Accor, que permitirá aos nossos Participantes acumular pontos na rede de Hotéis Accor no mundo todo e resgatá-los por Prêmios nos Hotéis Accor ou em qualquer outro dos nossos parceiros comerciais. Além disso, a TAM Linhas Aéreas criou um cartão de crédito de marca associada (*co-branded*) na Argentina, sob a marca TAM, juntamente com a subsidiária argentina do Banco Itaú Unibanco S.A. Adicionalmente, negociamos parcerias comerciais com a American Express na América do Sul.

Histórico e Reorganização Societária

A TAM Linhas Aéreas foi constituída em 1976 para, além de explorar serviços de transporte aéreo regular de passageiros, desenvolver outras atividades conexas, correlatas e completares ao serviço de transporte aéreo, o que inclui a gestão, administração e operação de programas de fidelização de clientes. Em 30 de setembro de 2009, a estrutura societária simplificada da TAM Linhas Aéreas podia ser representada da seguinte forma:



Em 1993, a TAM Linhas Aéreas criou seu programa de fidelização de clientes, o Programa TAM Fidelidade, o primeiro programa de fidelização de clientes do setor de aviação do Brasil (*frequent-flyer program*). Ao longo dos seus 16 anos de existência, o Programa TAM Fidelidade tornou-se um dos principais programas de fidelização de clientes no Brasil, com aproximadamente 6,3 milhões de Participantes e mais de 100 parceiros comerciais em 30 de setembro de 2009.

Desde a sua criação, o Programa TAM Fidelidade adicionou diversos parceiros comerciais ao programa. Em 1995, o Programa TAM Fidelidade firmou o seu primeiro relacionamento de *co-branding* com um banco brasileiro. Em 2004, o Programa TAM Fidelidade lançou o cartão de crédito de marca associada (*co-branded*) com a Credicard S.A. e, em 2005, o Programa TAM Fidelidade celebrou contratos com diversos bancos de modo a permitir que aos titulares de cartões de crédito acumulassem pontos em troca dos gastos com cartão de crédito.

Atividades da companhia

No decorrer da sua história e com o objetivo de oferecer maiores incentivos aos Participantes fiéis, o Programa TAM Fidelidade tornou-se cada vez mais sofisticado em relação à forma como o programa oferece benefícios aos seus participantes. Em 1999, o Programa TAM Fidelidade implementou as classificações Branco, Azul e Vermelho para reconhecer e recompensar os viajantes mais fiéis e oferecer-lhes benefícios adicionais. Com o objetivo de recompensar e reconhecer ainda mais os Participantes com melhor classificação, em 2006, o Programa TAM Fidelidade implementou uma política de acúmulo variável de pontos de acordo com a categoria de Participantes.

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. A TAM Linhas Aéreas, como um membro permanente do *Star Alliance*, o que deverá ocorrer no primeiro trimestre de 2010, 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.

Até 31 de dezembro de 2009, as nossas atividades estavam integradas às atividades da TAM Linhas Aéreas. Em virtude da criação da Multiplus Fidelidade, a TAM Linhas Aéreas nos transferiu suas parcerias comerciais existentes, com efeitos a partir de 1º de janeiro de 2010. Além disso, celebramos, em 10 de dezembro de 2009, o Contrato Operacional com a TAM Linhas Aéreas, por meio do qual passaremos a ser o exclusivo gestor, administrador e operador do Programa TAM Fidelidade, de acordo com o Contrato Operacional, incluindo o processamento de informações sobre o acúmulo e resgate de pontos no Programa TAM Fidelidade e pela entrega dos Prêmios aos Participantes do Programa TAM Fidelidade, de acordo com o Regulamento do Programa TAM Fidelidade e o Regulamento da Multiplus Fidelidade. Celebramos ainda, em 10 de dezembro de 2009, o Contrato de Compartilhamento, através do qual a TAM Linhas Aéreas concordou em compartilhar conosco certos serviços, a partir de 1º de janeiro de 2010, em contrapartida ao pagamento de uma remuneração. Para obter uma descrição desses contratos e outras operações com partes relacionadas, ver a seção “Operações com Partes Relacionadas”, na página 145 deste Prospecto.

Em 2008, em decorrência dos resultados crescentes e consistentes apresentados, em especial nos últimos cinco anos, pelo Negócio de Fidelização de Clientes da TAM Linhas Aéreas, a TAM Linhas Aéreas e o Acionista Controlador decidiram promover uma reorganização societária mediante a segregação da totalidade do Negócio de Fidelização de Clientes da TAM Linhas Aéreas, com o objetivo de conferir maior racionalização nas estruturas operacional, administrativa e financeira do Negócio de Fidelização de Clientes da TAM Linhas Aéreas, bem como obter maior eficiência, rentabilidade e independência. Essa reorganização societária realizou-se, em um primeiro momento, com a transformação, do Negócio de Fidelização de Clientes da TAM Linhas Aéreas em uma unidade de negócio na TAM Linhas Aéreas e, posteriormente, em 2009, com sua concentração em uma entidade independente da TAM Linhas Aéreas.

Fomos formalmente constituídos em 6 de agosto de 2009. Em 28 de outubro de 2009, a totalidade das Ações do nosso capital social foi transferida ao nosso Acionista Controlador. Com o fim de viabilizar a reorganização societária, nós e a TAM Linhas Aéreas firmamos, em 10 de dezembro de 2009, os seguintes contratos:

- Contrato Operacional, com o objetivo de regular o nosso relacionamento com a TAM Linhas Aéreas a partir de 1º de janeiro de 2010, quando assumimos o Negócio de Fidelização de Clientes da TAM Linhas Aéreas; e
- Contrato de Compartilhamento, por meio do qual a TAM Linhas Aéreas passou a compartilhar conosco, a partir de 1º de janeiro de 2010, os 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.

Nos termos do Contrato Operacional, a TAM Linhas Aéreas comprometeu-se a nos transferir até 31 de dezembro de 2009 a totalidade do Negócio de Fidelização de Clientes da TAM Linhas Aéreas, consistente dos seguintes ativos e passivos:

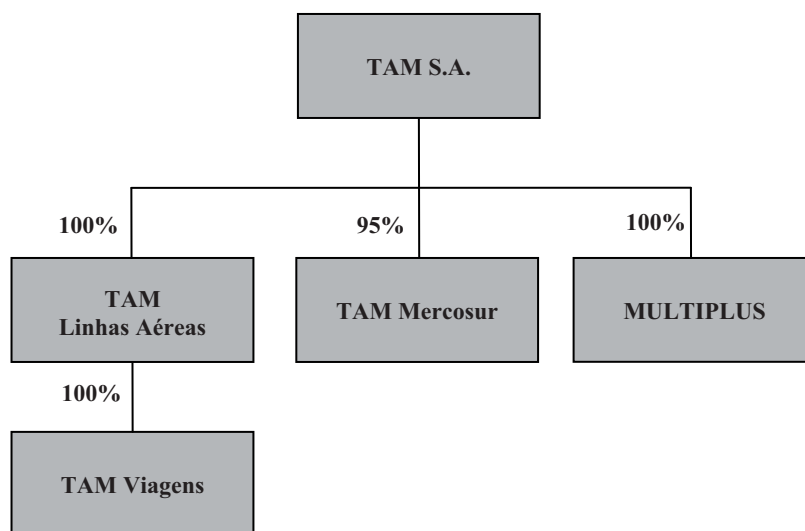
- 112 contratos de parceria comercial;
- 51 empregados; e

Atividades da companhia

- a licença de uso do sistema de tecnologia da informação da Oracle, o “Siebel Loyalty”, incluindo todos os direitos e obrigações relacionados à licença de uso do “Siebel Loyalty” e assistência técnica.

Até 31 de dezembro de 2009, a TAM Linhas Aéreas tinha nos transferido 90 contratos de parceria comercial. De acordo com o primeiro termo aditivo ao Contrato Operacional que celebramos com a TAM Linhas Aéreas em 12 de janeiro de 2010, prorrogamos em seis meses o prazo para a TAM Linhas Aéreas nos transferir os 22 contratos de parceria comercial remanescentes na medida em que encerre estas tratativas com os 22 parceiros comerciais. Para informações adicionais, ver seção “Operações com Partes Relacionadas — Contrato Operacional” na página 145 deste Prospecto.

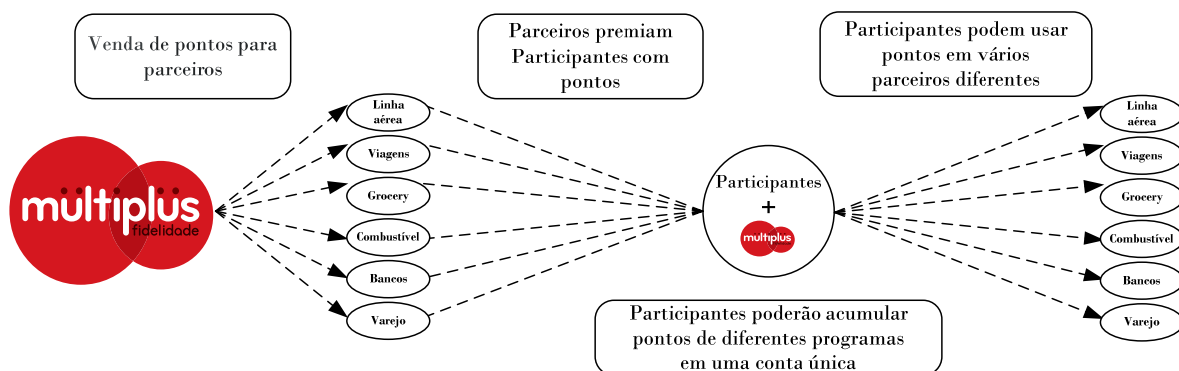
Nesta data, a estrutura societária simplificada do Grupo TAM pode ser representada da seguinte forma:



Nossos Serviços

Nossos serviços compreendem (1) a venda de pontos da Multiplus Fidelidade a nossos parceiros comerciais, e (2) o gerenciamento de programas de fidelização de parceiros comerciais, incluindo o Programa TAM Fidelidade.

Nosso negócio de venda de pontos pode ser representado de maneira simplificada conforme gráfico abaixo:



Atividades da companhia

Obtemos atualmente rentabilidade a partir de duas fontes principais:

- *Spread*: diferença entre preço de venda dos pontos e custo dos resgates tanto na compra direta de produtos ou serviços como em compra de pontos dos programas de fidelidade parceiros; e
- *Breakage*: pontos emitidos que não serão resgatados e que, portanto, não gerarão custos.

Além das duas fontes atuais, contamos ainda com duas outras fontes potenciais de receita:

- Receita com juros sobre aplicações financeiras: devido ao fluxo de caixa favorável, com receitas sem desembolso imediato para compra de Prêmios, poderemos aplicar uma parcela do nosso caixa, resultando em receitas financeiras para nós; e
- Margem com outros serviços: acreditamos que a ampliação dos outros serviços, como o CRM, tem potencial para contribuir com uma margem adicional para nós.

Para acumular pontos, os Participantes têm de estar cadastrados na Multiplus Fidelidade. Esse cadastro pode ocorrer (1) automaticamente, sem a necessidade de solicitação do respectivo Participante, a partir do acúmulo de pontos no programa de fidelização dos nossos parceiros comerciais, como fazemos atualmente com o Programa TAM Fidelidade, ou (2) mediante solicitação do Participante para transferência de pontos dos programas de fidelização dos nossos parceiros comerciais para a Multiplus Fidelidade. Nesse último caso, nosso parceiro comercial deve realizar o cadastro na Multiplus Fidelidade sem a necessidade de nenhuma outra ação adicional por parte do Participante.

Com esse cadastro, a conta do Participante em determinado programa de fidelização não é encerrada. O Participante passa a ser titular de duas contas: (1) uma no programa de fidelização do nosso parceiro comercial e (2) outra na Multiplus Fidelidade.

Programa Próprio de Fidelização do Parceiro Comercial. A conta mantida pelo Participante no programa de fidelização do nosso parceiro comercial permite o acúmulo de pontos como resultado da compra de produtos ou utilização de serviços oferecidos por esse parceiro comercial. Da mesma forma, o Participante somente poderá resgatar os seus pontos por produtos ou serviços oferecidos pelo programa de fidelização mantido por esse parceiro comercial.

Multiplus Fidelidade. A conta mantida na Multiplus Fidelidade, por sua vez, permite ao Participante acumular pontos em decorrência da compra de produtos ou utilização de serviços oferecidos por qualquer parceiro comercial que compõe a nossa rede de parceiros comerciais. O resgate de pontos também pode ser realizado por produtos ou serviços oferecidos por (1) toda a nossa rede de parceiros comerciais, mediante transferência de pontos da Multiplus Fidelidade aos programas próprios dos nossos parceiros comerciais ou (2) catálogo eletrônico.

Venda de Pontos da Multiplus Fidelidade

A venda de pontos da Multiplus Fidelidade representa o nosso principal negócio. No período de nove meses encerrado em 30 de setembro de 2009, a receita de pontos representou 98,4% da soma do Faturamento Bruto e das outras receitas não relacionadas à emissão de pontos do Programa TAM Fidelidade.

Nossos parceiros comerciais compram pontos da Multiplus Fidelidade para premiarem os seus Participantes quando da aquisição dos produtos ou utilização dos serviços que oferecem ou em decorrência da transferência de pontos do programa próprio do nosso parceiro comercial, conforme o Participante esteja cadastrado ou não na Multiplus Fidelidade. Os Participantes acumulam pontos da Multiplus Fidelidade com o fim de resgatá-los por produtos ou serviços oferecidos por nossos parceiros comerciais ou em nosso catálogo eletrônico.

Parceiros Comerciais

Buscamos atrair e reter parceiros comerciais que ofereçam produtos e serviços atrativos e que estejam alinhados com nossa estratégia de negócio. Nossos parceiros comerciais geralmente nos pagam pelos pontos da Multiplus Fidelidade em até 30 dias.

Atividades da companhia

Atualmente, nossa rede de parceiros comerciais é composta por mais de 100 empresas de diversos setores da economia, incluindo companhias aéreas, instituições financeiras, operadoras de turismo, hotéis, locadoras de veículos, varejistas de produtos alimentícios e não alimentícios, postos de gasolina, livrarias, montadoras de veículos automotores, incorporadoras imobiliárias, veículos de comunicação, farmácias, restaurantes, estacionamentos, dentre outros. A maior parte do nosso Faturamento Bruto advém da TAM Linhas Aéreas e de instituições financeiras.

Companhia Aérea. De acordo com o Contrato Operacional, a TAM Linhas Aéreas tornou-se nosso parceiro comercial e foi responsável por aproximadamente 25% do Faturamento Bruto do Programa TAM Fidelidade no período de nove meses encerrados em 30 de setembro de 2009. A TAM Linhas Aéreas é a companhia aérea líder no mercado brasileiro, com participação de 46,3% no mercado doméstico e 86,8% no mercado internacional, no período de nove meses encerrado em 30 de setembro de 2009, em termos de receita por passageiro pagante. A TAM Linhas Aéreas também é uma das principais companhias aéreas do hemisfério sul em 2008, em termos de passageiros transportados, de acordo com publicação da Airlines Business Magazine. A TAM Linhas Aéreas detém o Programa TAM Fidelidade, um dos principais programas de fidelização de clientes no Brasil, com 6,3 milhões de Participantes em 30 de setembro de 2009.

A TAM Linhas Aéreas é individualmente o nosso mais representativo parceiro comercial. A TAM Linhas Aéreas adquire pontos da Multiplus Fidelidade para entregá-los a Participantes do Programa TAM Fidelidade que utilizam os serviços de transporte aéreo comercial de passageiros da TAM Linhas Aéreas ou de seus parceiros da Star Alliance, incluindo United Airlines, Lufthansa e TAP. A TAM Linhas Aéreas entrega um ponto da Multiplus Fidelidade para cada ponto adquirido pelo Participante no Programa TAM Fidelidade. A TAM Linhas Aéreas tornou-se nosso parceiro comercial nos termos do Contrato Operacional, que foi firmado em 10 de dezembro de 2009 e tem prazo de duração de 15 anos contados de 1º de janeiro de 2010. Para informações adicionais sobre o Contrato Operacional, ver seção “Operações com Partes Relacionadas — Contrato Operacional” na página 145 deste Prospecto.

Instituições Financeiras. Possuímos atualmente contratos de parceria comercial com 27 instituições financeiras brasileiras. Dos cinco maiores bancos comerciais brasileiros em termos de número de cartões de crédito emitidos em 2008, de acordo com o Nilson Report, mantínhamos contratos de parceria comercial com quatro. Os parceiros comerciais instituições financeiras foram responsáveis por aproximadamente 75% do Faturamento Bruto do Programa TAM Fidelidade no período de nove meses encerrados em 30 de setembro de 2009.

Vendemos pontos da Multiplus Fidelidade a esses parceiros comerciais, que os entregam aos seus Participantes proporcionalmente aos gastos efetuados nos respectivos cartões de crédito emitidos por tal parceiro comercial. Adicionalmente, vendemos pontos para o cartão de crédito *co-branded* da TAM Linhas Aéreas emitido pelo Itaú-Unibanco. Os contratos de parceria comercial que mantemos com bancos comerciais têm prazos de duração que variam entre dois e nove anos. Para informações adicionais sobre esses contratos de parceria comercial, ver seção “— Contratos Relevantes” na página 135 deste Prospecto.

Operadoras de Turismo, Hotéis e Locadoras de Veículos. Atualmente, mantemos 37 contratos de parceria comercial com operadoras de turismo, hotéis e locadoras de veículos internacionalmente reconhecidos, que incluem a Accor Hotels. Nossa rede de parceiros comerciais, composta por operadoras de turismo, incluindo a TAM Viagens, hotéis e locadoras de veículos, permite aos Participantes acumular pontos da Multiplus Fidelidade ao longo de toda a sua viagem e em diversas localidades no mundo à razão de um ponto da Multiplus Fidelidade para cada R\$1,00 gasto nas lojas desses parceiros comerciais. Esses contratos de parceria comercial têm prazos de duração que variam entre um e cinco anos. Para informações adicionais sobre esses contratos de parceria comercial, ver seção “— Contratos Relevantes” na página 135 deste Prospecto.

Nosso contrato de parceria comercial com a TAM Viagens, a operadora de turismo da TAM Linhas Aéreas, foi firmado em 16 de dezembro de 2009 e tem prazo de duração de cinco anos. De acordo com esse contrato, a TAM Viagens adquire pontos da Multiplus Fidelidade para permitir o acúmulo e resgate de pontos. Para informações adicionais sobre esse contrato de parceria comercial, ver seção “Operações com Partes Relacionadas” na página 145 deste Prospecto.

Atividades da companhia

Varejistas de Alimentos, Postos de Gasolina e Livrarias. Atualmente, contamos com três importantes varejistas brasileiros — Walmart, Ipiranga e Livraria Cultura. Para informações adicionais sobre esses contratos de parceria comercial, ver seção “— Contratos Relevantes” na página 135 deste Prospecto.

- *Walmart.* O Walmart é a maior rede varejista de produtos perecíveis e não perecíveis do mundo, em termos de receita, de acordo com a edição da Revista Forbes referente a 2009, e o segundo maior varejista do Brasil, em termos de receita, de acordo com a edição dos “Maiores e Melhores” da Revista Exame referente a 2008. Desenvolve suas atividades no Brasil sob as marcas “Walmart”, “Bompreço”, “BIG”, “Nacional”, “Mercadorama” e “Todo Dia”. O Walmart possui um programa próprio de fidelização de clientes Bomclube. O contrato de parceria comercial que firmamos com o Walmart em 12 de novembro de 2009 possui prazo de duração de um ano a partir de 13 de novembro de 2009 e estabelece critérios somente para acúmulo de pontos. Além disso, firmamos em 1º de setembro de 2009 um contrato de parceria comercial com o Bomclube, o qual possui prazo de duração de 12 anos contados de sua assinatura e estabelece, dentre outros, a nossa obrigação de não firmar parcerias comerciais com outras redes varejistas de produtos perecíveis no Brasil enquanto perdurar esse contrato. De acordo com o contrato de parceria comercial com o Bomclube, os Participantes têm a oportunidade tanto de acumular como de resgatar pontos da Multiplus, recebendo pontos do Bomclube à razão de um ponto para cada R\$1,00 gasto nas lojas participantes do programa.
- *Ipiranga.* O Ipiranga é a maior rede de postos de gasolina privada do Brasil, de acordo com a ANP. Opera em nível nacional sob as marcas “Ipiranga” e “Texaco”. Em 2009, o Ipiranga lançou o seu programa próprio de fidelização de Participantes, o “Km de Vantagens”, por meio do qual seus Participantes recebem um ponto “Km de Vantagens” para cada R\$1,00 gasto nos postos de gasolina “Ipiranga” ou “Texaco”, tendo a possibilidade de receber pontos dobrados se abastecerem seus veículos em um mesmo posto de gasolina da rede Ipiranga e pontos triplicados se utilizarem cartões de crédito *co-branded* “Ipiranga” nos postos de gasolina da rede Ipiranga. Nosso contrato de parceria comercial com o Ipiranga foi firmado em 1º de setembro de 2009, possui prazo de duração de um ano e dois meses e estabelece que cada ponto recebido no âmbito do “Km de Vantagens” corresponde a um ponto da Multiplus Fidelidade. Além disso, nosso contrato de parceria comercial com o Ipiranga estabelece, dentre outros, a nossa obrigação de não firmar parcerias comerciais com (1) outras empresas do segmento de distribuição de combustíveis e derivados ou (2) empresas que, por meio de seus programas de fidelização de clientes, relacionem-se com outras empresas que atuem no segmento de distribuição de combustíveis e derivados.
- *Livraria Cultura.* A Livraria Cultura é uma rede brasileira de livrarias, com foco em livros e produtos de áudio, como, por exemplo, CDs e DVDs. A Livraria Cultura também possui um programa próprio de fidelização, o “Mais Cultura”. Para cada R\$1,00 gasto nas lojas da Livraria Cultura, o Participante acumula cinco pontos “Mais Cultura”. Nosso contrato de parceria comercial com a Livraria Cultura tem prazo de duração de um ano a partir de 1º de outubro de 2009 e prevê que cinco pontos “Mais Cultura” corresponde a um ponto da Multiplus Fidelidade.

Outros. Atualmente, contamos com importantes parceiros comerciais de diferentes setores da economia — montadoras de veículos automotores, incorporadoras imobiliárias, veículos de comunicação, farmácias, restaurantes e estacionamentos. Para informações adicionais sobre esses contratos de parceria comercial, ver seção “— Contratos Relevantes” na página 135 deste Prospecto.

- *Ford Motor Company.* Mantemos contrato de parceria comercial com a Ford Motor Company no Brasil desde junho de 2008, com prazo de vigência até 26 de junho de 2010. Por meio da aquisição de modelos selecionados de veículos na Ford Motor Company no Brasil, os Participantes recebem em uma só compra pontos Multiplus Fidelidade suficientes para lhes garantir uma viagem ida-e-volta a Europa ou Estados Unidos.
- *Veículos de Comunicação.* Possuímos oito contratos de parceria comercial com alguns dos mais importantes veículos de comunicação brasileiros e que possuem prazos de duração que variam entre um e quatro anos.

Atividades da companhia

- *Farmácias, Restaurantes e Estacionamento.* Mantemos oito contratos de parceria comercial com farmácias, restaurantes e estacionamentos e que possuem prazos de duração que variam entre um e seis anos.
- *E-commerce.* Também dispomos de parceiros comerciais que permitem aos Participantes acumularem pontos da Multiplus Fidelidade com a aquisição de produtos vendidos exclusivamente pela Internet. Atualmente, são nossos parceiros comerciais (1) o “Walmart.com”, o canal *online* do nosso parceiro comercial Walmart, (2) o “PontoFrio.com”, o canal *online* do Ponto Frio, um famoso varejista brasileiro especializado em eletro-eletrônicos e (3) o “CompraCerta.com”, o canal *online* da Whirpool, a maior companhia no mercado brasileiro de eletroeletrônicos em 2008, em termos de receita, de acordo com a edição das “Maiores e Melhores” da Revista Exame, e que opera sob as marcas “Consul” e “Brastemp”. O contrato de parceria comercial com o “Walmart.com” foi firmado em 12 de novembro de 2009 e tem prazo de duração de um ano; o contrato de parceria comercial com o “PontoFrio.com” foi firmado em 15 de novembro de 2009 e tem prazo de duração de um ano; o contrato de parceria comercial com o “CompraCerta.com” foi firmado em 6 de junho de 2008 e vigorará até 30 de junho de 2010.

Outros Serviços

Além da venda de pontos da Multiplus Fidelidade, também oferecemos gerenciamento de programas de fidelização para parceiros comerciais. Atualmente, de acordo com o Contrato Operacional, prestamos esse serviço exclusivamente à TAM Linhas Aéreas, que consiste, basicamente, na operação do programa Programa TAM Fidelidade. Esse contrato possui prazo de vigência de 15 anos e estabelece que a TAM Linhas Aéreas deve nos pagar um valor mensal por este serviço. Adicionalmente, vendemos pontos para o cartão de crédito para o cartão de crédito *co-branded* da Tam Linhas Aéreas emitido pelo Itaú-Unibanco. Em 30 de agosto de 2009, o Itaú-Unibanco tinha emitido mais de 300.000 cartões de crédito *co-branded* do Programa TAM Fidelidade.

Resgate de Pontos da Multiplus Fidelidade

Acreditamos que o resgate de pontos da Multiplus Fidelidade por passagens aéreas da TAM Linhas Aéreas é o produto mais popular entre os Participantes. As Passagens-Prêmio representaram quase a totalidade dos produtos resgatados por pontos da Multiplus Fidelidade até 30 de setembro de 2009. Entretanto, com a possibilidade de resgates de pontos por transferências de pontos para os programas de fidelização parceiros, é esperado o incremento dos resgates não relacionados à TAM Linhas Aéreas. Além disso, mantemos disponível ainda um catálogo eletrônico para resgates de produtos, a exemplo de eletrônicos e eletrodomésticos.

Conforme o Participante escolha entre produto ou serviço quando do resgate dos seus pontos da Multiplus Fidelidade, teremos a obrigação de (1) comprar diretamente o produto escolhido ou (2) converter pontos da Multiplus Fidelidade em pontos do programa de fidelização do nosso parceiro comercial para que esse possa prestar o serviço escolhido ao Participante, de acordo com o respectivo contrato de parceria comercial.

No primeiro caso, a nossa obrigação estende-se até a compra do produto, ficando o nosso fornecedor responsável pela entrega do produto escolhido ao Participante, podendo incluir custos e despesas relacionados à compra e entrega do produto, de acordo com o respectivo contrato de parceria comercial. No segundo caso, uma vez convertidos os pontos da Multiplus Fidelidade em pontos dos programas de nossos parceiros comerciais, conforme orientação de resgate dos Participantes, a obrigação de entregar o produto ou serviço escolhido, conforme o caso, e os respectivos custos e despesas que nosso parceiro comercial incorrer a partir de então passam a ser de sua exclusiva responsabilidade.

Tecnologia da Informação

Nosso modelo de negócio é altamente dependente de sistemas de tecnologia da informação. Compartilhamos os sistemas administrativo, comercial, gerencial e financeiro com a TAM Linhas Aéreas, enquanto terceirizamos os serviços de hospedagem do nosso sistema operacional à IBM. Utilizamos para o nosso sistema operacional sistemas de alta precisão para garantir a máxima segurança e proteção das informações constantes na nossa base de dados contra acesso, uso ou divulgação não-autorizados. Nós nos valem de um ambiente IBM de alta disponibilidade localizado em um centro de processamento (*data center*) na cidade de Hortolândia, Estado de São Paulo, com redundância de conectividade e roteamento automático entre si.

Atividades da companhia

A TAM Linhas Aéreas adquiriu em maio de 2009 o direito de uso de um sistema inovador disponibilizado pela Oracle — o “Siebel Loyalty” — para gerenciar a Multiplus Fidelidade e o Programa TAM Fidelidade, que esperamos estar em plena operação no primeiro semestre de 2010.

Por meio desse sistema, armazenamos e gerenciamos as informações dos Participantes, incluindo seu perfil de compras e resgates. Além disso, esse sistema permite que nossos parceiros comerciais consultem os extratos de pontos acumulados por seus Participantes na Multiplus Fidelidade 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, acreditamos estar bem posicionados para satisfazer a possível demanda dos nossos atuais e novos parceiros comerciais, para desenvolver e/ou gerenciar os seus respectivos programas de fidelização.

Acreditamos que o “Siebel Loyalty” apresenta a robustez necessária ao nosso negócio. Com ele, entendemos que seremos capazes de incrementar os nossos controles internos, uma vez que o sistema permite rastreabilidade total do ponto, agilidade na inclusão de novos parceiros e no processamento das transações e amplia nossa capacidade de armazenamento de dados. Além disso, acreditamos que o sistema melhora a nossa capacidade comercial e de gestão, uma vez que poderemos disponibilizar uma série de serviços aos Participantes através do nosso portal e ser capazes de emitir relatórios customizados para as nossas necessidades.

Banco de Dados

Estamos altamente comprometidos com a proteção das informações pessoais dos Participantes e das informações confidenciais dos nossos parceiros comerciais. Desenvolvemos uma política para garantir ampla privacidade aos Participantes e aos nossos parceiros comerciais. Buscamos avaliar regularmente a nossa política, práticas e procedimentos com a finalidade de garantir a máxima segurança à nossa base de dados.

Somente coletamos, usamos e divulgamos informações sobre Participantes aos nossos parceiros comerciais após sermos devidamente autorizados e, mesmo assim, apenas na exata medida para que os nossos parceiros comerciais possam entregar aos Participantes os produtos ou serviços escolhidos quando do resgate dos seus pontos da Multiplus Fidelidade. Da mesma forma, somente divulgamos informações de parceiros comerciais a outro após a sua devida autorização. Além disso, incluímos em todos os nossos contratos de parceria comercial disposições que os obriguem a adotar práticas semelhantes com relação às nossas informações para proteção de informações pessoais e confidenciais.

Adicionalmente, somente passamos a dividir a propriedade sobre as informações pessoais dos Participantes após a transferência à Multiplus Fidelidade dos pontos que acumularam em programas de fidelização de parceiros comerciais. Com relação às informações relacionadas ao perfil de compras e resgates dos Participantes, em nenhum momento a sua propriedade nos é transferida pelos parceiros comerciais.

Canais de Comunicação

Utilizamos o nosso *website* como o canal de comunicação com os Participantes e nossos parceiros comerciais. Além de um *call center* dedicado a atendimento de Participantes, ofereceremos um portal exclusivo aos Participantes em nosso *website*, com um amplo portfólio de serviços, incluindo atendimento ao consumidor, informações sobre a conta na Multiplus Fidelidade e assessoria para acúmulo e resgate de pontos. Também oferecemos aos nossos parceiros comerciais um portal exclusivo em nosso *website* e um atendimento personalizado por meio de nossa equipe de vendas, caso necessário.

Pretendemos utilizar também a infra-estrutura de atendimento de Participantes da TAM Linhas Aéreas — *website*, *call center* e lojas — para permitir que Participantes resgatem os seus pontos da Multiplus Fidelidade em passagens aéreas da TAM Linhas Aéreas ou de companhias aéreas da Star Alliance, na medida em que esperamos um significativo volume desse tipo de resgate.

Serviços relacionados ao cancelamento e qualquer outro serviço “pós-venda” em decorrência de resgate de pontos da Multiplus Fidelidade serão prestados pelos parceiros comerciais.

Atividades da companhia

Concorrência

Nossos principais concorrentes são outras redes ou programas de fidelização não participantes da rede de parceiros da Multiplus Fidelidade. Acreditamos serem nossos principais concorrentes no Brasil o “Programa Smiles” da Gol e os *frequent-flyer programs* de outras grandes companhias aéreas, como o AAdvantage da American Airlines.

Atualmente, consideramos os programas de fidelização de empresas que não são companhias aéreas — como, por exemplo, varejistas, empresas de bens de consumo, instituições financeiras e postos de gasolina — mais como potenciais parceiros comerciais do que concorrentes, apesar de entendermos que eles podem se tornar nossos concorrentes no futuro na medida em que, por exemplo, decidam criar um programa de fidelização similar ou se afiliar a programas de fidelização ou coalizão que sejam nossos concorrentes.

Esperamos que a concorrência no setor no qual atuamos deva se intensificar na medida em que mais concorrentes entrem no nosso mercado. Programas de fidelização estrangeiros, como a Aeroplan e a Air Miles, podem tanto se tornar nossos parceiros comerciais como nossos concorrentes se decidirem entrar no mercado brasileiro. A Air Miles, por exemplo, aumentou sua participação no programa de coalizão brasileiro Dotz, cujas atividades estão voltadas ao consumo de produtos e serviços pela Internet.

Além de redes e programas de fidelização de clientes, acreditamos que também sofremos a concorrência indireta de outras formas de *marketing*, incluindo propaganda e promoções.

Marketing

Temos uma estratégia agressiva de *marketing*, que está direcionada à promoção dos nossos parceiros comerciais e se baseia na realização de diversas campanhas promocionais, com oferta frequente aos Participantes de produtos e serviços atrativos a preços e condições competitivos.

Implementamos a nossa estratégia de *marketing* por meio do periódico encaminhamento de *emails*, publicação de *newsletters*, anúncios na revista de bordo da TAM Linhas Aéreas — “TAM nas Nuvens” — e publicidade nas *newsletters* do Programa TAM Fidelidade. Além disso, o nosso *website* é atualizado constantemente com o fim de melhor divulgar campanhas promocionais e manter-se em linha com as tendências do mercado.

Utilizamos ferramentas tecnológicas de ponta, em especial nos emails que encaminhamos semanalmente a Participantes, para avaliar os efeitos das nossas ações de *marketing* e entender os hábitos dos Participantes. Com base nessas informações, as nossas campanhas promocionais são constantemente revistas, assim como produtos e serviços que oferecemos em troca de pontos da Multiplus Fidelidade.

Sazonalidade

De uma maneira geral, os nossos negócios não apresentam um padrão definido de flutuação ao longo dos meses do ano. Uma flutuação mais consistente pode ser observada em algumas épocas do ano, em especial no mês de julho e durante o verão, que acreditamos ser justificado pelo período de férias escolares.

Propriedades

Instalações

Na data deste Prospecto, não somos proprietários de qualquer bem imóvel. Nossa sede social está localizada no mesmo imóvel onde está localizada a sede social da TAM Linhas Aéreas, cuja propriedade é da União Federal e cujo administrador é a INFRAERO. A INFRAERO formalizou os termos para elaboração do contrato de concessão de uso da área na qual está localizada a nossa sede social, nos termos da proposta comercial de 10 de dezembro de 2009. Para informações adicionais, ver seção “Operações com Partes Relacionadas — Contrato de Concessão de Uso de Área com Interveniência da TAM Linhas Aéreas” na página 148 deste Prospecto.

Atividades da companhia

Recursos Humanos

Atualmente, nosso quadro de colaboradores é composto por 54 profissionais, dos quais dois são diretores estatutários, dois são diretores executivos, 47 são empregados e três são aprendizes.

Até o início de 2009, diversos colaboradores da TAM Linhas Aéreas exerciam suas atribuições tanto para o Negócio de Fidelização de Clientes da TAM Linhas Aéreas como para demais atividades desenvolvidas pela TAM Linhas Aéreas.

Perfil dos Empregados

Atualmente, o quadro de empregados é composto por 19,0% de profissionais com até 25 anos, 51,0% de empregados entre 26 e 35 anos e 30,0% de empregados com mais de 35 anos.

Dentre esses empregados, 23,0% trabalhavam na TAM Linhas Aéreas há mais de 10 anos e 34,0% trabalhavam na TAM Linhas Aéreas entre três a cinco anos.

Remuneração e Benefícios

Oferecemos diversos benefícios aos nossos empregados, dentre os quais assistência médica e odontológica, plano privado de previdência, vale transporte, vale refeição e empréstimo consignado (em parceria com o Banco Santander S.A.).

Até a data deste Prospecto, nossos colaboradores não recebiam ou tinham o direito ao recebimento de qualquer outra remuneração ou benefício. Estamos, no entanto, estudando a implementação de programas de remuneração variável aos nossos empregados, incluindo plano de opção de compra de ações.

Relação com Sindicatos

Nossos empregados são representados pelo sindicato dos empregados de agentes autônomos do comércio e em empresas de assessoramento, perícias, informações e pesquisas e de empresas de serviços contábeis no Estado de São Paulo, desde 4 de janeiro de 2010.

Treinamento

Buscamos incentivar o crescimento profissional e pessoal dos nossos colaboradores, por meio de palestras, seminários, cursos e formação específica voltada para nossas necessidades operacionais.

Seguros

Nosso Acionista Controlador possui apólice de seguro junto a Unibanco Seguros e Previdência S.A. contra responsabilização civil dos administradores da sociedade, com cobertura automaticamente estendida a novas subsidiárias que tenham total de ativos equivalente a, no máximo, 20% dos ativos do nosso Acionista Controlador, o que nos inclui. Tal apólice de seguro possui vigência de um ano, com término em 23 de abril de 2010, e valor global de indenização de US\$75,0 milhões.

Contratamos apólices de seguro para nossa sede e nossos equipamentos, para nos proteger contra incêndios, raios, explosões de qualquer natureza, roubo de bens e danos elétricos. Considerando a natureza das nossas atividades, acreditamos que nossa cobertura de seguros é adequada. Contudo, não podemos garantir que o valor de seguro que mantemos será suficiente para nos protegermos em relação a perdas relevantes.

Propriedade Intelectual

Somos titulares de oito pedidos de registro de marcas perante o INPI, dentre as quais as marcas nominativa e mista “Multiplus Fidelidade”, nas classes em que desenvolvemos nossas atividades.

Somos titulares, ainda, de diversos nomes de domínio, em especial “multiplusfidelidade.com.br” e “programamultiplus.com.br”.

Atividades da companhia

Contratos Relevantes

Apresentamos abaixo um resumo dos contratos que são relevantes aos nossos negócios que estão vigentes na data deste Prospecto. Não somos parte de qualquer contrato que não esteja relacionado diretamente com nossas atividades operacionais.

Contratos de Parceria Comercial

Instituições Financeiras

Mantemos contratos de parceria comercial com 27 instituições financeiras brasileiras. No período de nove meses encerrado em 30 de setembro de 2009, esses contratos foram responsáveis por aproximadamente 75% do Faturamento Bruto do Programa TAM Fidelidade.

Nossos contratos de parceria comercial estabelecem a obrigação das instituições financeiras de adquirirem pontos Multiplus Fidelidade para entregá-los a portadores de cartões de crédito de sua emissão que estejam cadastrados ou que solicitem seu cadastramento no Programa TAM Fidelidade, na Multiplus Fidelidade ou em qualquer um dos parceiros da coalizão. O preço de compra de cada ponto Multiplus Fidelidade é o valor em Reais correspondente a um valor em Dólar ajustado entre as Partes, caso a caso. De acordo com os contratos de parceria comercial, as instituições financeiras entregam em geral entre um a um ponto e meio da Multiplus Fidelidade para cada US\$1,00 gasto pelo Participante utilizando seu cartão de crédito, o que pode variar de acordo com o tipo de cartão e correspondente emissor.

Em 30 de setembro de 2009, oito desses contratos condicionam a manutenção das respectivas parcerias comerciais à aquisição de quantidades anuais mínimas de pontos Multiplus Fidelidade correspondentes a um montante total agregado de R\$453,5 milhões. Adicionalmente, nos termos dos nossos contratos de parceria comercial, nenhuma instituição financeira poderá entregar mais de 320.000 pontos Multiplus Fidelidade por mês a um mesmo Participante. Além disso, as instituições financeiras estão proibidas de vender, ceder ou permutar pontos Multiplus Fidelidade.

Nossos contratos de parceria comercial com instituições financeiras possuem prazos indeterminado de vigência ou variam entre um, dois, cinco e nove anos. Quatro desses contratos vencem em 2010, 15 vencem em 2011, sete vencem em 2012 e um está vigorando por prazo indeterminado mas em processo de renovação. Alguns contratos de parceria comercial prevêm que, em caso de sua rescisão motivada por descumprimento contratual, a parte que tiver dado causa ao término do contrato deverá cumprir integralmente com suas obrigações, sem que, contudo, tenha o direito ao recebimento da respectiva contraprestação. Além disso, 14 contratos de parceria comercial estabelecem que as partes poderão terminar seus respectivos contratos a qualquer tempo mediante prévia notificação por escrito e devidamente fundamentada a outra parte com antecedência mínima que varia entre 30, 90 ou 365 dias, sem pagamento de qualquer multa ou penalidade. Os 13 contratos remanescentes estabelecem que as partes poderão terminar seus respectivos contratos imotivadamente e a qualquer tempo mediante prévia notificação por escrito a outra parte com antecedência mínima que varia de 30, 90 ou 120 dias a 24 meses, sem pagamento de qualquer multa ou penalidade.

Outros

Mantemos 85 contratos de parceria comercial com empresas de diversos setores da economia, incluindo agências de viagem, hotéis, locadoras de veículos, varejistas de produtos alimentícios e não alimentícios, postos de gasolina, livrarias, montadoras de veículos automotores, incorporadoras imobiliárias, veículos de comunicação, farmácias, restaurantes, estacionamentos, dentre outros.

Nossos contratos de parceria comercial estabelecem a obrigação dessas empresas de adquirirem pontos Multiplus Fidelidade para entregá-los aos seus Participantes que estejam cadastrados ou que solicitem seu cadastramento no Programa TAM Fidelidade, na Multiplus Fidelidade, ou em qualquer um dos parceiros da coalizão. O preço de compra de cada ponto Multiplus Fidelidade varia caso a caso, conforme acordado entre as partes.

Atividades da companhia

Nossos contratos condicionam a manutenção das respectivas parcerias comerciais à aquisição de quantidades anuais mínimas de pontos Multiplus Fidelidade por ano, que variam caso a caso. Se, ao final de 12 meses, a compra de pontos Multiplus Fidelidade for inferior ao mínimo estipulado em cada contrato de parceria comercial, nosso parceiro comercial deverá nos pagar a diferença entre o que tiver efetivamente pago para compra de pontos Multiplus Fidelidade e o que contratualmente deveria ter comprado caso deseje renovar o seu contrato conosco. Adicionalmente, nos termos dos nossos contratos de parceria comercial, nenhum parceiro comercial poderá entregar mais de 320.000 pontos Multiplus Fidelidade por mês a um mesmo Participante. Quatro desses contratos estão sendo renovados para prorrogar os respectivos prazos de vencimento para 2010, 71 desses contratos vencem em 2010, nove vencem em 2011 e um vence em 2014.

Nossos contratos de parceria comercial com tais parceiros possuem prazos de vigência de 12 meses, exceto por um que possui prazo de vigência de cinco anos, com ou sem prorrogação automática de prazo. Nossos contratos de parceria comercial estabelecem, ainda, que as partes poderão terminar seus respectivos contratos imotivadamente e a qualquer tempo mediante prévia notificação por escrito a outra parte com antecedência mínima de 30 dias, sem pagamento de qualquer multa ou penalidade.

Licença de Uso do Sistema Siebel

Em 29 de maio de 2009, a TAM Linhas Aéreas adquiriu da Oracle a licença de uso do sistema “Siebel Loyalty” e contratou os serviços de suporte técnico da Oracle para esse sistema. Para tanto, a TAM Linhas Aéreas (1) pagou à Oracle, em 29 de maio de 2009, R\$2,2 milhões a título de licença de uso do sistema “Siebel Loyalty” e R\$0,5 milhão a título de serviços de suporte técnico para o primeiro ano de utilização do sistema “Siebel Loyalty” e (2) concordou em pagar à Oracle R\$0,5 milhão a título de serviços de suporte técnico para cada segundo e terceiro anos de utilização do sistema “Siebel Loyalty”. No final de 2009, a TAM Linhas Aéreas, com expressa anuência das partes envolvidas, cedeu a nós todos os seus direitos e obrigações relacionados à licença de uso do “Siebel Loyalty” e serviços de assistência técnica decorrentes desse contrato. Para informações adicionais, ver seção “Operações com Partes Relacionadas — Cessão de Licença de Uso e de Serviços de Suporte Técnico” na página 148 deste Prospecto.

Contingências Judiciais e Administrativas

Em 30 de setembro de 2009, não éramos parte ativa ou passiva de qualquer procedimento judicial ou administrativo.

Apesar de não termos assumido nenhuma contingência da TAM Linhas Aéreas, os tribunais brasileiros podem nos considerar solidariamente responsáveis com a TAM Linhas Aéreas por obrigações trabalhistas, previdenciárias, cíveis, fiscais, referentes a direitos do consumidor e ambientais relacionados a eventos anteriores a 1º de janeiro de 2010. Para informações adicionais, ver seção “Fatores de Risco – Riscos relacionados à Companhia e ao Setor de Redes e Programas de Fidelização de Clientes – Podemos ser Considerados como sucessor nas Obrigações da TAM Linhas Aéreas” na página 50 deste Prospecto. Dessa forma, destacamos 408 processos ajuizados em juizados especiais cíveis e procedimentos administrativos em trâmite perante os órgãos de proteção e defesa do consumidor (PROCONs), que tratam de assuntos relacionados a problemas com o Programa TAM Fidelidade, seu regulamento, atraso e cancelamento de voos e problemas com cômputo de pontos e passagens aéreas.

Além desses procedimentos, destacamos a existência de duas ações judiciais de maior relevância, também envolvendo a TAM Linhas Aéreas, e que dizem respeito ao Programa TAM Fidelidade.

A primeira delas é uma ação coletiva com pedido de tutela antecipada ajuizada pelo Ministério Público do Estado do Rio Grande do Sul, em 9 de setembro de 2009, perante a 15ª Vara Cível de Porto Alegre (processo n.º 001/1.09.0251674-8), na qual se discute eventual lesão aos consumidores em razão da alteração do regulamento do Programa TAM Fidelidade. Em 2 de dezembro de 2009, a tutela antecipada pleiteada pelo Ministério Público do Estado do Rio Grande do Sul, a fim de garantir as condições originais propostas aos consumidores que se inscreveram no Programa TAM Fidelidade antes das alterações discutidas, foi indeferida. De acordo com o prognóstico dos consultores legais da TAM Linhas Aéreas, a probabilidade de perda é possível.

Atividades da companhia

A segunda demanda relevante é uma ação anulatória proposta pela TAM Linhas Aéreas em face do PROCON de Londrina, Estado do Paraná, por meio da qual se objetiva a cassação de auto de infração lavrado por aquele órgão em razão de suposta publicidade enganosa veiculada em relação ao Programa TAM Fidelidade. O valor da multa imposta pelo PROCON à TAM Linhas Aéreas é de R\$1.923.580,00 e a probabilidade de perda foi classificada como possível pelos consultores legais da TAM Linhas Aéreas.

Ressaltamos, por fim, a existência de inquérito civil em trâmite perante a Procuradoria de Defesa do Consumidor do Ministério Público do Estado da Bahia (procedimento administrativo n.º 718/2008), voltado à investigação de supostas irregularidades no regulamento do Programa TAM Fidelidade. Ressaltamos que, caso o resultado da investigação venha a ser prejudicial à TAM Linhas Aéreas, poderá ser ajuizada ação civil pública voltada à cessação da conduta e à reparação dos prejuízos causados aos consumidores.

Meio Ambiente

Não obstante não sermos parte de nenhum padrão internacional de proteção ambiental, nossas atividades não geram diretamente impactos negativos significativos ao meio ambiente.

Responsabilidade Social, Patrocínio e Incentivo Cultural

No momento, não praticamos nenhuma atividade de responsabilidade social, patrocínio e incentivo à cultura.

ADMINISTRAÇÃO DA COMPANHIA

Somos administrados por um conselho de administração e por uma diretoria.

Conselho de Administração

De acordo com a Lei das Sociedades por Ações, o conselho de administração é um órgão de deliberação colegiado. Nosso conselho de administração é responsável, entre outras atribuições, pela orientação geral dos nossos negócios e pela supervisão da gestão dos nossos diretores.

De acordo com a Lei das Sociedades por Ações, cada conselheiro deve ser titular de, pelo menos, uma Ação de nossa emissão. Nosso conselho de administração deve ser composto por no mínimo cinco e no máximo nove membros, dos quais ao menos 20% devem ser independentes, conforme definição do Regulamento do Novo Mercado.

Os membros do nosso conselho de administração são eleitos a qualquer tempo pela nossa assembleia geral de acionistas para um mandato unificado de dois anos, sendo permitida a reeleição. Nossa assembleia geral de acionistas também pode destituir os membros do nosso conselho de administração a qualquer tempo. A Lei das Sociedades por Ações permite a adoção do processo de voto múltiplo mediante requerimento de acionistas representando, no mínimo, 10% do nosso capital social. De acordo com a Instrução CVM 282, o percentual para requisição de voto múltiplo para eleição de membros do nosso conselho de administração é atualmente de 10% podendo passar para até 5% após a Oferta. Além disso, nossos acionistas minoritários que detenham, ao menos, 15,0% do nosso capital social têm o direito de eleger, em votação em separado, um membro do nosso conselho de administração. Para maiores informações sobre a composição do nosso capital social, ver a seção “Informações sobre a Oferta – Composição do Capital Social” na página 56 deste Prospecto.

Como resultado da celebração do Contrato de Participação no Novo Mercado, os membros do nosso conselho de administração devem celebrar um termo de anuência ao Contrato de Participação no Novo Mercado e ao Regulamento do Novo Mercado como condição para tomar posse dos seus respectivos cargos.

A tabela abaixo apresenta os nomes, os cargos e o prazo do mandato corrente de cada um dos membros do nosso conselho de administração, conforme eleitos pelas nossas assembleias gerais de acionistas de 10 e 28 de dezembro de 2009.

Nome	Cargo	Prazo do Mandato ⁽¹⁾
Maurício Rolim Amaro.....	Presidente	2011
Egberto Vieira Lima	Vice-Presidente	2011
Flávia Turci.....	Conselheiro	2011
Carlos Daniel Rizzo da Fonseca	Conselheiro	2011
Antonio Luiz Rios da Silva ⁽²⁾	Conselheiro	2011

⁽¹⁾ Até 10 de dezembro de 2011.

⁽²⁾ Conselheiro independente.

O endereço comercial dos membros do nosso conselho de administração é o endereço da nossa sede social.

Sumário da Experiência Profissional

Apresentamos abaixo um resumo dos currículos dos membros do nosso conselho de administração:

Maurício Rolim Amaro é presidente do nosso conselho de administração. O Sr. Amaro também é vice-presidente do conselho de administração do nosso Acionista Controlador, diretor executivo na TAM Empreendimentos e Participações S.A., controladora do nosso Acionista Controlador, e membro do conselho de administração da TAM Aviação Executiva e Táxi Aéreo S.A., subsidiária do nosso Acionista Controlador. O Sr. Amaro possui diploma de graduação em administração de empresas e em *aviation administration* pela Broward Community College, na Flórida, Estados Unidos da América.

Administração da companhia

Egberto Vieira Lima é o vice-presidente do nosso conselho de administração. O Sr. Lima também é nosso diretor de finanças. Atuou como gerente tesoureiro da Alcoa Alumínio, como diretor financeiro e relações com investidores da Santista Têxtil e Moinho Santista (empresas do Grupo Bunge) e pelos últimos 14 anos como diretor administrativo e financeiro na TAM Linhas Aéreas. O Sr. Lima possui diploma de graduação em economia e em administração de empresas pela Faculdade de Ciências Econômicas da Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado - FECAP.

Flávia Turci é membro do nosso conselho de administração. A Sra. Turci é advogada, sócia do escritório Turci Advogados Associados há 13 anos, com atuação especialmente nas áreas contenciosa e consultiva de direito empresarial. Foi advogada consultora e sub-coordenadora da Coordenadoria de Ação Parlamentar da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo – FIESP por nove anos e consultora geral do Grupo Itamarati. A Sra. Turci possui diploma de graduação em direito pela Universidade Presbiteriana Mackenzie.

Carlos Daniel Rizzo da Fonseca é membro do nosso conselho de administração. O Sr. Fonseca é sócio do Coordenador Líder e chefe do grupo de valores mobiliários de longo prazo. Também é membro efetivo do conselho de administração da Derivados do Brasil S.A. bem como ocupa o cargo de diretor da Panpharma Participações S.A.; e integra o comitê de administração da Tam Empreendimentos e Participações S.A., controladora do nosso Acionista Controlador. No ano de 2005, ingressou no Banco Pactual S.A., na divisão de banco de investimento, com foco em operações de fusões e aquisições (M&A). De 2006 a 2008, exerceu a função de diretor executivo e chefe da divisão de M&A do banco de investimentos UBS Pactual S.A., que em 2007 foi eleito o maior banco de investimentos no Brasil, e em 2008 o terceiro, em número de operações de fusões e aquisições em diversos setores da economia. Nos anos de 2007 e 2008, foram 20 operações de fusão e aquisição lideradas pela equipe do Sr. Fonseca. Antes de trabalhar no Banco Pactual, o Sr. Fonseca integrava o quadro de sócios do Banco Fator, no setor de M&A, desde 1997. Algumas das operações de M&A por ele conduzidas em 2008 incluem: Grupo Paranapanema-Mineração Taboca, Company-Brascan, London Mining-Arcelor Mittal, Ultrapar-Texaco, Datasul-Totvs, Banco Mercantil do Brasil-Cia de Seguros Minas Brasil, Abyara-BR Brokers, Grupo Ultra-União Terminais, Campinas Shoppings-BR Malls, CCR-Rodoanel e Interprint-ABNote. O Sr. Fonseca possui diploma de graduação em administração de empresas pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC-SP.

Antonio Luiz Rios da Silva é membro do nosso conselho de administração. O Sr. Silva atuou como vice-presidente executivo do Grupo NotreDame Intermédica, como presidente da Companhia Brasileira de Meios de Pagamento – VisaNet e da Brasilveículos Companhia de Seguros e como vice-presidente de varejo e distribuição e de controle e relações com investidores do Banco do Brasil S.A. O Sr. Silva foi membro dos conselhos de administração do Fundo de Pensão dos Funcionários do Banco do Brasil – PREVI, Grupo La Fonte Participações, Brasilveículos Companhia de Seguros, Aliança do Brasil Companhia de Seguros, Companhia Brasileira de Meios de Pagamento – VisaNet, Telemar Ceará, Grupo Paranapanema e Companhia Brasileira de Gestão em Serviços – Orizon. O Sr. Silva possui diploma de graduação em ciências econômicas pela Universidade Católica de Brasília, *Master Business Administration* (MBA) em finanças pelo Instituto Brasileiro de Mercado de Capitais, especialização em finanças Internacionais pela FGV e Universidade do Texas, Estados Unidos, *Master Business Administration* (MBA) em controladoria pela Universidade de São Paulo – FIPECAFI, *Master Business Administration* (MBA) em ciências contábeis pela FGV e *Breakthrough for Senior Executives* pelo *International Institute for Management Development* em Lousanne, Suíça.

Diretoria

Nossos diretores são responsáveis por nossa representação e condução geral dos nossos negócios, podendo praticar todos os atos necessários ou convenientes para tanto, ressalvados aqueles para os quais a Lei das Sociedades por Ações ou o nosso estatuto social atribuíam competência à assembleia geral de acionistas ou ao conselho de administração.

De acordo com o nosso estatuto social, nossa diretoria deve ser composta por no mínimo dois e no máximo cinco membros, acionistas ou não, residentes no Brasil, e eleitos e destituíveis a qualquer tempo pelo conselho de administração. O mandato dos nossos diretores é de três anos, permitida a reeleição.

Administração da companhia

Como resultado da celebração do Contrato de Participação no Novo Mercado, os nossos diretores devem celebrar um termo de anuência ao Contrato de Participação no Novo Mercado e ao Regulamento do Novo Mercado como condição para tomar posse dos seus respectivos cargos.

A tabela abaixo apresenta os nomes, os cargos e o prazo do mandato corrente de cada um dos membros da nossa diretoria, conforme eleitos em reunião da assembléia geral extraordinária de 28 de outubro de 2009:

Nome	Cargo	Prazo do Mandato ⁽¹⁾
Líbano Miranda Barroso	Presidente ⁽²⁾	2012
Egberto Vieira Lima	Diretor Executivo de Finanças	2012

⁽¹⁾ Até 28 de outubro de 2012.

⁽²⁾ O Sr. Líbano Miranda Barroso também é nosso Diretor de Relação com Investidores.

O endereço comercial dos nossos diretores é o endereço da nossa sede social.

Sumário da Experiência Profissional

Apresentamos abaixo um resumo dos currículos dos membros da nossa diretoria:

Líbano Miranda Barroso é nosso diretor presidente e de relação com investidores. O Sr. Barroso é também o diretor presidente das empresas do grupo TAM. O Sr. Barroso ocupou cargos executivos em grandes instituições financeiras incluindo Banco Nacional S.A., Banco Real S.A. e Banco Safra S.A. Atuou também como diretor executivo na Companhia de Concessões Rodoviárias - CCR. O Sr. Barroso possui diploma de graduação em economia, MBA Executivo em finanças pelo IBMEC e pós-graduação em direito empresarial pela FGV.

Egberto Vieira Lima ver “— Conselho de Administração — Sumário da Experiência Profissional” na página 138 deste Prospecto.

Outros Colaboradores

Nossa diretoria conta ainda com a colaboração direta de dois de nossos profissionais, os quais exercem as suas funções sob os cargos de diretores não estatutários de operações e de parcerias fidelidade.

Luiz Eduardo Ritzmann é nosso diretor não estatutário de operações. Seu cargo é uma iniciativa da TAM Linhas Aéreas para o segmento de programas de relacionamento. O Sr. Ritzmann possui formação em engenharia eletrônica pelo Instituto Tecnológico de Aeronáutica – ITA. Desenvolveu sua carreira em empresas nacionais e multinacionais tais como Visanet – Companhia Brasileira de Meios de Pagamento, SmartClub do Brasil Ltda., Shell do Brasil Ltda., Siemens Ltda., Equitel & Elebra, atuando nas áreas de desenvolvimento estratégico, implementação na área de meios de pagamento e programas de fidelidade e tecnologia da informação. Gerenciou áreas de projetos e produtos, operações de processo e soluções de TI, *marketing* e logística. O Sr. Ritzmann foi, ainda, presidente da SmartClub do Brasil Ltda. e atuou como consultor independente para desenvolvimento de programas de relacionamento na África do Sul (NedCorBank) e para IESA na Venezuela.

Maurício Quinze é nosso diretor não estatutário de parcerias fidelidade. O Sr. Quinze tem mais de 14 anos de experiência em desenvolvimento de novos mercados em segmentos de alta tecnologia e serviços, mais de 12 anos de experiência em análise e desenvolvimento de estudos de mercado e planejamento de negócios e orçamentos individualizados a cada projeto, e mais de 10 anos de atuação em gerenciamento e coordenada de contas de clientes nos mercados B2B e B2C, envolvendo as áreas de planejamento estratégico, *marketing*, vendas, manufatura e logística. O Sr. Quinze possui diploma de engenheiro mecânico pela Fundação Armando Álvares Penteado – FAAP, é pós-graduado em *marketing* pela Associação Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPM e especializado em negociação pela Fundação Getúlio Vargas – FGV e em planejamento estratégico corporativo pela Business School São Paulo – BSP.

Administração da companhia

Conselho Fiscal

De acordo com nosso estatuto social, nosso conselho fiscal funciona em caráter não permanente. Atualmente, não temos conselho fiscal em funcionamento. Nosso conselho fiscal deverá ser instalado a qualquer tempo a pedido de acionistas que representem, atualmente, no mínimo, 8% do nosso capital social sendo que esta porcentagem pode ser reduzida para até 2% após a Oferta. Além disso, acionistas minoritários representando, no mínimo, 10,0% do nosso capital social têm o direito de eleger em separado um membro para o conselho fiscal e seu suplente. Uma vez instalado, o nosso conselho fiscal deverá ser composto por no mínimo três e no máximo cinco membros, funcionar até a primeira assembleia geral ordinária que seguir a sua instalação e seus membros deverão assinar o termo de anuência do Conselho Fiscal ao Regulamento do Novo Mercado.

O conselho fiscal é um órgão societário independente de nossa administração e dos nossos auditores independentes. Dessa forma, nosso conselho fiscal, quando e se instalado, não poderá ser composto por (1) membros de nosso conselho de administração, (2) membros da nossa diretoria, (3) nossos empregados, (4) empregados de sociedade que controlamos ou de sociedade do Grupo TAM, ou (5) cônjuges ou parentes até o terceiro grau de qualquer membro de nosso conselho de administração ou da nossa diretoria.

A Lei das Sociedades por Ações estabelece as responsabilidades do conselho fiscal, que compreendem a fiscalização das atividades da administração, revisão das demonstrações financeiras da companhia aberta e divulgação de suas conclusões aos acionistas.

A Lei das Sociedades por Ações exige que os membros do conselho fiscal recebam remuneração de, no mínimo, 10% do valor médio pago aos diretores, excluindo benefícios, verbas de representação e participações nos lucros e resultados.

Ações de Titularidade de Nossos Administradores

A tabela abaixo indica o nome dos membros do nosso conselho de administração e diretoria que detinham participação direta em nosso capital social na data deste Prospecto:

Nome	Cargo	Ações	%
Maurício Rolim Amaro	Presidente	1	0,00
Egberto Vieira Lima	Vice-Presidente	1	0,00
Flávia Turci	Conselheiro	1	0,00
Carlos Daniel Rizzo da Fonseca	Conselheiro	1	0,00
Antonio Luiz Rios da Silva	Conselheiro	1	0,00

As Ações detidas pelos membros do nosso conselho de administração e diretoria conferem-lhe os mesmos direitos que as demais Ações conferem aos nossos outros acionistas.

Remuneração dos Membros do Conselho de Administração e da Diretoria

A nossa assembleia geral de acionistas é responsável por fixar anualmente o montante global da remuneração dos membros da nossa administração, cabendo ao nosso conselho de administração distribuí-la entre os seus membros e os nossos diretores.

Em 2009, nossa assembleia geral de acionistas de 28 de outubro fixou a remuneração da diretoria no valor de um salário mínimo em vigor.

Para 2010, a nossa assembleia geral de acionistas de 15 de janeiro de 2010 determinou o limite máximo de R\$750.000,00 para remuneração global dos membros do nosso conselho de administração.

Estamos estudando a implementação de programas de remuneração variável aos nossos administradores, incluindo plano de opção de compra de ações.

Contratos ou Obrigações Relevantes entre Nós e nossos Administradores

Não há contratos ou obrigações relevantes entre nós e os nossos administradores.

Conflito de Interesses de Administradores em Operações

A Lei das Sociedades por Ações proíbe membros do conselho de administração e diretoria de (1) realizar qualquer ato de liberalidade à custa da companhia, (2) tomar por empréstimo recursos ou bens da companhia ou usar, em proveito próprio, de sociedade em que tenha interesse ou de terceiros, os seus bens, serviços ou crédito, sem prévia autorização estatutária ou da assembleia geral de acionistas, (3) receber de terceiros qualquer modalidade de vantagem pessoal, direta ou indireta, em razão do exercício de seu cargo, sem autorização estatutária ou da assembleia geral de acionistas, e (4) intervir em qualquer operação social em que tiver interesse conflitante com o da companhia ou na deliberação que a respeito tomarem os demais administradores da companhia.

Relação familiar entre nossos Administradores e com o Acionista Controlador

Exceto pelo acionista controlador do nosso Acionista Controlador, o Sr. Maurício Rolim Amaro, que é membro do nosso conselho de administração, não há relação familiar entre os nossos administradores ou entre eles e o nosso Acionista Controlador.

Processos Judiciais ou Administrativos envolvendo nossos Administradores

Nenhum dos nossos administradores foi condenado em processos judiciais ou administrativos de natureza relevante.

Em 2004, os Srs. Líbano Miranda Barroso e Egberto Vieira Lima atuavam como diretores estatutários da TAM Linhas Aéreas S.A. Como resultado da ação fiscal instaurada pela Secretaria da Receita Federal do Brasil, foram lavrados, em meados de setembro de 2009, dez autos de infração relacionados, basicamente, ao não recolhimento das contribuições previdenciárias incidentes sobre os valores pagos em pecúnia a título de vale-transporte aos empregados da TAM Linhas Aéreas. Como resultado dessa autuação, a TAM Linhas Aéreas, com base na opinião de seus assessores legais e em jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça, impugnou as exigências fiscais de maior relevância e liquidou de imediato três casos de menor expressão. Muito embora os processos administrativos não tenham sido analisados em primeira instância administrativa, em 1º de outubro de 2009, o Ministério Público Federal de São Paulo instaurou um procedimento investigatório criminal para apurar eventual crime de sonegação de contribuição previdenciária e, como consequência disso, oficiou a TAM Linhas Aéreas e seus representantes, o que inclui os Srs. Líbano Miranda Barroso e Egberto Vieira Lima, para que pudessem se manifestar sobre os fatos narrados. Na medida em que as impugnações apresentadas em face dos autos de infração acima mencionados estão em curso nos tribunais administrativos, não há como averiguar eventual conduta criminosa por parte dos representantes da TAM Linhas Aéreas, o que inclui os Srs. Líbano Miranda Barroso e Egberto Vieira Lima, em razão de inexistir certeza de infração tributária. Na opinião dos advogados da TAM Linhas Aéreas, esse procedimento investigatório deve ser arquivado em breve.

PRINCIPAIS ACIONISTAS

Principais Acionistas

As tabelas abaixo apresentam a titularidade das nossas Ações na data deste Prospecto e após a conclusão da Oferta, considerando o não exercício total ou parcial e o exercício total da Opção do Lote Suplementar.

Antes da Oferta	Ações	%
Acionista Controlador	118.019.995	100,0
Conselho de Administração	5	0,0
Total	118.020.000	100,0

Após a Oferta	Não Exercício da Opção de Ações Suplementares		Exercício da Opção de Ações Suplementares	
	Ações	%	Ações	%
Acionista Controlador	118.019.995	75,0	118.019.995	72,3
Conselho de Administração	5	0,0	5	0,0
Outros	39.340.000	25,0	45.241.000	27,7
Total	157.360.000	100,0	163.261.000	100,0

Distribuição do Capital Social do Acionista Controlador

A tabela abaixo apresenta a distribuição de capital do nosso Acionista Controlador.

Acionistas	Ações Ordinárias		Ações Preferenciais		Total	%
	Ações	%	Ações	%		
TAM – Empreendimentos e Participações S.A.....	44.804.238	89,26	24.768.755	24,67	69.572.993	46,20
Agropecuária Nova Fronteira Ltda.....	79.516	0,16	0	0,00	79.516	0,05
Conselheiros	6	0,00	416.402	0,41	416.408	0,28
T.Rowe Price	0	0,00	8.512.966	8,48	8.512.966	5,65
Amaro&Aviation Participações S.A.	5.295.149	10,55	0	0,00	5.295.149	3,52
Black Rock, Inc	0	0,00	5.050.395	5,03	5.050.395	3,36
Wellington Management Company, LLP	0	0,00	5.123.386	5,10	5.123.386	5,10
Ações em Tesouraria	0	0,00	402.311	0,40	402.311	0,27
Outros.....	16.140	0,06	56.115.883	55,91	56.132.023	35,57
Total	50.195.049	100,00	100.390.098	100,00	150.585.147	100,00

TAM Empreendimentos e Participações S.A.

A TAM Empreendimentos e Participações S.A. é uma sociedade por ações, com sede na Rua Monsenhor Antônio Pepe, 397, na Cidade de São Paulo, Estado de São Paulo. Na data deste Prospecto, a TAM Empreendimentos e Participações S.A. detém 46,2% do capital social do nosso Acionista Controlador. A tabela abaixo apresenta a distribuição do capital da TAM Empreendimentos e Participações S.A.

Acionistas	Ações Ordinárias	%
João Francisco Amaro.....	11.545.959	9,42
Maria Cláudia Oliveira Amaro Demenato	52.068.517	42,49
Maurício Rolim Amaro.....	52.068.517	42,49
Tesouraria.....	3.216.284	2,64
Noemy Almeida Oliveira Amaro.....	3.633.772	2,96
Total	122.533.049	100,00

Principais acionistas

Alterações Relevantes na Participação do Acionista Controlador

Desde 28 de outubro de 2009, não houve alterações relevantes na participação do nosso Acionista Controlador em nosso capital social.

Acordo de Acionistas

Até a data deste Prospecto, não havia qualquer acordo de acionista arquivado em nossa sede social sobre a compra e venda das nossas Ações, preferência para adquiri-las ou exercício do direito de voto ou do poder de controle em relação às nossas Ações.

Não Configuração de Controle Difuso

Tendo em vista que as Ações objeto da Oferta, sem considerar o exercício da Opção de Ações Suplementares, corresponderão a aproximadamente 25% do total do nosso capital social, não haverá possibilidade de se configurar controle difuso em decorrência da Oferta.

OPERAÇÕES COM PARTES RELACIONADAS

No curso normal dos nossos negócios, celebramos operações com partes relacionadas, com base em termos e condições que seriam aplicáveis a operações semelhantes com terceiros.

No desenvolvimento dos nossos negócios e na contratação de serviços, realizamos cotações e pesquisas de mercado com o fim de obter as melhores condições técnicas e de preços, cabendo a decisão da realização das respectivas operações, independentemente de serem realizadas entre partes relacionadas ou não, ao responsável da área que motivou a contratação do produto ou serviço.

Além disso, nos termos do nosso Estatuto Social, depende de autorização do nosso conselho de administração a celebração de quaisquer contratos entre nós e (1) qualquer de nossos acionistas, incluindo o nosso Acionista Controlador, (2) qualquer sociedade na qual nosso Acionista Controlador tenha interesse ou (3) qualquer sociedade na qual nós ou qualquer de nossos acionistas, excluindo o Acionista Controlador, tenha participação de, no mínimo, 5% no respectivo capital social. Em qualquer desses casos, qualquer membro do nosso conselho de administração poderá solicitar previamente e em tempo hábil a elaboração de uma avaliação independente por empresa especializada, que deverá verificar e, se for o caso, revisar os termos e condições do respectivo negócio e sua adequação às condições e práticas de mercado.

As operações relevantes que celebramos com partes relacionadas desde nossa constituição estão indicadas abaixo.

Contrato Operacional

Em 10 de dezembro de 2009, celebramos o Contrato Operacional com a TAM Linhas Aéreas, por meio do qual foram estabelecidos os termos e condições que regerão o nosso relacionamento com a TAM Linhas Aéreas a partir de 1º de janeiro de 2010, quando assumimos a gestão, administração e operação do Programa TAM Fidelidade.

De acordo com o Contrato Operacional, passaremos a ser responsáveis, dentre outros, pelo processamento de informações sobre o acúmulo e resgate de pontos no Programa TAM Fidelidade e pela entrega dos Prêmios aos Participantes do Programa TAM Fidelidade, de acordo com o regulamento do Programa TAM Fidelidade e o regulamento da Multiplus Fidelidade. Adicionalmente, para manter os princípios de cooperação, transparência e equilíbrio econômico-financeiro em nosso relacionamento, o Contrato Operacional estabelece que a TAM Linhas Aéreas deverá nos consultar 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 nossa gestão, administração e operação do Programa TAM Fidelidade. A partir do recebimento da respectiva comunicação da TAM Linhas Aéreas, teremos dez dias para nos manifestar acerca da alteração pretendida.

Além disso, por meio do Contrato Operacional, concordamos com a participação do Programa TAM Fidelidade na Multiplus Fidelidade. Para tanto, a TAM Linhas Aéreas comprometeu-se a adquirir pontos Multiplus Fidelidade, a partir de 1º de janeiro de 2010, para entregá-los aos Participantes do Programa TAM Fidelidade de forma que esses Participantes tenham sempre o mesmo número de pontos na Multiplus Fidelidade e no Programa TAM Fidelidade. Da mesma forma, nós nos comprometemos a adquirir passagens aéreas da TAM Linhas Aéreas para entregá-los aos Participantes da Multiplus Fidelidade em contrapartida aos pontos Multiplus Fidelidade que esses Participantes venham a resgatar com base nas regras de resgate de Prêmios previstas no regulamento do Programa TAM Fidelidade e no regulamento da Multiplus Fidelidade. Tanto nós como a TAM Linhas Aéreas não somos obrigados a adquirir uma quantidade mínima ou máxima de passagens aéreas ou pontos Multiplus Fidelidade, respectivamente.

Operações com partes relacionadas

O valor total do Contrato Operacional é de R\$48,6 milhões, além dos montantes que variam em conformidade com reembolso de custos e despesas a ser ajustado, caso a caso, entre nós e a TAM Linhas Aéreas, e o volume adquirido de pontos Multiplus Fidelidade e Passagens-Prêmio, que dependem de diversos fatores, dentre os quais a quantidade de pontos Multiplus Fidelidade resgatada, a classe da cabine relativa à Passagem-Prêmio e o tempo de duração do voo (se de curta ou longa distância).

Esses valores poderão ser reajustados, conforme mutuamente acordado entre nós e a TAM Linhas Aéreas após os 12 meses seguintes a 1º de janeiro de 2010 e, a partir de então, no mesmo dia dos anos subsequentes.

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 converterem os seus pontos da Multiplus Fidelidade por pontos de programas de nossos parceiros comerciais ou os resgatarem por Prêmios outros que não Passagens-Prêmio após 31 de dezembro de 2009, a TAM Linhas Aéreas nos reembolsará pelas despesas que incorreremos 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 da Multiplus Fidelidade por Passagens-Prêmio após 31 de dezembro de 2009, a TAM Linhas Aéreas nos concederá descontos nos valores que tivermos de pagar pelas Passagens-Prêmio, os quais levam em consideração a classe da cabine relativa à Passagem-Prêmio, o tempo de duração do voo (se de curta ou longa distância) e a quantidade de pontos resgatados do Programa TAM Fidelidade para emissão da Passagem-Prêmio, de maneira proporcional aos Pontos acumulados pelo Participante até 31 de dezembro de 2009 e que sejam utilizados nesses resgates.

Como resultado, reconhecemos apenas a receita e a despesa correspondentes aos pontos acumulados na Multiplus Fidelidade a partir de 1º de janeiro de 2010.

Adicionalmente, a TAM Linhas Aéreas obrigou-se a nos ceder 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. Caso, por qualquer razão, a TAM Linhas Aéreas não consiga nos transferir a totalidade desses contratos até 31 de dezembro de 2009, poderemos, a nosso exclusivo critério, prorrogar esse prazo em até seis meses.

Nos termos do Contrato Operacional, nós nos comprometemos a não permitir que programas de fidelização de outras companhias aéreas participem da Multiplus Fidelidade, assim como a TAM Linhas Aéreas comprometeu-se a não permitir que o Programa TAM Fidelidade participe de programas de fidelização que não a Multiplus Fidelidade.

O Contrato Operacional é válido por 15 anos contados de 1º de janeiro de 2010, podendo ser prorrogado por períodos adicionais de cinco anos, automaticamente, caso nós ou a TAM Linhas Aéreas não nos manifestemos em sentido contrário com 120 dias de antecedência. Tanto nós como a TAM Linhas Aéreas poderemos rescindir imotivadamente o contrato operacional, a qualquer tempo, sem ônus e independente de pagamento de multa, indenização e/ou penalidade de qualquer natureza, desde que nós ou a TAM Linhas Aéreas, conforme o caso, enviemos notificação por escrito à outra parte com antecedência mínima de 12 meses.

Aditamento ao Contrato Operacional

Na medida em que até 31 de dezembro de 2009 a TAM Linhas Aéreas tinha nos transferido 90 dos 112 contratos de parceria comercial que tinha se comprometido a nos transferir nos termos do Contrato Operacional, decidimos prorrogar por seis meses o prazo para a TAM Linhas Aéreas nos transferir os 22 contratos de parceria comercial remanescentes, com base no Contrato Operacional e conforme o primeiro termo aditivo ao Contrato Operacional que celebramos com a TAM Linhas Aéreas em 12 de janeiro de 2010. De acordo com o primeiro termo aditivo, os pontos resgatados relacionados com os contratos de parceria comercial que não foram transferidos até 31 de dezembro de 2009 não serão precificados com base no Contrato Operacional. Para esses contratos, permanecerão sendo aplicáveis os critérios de precificação de pontos previstos em cada contrato de parceria comercial original, até que eles nos sejam efetivamente cedidos.

Contrato de Compartilhamento de Serviços

Em 10 de dezembro de 2009, celebramos um contrato de compartilhamento de serviços com a TAM Linhas Aéreas, por meio do qual a TAM Linhas Aéreas comprometeu-se a nos disponibilizar serviços de controladoria, tesouraria, apoio ao planejamento e gerenciamento financeiro, *call center*, instalações e infraestrutura, jurídico, recursos humanos, tecnologia da informação, *marketing* e 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, temos a obrigação de pagar mensalmente à TAM Linhas Aéreas o valor total de R\$662.500,00.

A fim de manter o equilíbrio econômico-financeiro existente na data de celebração do contrato, nós e a TAM Linhas Aéreas nos comprometemos a rever os valores dos serviços do contrato, a contar da data de início de vigência.

Qualquer pagamento que não seja feito quando devido, será acrescido de juros de mora de 2%, reajustados com base no IGP-M da FGV.

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 15 de janeiro de 2010, celebramos com a TAM Linhas Aéreas um compromisso de adiantamento para compra e venda de passagens aéreas para atender aos resgates de Prêmios dos Participantes da Multiplus Fidelidade em Passagens-Prêmio da TAM Linhas Aéreas que vigorará até a plena utilização dos recursos, que estimamos ocorrerá nos próximos 30 meses.

De acordo com esse contrato, nós nos comprometemos a entregar à TAM Linhas Aéreas aproximadamente 94% dos recursos que estimamos receber com a Oferta (após a dedução das comissões e das despesas que antecipamos ter de pagar nos termos do Contrato de Distribuição) (“Recursos Adiantados”) a título de antecipação de pagamento para aquisição de Passagens-Prêmio da TAM Linhas Aéreas para entrega futura. Além disso, o compromisso de adiantamento estabelece a nossa obrigação de entregar os Recursos Adiantados à TAM Linhas Aéreas em até dois dias contados do nosso efetivo recebimento dos recursos da Oferta, os quais não sofrerão reajustes de qualquer ordem. De acordo com o compromisso de adiantamento, o preço de aquisição de cada Passagem-Prêmio deve ser determinado de acordo com a classe da cabine relativa à Passagem-Prêmio, o tempo de duração do voo (se de curta ou longa distância) e a quantidade de pontos resgatados do Programa TAM Fidelidade para emissão da Passagem-Prêmio. O compromisso de adiantamento também estabelece descontos ao valor de cada Passagem-Prêmio, os quais variam conforme a classe da cabine relativa à Passagem-Prêmio, o tempo de duração do voo (se de curta ou longa distância), a quantidade de pontos resgatados do Programa TAM Fidelidade para emissão da Passagem-Prêmio e o número de meses decorridos após a assinatura do compromisso de adiantamento.

Operações com partes relacionadas

Adicionalmente, nós nos comprometemos a apresentar à TAM Linhas Aéreas, até o quinto dia útil do mês seguinte ao mês em referência, um relatório mensal que deverá discriminar as Passagens-Prêmio adquiridas, bem como a quantidade de pontos resgatados do (1) Programa TAM Fidelidade e (2) da Multiplus Fidelidade. Da mesma forma, a TAM Linhas Aéreas comprometeu-se a nos encaminhar até o quinto dia útil do mês seguinte ao mês em referência uma fatura mensal que deverá discriminar, além das Passagens-Prêmio emitidas e os respectivos trechos voados, o preço de aquisição e os descontos conferidos, conforme calculados nos termos do compromisso de adiantamento. Caso haja divergência com relação aos relatórios ou faturais mensais, a parte que tiver emitido o relatório ou fatura mensal, conforme o caso, deverá se manifestar por escrito dentro de até 60 dias contados do recebimento de notificação encaminhada pela outra parte. Decorrido esse prazo sem qualquer manifestação, serão considerados aceitos os termos da notificação encaminhada. Caso haja manifestação da parte que tiver emitido o relatório ou fatura mensal, nós e a TAM Linhas Aéreas nos comprometemos a negociar de acordo com os princípios da boa fé com o fim de alcançar uma solução amigável em 30 dias.

O compromisso de adiantamento permanecerá em vigor até a plena utilização dos Recursos Adiantados ou o término do Contrato Operacional, o que ocorrer primeiro. Qualquer das partes poderá terminar o compromisso de adiantamento antecipadamente se, dentre outros, ocorrer (1) um grave inadimplemento pela outra parte de suas obrigações nos termos do compromisso de adiantamento que não seja sanado dentro de até 30 dias do recebimento de notificação por escrito da parte inocente, (2) reiterados inadimplementos pela outra parte de suas obrigações nos termos do compromisso de adiantamento independentemente de serem sanados ou não ou (3) o deferimento ou decretação, conforme o caso, de processo de recuperação judicial ou extrajudicial, liquidação ou falência da outra parte. Em qualquer hipótese de término antecipado do compromisso de adiantamento, a parte infratora deverá pagar à parte inocente uma multa correspondente à média das três últimas faturas emitidas pela TAM Linhas Aéreas multiplicada por 24. Além disso, independentemente da causa que tiver motivado o término do compromisso de adiantamento, a TAM Linhas Aéreas deverá nos devolver eventual saldo de Recursos Adiantados dentro de até 30 dias contados do término do compromisso de adiantamento.

Cessão de Licença de Uso e de Serviços de Suporte Técnico

Em 29 de maio de 2009, a TAM Linhas Aéreas adquiriu da Oracle a licença de uso do sistema “Siebel Loyalty” e contratou os serviços de suporte técnico da Oracle para esse sistema. Para tanto, a TAM Linhas Aéreas (1) pagou à Oracle, em 29 de maio de 2009, R\$2,2 milhões a título de licença de uso do sistema “Siebel Loyalty” e R\$0,5 milhão a título de serviços de suporte técnico para o primeiro ano de utilização do sistema “Siebel Loyalty” e (2) concordou em pagar à Oracle R\$0,5 milhão a título de serviços de suporte técnico para cada segundo e terceiro anos de utilização do sistema “Siebel Loyalty”. Em 22 de dezembro de 2009, a TAM Linhas Aéreas, com expressa anuência das partes envolvidas, cedeu a nós todos os seus direitos e obrigações relacionados à licença de uso do “Siebel Loyalty” e serviços de assistência técnica decorrentes desse contrato.

Cessão de Serviços de Consultoria e Implantação de Sistema

Em 15 de janeiro de 2010, a TAM Linhas Aéreas nos cedeu parcialmente, com expressa concordância da IBM Brasil, o Contrato de Prestação de Serviços de Informática que firmou com a IBM Brasil em 24 de setembro de 2007. De acordo com esse termo de cessão, a IBM Brasil passou a nos prestar os serviços de implementação do sistema “Siebel Loyalty”. Por esses serviços, estimamos ter de pagar o montante total de R\$800 mil à IBM Brasil. O prazo de vigência é de oito meses contados da data de início da prestação dos serviços, ou seja, de 26 de agosto de 2009.

Contrato de Concessão de Uso de Área com Interveniência da TAM Linhas Aéreas

Nossa sede social está localizada no 3º andar do imóvel onde está localizada a sede social da TAM Linhas Aéreas, cuja propriedade é da União Federal e cujo administrador é a INFRAERO. Nos termos da proposta comercial de 10 de dezembro de 2009, que contou com a interveniência da TAM Linhas Aéreas, a INFRAERO formalizou os termos para elaboração do contrato de concessão de uso de área correspondente ao 3º andar desse imóvel, consistentes do aluguel mínimo mensal e do prazo de vigência do contrato de até 31 de dezembro de 2012.

Operações com partes relacionadas

Contratos de Mútuo

Em 14 de dezembro de 2009, celebramos um contrato de mútuo com a TAM Linhas Aéreas no valor de R\$2,0 milhões para financiar o nosso capital de giro e outras exigências nos primeiros meses de nossa operação como entidade separada e individual. Sobre o principal incidirão juros de 0,00375% ao mês e correção monetária conforme variação positiva do IGP-M. Esse contrato de mútuo vence em 14 de dezembro de 2010, oportunidade em que deveremos pagar à TAM Linhas Aéreas o principal acrescido de juros e correção monetária.

Em garantia ao cumprimento de nossas obrigações, entregamos à TAM Linhas Aéreas uma nota promissória no valor de R\$2,0 milhões. Ocorrerá vencimento antecipado do contrato de mútuo caso não cumpramos com quaisquer de nossas obrigações. Além disso, caso não realizemos o pagamento do mútuo quando devido, incorreremos em juros de 1% ao mês e multa de 2%, além de honorários de advogados de 10%, se a cobrança se der extrajudicialmente ou de 20%, se judicialmente.

Adicionalmente, em 11 de janeiro de 2010, celebramos outro contrato de mútuo com a TAM Linhas Aéreas no valor de R\$7,0 milhões para honrar com as obrigações relacionadas (1) à licença de uso do “Siebel Loyalty” e serviços de assistência técnica que nos foram transferidas pela TAM Linhas Aéreas, de acordo com um termo de cessão assinado pela TAM Linhas Aéreas e nós em 22 de dezembro de 2009 e pela Oracle em 28 de dezembro de 2009 e (2) a serviços de consultoria e implantação do “Siebel Loyalty” que nos foram transferidas pela TAM Linhas Aéreas, de acordo com termo aditivo assinado pela IBM Brasil, TAM Linhas Aéreas e nós com efeitos a partir de 28 de dezembro de 2009. Sobre o principal incidirão juros de 4,33% ao ano e correção monetária conforme variação do CDI, conforme divulgado pela CETIP. Esse contrato de mútuo vence em 15 de janeiro de 2011, oportunidade em que deveremos pagar à TAM Linhas Aéreas o principal acrescido de juros e correção monetária.

Em garantia ao cumprimento de nossas obrigações, entregamos à TAM Linhas Aéreas uma nota promissória no valor de R\$7,0 milhões. Ocorrerá vencimento antecipado do contrato de mútuo caso não cumpramos com quaisquer de nossas obrigações. Além disso, caso não realizemos o pagamento do mútuo quando devido, incorreremos em juros de 1% ao mês e multa de 2%, além de honorários de advogados de 10%, se a cobrança se der extrajudicialmente ou de 20%, se judicialmente.

Contrato de Parceria

Celebramos em 16 de dezembro de 2009 um contrato de parceria comercial com a TAM Linhas Aéreas e a TAM Viagens, operadora de turismo da TAM Linhas Aéreas, para permitir o acúmulo e o resgate de pontos. De acordo com esse contrato, a TAM Viagens tem a obrigação de adquirir pontos da Multiplus Fidelidade para entregá-los aos seus Participantes que estejam cadastrados ou que solicitem seu cadastramento no Programa TAM Fidelidade, na Multiplus Fidelidade, ou em qualquer um dos parceiros da coalizão. A TAM Viagens tem de pagar um preço fixo por cada 1.000 pontos da Multiplus Fidelidade. Temos de pagar à TAM Viagens como resultado da aquisição de produtos ou serviços da TAM Viagens em decorrência de resgate de pontos pelos Participantes um valor fixo com 15% de desconto por cada 1.000 pontos resgatado. Além disso, o contrato de parceria comercial que mantemos com a TAM Viagens condiciona a manutenção dessa parceria comercial à aquisição de quantidades anuais mínimas de pontos Multiplus Fidelidade por ano. Se, ao final de 12 meses, a compra de pontos Multiplus Fidelidade for inferior ao mínimo estipulado no contrato de parceria comercial, a TAM Viagens deverá nos pagar a diferença entre o que tiver efetivamente pago para compra de pontos Multiplus Fidelidade e o que contratualmente deveria ter comprado caso deseje renovar o seu contrato conosco. Esse contrato tem prazo de vigência de cinco anos, sem prorrogação automática. Ele estabelece, ainda, que as partes poderão terminar seus respectivos contratos imotivadamente e a qualquer tempo mediante prévia notificação por escrito a outra parte com antecedência mínima de 30 dias, sem pagamento de qualquer multa ou penalidade. Além disso, as partes também podem, a qualquer tempo, extinguir ou modificar os seus respectivos programas de fidelização de clientes, sem que tais medidas possam ensejar direito à indenização à outra parte.

OPERAÇÕES VINCULADAS À OFERTA

Não existem empréstimos em aberto vinculados à Oferta que os Coordenadores da Oferta nos concederam ou concederam ao nosso Acionista Controlador.

INFORMAÇÕES SOBRE O MERCADO E OS TÍTULOS E VALORES MOBILIÁRIOS EMITIDOS

Geral

Antes da Oferta, não havia mercado de bolsa ou de mercado de balcão organizado para as nossas Ações. Após a conclusão da Oferta, o principal mercado de negociação das nossas Ações será a BM&FBOVESPA.

Em 15 de janeiro de 2010, celebramos o Contrato de Participação no Novo Mercado com a BM&FBOVESPA, que entrará em vigor na data de publicação do Anúncio de Início, quando nossas Ações serão listadas e admitidas à negociação no Novo Mercado. No primeiro dia útil seguinte à entrada em vigor do Contrato de Participação no Novo Mercado, nossas Ações passarão a ser negociadas na BM&FBOVESPA sob o código “MPLU3”.

Em 4 de fevereiro de 2010, a CVM nos concedeu registro de companhia aberta.

Negociação na BM&FBOVESPA

As negociações na BM&FBOVESPA ocorrem das 10 horas às 17 horas, ou entre as 11 horas e 18 horas, durante o período de horário de verão no Brasil. A BM&FBOVESPA também permite negociações das 17:45 horas às 19:00 horas, ou entre as 18:45 horas e 19:30 horas, em um horário diferenciado de negociação denominado *after market*. As negociações no *after market* estão sujeitas a limites regulatórios sobre a volatilidade de preços e sobre o volume de ações negociado pelas corretoras que operam pela Internet.

Quando acionistas negociam ações na BM&FBOVESPA, a liquidação física e financeira acontece três dias úteis após a data da negociação, sem correção monetária do preço de compra. O vendedor deve entregar as ações à BM&FBOVESPA no terceiro dia útil após a data da negociação. A entrega e o pagamento das ações são realizados por meio das instalações da BM&FBOVESPA.

Com o fim de manter um melhor controle sobre volatilidade, a BM&FBOVESPA adotou um sistema denominado *circuit breaker*, por meio do qual as sessões de negociação podem ser suspensas por um período de 30 minutos ou uma hora, sempre que o Ibovespa cair abaixo dos limites de 10% ou 15%, respectivamente, com relação ao índice de fechamento registrado na sessão de negociação anterior.

Regulação do Mercado Brasileiro de Valores Mobiliários

O mercado brasileiro de valores mobiliários é regulado, conjuntamente, pela CVM, que possui autoridade para regulamentar as bolsas de valores e o mercado de valores mobiliários, pelo CMN e pelo BACEN, que possuem, dentre outras atribuições, a autoridade para licenciar corretoras de valores e para regular investimentos estrangeiros e operações de câmbio. O mercado brasileiro de valores mobiliários é regulado pela Lei das Sociedades por Ações e pela Lei do Mercado de Capitais, bem como por normas da CVM, do CMN e do BACEN. Essas leis e regulamentos determinam, dentre outros, os requisitos de divulgação de informações aplicáveis às companhias emissoras de valores mobiliários publicamente negociados, as sanções pela negociação de títulos e valores mobiliários utilizando informação privilegiada e manipulação de preço, e a proteção a acionistas minoritários. Adicionalmente, regulam o licenciamento e a supervisão das instituições participantes do sistema de distribuição de valores mobiliários e a governança das bolsas de valores brasileiras.

De acordo com a Lei das Sociedades por Ações, uma companhia pode ser aberta ou fechada. Uma companhia é considerada aberta quando tem valores mobiliários de sua emissão admitidos à negociação em bolsa de valores ou mercado de balcão. Todas as companhias abertas devem ser registradas na CVM e ficam sujeitas a obrigações de divulgação periódica de informações e de fatos relevantes. Uma companhia registrada na CVM pode ter seus valores mobiliários negociados em bolsa de valores ou no mercado de balcão brasileiro. As ações de uma companhia aberta podem também ser negociadas de forma privada, com determinadas limitações.

Informações sobre o mercado e os títulos e valores mobiliários emitidos

O mercado de balcão está dividido em duas categorias: (1) mercado de balcão organizado, no qual as atividades de negociação são supervisionadas por entidades auto-reguladoras autorizadas pela CVM, e (2) mercado de balcão não-organizado, no qual as atividades de negociação não são supervisionadas por entidades auto-reguladoras autorizadas pela CVM. A operação no mercado de balcão não-organizado consiste em negociações diretas entre as pessoas, fora da bolsa de valores, com a intermediação de instituição financeira autorizada pela CVM. Nenhuma licença especial, além de registro na CVM (e, no caso de mercados de balcão organizados, no mercado de balcão pertinente), é necessária para que os valores mobiliários de companhia aberta possam ser comercializados no mercado de balcão.

A negociação de valores mobiliários na BM&FBOVESPA pode ser interrompida mediante solicitação da companhia emissora antes da publicação de fato relevante. A negociação também pode ser suspensa por iniciativa da BM&FBOVESPA ou da CVM, com base em, ou devido a, dentre outros motivos, indícios de que a companhia emissora tenha fornecido informações inadequadas com relação a um fato relevante ou forneceu respostas inadequadas a questionamentos feitos pela CVM ou pela BM&FBOVESPA.

As negociações nas bolsas de valores brasileiras por não residentes estão sujeitas a determinadas restrições segundo a legislação brasileira sobre investimentos estrangeiros. Para um resumo da legislação brasileira sobre investimentos estrangeiros, ver “— Regulamentação de Investimentos Estrangeiros” a seguir.

Regulamentação de Investimentos Estrangeiros

Investidores estrangeiros podem registrar seus investimentos em ações amparados pela Lei 4.131, ou pela Resolução CMN 2.689 e Instrução CVM 325. A Resolução CMN 2.689 favorece o tratamento fiscal a investidores não residentes no Brasil, desde que não sejam residentes em paraísos fiscais (i.e., países que não impõem tributo ou em que a renda é tributada a alíquotas inferiores a 20%), de acordo com as leis tributárias brasileiras.

De acordo com a Resolução CMN 2.689, investidores não residentes podem investir em quase todos os ativos disponíveis no mercado financeiro e no mercado de capitais brasileiro, desde que obedecidos certos requisitos. Segundo tal resolução, consideram-se investidores não residentes, individuais ou coletivos, as pessoas físicas ou jurídicas, os fundos ou outras entidades de investimento coletivo, com residência, sede ou domicílio no exterior. Previamente ao investimento, o investidor não residente deve: (1) constituir um ou mais representantes no Brasil, (2) apontar instituição financeira custodiante devidamente registrada pelo BACEN ou pela CVM, (3) registrar-se na CVM como investidor não residente, por meio de seu representante, e (4) obter registro do investimento junto ao BACEN.

Adicionalmente, o investidor operando nos termos da Resolução CMN 2.689 deve ser registrado junto à SRF de acordo com a Instrução Normativa nº 200, de 13 de setembro de 2002, conforme alterada.

O processo de registro do investimento junto ao BACEN é empreendido pelo representante legal do investidor no Brasil. Valores mobiliários e outros ativos financeiros de propriedade de investidores não residentes devem ser registrados ou mantidos em conta depósito, ou, ainda, sob custódia de entidade devidamente autorizada pelo BACEN ou pela CVM. Ademais, a negociação de valores mobiliários é restrita ao mercado de valores mobiliários, exceto nos casos de reorganização societária ou morte.

O Decreto nº 6.983, de 19 de outubro de 2009, publicado no Diário Oficial da União de 20 de outubro de 2009, e o Decreto nº 6.984, de 20 de outubro de 2009, publicado em Edição Extra do Diário Oficial da União da mesma data, aumentaram de zero para 2% a alíquota do Imposto sobre Operações de Câmbio incidente sobre liquidações de operações de câmbio referentes a ingressos de recursos no País, realizadas por investidor estrangeiro, para investimentos nos mercados financeiro e de capitais brasileiros, dentre o quais se inclui nossa Oferta. A alíquota de 2% é aplicável aos contratos de câmbio com a dita finalidade celebrados de 20 de outubro de 2009 em diante.

O Novo Mercado

O Novo Mercado é um segmento especial do mercado de ações da BM&FBOVESPA, destinado exclusivamente a companhias que atendam a requisitos mínimos e aceitem submeter-se a regras de governança corporativa diferenciadas. Os itens abaixo resumem alguns pontos que caracterizam o Novo Mercado e que serão aplicáveis a nós:

- vedação à emissão ou à manutenção de ações preferenciais ou partes beneficiárias;
- ações que representem no mínimo 25% do capital social devem estar em circulação;
- a alienação do controle, ainda que por alienações sucessivas, deve ficar condicionada à realização de oferta pública de aquisição das demais ações da companhia aberta a ser efetivada pelo respectivo adquirente, de forma a assegurar aos acionistas minoritários tratamento igualitário àquele dado aos acionistas controladores alienantes;
- conselho de administração com, no mínimo, cinco membros, dentre os quais, pelo menos, 20% deverão ser conselheiros independentes, conforme definido pelo Regulamento do Novo Mercado, com mandato unificado de, no máximo, dois anos, sendo permitida a reeleição;
- exigência de que os novos membros do conselho de administração e da diretoria subscrevam “Termos de Anuência dos Administradores”, condicionando a posse nos respectivos cargos à assinatura desses documentos, por meio dos quais os novos administradores da companhia aberta obrigam-se a agir em conformidade com o Contrato de Participação no Novo Mercado, com o Regulamento da Câmara de Arbitragem do Mercado e com o Regulamento do Novo Mercado;
- demonstração de fluxo de caixa da companhia aberta e consolidada nos ITRs e nas demonstrações contábeis anuais;
- divulgação, no idioma inglês, da íntegra das demonstrações financeiras, relatório da administração e notas explicativas, elaboradas de acordo com as Práticas Contábeis Adotadas no Brasil, acompanhadas de nota explicativa adicional que demonstre a conciliação do resultado do exercício e do patrimônio líquido apurados segundo os critérios contábeis brasileiros e segundo os padrões internacionais IFRS ou US GAAP, conforme o caso, evidenciando as principais diferenças entre os critérios contábeis aplicados, e do parecer de auditores independentes. Nesse caso, de acordo com o Regulamento do Novo Mercado, a adoção desses critérios deve ocorrer, no máximo, a partir da divulgação das demonstrações financeiras referentes ao segundo exercício social após a assinatura do Contrato de Participação no Novo Mercado;
- o cronograma de eventos corporativos deve ser divulgado anualmente, até o final do mês de janeiro, sendo que eventuais alterações subsequentes em relação aos eventos programados deverão ser enviadas à BM&FBOVESPA e imediatamente divulgadas;
- a saída do Novo Mercado, bem como o cancelamento do registro como companhia aberta, ficam condicionados à efetivação de oferta pública de aquisição, pelos controladores ou pela companhia, conforme o caso, das demais ações, por valor no mínimo igual ao seu valor econômico, apurado em laudo de avaliação elaborado por instituição ou empresa especializada, com experiência comprovada e independência quanto ao poder de decisão da companhia, seus administradores e/ou dos acionistas controladores, além de satisfazer os requisitos do parágrafo 1º do artigo 8º da Lei das Sociedades por Ações, e conter a responsabilidade prevista no parágrafo 6º do mesmo artigo. Ver “Descrição do Capital Social — Saída do Novo Mercado” na página 164 deste Prospecto; e
- obrigação, pela companhia, pelos acionistas, administradores e membros do conselho fiscal, de recorrer à Câmara de Arbitragem do Novo Mercado como meio de solução de toda e qualquer disputa ou controvérsia relacionada ou oriunda, em especial, da aplicação, validade, eficácia, interpretação, violação e seus efeitos, das disposições contidas na Lei das Sociedades por Ações, no respectivo estatuto social, nas normas editadas pelo CMN, pelo BACEN e pela CVM, bem como nas demais normas aplicáveis ao funcionamento do mercado de capitais em geral, além daquelas constantes do Regulamento do Novo Mercado, do Regulamento da Câmara de Arbitragem do Mercado e do Contrato de Participação no Novo Mercado.

DESCRIÇÃO DO CAPITAL SOCIAL

Geral

Somos uma sociedade por ações de capital autorizado, constituída de acordo com as leis do Brasil. Segue abaixo sumário descritivo, não exaustivo, de algumas disposições do nosso estatuto social, da Lei das Sociedades por Ações, das regras da CVM e do Regulamento do Novo Mercado referentes ao nosso capital social, assembleias gerais de acionistas, divulgação de informações e outros aspectos societários.

Registro de Companhia Aberta e Adesão ao Novo Mercado

Em 15 de dezembro de 2009, arquivamos na CVM um pedido de registro de companhia aberta, o qual foi deferido em 4 de fevereiro de 2010. Após a concessão do registro de companhia aberta pela CVM, passamos a ser uma sociedade por ações de capital aberto, constituída de acordo com as leis brasileiras. Nossa sede está localizada na Cidade de São Paulo, Estado de São Paulo.

Em 15 de janeiro de 2010, celebramos o Contrato de Participação no Novo Mercado com a BM&FBovespa, o qual entrará em vigor na data de publicação do Anúncio de Início da presente Oferta, sendo o início da negociação das nossas Ações no Novo Mercado no dia útil seguinte ao da publicação do Anúncio de Início da presente Oferta.

Objeto Social

Nosso objeto social, conforme definido em nosso estatuto social, compreende (1) o desenvolvimento e gerenciamento do programa de fidelização de Participantes em razão do consumo de bens e serviços oferecidos por nossos parceiros, (2) a comercialização de direitos de resgate de Prêmios no âmbito do programa de fidelização de Participantes, (3) a criação de banco de dados de pessoas físicas e jurídicas, (4) a obtenção e processamento de informações transacionais referentes a hábitos de consumo, (5) a representação de outras sociedades, brasileiras ou estrangeiras, e (6) a prestação de serviços auxiliares ao comércio de bens e produtos, inclusive importação, exportação e aquisição de itens e produtos relacionados, direta ou indiretamente, à consecução do objeto social.

Capital Social

Na data deste Prospecto, o nosso capital social é de R\$500,00, representado por 118.020.000 Ações, totalmente subscritas e integralizadas em moeda corrente nacional. De acordo com o Regulamento do Novo Mercado, não podemos emitir ações preferenciais ou partes beneficiárias enquanto nossas Ações estiverem listadas no Novo Mercado.

Capital Autorizado

De acordo com o nosso Estatuto Social, por deliberação do Conselho de Administração, nosso capital social poderá ser aumentado, independentemente de reforma estatutária, até o limite de R\$1,2 bilhões. Qualquer aumento de capital que exceda o limite do capital autorizado deverá ser aprovado por nossos acionistas em assembleia geral.

Evolução do Capital Social

Em Assembléia Geral Extraordinária de 28 de outubro de 2009, a totalidade das Ações do nosso capital social foi transferida ao nosso Acionista Controlador e o valor de nosso capital social era R\$500,00. Em Assembléia Geral Extraordinária de 15 de janeiro de 2010, nossos acionistas aprovaram o desdobramento da totalidade das nossas Ações na proporção de 1:236.040, passando o nosso capital social a ser dividido em 118.020.000 Ações, sem alteração em seu valor.

Descrição do capital social

Ações em Tesouraria

Não possuímos ações em tesouraria.

Direitos das Ações

Nosso capital social é composto exclusivamente por Ações, as quais garantem aos seus titulares todos os direitos previstos em nosso estatuto social, na Lei das Sociedades por Ações e no Regulamento do Novo Mercado, dentre os quais se incluem os seguintes:

- direito de voto em nossas assembleias gerais de acionistas, sendo que cada Ação corresponderá a um voto;
- direito ao dividendo mínimo obrigatório nos termos do artigo 202 da Lei das Sociedades por Ações;
- direito de alienar as Ações, nas mesmas condições asseguradas aos acionistas controladores, no caso de alienação, direta ou indireta, a título oneroso do nosso controle, tanto por meio de uma única operação, como por meio de operações sucessivas (*tag along*);
- direito de alienar as Ações em oferta pública a ser realizada pelos acionistas controladores, em caso de cancelamento do registro de companhia aberta ou de cancelamento de listagem das Ações no Novo Mercado, pelo seu valor econômico, apurado mediante laudo de avaliação elaborado por empresa especializada e independente; e
- direito ao recebimento integral de dividendos e demais distribuições pertinentes às Ações que vierem a ser declaradas pela Companhia a partir da Data de Liquidação e, no caso das Ações Suplementares, a partir da liquidação das Ações Suplementares, e todos os demais benefícios conferidos aos titulares das Ações.

Direitos dos Acionistas

Nossos acionistas possuem os seguintes direitos, os quais, nos termos da Lei das Sociedades por Ações, não lhes podem ser privados por nosso Estatuto Social e pelas deliberações tomadas em nossas assembleias gerais, tais como:

- direito de participar na distribuição dos lucros declarados a partir da data de liquidação da Oferta;
- o direito de participar, na proporção de sua participação no capital social, na distribuição de quaisquer ativos remanescentes na hipótese de nossa liquidação;
- o direito de fiscalizar nossa administração, nos termos da Lei das Sociedades por Ações;
- o direito de preferência na subscrição de ações, debêntures conversíveis em ações ou bônus de subscrição, exceto em determinadas circunstâncias previstas na Lei das Sociedades por Ações; e
- o direito a retirar-se do nosso capital social nos casos previstos na Lei das Sociedades por Ações.

Outros Valores Mobiliários Emitidos

Além das Ações, não possuímos atualmente outros valores mobiliários em circulação de qualquer natureza. Para informações adicionais ver “Informações sobre o Mercado e os Títulos e Valores Mobiliários Emitidos” na página 151 deste Prospecto.

Destinação dos Resultados do Exercício

Em cada assembleia geral ordinária, o nosso conselho de administração recomendará a destinação dos lucros líquidos do exercício social precedente. Essa destinação está sujeita a deliberação por parte dos nossos acionistas. Os lucros líquidos podem ser destinados às reservas de lucros e ao pagamento de dividendos ou juros sobre o capital próprio.

Descrição do capital social

De acordo com a Lei das Sociedades por Ações, somos obrigados a inicialmente deduzir do resultado do exercício os prejuízos acumulados dos exercícios sociais anteriores e a provisão para IRPJ e contribuições sociais. Após essas deduções, devemos aplicar o saldo remanescente para o pagamento das quantias destinadas às participações dos administradores, correspondentes a até 10% dos nossos lucros no exercício. O lucro líquido corresponde ao resultado do exercício que remanescer após as deduções acima.

Nosso Estatuto Social vigente prevê que depois de avaliadas e aprovadas as demonstrações financeiras de cada exercício social, o lucro líquido remanescente terá a seguinte destinação: (1) 5% para a reserva legal, que não excederá o limite previsto em lei, (2) 25% para pagamento de dividendos obrigatórios, e (3) a parcela remanescente do lucro líquido ajustado após o pagamento do dividendo obrigatório terá a destinação que lhe for dada pela assembleia geral. Para informações adicionais, ver “Dividendos e Política de Dividendos” na página 166 deste Prospecto.

Assembleias Gerais de Acionistas

Nas assembleias gerais regularmente convocadas e instaladas, nossos acionistas estão autorizados a decidir sobre os negócios relativos ao nosso objeto e a tomar todas as deliberações que julgarem convenientes aos nossos interesses.

Compete exclusivamente aos nossos acionistas aprovar, em assembleia geral ordinária, as nossas demonstrações financeiras, e deliberar sobre a destinação do nosso lucro líquido e o pagamento de dividendos relativos ao exercício social imediatamente anterior.

Uma assembleia geral extraordinária pode ser realizada simultaneamente à assembleia geral ordinária. Compete exclusivamente aos nossos acionistas decidir em assembleia geral sobre as matérias abaixo: (1) reforma do nosso estatuto social, (2) eleição ou destituição a qualquer tempo dos membros do nosso conselho de administração e conselho fiscal, (3) tomada anual das contas dos administradores e sobre as demonstrações financeiras por eles apresentadas, (4) suspensão do exercício dos direitos do acionista que deixar de cumprir obrigações impostas por lei ou por nosso estatuto social, (5) deliberações sobre a avaliação de bens destinados à integralização de aumento do nosso capital social, (6) deliberações sobre a emissão de nossas ações acima do limite do capital autorizado, (7) fixação da remuneração global dos nossos administradores, (8) deliberações sobre a nossa transformação, fusão, incorporação e cisão, nossa dissolução e liquidação, eleição e destituição dos nossos liquidantes e análise das suas contas, (9) autorização para a emissão de debêntures, salvo no caso de debêntures cuja espécie e tipo possibilitem que a sua emissão seja autorizada por nosso conselho de administração, (10) deliberações sobre o cancelamento do nosso registro de companhia aberta, (11) deliberações sobre a nossa saída do Novo Mercado, (12) escolha de empresa especializada para determinação de nosso valor econômico, em caso de cancelamento de nosso registro de companhia aberta ou nossa saída do Novo Mercado, (13) aprovação prévia de planos de outorga de opção de compra ou subscrição de ações aos nossos administradores, e colaboradores e pessoas naturais que nos prestam serviços, assim como aos administradores, e colaboradores e pessoas naturais que prestam serviços a outras sociedades que sejam nossas controladoras ou que controlamos direta ou indiretamente, e (14) deliberações sobre as demais matérias previstas na legislação vigente ou em nosso estatuto social.

Nos termos da Lei das Sociedades por Ações, as deliberações aprovadas em assembleia geral não podem privar os nossos acionistas dos seguintes direitos: (1) direito de votar nas assembleias gerais, exceto conforme disposto na Lei das Sociedades por Ações e em nosso estatuto social, (2) direito de participar na distribuição dos lucros, (3) direito de participar, na proporção da sua participação no nosso capital social, na distribuição de quaisquer ativos remanescentes na hipótese da nossa liquidação, (4) direito de preferência na subscrição de ações, debêntures conversíveis em ações e bônus de subscrição, exceto em determinadas circunstâncias previstas na Lei das Sociedades por Ações descritas em “— Direito de Preferência” na página 159 deste Prospecto, e (5) direito de deixar de ser nosso acionista nos casos previstos na Lei das Sociedades por Ações, conforme descrito em “— Direito de Recesso”, na página 158 deste Prospecto.

Descrição do capital social

Quorum

Como regra geral, a Lei das Sociedades por Ações prevê que a assembleia geral será instalada, em primeira convocação, com a presença de acionistas que detenham, pelo menos, 25% do capital social com direito a voto e, em segunda convocação, com qualquer número de acionistas. Caso os acionistas tenham sido convocados para deliberar sobre a reforma do nosso estatuto social, o quorum de instalação em primeira convocação será de pelo menos dois terços das ações com direito a voto e, em segunda convocação, de qualquer número de acionistas. De modo geral, a aprovação de matérias deliberadas em assembleias gerais de acionistas se dá pelo voto afirmativo da maioria dos acionistas presentes, por si ou por meio de procuradores, sendo que as abstenções não são levadas em conta para efeito deste cálculo. Excepcionalmente, conforme previsto no Regulamento do Novo Mercado e em nosso estatuto social, a escolha da empresa especializada responsável pela determinação do nosso valor econômico, no caso de cancelamento do nosso registro de companhia aberta, é de competência privativa da assembleia geral de acionistas, que será realizada com base na apresentação, pelo nosso conselho de administração, de lista tríplice, devendo a respectiva deliberação, não se computando os votos em branco, ser tomada pela maioria dos votos dos acionistas detentores de ações em circulação que estiverem presentes naquela assembleia, que se instalada em primeira convocação deverá contar com a presença de acionistas que representem, no mínimo, 20% do total de Ações em circulação, ou se instalada em segunda convocação poderá contar com a presença de qualquer número de acionistas detentores de ações em circulação.

A aprovação de acionistas que representem metade, no mínimo, das ações ordinárias é necessária para a aprovação das seguintes matérias: (1) redução do dividendo mínimo obrigatório a ser distribuído aos nossos acionistas, (2) mudança do nosso objeto social, (3) nossa fusão ou incorporação em outra sociedade, (4) nossa cisão, (5) nossa participação em um grupo de sociedades (conforme definido da Lei das Sociedades por Ações), (6) cessação do nosso estado de liquidação, (7) nossa dissolução, (8) incorporação de todas as nossas ações por outra sociedade brasileira, de modo a nos tornarmos uma subsidiária integral da mesma, e (9) nossa saída do Novo Mercado.

Convocação

A Lei das Sociedades por Ações exige que as assembleias gerais sejam convocadas mediante três publicações no Diário Oficial do Estado de São Paulo, veículo oficial do Governo do Estado de São Paulo, bem como em outro jornal de grande circulação. Atualmente, utilizamos o jornal Valor Econômico. A primeira convocação deve ser feita, no mínimo, 15 dias antes da realização da assembleia geral, e a segunda convocação deve ser feita com oito dias de antecedência, sendo que a assembleia geral que deliberar sobre o cancelamento do nosso registro de companhia aberta deverá ser convocada com, no mínimo, 30 dias de antecedência. A CVM poderá, todavia, a pedido de qualquer acionista e após ter nos ouvido, prorrogar, em determinadas circunstâncias, a data da nossa assembleia geral de acionistas para que seja realizada em até 30 dias antes da data de convocação, bem como interromper, por 15 dias, o curso do prazo de antecedência da convocação da assembleia geral extraordinária.

Local para Realização das Assembleias Gerais de Acionistas

Nossas assembleias gerais de acionistas são realizadas em nossa sede social, na Cidade de São Paulo, Estado de São Paulo. A Lei das Sociedades por Ações permite que nossas assembleias gerais de acionistas sejam realizadas fora de nossa sede, nas hipóteses de força maior, desde que elas sejam realizadas na Cidade de São Paulo e a respectiva convocação contenha uma indicação expressa e inequívoca do local em que a assembleia geral deverá ocorrer.

Descrição do capital social

Competência para convocar Assembleias Gerais

Compete, ordinariamente, ao nosso conselho de administração convocar assembleias gerais de acionistas. Contudo, também podem ser convocadas pelas seguintes pessoas ou órgãos: (1) qualquer acionista, quando nossos administradores retardarem a convocação por mais de 60 dias da data em que deveriam tê-la realizado, nos termos da Lei das Sociedades por Ações, (2) acionistas que representem 5%, no mínimo, do nosso capital social, caso nossos administradores deixem de convocar, no prazo de oito dias, uma assembleia que tenha sido solicitada por esses acionistas, por meio de pedido que apresente as matérias a serem tratadas e esteja devidamente fundamentado, (3) acionistas que representem 5%, no mínimo, do nosso capital social quando nossos administradores não atenderem, no prazo de oito dias, um pedido de convocação de assembleia que tenha como finalidade a instalação do conselho fiscal, e (6) conselho fiscal, quando instalado, caso os órgãos da administração retardarem a convocação da assembleia geral ordinária por mais de um mês da data prevista para a sua realização. O conselho fiscal, quando instalado, poderá, ainda, convocar assembleia geral extraordinária, sempre que ocorrerem motivos graves ou urgentes a serem tratados.

Legitimação e Representação

Os acionistas presentes à assembleia geral deverão provar a sua qualidade de acionista e sua titularidade das ações com relação às quais pretendem exercer o direito de voto. Nossos acionistas podem ser representados na assembleia geral por procurador constituído há menos de um ano, que seja nosso acionista, nosso administrador ou advogado, ou ainda por uma instituição financeira. Fundos de investimento devem ser representados por seus administradores.

Direito de Recesso

De acordo com a Lei das Sociedades por Ações, o direito de retirada poderá ser exercido, dentre outras, nas seguintes circunstâncias: (1) nossa cisão (em situações específicas, conforme descritas no parágrafo abaixo), (2) redução do nosso dividendo mínimo obrigatório, (3) mudança do nosso objeto social, (4) nossa fusão ou incorporação em outra sociedade (em situações específicas, conforme descritas no parágrafo abaixo), (5) nossa participação em um grupo de sociedades (conforme definido na Lei das Sociedades por Ações, e em situações específicas, conforme descritas abaixo), (6) incorporação de ações que nos envolva nos termos do artigo 252 da Lei das Sociedades por Ações por outra sociedade brasileira, de modo a nos tornar uma subsidiária integral da mesma, e (7) aquisição do controle de outra sociedade por um preço que exceda determinados limites previstos em lei.

A Lei das Sociedades por Ações estabelece que a nossa cisão ensejará direito de retirada caso ela resulte em: (1) mudança do nosso objeto social, salvo quando o patrimônio cindido for vertido para sociedade cuja atividade preponderante coincida com a decorrente do nosso objeto social, (2) redução do dividendo mínimo obrigatório a ser distribuído aos nossos acionistas, ou (3) nossa participação em um grupo de sociedades (conforme definido na Lei das Sociedades por Ações).

Caso ocorra (1) a nossa fusão ou incorporação em outra companhia, ou (2) a nossa participação em um grupo de sociedades (conforme definido na Lei das Sociedades por Ações), nossos acionistas não terão direito de retirada caso as Ações tenham as seguintes características: (a) liquidez, ou seja, integrem o índice geral da BM&FBOVESPA ou o índice de qualquer outra bolsa, conforme definido pela CVM; e (b) dispersão no mercado, de forma que o nosso Acionista Controlador, a sociedade controladora ou outras sociedades sob seu controle detenham menos da metade das nossas Ações.

O direito de recesso deverá ser exercido no prazo de 30 dias, contados da publicação da ata da assembleia geral que tiver aprovado o ato que deu origem ao recesso. Adicionalmente, os acionistas em assembleia têm o direito de reconsiderar (por maioria dos presentes) qualquer deliberação que tenha ensejado direito de retirada após convocação de nosso conselho de administração no prazo de até 10 dias subsequentes ao término do prazo de exercício desse direito, se entenderem que o pagamento do preço do reembolso das ações aos acionistas dissidentes colocaria em risco nossa estabilidade financeira.

Descrição do capital social

No caso de exercício do direito de retirada, os nossos acionistas terão o direito de receber o valor patrimonial de suas ações, com base no nosso último balanço aprovado pela assembleia geral. Se, todavia, a deliberação que ensejou o direito de retirada tiver ocorrido mais de 60 dias depois da data do último balanço aprovado, o acionista poderá solicitar, juntamente com o reembolso, o levantamento de balanço especial em data que atenda tal prazo, para avaliação do valor patrimonial de suas ações. Neste caso, devemos pagar imediatamente 80% do valor de reembolso calculado com base no último balanço aprovado por nossos acionistas, e o saldo no prazo de 120 dias a contar da data da deliberação da assembleia geral.

Direito de Preferência

Exceto conforme descrito no parágrafo abaixo, nossos acionistas possuem direito de preferência na subscrição de ações nos aumentos de capital, na proporção de sua participação acionária à época do referido aumento de capital, exceto nos casos de outorga ou de exercício de qualquer opção de compra ou subscrição de ações, bem como nos casos de conversão de debêntures em ações. Nossos acionistas também possuem direitos de preferência na subscrição de debêntures conversíveis em ações e bônus de subscrição. Concede-se prazo não inferior a 30 dias contados da publicação do aviso aos acionistas referente ao aumento de capital, para o exercício do direito de preferência, sendo que este direito pode ser alienado pelo acionista.

Contudo, de acordo com a Lei das Sociedades por Ações e com o nosso estatuto social, o nosso conselho de administração poderá excluir o direito de preferência ou reduzir o prazo do exercício do direito de preferência dos nossos acionistas, nos aumentos de capital mediante emissões de ações, bônus de subscrição, debêntures ou outros valores mobiliários conversíveis em ações, dentro do limite do capital autorizado e, cuja colocação seja feita mediante venda em bolsa de valores ou subscrição pública ou por meio de permuta por ações, em oferta pública de aquisição de controle.

Registro de Nossas Ações

Nossas ações são mantidas sob a forma escritural junto a Itaú Corretora de Valores S.A., controlada do Banco Itaú S.A. A transferência de nossas ações é realizada por meio de um lançamento pelo referida instituição em seus sistemas de registro a débito da conta das ações do alienante e a crédito da conta das ações do adquirente, mediante ordem por escrito do alienante ou mediante ordem ou autorização judicial.

Restrições a Atividades Estranhas ao Objeto Social

A Lei das Sociedades por Ações estabelece que são expressamente vedados, sendo nulo e ineficazes em relação a nós, os atos praticados em negócios estranhos ao objeto social, neles incluídos a prestação de fiança, aval, endosso ou quaisquer garantias não relacionadas ao objeto social ou contrários ao disposto no estatuto social, com exceção daqueles já em vigor.

Negociação de Valores Mobiliários de Nossa Emissão por nosso Acionista Controlador, Conselheiros e Diretores e por Nós

Estamos sujeitos às regras estabelecidas na Instrução CVM 358 e do Regulamento do Novo Mercado, quanto à negociação de valores mobiliários de nossa emissão. Sendo assim, nós, nosso Acionista Controlador, membros do nosso conselho de administração, nossos diretores e membros do nosso conselho fiscal, quando instalado, membros dos nossos comitês, quando criados, e de quaisquer órgãos com funções técnicas ou consultivas, criados por disposição estatutária são vedados de negociar valores mobiliários de nossa emissão, incluindo operações com derivativos que envolvam valores mobiliários de emissão da nossa Companhia, nas seguintes condições:

- antes da divulgação ao mercado de ato ou fato relevante ocorrido nos nossos negócios;
- que se afastarem de seus respectivos cargos anteriormente à divulgação de informações relevantes que estejam relacionadas a nós, originadas durante o seu período de gestão, estendendo-se a proibição de negociação (1) por um período de seis meses a contar da data em que tais pessoas se afastaram de seus cargos, ou (2) até a divulgação do fato relevante ao mercado, salvo se a negociação puder interferir nas condições dos referidos negócios, em nosso prejuízo ou dos nossos acionistas;

Descrição do capital social

- sempre que existir a intenção de promover a nossa incorporação, cisão total ou parcial, fusão, transformação ou reorganização societária;
- durante o período de 15 dias anteriores à divulgação de nossas informações trimestrais (ITR) e anuais (IAN e DFP) exigidas pela CVM (exceto em caso de plano de investimento aprovado pela Companhia e mediante o atendimento aos termos do Artigo 15 da Instrução CVM 358); e
- relativamente ao nosso Acionista Controlador, membros do nosso conselho de administração e diretores, sempre que estiver em curso a aquisição ou a alienação de ações de nossa própria emissão, ou por qualquer uma das nossas controladas, coligadas ou outra companhia sob controle comum ao nosso, ou se houver sido outorgada opção ou mandato para o mesmo fim.

Além do disposto acima, nós, nosso Acionista Controlador e nossos administradores celebraremos acordos de restrição à venda de Ações, por meio dos quais concordaremos, sujeitos a algumas exceções, em não emitir, oferecer, vender, contratar a venda ou das em garantia ou de outra forma alienar, direta ou indiretamente, dentro de até 180 dias contados da data do Prospecto Definitivo, qualquer Ação, qualquer valor mobiliário conversível em, ou que represente um direito de receber Ações.

Adicionalmente à restrição descrita acima, nos termos do Regulamento do Novo Mercado, após a listagem de nossas Ações no Novo Mercado, nosso Acionista Controlador e administradores não poderão vender e/ou ofertar à venda as Ações ou derivativos lastreados nas Ações de que eram titulares imediatamente após a efetivação da Oferta, durante os primeiros seis meses subsequentes à Oferta após a assinatura do Contrato do Novo Mercado. Após esse período inicial de seis meses, nosso Acionista Controlador e administradores não podem vender e/ou ofertar mais do que 40% das Ações, ou derivativos lastreados em nossas Ações de que eram titulares imediatamente após a efetivação da Oferta, por seis meses adicionais. Sem prejuízo de restrições adicionais à alienação de nossas Ações não relacionados às regras do Novo Mercado, a vedação não se aplicará: (1) na hipótese de empréstimo das Ações que vise a permitir a antecipação do início da negociação das Ações em bolsa, sujeito à aprovação da BM&FBOVESPA, e (2) na hipótese de cessão ou empréstimo de ações que vise ao desempenho da atividade de formador de mercado credenciado pela BM&FBOVESPA, nesse caso limitado a 15% da quantidade total de Ações cuja negociação esteja vedada.

Operações de Compra de Ações de Nossa Própria Emissão

Nosso estatuto social autoriza o nosso conselho de administração a aprovar a compra, por nós mesmos, de nossas Ações. A decisão de comprarmos as nossas Ações para manutenção em tesouraria ou para cancelamento não pode, dentre outras:

- resultar na redução do nosso capital social;
- requerer a utilização de recursos superiores ao saldo de lucros ou reservas disponíveis, exceto a reserva legal (conforme definidos na regulamentação aplicável), constantes do último balanço;
- criar por ação ou omissão, direta ou indiretamente, condições artificiais de demanda, oferta ou preço das ações ou envolver práticas não equitativas;
- ter por objeto ações não integralizadas ou pertencentes ao nosso Acionista Controlador; ou
- ocorrer, enquanto estiver em curso oferta pública de aquisição das nossas Ações.

Não podemos manter em tesouraria mais do que 10% da totalidade das Ações, excluídas as Ações de titularidade do nosso Acionista Controlador e incluídas as Ações detidas por nossas controladas e coligadas.

Qualquer compra de Ações deve ser realizada em bolsa, não podendo tal compra ser feita por meio de operações privadas ou por preço igual ou inferior ao valor de mercado, exceto se previamente aprovada pela CVM. Podemos também comprar nossas Ações na hipótese de deixarmos de ser uma companhia aberta. Adicionalmente, podemos comprar ou emitir opções de compra ou de venda das nossas Ações.

Descrição do capital social

Divulgação de Informações

Na qualidade de companhia aberta, devemos atender às exigências relativas à divulgação de informações previstas na Lei das Sociedades por Ações e nos normativos expedidos pela CVM. Ainda, em função da listagem das nossas ações no Novo Mercado, devemos seguir, também, as exigências relativas à divulgação contidas no Regulamento do Novo Mercado. Em 10 de dezembro de 2009, nosso conselho de administração aprovou a nossa política de divulgação de informações relevantes e preservação de sigilo.

Divulgação de Informações Eventuais e Periódicas

A Lei do Mercado de Capitais e a Instrução CVM 358 estabelecem que uma companhia aberta deve fornecer à CVM e à BM&FBOVESPA determinadas informações periódicas, que incluem as informações anuais, as informações trimestrais e os relatórios trimestrais da administração e dos auditores independentes. Essa lei prevê também a obrigação de arquivarmos na CVM acordos de acionistas e avisos de convocação de assembleias gerais e as respectivas atas.

Além dos requisitos de divulgação da legislação societária e da CVM, devemos, conforme previsto no Regulamento do Novo Mercado, no máximo seis meses após a obtenção de autorização para negociar no Novo Mercado, apresentar demonstrações financeiras consolidadas após o término de cada trimestre (excetuado o último) e de cada exercício social, incluindo a demonstração de fluxo de caixa que deverá indicar, no mínimo, as alterações ocorridas no saldo de caixa e equivalentes de caixa, segregados em fluxos operacionais, financiamentos e investimentos.

O Regulamento do Novo Mercado prevê também que, no máximo quatro meses após o encerramento de cada exercício social, deveremos, adicionalmente ao previsto na legislação vigente:

- elaborar demonstrações financeiras ou demonstrações consolidadas, conforme previsto nos padrões internacionais IFRS ou US GAAP, em Reais ou Dólares americanos, que deverão ser divulgadas na íntegra, em inglês, acompanhadas do relatório da administração, de notas explicativas, que informem inclusive o lucro líquido e o patrimônio líquido apurados ao final do exercício segundo os princípios contábeis brasileiros e a proposta de destinação do resultado, e do parecer dos auditores independentes; ou
- divulgar, em inglês, a íntegra das demonstrações financeiras, relatório da administração e notas explicativas, elaboradas de acordo com a legislação societária brasileira, acompanhadas de nota explicativa adicional que demonstre a conciliação do resultado do exercício e do patrimônio líquido apurados segundo as Práticas Contábeis Adotadas no Brasil e segundo os padrões IFRS ou US GAAP, conforme o caso, evidenciando as principais diferenças entre os critérios contábeis aplicados, e do parecer dos auditores independentes.

A adoção do critério referido acima deverá ocorrer, no máximo, a partir da divulgação das demonstrações financeiras referentes ao segundo exercício após a obtenção de autorização para negociar as Ações no Novo Mercado.

Também temos de enviar à BM&FBOVESPA e divulgar informações de todo qualquer contrato celebrado entre nós e nossas controladas, coligadas, seus administradores, acionista controlador, e, ainda, entre nós e sociedades controladas e coligadas dos administradores e do acionista controlador, assim como com outras sociedades que com qualquer dessas pessoas integre um mesmo grupo de fato ou direito, sempre que for atingido, num único contrato ou em contratos sucessivos, com ou sem o mesmo fim, em qualquer período de um ano, valor igual ou superior a R\$200.000, ou valor igual ou superior a 1% sobre nosso patrimônio líquido, considerando o maior.

Os auditores independentes por nós contratados, além de serem registrados na CVM, devem possuir experiência comprovada no exame das demonstrações financeiras elaboradas de acordo com os padrões internacionais IFRS ou US GAAP, conforme o caso, sendo que devemos responder pelo atendimento dessa formalidade. A adoção deste critério deverá ocorrer, no máximo, a partir da divulgação das demonstrações financeiras referentes ao segundo exercício após obtermos autorização para negociar nossas Ações no Novo Mercado.

Descrição do capital social

Divulgação de Informações Trimestrais

Em suas Informações Trimestrais – ITR, além das informações exigidas pela legislação aplicável, uma companhia listada no Novo Mercado deverá: (1) apresentar o balanço patrimonial consolidado, demonstração de resultado consolidado, e comentário de desempenho consolidado, caso a companhia esteja obrigada a apresentar demonstrações consolidadas ao fim do exercício social, (2) informar a posição acionária de todo aquele que detiver mais de 5% das ações de cada espécie e classe do capital social da companhia, de forma direta ou indireta, até o nível da pessoa física, (3) informar de forma consolidada a quantidade e características dos valores mobiliários de emissão da companhia de que sejam titulares, direta ou indiretamente, o acionista controlador, os administradores e os membros do conselho fiscal, se instalado, (4) informar a evolução da participação do acionista controlador, dos membros do conselho de administração, da diretoria e do conselho fiscal, se instalado, em relação aos respectivos valores mobiliários, nos 12 meses imediatamente anteriores, (5) incluir a demonstração de fluxo de caixa, (6) informar a quantidade de ações em circulação e sua porcentagem em relação ao total de ações emitidas, e (7) informar a existência e vinculação a cláusula compromissória de arbitragem.

As informações previstas no segundo, terceiro, quarto, sexto e sétimo itens acima deverão ser incluídas na seção “Outras Informações que a Companhia Entenda Relevantes” das Informações Trimestrais – ITR, bem como as informações previstas nos itens (3), (4) e (7) acima deverão ser incluídas nas Informações Anuais – IAN da Companhia, na seção “Outras Informações Consideradas Importantes Para um Melhor Entendimento da Companhia”.

As Informações Trimestrais – ITR deverão ser sempre acompanhadas de relatório de revisão especial emitido por auditor independente devidamente registrado na CVM, observando a metodologia especificada nas normas editadas pela CVM.

Deveremos apresentar a íntegra das Informações Trimestrais – ITR traduzidas para o idioma inglês ou, então, apresentar demonstrações financeiras ou demonstrações consolidadas conforme previsto nos padrões internacionais IFRS ou US GAAP, em no máximo 15 dias após o prazo estabelecido pela legislação para a divulgação das Informações Trimestrais – ITR. As demonstrações financeiras referidas neste parágrafo deverão ser acompanhadas de parecer ou de relatório de revisão especial dos auditores independentes. De acordo com o Regulamento do Novo Mercado, esse critério deverá ser adotado após a divulgação da primeira demonstração financeira elaborada de acordo com padrões internacionais IFRS ou US GAAP, e sua versão em inglês, descritos no item “—Divulgação de Informações Eventuais e Periódicas” acima.

Divulgação de Negociação por Acionista Controlador, Membro do Conselho de Administração, Diretor ou Membro do Conselho Fiscal

Nossos administradores e membros do conselho fiscal, quando instalado, ou de qualquer outro órgão técnico ou consultivo devem informar a nós, à CVM e à BM&FBOVESPA o número, tipo e a forma de negociação dos valores mobiliários de emissão da Companhia, das sociedades controladas por nós e das sociedades que detêm nosso controle, que são detidos por eles ou por pessoas próximas a eles, bem como quaisquer alterações nas suas respectivas participações. As informações relativas à negociação de tais valores mobiliários (como, por exemplo, quantidade e característica dos valores mobiliários, preço e data da operação) devem ser fornecidas a nós dentro do prazo de 10 dias a contar do final do mês em que tais movimentações ocorreram.

Além disso, as regras do Novo Mercado obrigam nosso Acionista Controlador a divulgar as informações acima à BM&FBOVESPA, incluindo informação relativa a derivativos.

De acordo com a Instrução CVM 358, sempre que restar elevada ou reduzida em pelo menos 5% a participação em qualquer espécie de ação de nosso capital social, direta ou indiretamente, por qualquer acionista ou grupo de acionistas, tal acionista ou grupo de acionistas deverá comunicar à BM&FBOVESPA e à CVM as seguintes informações: (1) nome e qualificação do adquirente das ações, (2) objetivo da participação e quantidade visada, (3) número de ações, bônus de subscrição, bem como de direitos de subscrição de ações e de opções de compra de ações, por espécie e classe, debêntures conversíveis em ações já detidas, direta ou indiretamente, pelo adquirente ou por pessoa a ele ligada, e (4) indicação de qualquer acordo ou contrato regulando o exercício do direito de voto ou a compra e venda de valores mobiliários de nossa emissão.

Divulgação de Ato ou Fato Relevante

A Instrução CVM 358 dispõe sobre a divulgação e uso de informações sobre ato ou fato relevante relativo às companhias abertas, regulando o seguinte: (1) estabelece o conceito de fato relevante, estando incluído nesta definição qualquer decisão de acionista controlador, deliberação de assembleia geral ou dos órgãos da administração de companhia aberta, ou qualquer outro ato ou fato de caráter político-administrativo, técnico, negocial ou econômico-financeiro ocorrido ou relacionado aos negócios da companhia, que possa influir de modo ponderável na (a) cotação dos valores mobiliários, (b) decisão de investidores em comprar, vender ou manter tais valores mobiliários, e (c) na decisão dos investidores de exercer quaisquer direitos inerentes à condição de titulares de valores mobiliários emitidos pela companhia, (2) dá exemplos de ato ou fato potencialmente relevante que incluem, entre outros, a assinatura de acordo ou contrato de transferência do controle acionário da companhia, ingresso ou saída de sócio que mantenha com a companhia contrato ou colaboração operacional, financeira, tecnológica ou administrativa, incorporação, fusão ou cisão envolvendo a companhia ou sociedades ligadas, (3) obriga o diretor de relações com investidores, o acionista controlador, diretores, membros do conselho fiscal e de quaisquer órgãos com funções técnicas ou consultivas a comunicar qualquer fato relevante à CVM, (4) requer a divulgação simultânea de fato relevante em todos os mercados onde a companhia tenha as suas ações listadas para negociação, (5) obriga o adquirente do controle acionário de companhia aberta a divulgar fato relevante, incluindo a sua intenção de cancelar o registro de companhia aberta no prazo de um ano da aquisição, (6) estabelece regras relativas à divulgação de aquisição ou alienação de participação relevante em companhia aberta, e (7) restringe o uso de informação privilegiada.

Nos termos da Instrução CVM 358, em circunstâncias excepcionais, podemos submeter à CVM um pedido de tratamento confidencial com relação a um ato ou fato relevante, quando nosso Acionista Controlador ou nossos administradores entenderem que a divulgação colocaria em risco interesse legítimo nosso.

Cancelamento do Registro de Companhia Aberta

O cancelamento do registro de companhia aberta só pode ocorrer caso o acionista controlador ou a própria companhia realize uma oferta pública de aquisição de todas as ações de sua emissão em circulação, sendo observados os seguintes requisitos: (1) que o preço ofertado seja justo, na forma estabelecida na Lei das Sociedades por Ações e na Instrução CVM 361, (2) que os acionistas titulares de mais de dois terços das ações em circulação (conforme definido na Instrução CVM 361) e que tenham se manifestado sobre o cancelamento, tenham concordado expressamente com o cancelamento do registro ou aceitado a oferta pública, e (3) que o preço ofertado corresponda, no mínimo, ao valor econômico, determinado por empresa especializada independente do poder de decisão da companhia, seu administrador e acionista controlador de acordo com o Regulamento do Novo Mercado.

A Lei das Sociedades por Ações define preço justo como sendo aquele apurado com base nos critérios adotados de forma isolada ou combinada, de patrimônio líquido contábil, de patrimônio líquido avaliado a preço de mercado, de fluxo de caixa descontado, de comparação por múltiplos, de cotação das nossas ações no mercado ou com base em outro critério aceito pela CVM.

O Regulamento do Novo Mercado também estabelece regras aplicáveis ao cancelamento do registro de companhia aberta. Para mais informações, ver seção “Práticas de Governança Corporativa” na página 170 deste Prospecto.

Alienação de Controle

Conforme estipulado no Regulamento do Novo Mercado e em nosso estatuto social, a alienação do nosso poder de controle, tanto por meio de uma única operação, como por meio de operações sucessivas, deverá ser contratada sob a condição, suspensiva ou resolutiva, de que o adquirente do controle se obrigue a efetivar oferta pública de aquisição das ações dos demais acionistas, observando as condições e os prazos previstos na legislação vigente, no Regulamento do Novo Mercado e no nosso estatuto social, de forma a lhes assegurar tratamento igualitário àquele conferido ao acionista controlador alienante.

Descrição do capital social

Nos termos do Regulamento do Novo Mercado, não poderemos registrar qualquer transferência de ações para o(s) acionista(s) que vier(em) a deter o poder de controle, enquanto esse(s) não subscrever(em) o Termo de Anuência dos Controladores. Adicionalmente, o(s) acionista(s) controlador(es) alienante(s) ou o grupo de acionistas controlador alienante não poderá(ão) transferir a propriedade de suas ações para o adquirente, enquanto este não subscrever o Termo de Anuência dos Controladores.

Saída do Novo Mercado

Podemos, a qualquer momento, solicitar a nossa saída do Novo Mercado, desde que aprovada em Assembleia Geral de acionistas e comunicada à BM&FBOVESPA por escrito com antecedência de 30 dias. Tal deliberação deverá especificar se a referida saída ocorre para que os valores mobiliários emitidos por nós passem a ter registro para negociação fora do Novo Mercado. A saída do Novo Mercado não implica a perda da condição de companhia aberta registrada na BM&FBOVESPA.

Oferta pelos Acionistas Controladores

Na hipótese de nossa saída do Novo Mercado para que nossos valores mobiliários passem a ter registro para negociação fora do Novo Mercado, nosso Acionista Controlador deverá efetivar oferta pública de aquisição de Ações pertencentes aos nossos demais acionistas, no mínimo, pelo respectivo valor econômico, a ser apurado na forma prevista no Regulamento do Novo Mercado, respeitadas as normas legais e regulamentares aplicáveis. A notícia da efetivação da oferta pública deverá ser comunicada à BM&FBOVESPA e divulgada ao mercado imediatamente após a realização da assembleia geral de acionistas que houver aprovado a referida saída.

Cancelamento do Registro de Companhia Aberta

Caso a saída do Novo Mercado ocorra em virtude do cancelamento de nosso registro como companhia aberta: (1) deverão ser observados todos os procedimentos previstos na legislação, além da realização de oferta tendo como preço mínimo ofertado o valor econômico da ação, apurado na Seção “Cancelamento de Registro de Companhia Aberta” do Regulamento do Novo Mercado, e (2) ficará dispensada a aprovação prévia em assembleia geral de acionistas.

Reorganização Societária

Caso a nossa saída do Novo Mercado venha a ocorrer em virtude de operação de reorganização societária, na qual a companhia resultante dessa reorganização não seja admitida para negociação no Novo Mercado, (1) nós, juntamente com nossos administradores e nosso Acionista Controlador, deveremos observar as formalidades previstas no Regulamento do Novo Mercado; (ii) o nosso Acionista Controlador deverá efetivar oferta pública de aquisição de ações pertencentes aos nossos demais acionistas, no mínimo, pelo respectivo valor econômico das ações, a ser apurada na forma prevista no Regulamento do Novo Mercado, respeitadas as normas legais e regulamentares aplicáveis. A notícia da efetivação da oferta pública deve ser comunicada à BM&FBOVESPA e divulgada ao mercado imediatamente após a realização da assembleia geral de acionistas que houver aprovado a referida reorganização.

Obrigações na Saída

A nossa saída do Novo Mercado não nos eximirá, nossos administradores e acionista controlador de cumprir com suas obrigações e atender as exigências decorrentes do Contrato de Participação no Novo Mercado, da cláusula compromissória contida em nosso estatuto social, do Regulamento de Arbitragem e do Regulamento do Novo Mercado que tenham origem em fatos anteriores à referida saída.

Alienação de Controle da Companhia após a Saída

A alienação do nosso controle que ocorrer nos 12 meses subsequentes à saída do Novo Mercado obrigará nosso Acionista Controlador alienante e o comprador, conjunta e solidariamente, a oferecer aos demais acionistas a aquisição de suas ações pelo preço e nas condições obtida pelo acionista controlador alienantes na alienação de suas próprias ações, devidamente atualizado, observando-se as mesmas regras aplicáveis às alienações de controle previstas no Regulamento do Novo Mercado.

Descrição do capital social

Vedação ao Retorno

Após a nossa saída do Novo Mercado, nossos valores mobiliários não poderão retornar a ser negociados no Novo Mercado por um período mínimo de dois anos contados da data em que tiver sido formalizado o desligamento, salvo se tivermos o nosso controle acionário alienado após a formalização de nossa saída do Novo Mercado.

Cláusula Arbitral

Nós, nossos acionistas, administradores e membros do nosso conselho fiscal (quando instalado), nos obrigamos a resolver, por meio de arbitragem, toda e qualquer disputa ou controvérsia que possa surgir, relacionada ou oriunda, em especial, da aplicação, validade, eficácia, interpretação, violação e seus efeitos, das disposições contidas na Lei das Sociedades por Ações, no nosso estatuto social, nas normas editadas pelo CMN, pelo BACEN e pela CVM, bem como nas demais normas aplicáveis ao funcionamento do mercado de capitais em geral, além daquelas constantes do Regulamento do Novo Mercado, do Regulamento da Câmara de Arbitragem do Mercado e do Contrato de Participação no Novo Mercado.

DIVIDENDOS E POLÍTICA DE DIVIDENDOS

Valores Disponíveis para Distribuição

Em cada assembleia geral ordinária, o conselho de administração deverá fazer uma recomendação acerca da destinação do lucro líquido que tivermos apurado no exercício anterior e a distribuição de dividendos aos nossos acionistas, com base em nossas demonstrações financeiras anuais não-consolidadas. De acordo com a Lei das Sociedades por Ações, o lucro líquido de uma companhia é definido como o resultado do exercício social que remanesce depois de deduzido o IRPJ e CSLL sobre o lucro líquido para aquele exercício social, líquido de prejuízos acumulados de exercícios sociais anteriores e de valores alocados para o pagamento de participação de colaboradores e administradores nos lucros da companhia.

Conforme a Lei das Sociedades por Ações, o valor correspondente ao lucro líquido, conforme ajustado, ficará disponível para distribuição dos acionistas em qualquer exercício, podendo ser:

- reduzido por valores alocados à reserva legal;
- reduzido por valores alocados às reservas estatutárias, se houver;
- reduzido por valores alocados à reserva de contingências, se houver;
- reduzido por valores alocados à reserva de lucros a realizar;
- reduzido por valores alocados à reserva de retenção de lucros;
- aumentado por reversões de reservas registradas em anos anteriores, nos termos dos Práticas Contábeis Adotadas no Brasil; e
- aumentado por reversões dos valores alocados à reserva de lucros a realizar, quando realizados e não absorvidos por prejuízos.

O pagamento de dividendos poderá ser limitado ao montante do lucro líquido que tiver sido realizado, desde que a diferença seja registrada como reserva de lucros a realizar, conforme abaixo discutido. O cálculo de nosso lucro líquido para fins de distribuição de dividendos é realizado em conformidade com as Práticas Contábeis Adotadas no Brasil, que difere em certos aspectos relevantes dos US GAAP. Para mais informações, ver “Descrição do Capital Social e estatuto social – Destinação dos Resultados do Exercício”, na página 155 deste Prospecto.

Reservas de Lucros

De acordo com a Lei das Sociedades por Ações, as reservas de lucros compreendem a reserva legal, as reservas estatutárias, a reserva para contingências, a reserva de retenção de lucros e a reserva de lucros a realizar. Nossa reserva de lucros é composta pela reserva legal e reserva de retenção de lucros. O saldo das nossas reservas de lucros, exceto as reservas para contingências e de lucros a realizar, não poderá ultrapassar o valor do nosso capital social, e qualquer excedente deve ser capitalizado ou distribuído como dividendo. Não possuímos quaisquer reservas em 30 de setembro de 2009.

Reserva Legal

De acordo com a Lei das Sociedades por Ações e com base em nosso estatuto social, devemos manter uma reserva legal para a qual devemos alocar 5% de nosso lucro para cada exercício social até o valor dessa reserva atingir 20% do capital social integralizado. Não somos obrigados a destinar nenhum valor à reserva legal em qualquer exercício social em que tal reserva, quando somada a outras, seja igual ou superior a 30% de nosso capital social total. Prejuízos acumulados, se houver, podem ser compensados contra a reserva legal. Se não utilizada para esses fins, a reserva legal poderá ser utilizada somente para aumento de capital. A reserva legal está sujeita à aprovação dos acionistas na assembleia geral ordinária, podendo ser transferida para o capital, mas não está disponível para o pagamento de dividendos nos anos subsequentes. Nossos cálculos de lucro líquido e alocações para reservas para qualquer exercício social são determinados com base nas demonstrações contábeis anuais não-consolidadas elaboradas de acordo com a Lei das Sociedades por Ações. Em 30 de setembro de 2009, não possuíamos quaisquer reservas.

Dividendos e política de dividendos

Reservas Estatutárias

De acordo com a Lei das Sociedades por Ações, uma parcela do lucro líquido da companhia pode ser destinada à constituição de reservas discricionárias ou estatutárias, que deverão ser descritas no nosso Estatuto Social, indicando de modo preciso e completo a finalidade, critérios para determinar a parcela anual dos lucros líquidos que serão destinados à constituição e limite máximo da reserva. Nosso estatuto social não prevê a constituição de reservas estatutárias.

Reservas para Contingências

Em conformidade com decisão tomada pela assembleia geral de acionistas, com base em proposta apresentada pelos órgãos da administração, parte do lucro líquido do exercício poderá ser destinada à formação de reserva para contingências, com a finalidade de compensar, em exercício futuro, a diminuição do lucro decorrente de perda julgada provável e cujo valor possa ser estimado. Desta forma, os valores disponíveis para distribuição podem ser aumentados pela reversão da reserva de contingências para perdas julgadas prováveis, constituídas em anos anteriores, mas não realizadas. Em 30 de setembro de 2009, não possuíamos quaisquer reservas.

Reservas de Lucros a Realizar

Conforme a Lei das Sociedades por Ações, o valor do dividendo obrigatório que ultrapassar a parcela realizada do lucro líquido em qualquer exercício pode ser destinado à reserva de lucros a realizar e o pagamento de dividendo obrigatório pode ser limitado ao valor do lucro líquido do exercício fiscal que tiver sido realizado. Os lucros a realizar em qualquer exercício fiscal são constituídos pela soma de (1) parcela do lucro líquido positivo da equivalência patrimonial em tal ano, se houver; e (2) lucros decorrentes de operações cujo vencimento ocorra após o final do exercício fiscal seguinte. Na medida em que valores destinados à reserva de lucros a realizar são realizados em exercícios sociais subsequentes, tais valores devem ser adicionados ao pagamento de dividendos relativo ao ano de realização. Os lucros registrados na reserva de lucros a realizar, quando realizados e se não tiverem sido absorvidos por prejuízos em exercícios posteriores, deverão ser acrescidos ao primeiro dividendo declarado após a realização. Em 30 de setembro de 2009, não possuíamos quaisquer reservas.

Reserva de Lucros Retidos

Nos termos da Lei das Sociedades por Ações, uma porção do lucro líquido do exercício da companhia pode ser retida pela Assembleia Geral de Acionistas, conforme previsão contida em orçamento de capital preparado pelos órgãos da administração e por ela previamente aprovado, para expansão das instalações da companhia e outros projetos de investimentos em ativo imobilizado ou de capital de giro. Após a conclusão dos projetos de investimento pertinentes, a companhia poderá reter a reserva até que seus acionistas aprove a transferência da reserva, em todo ou em parte, para seu capital ou para a reserva de lucros acumulados. Segundo a Lei das Sociedades por Ações, se um projeto para o qual foi alocada parte da reserva de capital tiver prazo superior a um ano, o orçamento relativo a este projeto deve ser submetido à apreciação da Assembleia Geral de Acionistas em cada exercício social, até a conclusão do projeto.

De acordo com a Lei das Sociedades por Ações, todas as destinações estatutárias do lucro líquido, incluindo a reserva de lucros a realizar, devem ser aprovadas pelos acionistas em assembleia geral de acionistas, podendo ser utilizadas para o aumento de capital social ou para o pagamento de dividendos em anos subsequentes.

O saldo das contas de reservas de lucros, exceto a reserva para contingências e a reserva de lucros a realizar, não deve exceder o capital social. Se isso acontecer, a assembleia geral de acionistas deve decidir se o valor excedente será utilizado para pagar o capital subscrito e não integralizado, na subscrição de novas ações ou na distribuição de dividendos. De acordo com a Lei das Sociedades por Ações, o lucro líquido não destinado às contas mencionadas acima deve ser distribuído como dividendos. Em 30 de setembro de 2009, não possuíamos quaisquer reservas.

Dividendos e política de dividendos

Reservas de Capital

Nos termos da Lei das Sociedades por Ações, a reserva de capital é formada por (1) ágio pago na subscrição de ações, (2) produto da alienação de partes beneficiárias e bônus de subscrição, (3) Prêmio recebido em emissões de debêntures, (4) doações e subvenções para investimentos, e (5) atualização de títulos e valores mobiliários.

As reservas de capital podem ser utilizadas para (1) absorção de prejuízos que ultrapassem os lucros acumulados e as reservas de lucros, (2) resgate, reembolso ou aquisição de ações de nossa própria emissão, (3) resgate de partes beneficiárias (não aplicáveis a nós), (4) incorporação ao capital social, ou (5) pagamentos de dividendos a ações preferenciais, em determinadas circunstâncias (não aplicáveis a nós).

Dividendo Obrigatório

A Lei das Sociedades por Ações geralmente exige que o estatuto social de cada companhia especifique o percentual mínimo disponível do valor a ser distribuído aos acionistas como dividendos, também conhecido como dividendo obrigatório, que pode também ser pago sob a forma de juros sobre o capital próprio.

De acordo com nosso estatuto social, no mínimo 25% do saldo de lucro líquido do exercício social anterior, calculado conforme a Lei das Sociedades por Ações e as Práticas Contábeis Adotadas no Brasil, deve ser distribuído a título de dividendo obrigatório anual. A Lei das Sociedades por Ações, no entanto, permite que suspendamos a distribuição obrigatória de dividendos de qualquer exercício social caso o conselho de administração informe à assembleia geral de acionistas que tal distribuição seria inviável dada a nossa condição financeira à época. Tal suspensão está sujeita à revisão do conselho fiscal e aprovação pela assembleia geral de acionistas. No caso de uma sociedade de capital aberto, o conselho de administração deve registrar uma justificativa para tal suspensão na CVM dentro de cinco dias da realização da assembleia geral de acionistas. Os dividendos não distribuídos por causa da suspensão devem ser destinados a uma reserva especial. Se não absorvido pelos prejuízos subsequentes, esse montante deverá ser pago na forma de dividendos assim que a condição financeira da empresa permitir.

Distribuição de Dividendos

De acordo com a Lei das Sociedades por Ações, devemos realizar uma assembleia geral ordinária dentro do período de quatro meses contados do término do exercício social anterior, na qual, entre outras matérias, os acionistas devem decidir sobre a distribuição de nossos dividendos anuais. Adicionalmente, dividendos intermediários podem ser declarados pelo conselho de administração. Qualquer pagamento de dividendos intermediários deverá ser computado no valor a ser pago como dividendo mínimo obrigatório aos nossos acionistas. Qualquer titular do registro de ações no momento da declaração dos dividendos tem direito a receber tais dividendos. Os dividendos sobre ações mantidas por depositários são pagos ao depositário para distribuição aos acionistas. De acordo com a Lei das Sociedades por Ações, os dividendos devem geralmente ser pagos ao titular dentro de 60 dias depois de o dividendo ter sido declarado, exceto se os acionistas optarem por outra data de pagamento, o que, em ambos os casos, deve ocorrer antes do término do exercício social no qual tal dividendo foi declarado. Dividendos atribuídos a acionistas e não reclamados não renderão juros nem serão passíveis de correção monetária e prescreverão por decurso de prazo em nosso favor depois de decorridos três anos a partir da data em que forem colocados à disposição dos acionistas.

Juros sobre o Capital Próprio

De acordo com a legislação tributária brasileira em vigor, a partir de 1º de janeiro de 1996 as companhias estão autorizadas a distribuir juros sobre o capital próprio ao invés de dividendos e tratar tais pagamentos como despesas dedutíveis para fins de IRPJ e, a partir de 1998, também para fins de CSLL. O pagamento desses juros pode ser feito a critério do conselho de administração, sujeito à aprovação na assembleia geral de acionistas. Tais juros estão limitados à variação diária da TJLP pro rata, não podendo exceder o maior de:

- 50% de nosso lucro líquido (após a dedução de provisões para Contribuição Social incidente sobre o lucro líquido, mas sem levar em conta a provisão para Imposto de Renda e juros sobre o capital próprio) do período com relação ao qual o pagamento for efetuado; ou

Dividendos e política de dividendos

- 50% de nossos lucros acumulados e reservas de lucro no início do exercício fiscal em relação ao qual o pagamento for efetuado.

Para fins contábeis, embora deva ser refletido na demonstração do resultado para ser passível de dedução, o encargo é revertido antes do cálculo do lucro líquido das demonstrações financeiras estatutárias e deduzido do patrimônio líquido de forma semelhante ao dividendo. A porcentagem de 15% (ou 25% se o acionista for residente em um paraíso fiscal) do Imposto de Renda retido na fonte é devido pelos acionistas mediante o recebimento dos juros, mas o imposto é normalmente pago pelas companhias em nome dos acionistas, mediante a distribuição de juros.

De acordo com nosso estatuto social e o parágrafo 7º do artigo 9º da Lei nº 9.249 de 26 de dezembro de 1995, juros sobre o capital próprio podem ser imputados ao pagamento de dividendos para fins de dividendo obrigatório.

Política de Dividendos

Nosso estatuto social prevê a distribuição de dividendos e/ou juros sobre o capital próprio em valor mínimo equivalente a 25% do nosso lucro líquido ajustado, calculado em conformidade com o nosso estatuto social, os artigos 189 e seguintes da Lei das Sociedades por Ações, as Práticas Contábeis Adotadas no Brasil e as regras da CVM.

Não obstante a distribuição de dividendos acima referida, poderemos distribuir dividendos ou juros sobre o capital em montante inferior a 25% do nosso lucro líquido ajustado em qualquer exercício, quando assim exigido por disposição legal ou regulamentar ou, ainda, quando recomendável em vista de nossa situação financeira e/ou perspectivas futuras, condições macroeconômicas, mudanças regulatórias, estratégia de crescimento, limitações contratuais e demais fatores considerados relevantes por nosso conselho de administração e nossos acionistas.

Considerando que fomos constituídos em 6 de agosto de 2009, ainda não tivemos oportunidade de distribuir dividendos aos nossos acionistas.

PRINCIPAIS PRÁTICAS DE GOVERNANÇA CORPORATIVA

Somos uma companhia comprometida em manter altos padrões de governança corporativa, baseada em princípios que privilegiam a transparência e o respeito aos acionistas. Em 15 de janeiro de 2010, celebramos com a BM&FBOVESPA o Contrato de Participação no Novo Mercado, o qual entrará em vigor na data da publicação do Anúncio de Início. Nosso estatuto social contém todas as cláusulas mínimas exigidas pelo Regulamento do Novo Mercado da BM&FBOVESPA.

Práticas de Governança Corporativa e o IBGC

Segundo o IBGC, governança corporativa é o sistema pelo qual as sociedades são dirigidas e monitoradas, envolvendo os relacionamentos entre acionistas, conselho de administração, diretoria, auditores independentes e conselho fiscal. Os princípios básicos que norteiam esta prática são: (1) transparência, (2) equidade, (3) prestação de contas (*accountability*), e (4) responsabilidade corporativa.

Pelo princípio da transparência, entende-se que a administração deve cultivar o desejo de informar não só o desempenho econômico-financeiro da companhia, mas também todos os demais fatores (ainda que intangíveis) que norteiam a ação empresarial. Por equidade entende-se o tratamento justo e igualitário de todos os grupos minoritários, colaboradores, Participantes, fornecedores ou credores. A prestação de contas, por sua vez, caracteriza-se pela prestação de contas da atuação dos agentes de governança corporativa a quem os elegeram, com responsabilidade integral daqueles por todos os atos que praticarem. Por fim, responsabilidade corporativa representa uma visão mais ampla da estratégia empresarial, com a incorporação de considerações de ordem social e ambiental na definição dos negócios e operações.

Dentre as práticas de governança corporativa recomendadas pelo IBGC em seu Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa, adotamos as seguintes:

- capital social dividido somente em ações ordinárias, proporcionando direito de voto a todos os acionistas;
- além das atribuições previstas na Lei de Sociedades por Ações, a assembleia geral de acionistas tem competência para deliberar sobre: (a) eleger ou destituir, a qualquer tempo, conselheiros de administração e conselheiros fiscais; (b) fixação da remuneração global anual dos membros do conselho de administração e da Diretoria, assim como a dos membros do conselho fiscal, se instalado; (c) reforma do estatuto social; (d) transformação, fusão, incorporação, cisão, dissolução e liquidação da Companhia; (e) atribuição de bonificação em ações e decidir sobre eventuais grupamentos e desdobramentos em ações; (f) planos de outorga de opção de compra ou subscrição de ações aos administradores e colaboradores da Companhia, assim como aos administradores e colaboradores de outras sociedades que sejam controladas direta ou indiretamente pela Companhia; (g) proposta apresentada pela administração, sobre a destinação do lucro do exercício e a distribuição de dividendos; (h) eleição do liquidante, bem como do conselho fiscal que deverá funcionar no período de liquidação; (i) a saída do Novo Mercado da BM&FBOVESPA; (j) o cancelamento do registro de companhia aberta perante a CVM, ressalvado o disposto no estatuto social; (l) escolha de empresa especializada responsável pela elaboração de laudo de avaliação das nossas Ações, em caso de cancelamento de registro de companhia aberta ou saída do Novo Mercado, conforme previsto no estatuto social, dentre as empresas indicadas pelo conselho de administração; e (m) qualquer matéria que lhe seja submetida pelo conselho de administração;
- manutenção e divulgação de registro contendo a quantidade de ações que cada sócio possui, identificando-os nominalmente;
- obrigatoriedade na oferta de compra de ações que resulte em transferência do controle societário a todos os sócios e não apenas aos detentores do bloco de controle. Todos os acionistas devem ter a opção de vender suas ações nas mesmas condições. A transferência do controle deve ser feita a preço transparente. No caso de alienação da totalidade do bloco de controle, o adquirente deve dirigir oferta pública a todos os acionistas nas mesmas condições do controlador (*tag-along*);

Principais práticas de governança corporativa

- contratação de empresa de auditoria independente para análise de seus balanços e demonstrativos financeiros;
- previsão estatutária para instalação de um conselho fiscal;
- escolha do local para a realização da assembleia geral de forma a facilitar a presença de todos os sócios ou seus representantes;
- clara definição no estatuto social (a) da forma de convocação da assembleia geral, e (b) da forma de eleição, destituição e tempo de mandato dos membros do conselho de administração e da diretoria;
- não eleição de conselheiros suplentes;
- transparência na divulgação pública do relatório anual da administração;
- livre acesso às informações e instalações da companhia pelos membros do conselho de administração; e
- resolução de conflitos que possam surgir entre a Companhia, seus acionistas, seus administradores e membros do conselho fiscal, por meio de arbitragem.

Novo Mercado

Em dezembro de 2000, a BM&FBOVESPA criou um segmento especial de negociação de ações denominado Novo Mercado. Esse segmento tem como propósito atrair companhias abertas dispostas a fornecer informações ao mercado e aos seus acionistas a respeito de seus negócios, adicionais ao que é exigido pela legislação, e que se comprometam a adotar práticas de governança corporativa, tais como práticas diferenciadas de administração, transparência e proteção aos acionistas minoritários.

As companhias que ingressam no Novo Mercado submetem-se, voluntariamente, a determinadas regras mais rígidas do que aquelas presentes na legislação brasileira, obrigando-se, por exemplo, a (1) emitir apenas ações ordinárias; (2) manter, no mínimo, 25% de ações do capital da companhia em circulação; (3) detalhar e incluir informações adicionais nas informações trimestrais; e (4) disponibilizar as demonstrações financeiras anuais no idioma inglês e com base em princípios de contabilidade internacionalmente aceitos ou com base na legislação societária brasileira, neste caso acompanhadas de nota explicativa que demonstre a conciliação do resultado do exercício e do patrimônio líquido apurados segundo os critérios contábeis brasileiros e segundo os padrões de contabilidade internacionalmente aceitos, evidenciando as principais diferenças, e do parecer dos auditores independentes. A adesão ao Novo Mercado se dá por meio da assinatura de contrato entre a companhia, seus administradores e Acionistas Controladores e a BM&FBOVESPA, além da adaptação do estatuto da companhia de acordo com as regras contidas no Regulamento do Novo Mercado.

As regras do nosso estatuto social relativas à sua adoção ao Regulamento do Novo Mercado são descritas na seção “Descrição do Capital Social– Cancelamento do Registro de Companhia Aberta / Saída do Novo Mercado / Divulgação Negociação por Acionista Controlador, Membro do conselho de administração, Diretor ou Membro do conselho Fiscal”, na página 154 deste Prospecto.

Ao assinar os contratos, as companhias devem adotar as normas e práticas do Novo Mercado. As regras impostas pelo Novo Mercado visam a conceder transparência com relação às atividades e situação econômica das companhias ao mercado, bem como maiores poderes para os acionistas minoritários de participação na administração das companhias, entre outros direitos. As principais regras relativas ao Novo Mercado são sucintamente descritas a seguir, às quais a Companhia também estará sujeita.

Nossas ações ordinárias serão admitidas à negociação no Novo Mercado da BM&FBOVESPA no dia seguinte ao da publicação do Anúncio de Início.

Autorização para Negociação no Novo Mercado

Primeiramente, a companhia que tenha intenção de listar seus valores mobiliários no Novo Mercado deve obter e manter atualizado seu registro de companhia aberta junto à CVM. Além disso, a companhia deve, entre outras condições, firmar Contrato de Participação no Novo Mercado e adaptar seu estatuto às cláusulas mínimas exigidas pela BM&FBOVESPA. Com relação à estrutura do capital social, deve ser dividido exclusivamente em ações ordinárias e uma parcela mínima de ações, representando 25% do capital social, deve ser mantida em circulação pela companhia. Existe, ainda, uma vedação à emissão de partes beneficiárias (ou manutenção em circulação) pelas companhias listadas no Novo Mercado.

O conselho de administração de companhias autorizadas a terem suas ações negociadas no Novo Mercado deve ser composto por no mínimo 5 membros, eleitos pela assembleia geral, com mandato unificado de, no máximo, 2 anos, sendo permitida a reeleição. Dos membros do conselho de administração, ao menos 20% devem ser Conselheiros Independentes.

Todos os novos membros do conselho de administração e da diretoria devem subscrever um Termo de Anuência dos Administradores, condicionando a posse nos respectivos cargos à assinatura desse documento. Por meio do Termo de Anuência, os novos administradores da companhia responsabilizam-se pessoalmente a agir em conformidade com o Contrato de Participação no Novo Mercado, com o Regulamento da Câmara de Arbitragem do Mercado e com o Regulamento do Novo Mercado.

Outras Características do Novo Mercado

Dentre outros requisitos impostos às companhias listadas no Novo Mercado, destacamos: (1) a obrigação de efetivar ofertas públicas de ações sob determinadas circunstâncias, como, por exemplo, quando do cancelamento do registro de negociação no Novo Mercado; (2) dever de efetivar ofertas de ações sempre de modo a favorecer a dispersão acionária; (3) extensão para todos os acionistas das mesmas condições obtidas pelos controladores quando da alienação do controle da companhia; (4) obrigações de prestação de informações não financeiras a cada trimestre, como, por exemplo, o número de ações detidas pelos administradores da companhia e o número de ações em circulação; (5) dever de maior divulgação de operações com partes relacionadas; e (6) necessária vinculação da companhia, seus acionistas controladores, administradores e membros do conselho fiscal ao Regulamento da Câmara de Arbitragem do Mercado da BM&FBOVESPA para a resolução de conflitos que possam surgir entre eles, relacionados ou oriundos da aplicação, validade, eficácia, interpretação, violação e seus efeitos, das disposições contidas na Lei das Sociedades por Ações, no estatuto social da companhia, nas normas editadas pelo CMN, BACEN e CVM, além daquelas constantes do Regulamento do Novo Mercado, do Regulamento da Câmara de Arbitragem do Mercado e do Contrato de Participação no Novo Mercado.

Adicionalmente, em decorrência da edição da Resolução 3.121/2003, que estabeleceu novas regras de aplicação dos recursos das entidades fechadas de previdência privada, ações de emissão de companhias que adotam práticas diferenciadas de governança corporativa, tais como aquelas cujos valores mobiliários são admitidos a negociação no segmento especial Novo Mercado ou cuja classificação de listagem seja Nível 1 ou Nível 2 de acordo com a regulamentação emitida pela BM&FBOVESPA podem ter maior participação na carteira de investimento de tais fundos de pensão. Assim, as ações de companhias que adotam práticas de governança corporativa passaram a ser, desde a edição da referida Resolução, um investimento importante e atraente para as entidades fechadas de previdência privada que são grandes investidores do mercado de capitais brasileiro. Este fato poderá impulsionar o desenvolvimento do Novo Mercado, beneficiando as companhias cujos valores mobiliários são ali negociados, inclusive a companhia.

Nossos acionistas gozam de todos os direitos e garantias previstos no Regulamento do Novo Mercado, conforme contemplados por nosso estatuto social, anexo a este Prospecto. Para mais informações ver “Descrição do Capital Social e Estatuto Social” na página 154 deste Prospecto.

3. INFORMAÇÕES FINANCEIRAS

- Demonstrações Financeiras *Carve Out* do Programa TAM Fidelidade relativas aos períodos de nove meses encerrados em 30 de setembro de 2008 e 2009, e respectivo Relatório de Revisão Limitada dos Auditores Independentes
- Demonstrações Financeiras *Carve Out* do Programa TAM Fidelidade relativas aos anos encerrados em 31 de dezembro de 2007 e 2008, e respectivo Parecer dos Auditores Independentes
- Informações Financeiras *Pro Forma Carve Out* do Programa TAM Fidelidade relativas ao ano encerrado em 31 de dezembro de 2008 e aos períodos de nove meses encerrados em 30 de setembro de 2008 e 2009
- Demonstrações Financeiras da Companhia relativas ao período de 6 de agosto de 2009 (data de constituição da Companhia) a 30 de setembro de 2009, e respectivo Parecer dos Auditores Independentes

(Esta página foi intencionalmente deixada em branco)

-
- Demonstrações Financeiras *Carve Out* do Programa TAM Fidelidade relativas aos períodos de nove meses encerrados em 30 de setembro de 2008 e 2009, e respectivo Relatório de Revisão Limitada dos Auditores Independentes

(Esta página foi intencionalmente deixada em branco)

Programa TAM Fidelidade

**Demonstrações financeiras interinas *carve-out*
30 de setembro de 2009 e de 2008
e relatório dos auditores independentes
sobre as revisões limitadas**

Relatório dos auditores independentes sobre as revisões limitadas

À Diretoria e aos Acionistas
TAM S.A.

- 1 Efetuamos revisões limitadas das demonstrações da posição financeira *carve-out* do "Fidelidade - Programa de recompensas da TAM" (o "Programa") em 30 de setembro de 2009 e das correspondentes demonstrações do resultado e do resultado abrangente *carve-out*, das mutações dos ativos líquidos *carve-out* e dos fluxos de caixa *carve-out* dos períodos de nove meses findos em 30 de setembro de 2009 e de 2008, elaborados sob a responsabilidade da administração da TAM S.A. Nossa responsabilidade é a de emitir relatório sobre essas informações financeiras interinas *carve-out*.
- 2 Nossas revisões foram efetuadas de acordo com as normas específicas estabelecidas pelo IBRACON - Instituto dos Auditores Independentes do Brasil e consistiram, principalmente, na aplicação de procedimentos de revisão analítica dos dados financeiros e na averiguação dos critérios adotados na elaboração das informações financeiras interinas *carve-out* junto aos responsáveis pelas áreas Contábil e Financeira. Considerando que essas revisões não representaram um exame de acordo com as Normas de Auditoria Independente das informações financeiras interinas *carve-out*, não estamos expressando opinião sobre as referidas informações financeiras interinas *carve-out*.
- 3 Com base em nossas revisões limitadas, não temos conhecimento de qualquer modificação relevante que deva ser feita nas referidas informações financeiras interinas *carve-out* para que as mesmas estejam de acordo com de acordo com as Normas Internacionais de Reporte Financeiro ("IFRS") conforme aprovados pelo *International Standards Accounting Board* ("IASB").
- 4 Ressaltamos que, conforme descrito na Nota 2, o "Fidelidade - Programa de recompensas da TAM" não operou como uma entidade separada durante os períodos cobertos pelas informações financeiras interinas *carve-out*. As informações financeiras interinas *carve-out*

TAM S.A.

não refletem necessariamente, portanto, a posição financeira, os resultados das operações e os fluxos de caixa que poderiam ter existido caso o Programa tivesse operado como uma entidade separada durante os períodos apresentados nem a posição financeira, resultados ou fluxos de caixa futuros do Programa.

São Paulo, 15 de dezembro de 2009



PricewaterhouseCoopers
Auditores Independentes
CRC 2SP000160/O-5



Carlos Alberto de Sousa
Contador CRC 1RJ056561/O-0 "S" SP

Programa TAM Fidelidade

Demonstrações da posição financeira interina *carve-out* Em milhares de reais

Ativo	30 de setembro de 2009 (Não auditado)	31 de dezembro de 2008	Passivo e ativos líquidos	30 de setembro de 2009 (Não auditado)	31 de dezembro de 2008
Não circulante					
Imobilizado	24	14	Não circulante	1.787	
Ativos intangíveis	2.720		Passivos financeiros (Nota 7)		
Imposto de renda e contribuição social diferidos (Nota 13)	186.800	156.792		1.787	
	189.544	156.806	Circulante		
			Receita diferida (Nota 8)	604.746	507.708
Circulante			Passivos financeiros (Nota 7)	883	
Contas a receber (Nota 5)	140.818	105.828	Imposto de renda e contribuição social correntes (Nota 13)	158.142	165.998
Impostos antecipados	55.939	46.963	Outros passivos circulantes	941	630
	196.757	152.791		764.712	674.336
			Ativos líquidos	766.499	674.336
			Total do passivo e ativos líquidos	(380.198)	(364.739)
Total do ativo	386.301	309.597		386.301	309.597

As notas explicativas da administração são parte integrante destas demonstrações financeiras interinas *carve-out*.

Programa TAM Fidelidade

Demonstrações do resultado *carve-out* e demonstrações do resultado abrangente *carve-out*

Período de nove meses findos em 30 de setembro de 2009 e de 2008

Em milhares de reais

	<u>2009</u>	<u>2008</u>
	<u>(Não auditado)</u>	<u>(Não auditado)</u>
Receita líquida (Nota 10)	<u>458.836</u>	<u>349.705</u>
Despesas operacionais (Nota 11)	<u>(82.043)</u>	<u>(46.926)</u>
Lucro operacional	<u>376.793</u>	<u>302.779</u>
Receita financeira (Nota 12)	141	
Despesa financeira (Nota 12)	<u>(68)</u>	
Lucro antes dos impostos de renda e contribuição social	<u>376.866</u>	<u>302.779</u>
Impostos de renda e contribuição social (Nota 13)	<u>(128.134)</u>	<u>(102.945)</u>
Lucro líquido do período	<u><u>248.732</u></u>	<u><u>199.834</u></u>

As notas explicativas da administração são parte integrante destas demonstrações financeiras interinas *carve-out*.

Programa TAM Fidelidade

**Demonstrações das mutações
dos ativos líquidos *carve-out*
Período de nove meses findos em
30 de setembro de 2009 e de 2008
Em milhares de reais**

	Ativos líquidos
Em 1º de janeiro de 2008 (não auditado)	<u>(284.649)</u>
Transações com acionistas	
Plano de opções de ações da TAM S.A.	342
Distribuição líquida para a TAM S.A.	<u>(215.828)</u>
Transações totais com acionista	<u>(215.486)</u>
Lucro e receita abrangente no período	<u>199.834</u>
Em 30 de setembro de 2008 (não auditado)	<u><u>(300.301)</u></u>
Em 1º de janeiro de 2009 (não auditado)	<u>(364.739)</u>
Transações com acionistas	
Plano de opções de ações da TAM S.A.	301
Distribuição líquida para a TAM S.A.	<u>(264.491)</u>
Transações totais com acionista	<u>(264.191)</u>
Lucro e receita abrangente no período	<u>248.732</u>
Em 30 de setembro de 2009 (não auditado)	<u><u>(380.198)</u></u>

As notas explicativas da administração são parte integrante destas demonstrações financeiras interinas *carve-out*.

Programa TAM Fidelidade

Demonstrações dos fluxos de caixa *carve-out*
Período de nove meses findos em
30 de setembro de 2009 e de 2008
Em milhares de reais

	<u>2009</u>	<u>2008</u>
	(Não auditado)	(Não auditado)
Fluxo de caixa das atividades operacionais		
Caixa gerado pelas atividades operacionais (Nota 15)	430.509	317.790
Impostos pagos	<u>(165.998)</u>	<u>(101.962)</u>
Caixa líquido gerado pelas atividades operacionais	<u>264.511</u>	<u>215.828</u>
Fluxo de caixa das atividades de investimento		
Aquisições de imobilizado	(44)	
Aquisições de ativos intangíveis	<u>(2.720)</u>	
Caixa líquido usado em atividades de investimento	<u>(2.764)</u>	
Fluxo de caixa das atividades de financiamento		
Distribuições para TAM S.A.	(565.745)	(405.020)
Contribuições de TAM S.A.	301.255	189.192
Emissão de empréstimos	<u>2.743</u>	
Caixa líquido utilizado nas atividades de financiamento	<u>(261.747)</u>	<u>(215.828)</u>
Aumento (redução) líquido no caixa e equivalentes de caixa		
Caixa e equivalentes de caixa no início do período	<u> </u>	<u> </u>
Caixa e equivalentes de caixa no final do período	<u> </u>	<u> </u>

As notas explicativas da administração são parte integrante destas demonstrações financeiras interinas *carve-out*.

Programa TAM Fidelidade

Notas explicativas da administração às demonstrações financeiras interinas *carve-out* (não auditadas)

no período de nove meses findos em
30 setembro de 2009 e de 2008

Em milhares de reais, exceto quando indicado de outra forma

1 Contexto operacional

A TAM S.A. ("TSA") é uma empresa listada na BM&FBOVESPA - Bolsa de Valores, Mercadorias e Futuros ("BM&FBOVESPA") e na Bolsa de Valores de Nova York, com sede no Brasil e que através da sua controlada TAM Linhas Aéreas S.A. ("TAM") atua no setor de linhas aéreas. A TAM opera desde 1993 um programa de fidelidade chamado Programa TAM Fidelidade ("Fidelidade") que premia os clientes que voam nos voos da TAM com pontos de Fidelidade ("Pontos de Fidelidade"), que somente podem ser resgatados por passagens aéreas gratuitas na TAM e algumas outras empresas aéreas parceiras com as quais a TAM tenha acordo de operação. A TAM também vende Pontos de Fidelidade a terceiros (conhecidos como parceiros comerciais) tais como emissores de cartão de crédito, bancos, hotéis e outros que, por sua vez, dão Pontos de Fidelidade para seus próprios clientes.

Em junho de 2009, a TAM lançou um novo programa de fidelidade chamado Multiplus ("Multiplus") que representa um programa de fidelização que visa criar uma rede de programas de fidelidade de empresas em diversos setores do Brasil e outros países, especialmente na América Latina. Em conexão com o início do programa Multiplus, a TAM introduziu em agosto de 2009 a possibilidade de resgatar Pontos Fidelidade por produtos (além de bilhetes aéreos gratuitos) que são adquiridos do Programa TAM Fidelidade junto a terceiros fornecedores.

O programa Multiplus permite o acúmulo de pontos Multiplus ("Pontos Multiplus"), que podem ser resgatados por produtos ou serviços que o Multiplus possa vir a adquirir de diferentes empresas ou podem ser trocados por pontos de determinados parceiros comerciais que possuem seus próprios programas de fidelidade (os "Parceiros de Resgate"). Na data das presentes demonstrações financeiras interinas *carve-out* (não auditado), os Parceiros de Resgate incluem a TAM, as operações brasileiras do varejista WalMart, a Ipiranga, uma operadora de postos de serviço automotivo e a Livraria Cultura. Os acordos com esses Parceiros de Resgate firmados com o Programa TAM Fidelidade estabelecem que a partir de 1º de janeiro de 2010 eles serão automaticamente transferidos ao Multiplus.

O Multiplus venderá os Pontos Multiplus para parceiros ("Parceiros de Resgate") que inclui a TAM. Tais Parceiros de Resgate concederão, a seus clientes, os Pontos Multiplus a seus clientes que podem ser resgatados conforme descrito acima.

Em 6 de agosto de 2009, a TAM incorporou a subsidiária integral atualmente denominada a Multiplus S.A. ("Multiplus") e a entidade operará o programa Multiplus de fidelidade (o "Programa Multiplus").

Programa TAM Fidelidade

Notas explicativas da administração às demonstrações financeiras interinas *carve-out* (não auditadas)

no período de nove meses findos em
30 setembro de 2009 e de 2008

Em milhares de reais, exceto quando indicado de outra forma

Também, em 9 de dezembro de 2009, foram executados dois acordos entre a TAM e a Multiplus: (a) um "Acordo Operacional" e (b) um "Acordo de Serviços Compartilhados". O Acordo Operacional possui uma vigência de quinze anos e o acordo de serviços compartilhados possui uma vigência de cinco anos. Tanto o Acordo de Operação quanto o Acordo de Serviços Compartilhados podem ser cancelados por qualquer uma das partes com notificação prévia.

Nos termos do Acordo Operacional, a partir de 1º de janeiro de 2010:

- (a) a Multiplus gerenciará e operará o Programa TAM Fidelidade. O gerenciamento do programa inclui, entre outras atividades, responsabilidade por todos os contatos com clientes do Fidelidade, incluindo o envio de comunicações, declarações e outros documentos, o processamento de todas as informações sobre a emissão e resgate dos pontos e a responsabilidade pelo recebimento e processamento dos pedidos de resgate. A TAM pagará uma quantia mensal fixa à Multiplus para gerenciar e operar o Programa TAM Fidelidade;
- (b) a TAM cessará a emissão de Pontos de Fidelidade sob o Programa TAM Fidelidade para seus clientes que adquirem uma passagem aérea. A TAM adquirirá, em vez disso, os Pontos Multiplus da Multiplus a fim de conceder tais Pontos Multiplus para seus clientes que adquirem uma passagem aérea. Os Pontos Fidelidade existentes emitidos até essa data sob o Programa TAM Fidelidade podem ser resgatados pelos detentores de Pontos Fidelidade por bilhetes aéreos da TAM ou por outros prêmios descritos acima. Durante o período de 30 meses, a partir de 1º de janeiro de 2010, a TAM reembolsará a Multiplus pelos custos incorridos em relação aos Pontos de Fidelidade emitidos até 31 de dezembro de 2009. Se as recompensas forem resgatadas utilizando tanto os Pontos de Fidelidade emitidos até 31 de dezembro de 2009 e os Pontos Multiplus emitidos subsequentemente, a TAM reembolsará a Multiplus pelo custo das recompensas, com base na proporção dos Pontos de Fidelidade resgatados ao total de pontos resgatados;
- (c) a Multiplus venderá os Pontos Multiplus para a TAM a um preço acordado contratualmente. O preço acordado contratualmente é uma quantia fixa por lote de 1.000 pontos;
- (d) a Multiplus adquirirá as passagens aéreas da TAM a fim de concedê-las a portadores de Pontos Multiplus que resgatem os Pontos Multiplus em troca de passagens aéreas. O preço por passagem a ser pago pela Multiplus à TAM é uma quantia fixa, dependendo da categoria do serviço, o tipo de voo (curtos ou longos) e a quantidade de pontos utilizados para o resgate.

Programa TAM Fidelidade

Notas explicativas da administração às demonstrações financeiras interinas *carve-out* (não auditadas)

no período de nove meses findos em 30 setembro de 2009 e de 2008

Em milhares de reais, exceto quando indicado de outra forma

Sob os termos do Acordo de Serviços Compartilhados, a TAM fornecerá à Multiplus serviços como contabilidade, tesouraria, planejamento, central de atendimento, jurídico, recursos humanos, tecnologia da informação e outros. A Multiplus pagará uma quantia mensal fixa por cada grupo de serviços.

Os preços cobrados sob o Acordo Operacional e o Acordo de Serviços Compartilhados, respectivamente, podem estar sujeitos à renegociação anual nos termos a serem acordados mutuamente entre a TAM e o Multiplus.

Em 15 de dezembro de 2009, o Conselho de Administração da TAM aprovou o início do processo de listar as ações do Multiplus na BM&FBOVESPA e fazer uma oferta pública inicial de ações existentes do Multiplus.

2 Base de preparação das demonstrações financeiras interinas *carve-out* (não auditado)

Estas demonstrações financeiras interinas *carve-out* foram preparadas para apresentar a posição financeira *carve-out* histórica, a demonstração de resultado *carve-out* e o fluxo de caixa *carve-out* do Programa TAM Fidelidade.

As demonstrações financeiras interinas *carve-out* do Programa TAM Fidelidade foram derivadas dos registros contábeis e demonstrações financeiras da TSA preparados de acordo com as Normas Contábeis Internacionais - *International Financial Reporting Standards* ("IFRS"), emitidas pelo *International Accounting Standards Board* ("IASB"). As demonstrações financeiras do Programa TAM Fidelidade foram preparadas em base *carve-out* e não refletem necessariamente o que seria a posição financeira, os resultados das operações ou o fluxo de caixa se o Programa TAM Fidelidade tivesse operado como uma entidade separada ou os resultados futuros do Multiplus.

Durante todos os períodos apresentados, o Programa TAM Fidelidade era parte do negócio da TAM. O Programa TAM Fidelidade possuía, para todos os períodos apresentados, uma equipe de gerenciamento e funcionários dedicados e a TAM acumulou, registrou e controlou os custos diretos para operar o Programa TAM Fidelidade em centros de custo específicos. Entretanto, certas atividades corporativas, tais como contabilidade, tesouraria, tecnologia de informação e jurídica foram executadas de forma centralizada pela TAM para todas as suas atividades de negócio, incluindo o Programa TAM Fidelidade. Existe também uma central de atendimento que serviu tanto para clientes da TAM e do Programa TAM Fidelidade. As

Programa TAM Fidelidade

Notas explicativas da administração às demonstrações financeiras interinas *carve-out* (não auditadas)

no período de nove meses findos em
30 setembro de 2009 e de 2008

Em milhares de reais, exceto quando indicado de outra forma

atividades de propaganda e *marketing* executadas durante os períodos apresentados especificamente para o Programa TAM Fidelidade foram consideradas custo direto do Programa TAM Fidelidade nos registros contábeis da TAM.

Para o propósito dessas demonstrações financeiras interinas *carve-out*, as metodologias descritas abaixo foram utilizadas para segregar ativos, passivos, receitas, despesas e fluxo de caixa entre o Programa TAM Fidelidade e outras atividades da TAM.

Os ativos, passivos e resultados de operações do Programa TAM Fidelidade foram divididos utilizando uma identificação específica com base nos registros históricos e divisão organizacional existentes da TAM, quando possível. Ativos que incluem contas a receber, imobilizado e impostos antecipados foram especialmente identificados. Passivos que incluem outros passivos circulantes e receitas diferidas também foram especialmente identificados. Nenhum ativo significativo compartilhado entre a TAM e o Programa TAM Fidelidade foi identificado. Os saldos de impostos sobre a receita foram determinados seguindo o método de rateio, conforme descrito abaixo.

As despesas de operação incluem:

- (a) alocação de custos diretos para a TAM das passagens aéreas premiadas no resgate de Pontos de Fidelidade, conforme registros contábeis existentes da TAM, que consistem dos custos incrementais de transporte de um passageiro num voo agendado (combustível adicional, seguro e serviço de bordo);
- (b) os custos de venda, gerais e administrativos do Programa TAM Fidelidade alocados nos centros de custo da TAM, incluindo plano de pagamento com base em ações;
- (c) alocação das seguintes despesas gerais da TAM seguindo os critérios descritos abaixo:
 - (i) Custo da Central de Atendimento - a central de atendimento serviu clientes da TAM e aqueles do Programa TAM Fidelidade. Os custos da central de atendimento foram alocados nas demonstrações financeiras interinas *carve-out* com base na quantidade de passagens aéreas resgatadas pelos Pontos Fidelidade em relação ao total de passagens aéreas emitidas.
 - (ii) Custos administrativos e gerais - incluem quantias alocadas para tecnologia de informação, serviços jurídicos, contabilidade, tesouraria e recursos humanos que são fornecidos de forma centralizadas pela TAM e foram alocados no Programa TAM Fidelidade com base em diferentes critérios, incluindo principalmente a análise de números de funcionários envolvidos e o volume de atividades do Programa TAM Fidelidade em relação às atividades totais da TAM.

Programa TAM Fidelidade

Notas explicativas da administração às demonstrações financeiras interinas *carve-out* (não auditadas)

no período de nove meses findos em
30 setembro de 2009 e de 2008

Em milhares de reais, exceto quando indicado de outra forma

Os impostos sobre a receita foram registrados como se o Programa TAM Fidelidade fosse um contribuinte separado. Como resultado, a receita tributável foi determinada com base no lucro do período em uma base *carve-out* e ajustada para refletir as regulamentações de imposto para atingir a receita tributável. A determinação das despesas de imposto de renda é baseada em pressupostos, atribuições e estimativas, incluindo aquelas utilizadas na preparação das demonstrações financeiras interinas *carve-out*.

A TAM utilizou uma abordagem centralizada para o gerenciamento de caixa e para o financiamento de suas operações financeiras. Seus sistemas não rastreavam os saldos e débitos de caixa em negócio específico. Nenhum dos débitos da TAM é especialmente identificável para o Programa TAM Fidelidade. Como resultado, todas as quantias em dinheiro recebidas do negócio do Programa TAM Fidelidade estão registradas como uma distribuição para o único acionista, a TAM, e todos os pagamentos em dinheiro feitos em relação às atividades do Programa TAM Fidelidade estão registrados como uma contribuição do único acionista, a TAM, para o Programa TAM Fidelidade.

Os ativos líquidos do Programa TAM Fidelidade representam o valor residual dos ativos do negócio após deduzir todos os passivos. Uma vez que o Programa TAM Fidelidade não existe como uma pessoa jurídica separada, não há quaisquer componentes separados do patrimônio líquido, tais como capital social ou reservas.

A administração acredita que essas alocações representam de forma apropriada o balanço patrimonial, a demonstração do resultado e o fluxo de caixa do Programa TAM Fidelidade. Porém, as demonstrações financeiras do Programa TAM Fidelidade foram preparadas com base no *carve-out* e não refletem necessariamente o que o balanço patrimonial, resultado de operações ou fluxo de caixa seriam se o Programa TAM Fidelidade tivesse operado como uma entidade separada ou os resultados futuros da Multiplus.

3 Políticas contábeis

Estas demonstrações financeiras interinas *carve-out* (não auditado) foram preparadas de acordo com as IFRS, emitidas pelo IASB, usando o real como a moeda funcional e de divulgação.

As demonstrações financeiras interinas *carve-out* (não auditado) são preparadas sob a convenção de custo histórico a menos que indicado o contrário.

Programa TAM Fidelidade

Notas explicativas da administração às demonstrações financeiras interinas *carve-out* (não auditadas)

no período de nove meses findos em
30 setembro de 2009 e de 2008

Em milhares de reais, exceto quando indicado de outra forma

Estas demonstrações financeiras interinas *carve-out* (não auditado) foram aprovadas pelo Conselho de Administração da TAM e pela diretoria executiva do Multiplus em 14 de dezembro de 2009.

As principais políticas contábeis adotadas na preparação destas demonstrações financeiras interinas *carve-out* (não auditado) estão descritas abaixo.

3.1 Moeda estrangeira

(a) Moeda funcional e de apresentação

Os itens incluídos nas demonstrações financeiras interinas *carve-out* (não auditado) são apresentados usando a moeda do ambiente econômico principal no qual o Programa TAM Fidelidade opera (a "moeda funcional"). As demonstrações financeiras interinas *carve-out* (não auditado) são apresentadas em reais ("reais"), que também é a moeda funcional do Programa TAM Fidelidade.

(b) Operações e saldos

As operações em moeda estrangeira são convertidas para a moeda funcional utilizando as taxas de câmbio vigentes nas datas das operações. Os saldos de ativos e passivos são convertidos na taxa de câmbio na data do fechamento dos balanços patrimoniais. Os ganhos e perdas de câmbio na liquidação de tais operações e a conversão de ativos e passivos monetários em moedas estrangeiras são registrados no resultado.

3.2 Imobilizado

O imobilizado é registrado ao custo menos a depreciação. Os custos correspondem ao custo histórico de aquisição.

A depreciação é calculada utilizando o método linear para alocar seus custos aos seus valores residuais sobre sua vida útil estimada, conforme segue:

	<u>Anos</u>
Móveis e equipamentos	10
Computadores	5

Programa TAM Fidelidade

Notas explicativas da administração às demonstrações financeiras interinas *carve-out* (não auditadas)

no período de nove meses findos em
30 setembro de 2009 e de 2008

Em milhares de reais, exceto quando indicado de outra forma

Ganhos e perdas na alienação são determinados pela comparação do resultado da venda com o valor residual e são reconhecidos na demonstração de resultado.

3.3 Ativos intangíveis

As despesas relativas à manutenção de *software* são reconhecidas como despesas quando incorridas. As despesas diretamente relacionadas com *software* desenvolvido internamente e outros projetos de tecnologia da informação incluem materiais, custos incorridos com empresas de desenvolvimento de *software* e outros custos diretos. Elas são capitalizadas como ativos intangíveis quando é provável que gerem benefícios econômicos maiores que seu custo, considerando sua viabilidade econômica e tecnológica. Os custos de desenvolvimento de *software* reconhecidos como ativos são amortizados linearmente durante sua vida útil, que normalmente não ultrapassa três anos.

3.4 *Impairment* de ativos não circulantes

O imobilizado e outros ativos não circulantes, quando aplicável, são revisados para fins de *impairment* sempre que eventos ou circunstâncias surgirem que seu valor contábil pode não ser recuperável. As perdas por *impairment* são reconhecidas pelo montante em que o valor contábil do ativo ultrapassa seu valor recuperável, que é o maior entre o preço líquido de venda e o valor em uso do ativo. Para fins de avaliação, os ativos são agrupados no menor grupo de ativos para o qual tem fluxo de caixa identificado separadamente (Unidade de geração de caixa ou "UGC").

3.5 Ativos financeiros

O Programa TAM Fidelidade classifica seus ativos financeiros nas seguintes categorias: mensurados ao valor justo por meio do resultado (incluindo instrumentos financeiros derivativos, quando aplicável), empréstimos e recebíveis. A classificação depende da finalidade para a qual os ativos financeiros foram adquiridos. A administração determina a classificação de seus ativos financeiros no reconhecimento inicial. Nenhum ativo financeiro foi classificado ao valor justo através do resultado para qualquer período apresentado.

(a) Empréstimos e recebíveis

Os empréstimos e recebíveis são ativos financeiros não derivativos com pagamentos fixos ou determináveis que não são cotados em um mercado ativo. São avaliados pelo custo amortizado e são incluídos no ativo circulante, exceto para aqueles com vencimento superior a 12 meses após a data do balanço, que são classificados como ativos não circulantes. Os empréstimos e recebíveis incluem as "Contas a receber" no balanço.

Programa TAM Fidelidade

Notas explicativas da administração às demonstrações financeiras interinas *carve-out* (não auditadas)

no período de nove meses findos em 30 setembro de 2009 e de 2008

Em milhares de reais, exceto quando indicado de outra forma

(b) Instrumentos financeiros derivativos

Inicialmente, os derivativos são reconhecidos pelo valor justo na data em que um contrato derivativo é celebrado e são, subsequentemente, remensurados ao seu valor justo. Os custos de transação são registrados no resultado quando incorridos. Nenhum derivativo foi contratado pelo Programa TAM Fidelidade durante qualquer um dos períodos apresentados.

(c) *Impairment* de ativos financeiros

Na data do balanço o Programa TAM Fidelidade avalia se há evidência objetiva de que um ativo financeiro está registrado por valor acima de seu valor recuperável (*impairment*).

3.6 Contas a receber

As contas a receber são reconhecidas inicialmente pelo valor justo e posteriormente avaliadas pelo custo amortizado utilizando o método de taxa efetiva, deduzido a provisão para perdas por valor recuperável. Na prática, devido à natureza de curto prazo das contas a receber, elas geralmente são reconhecidas pelo montante faturado. Uma provisão para perdas por valor recuperável de contas a receber é estabelecida quando há uma evidência objetiva de que o Programa TAM Fidelidade não será capaz de cobrar todas as quantias devidas, de acordo com os termos originais das contas a receber.

O valor do ativo é deduzido da provisão para perdas, e o valor da perda é reconhecido no resultado do exercício. Quando um contas a receber é considerado incobrável ele é baixado contra a provisão para perdas. Valores que haviam sido baixados e que foram recuperados de forma subsequente são registrados no resultado.

3.7 Planos de pensão

Os funcionários do Programa TAM Fidelidade participam nos planos de contribuição definidas. Uma vez feita as contribuições, o Programa TAM Fidelidade não possui nenhuma responsabilidade por pagamentos adicionais. As contribuições regulares incluem os custos periódicos líquidos do período quando são devidos e, dessa forma, são incluídos nas despesas de pessoal.

3.8 Contas a pagar e outros passivos circulantes

As contas a pagar e outros passivos circulantes são reconhecidos inicialmente pelo valor justo e, posteriormente, calculados pelo custo amortizado utilizando o método de taxa efetiva. Na

Programa TAM Fidelidade

Notas explicativas da administração às demonstrações financeiras interinas *carve-out* (não auditadas)

**no período de nove meses findos em
30 setembro de 2009 e de 2008**

Em milhares de reais, exceto quando indicado de outra forma

prática, devido à natureza de curto prazo do contas a pagar e outros passivos circulantes, geralmente são reconhecidas pelo montante faturado.

3.9 Imposto de renda e contribuição social

O imposto de renda e a contribuição social, corrente e diferido, são calculados com base nas alíquotas de 25% e 9% respectivamente. No cálculo do imposto de renda e contribuição social corrente pode-se compensar valores de prejuízos fiscais e bases negativas de contribuição social até o limite de 30%.

O encargo de imposto de renda corrente é calculado com base nas leis tributárias promulgadas, ou substancialmente promulgadas pela legislação fiscal brasileira. A administração avalia, periodicamente, as posições assumidas pela companhia nas declarações de imposto de renda com relação às situações em que a regulamentação fiscal aplicável dá margem a interpretações. Estabelece provisões, quando apropriado, com base nos valores que deverão ser pagos às autoridades fiscais.

O imposto de renda diferido é calculado usando o método do passivo usando as alíquotas promulgadas para o período quando o ativo é realizado ou o passivo liquidado, com base nas taxas promulgadas ou substancialmente promulgado na data do balanço.

O imposto de renda diferido ativo é reconhecido somente na proporção da probabilidade de que o lucro real futuro esteja disponível e as diferenças temporárias possam ser usadas.

3.10 Provisões

As provisões são reconhecidas quando uma obrigação legal ou não formalizada como resultado de eventos passados, e é provável que uma saída de recursos seja necessária para liquidar a obrigação e uma estimativa confiável de valor possa ser feita. As provisões são mensuradas pelo valor presente dos gastos que devem ser necessários para liquidar a obrigação utilizando, quando aplicável, uma taxa de desconto baseada nas taxas de juros atuais de mercado e que reflita os riscos relacionados com o passivo.

3.11 Receita e receita diferida

Sob Programa TAM Fidelidade, os pontos de fidelidade são acumulados ao voar com a TAM ou com companhias aéreas parceiras, ou ao fazer compras utilizando um cartão de crédito do programa de fidelidade da TAM, ou utilizando os serviços e produtos dos parceiros comerciais.

Programa TAM Fidelidade

Notas explicativas da administração às demonstrações financeiras interinas *carve-out* (não auditadas)

no período de nove meses findos em
30 setembro de 2009 e de 2008

Em milhares de reais, exceto quando indicado de outra forma

Os pontos de fidelidade emitidos em conexão com a venda de passagens aéreas pela TAM são reconhecidos como um componente identificável separadamente do preço de venda, com base no valor justo estimado dos pontos atribuídos. Essa receita é calculada (considerando apenas os Pontos Fidelidade que se esperam ser resgatados com base em experiência histórica), sendo inicialmente diferida e depois reconhecida na demonstração de resultado como receita quando os pontos são resgatados. Como o resultado, nenhuma receita pela emissão de Pontos Fidelidade foi alocada nessas demonstrações financeiras interinas *carve-out* no que diz respeito aos Pontos Fidelidade emitidos em conexão com a venda de passagens aéreas das quais não se esperam ser resgatadas, conhecido como *breakage*. A receita inclui também a receita proveniente da venda de pontos de fidelidade de terceiros, tais como companhias aéreas parceiras, empresas de cartão de crédito e outros parceiros comerciais de fidelidade. Essa receita é diferida e reconhecida na demonstração dos resultados quando os pontos são resgatados.

A receita também é reconhecida sob "Outras receitas" para as taxas cobradas pelo Programa TAM Fidelidade dos cartões de crédito que utilizam o nome da marca "Fidelidade" entre outras.

3.12 Remuneração com base em ações

A TAM oferece a empregados e executivos planos de remuneração com base em ações, liquidados em ações. O valor justo dos serviços do empregado, recebido em troca da outorga de opções, é reconhecido como despesa.

O valor total a ser destinado é determinado mediante a referência ao valor justo das opções outorgadas, excluindo o impacto de quaisquer condições de aquisições de direitos que não são de mercado (por exemplo rentabilidade e metas de aumento de vendas). As condições de aquisições de direitos que não são de mercado estão incluídas nas premissas sobre a quantidade de opções cujos direitos devem ser adquiridos. A cada data de balanço, as estimativas de quantidade de opções cujos direitos devem ser adquiridos com base nas condições de aquisição de direitos que não são de mercado são revisadas. O impacto dessa revisão das estimativas iniciais são reconhecidas, se houver, na demonstração do resultado, como um ajuste correspondente no ativo líquido.

3.13 Informações do segmento

O principal tomador de decisões operacionais do Programa TAM Fidelidade, que é responsável por alocar recursos e avaliar o desempenho para as diferentes atividades de Programa TAM Fidelidade, foi identificado para os períodos apresentados como o diretor

Programa TAM Fidelidade

Notas explicativas da administração às demonstrações financeiras interinas *carve-out* (não auditadas)

no período de nove meses findos em
30 setembro de 2009 e de 2008

Em milhares de reais, exceto quando indicado de outra forma

executivo da TAM, responsável pela gestão de Programa TAM Fidelidade. O principal tomador de decisões operacionais somente avalia o desempenho do Programa TAM Fidelidade como um todo, e a administração determinou que há apenas um segmento operacional para Programa TAM Fidelidade.

3.14 Mudanças nas praticas contábeis

- (a) IFRIC 13 - "Programas de fidelização do cliente" (em vigor a partir de 1º de julho de 2008). O IFRIC 13 esclarece que, quando bens ou serviços são vendidos em conjunto com um incentivo à fidelidade dos clientes (por exemplo, pontos por fidelidade ou produtos gratuitos), o acordo é um composto de múltiplos elementos e a contraprestação a receber do cliente é alocada entre os componentes deste acordo usando valores justos. O IFRIC 13 é pertinente para as operações do Programa TAM Fidelidade em separado da TAM, mas a nova norma não teve nenhum impacto significativo, pois os critérios usados nas demonstrações financeiras interinas *carve-out* já atendiam aos critérios do IFRIC 13.
- (b) A companhia adotou o IFRS 8 "Segmentos operacionais" (em vigor desde 1º de janeiro de 2009). IFRS 8 substituirá o IAS 14. A nova norma exige uma "abordagem de gestão", onde a informação por segmento é apresentada com base na mesma utilizada para relatórios internos. A norma não tem qualquer impacto na definição dos segmentos do Programa TAM Fidelidade.
- (c) As seguintes interpretações e alterações de normas existentes foram publicadas e são obrigatórias para os períodos contábeis que começam em ou após 1º de janeiro de 2009 ou em períodos posteriores, mas não são relevantes para as operações do Programa TAM Fidelidade:
 - (i) IAS 23 (revisto) - "Custos de empréstimos" (em vigor a partir de 1º de janeiro de 2009).
 - (ii) IAS 36 (alteração) - "Valor recuperável dos ativos" (em vigor a partir de 1º de janeiro de 2009).
 - (iii) Alteração à IFRS 7 - "Instrumentos financeiros - divulgações" (válida a partir de 1º de janeiro de 2009).
 - (iv) IFRS 2 (alteração) - "Pagamento baseado em ações" (válida a partir de 1º de janeiro de 2009).

Programa TAM Fidelidade

Notas explicativas da administração às demonstrações financeiras interinas *carve-out* (não auditadas)

no período de nove meses findos em
30 setembro de 2009 e de 2008

Em milhares de reais, exceto quando indicado de outra forma

- (v) IFRS 1 (alteração) - "Primeira adoção das IFRS" e IAS 27 - "Demonstrações financeiras consolidadas e separadas".
- (vi) IAS 20 (emenda) - "Contabilização de concessões do governo e divulgação de auxílio governamental" (válida a partir de 1º de janeiro de 2009).
- (vii) IAS 27 (revisada) - "Demonstrações financeiras consolidadas e separadas" (válida a partir de 1º de julho de 2009).
- (viii) IFRS 5 (alteração) - "Ativos não circulantes mantidos para alienação e operações descontinuadas" (e consequente alteração à IFRS 1 - "Primeira adoção") (válida a partir de 1º de julho de 2009).
- (ix) IAS 19 (emenda) - "Benefícios a empregados" (válida a partir de 1º de janeiro de 2009).
- (x) IAS 16 (emenda) - "Imobilizado" (e consequente alteração à IAS 7 - "Demonstração de fluxo de caixa") (válida a partir de 1º de janeiro de 2009).
- (xi) IAS 27 (emenda) - "Demonstrações financeiras consolidadas e separadas".
- (xii) IAS 28 (alteração) - "Investimentos em associados" (e as consequentes alterações a IAS 32 - "Instrumentos financeiros: apresentação" e IFRS 7 - "Instrumentos financeiros: divulgações") (válida a partir de 1º de janeiro de 2009).
- (xiii) IAS 29 (emenda) - "Divulgação financeira em economias hiperinflacionárias" (válida a partir de 1º de janeiro de 2009).
- (xiv) IAS 31 (emenda) - "Participações em *joint ventures*" (e consequentes alterações à IAS 32 e IFRS 7) (todas válidas a partir de 1º de janeiro de 2009).
- (xv) IAS 32 (emenda) - "Instrumentos financeiros: Apresentação" e IAS 1 (alteração) - "Apresentação de demonstrações financeiras" - "Instrumentos financeiros com opção de venda e obrigações decorrentes de liquidação" (válida a partir de 1º de janeiro de 2009).
- (xvi) IAS 38 (Emenda) - "Ativos intangíveis" (em vigor a partir de 1º de janeiro de 2009).
- (xvii) IAS 39 (emenda) - "Instrumentos financeiros: reconhecimento e mensuração" (em vigor a partir de 1º de janeiro de 2009).

Programa TAM Fidelidade

Notas explicativas da administração às demonstrações financeiras interinas *carve-out* (não auditadas)

no período de nove meses findos em
30 setembro de 2009 e de 2008

Em milhares de reais, exceto quando indicado de outra forma

- (xviii) IAS 40 (emenda) - "Propriedade de investimento" (e consequentes alterações à IAS 16) (válida a partir de 1º de janeiro de 2009).
- (xix) IAS 41 (emenda) - "Agricultura" (válida a partir de 1º de janeiro de 2009).

Existem algumas pequenas alterações à IFRS 7 - "Instrumentos financeiros: divulgações", IAS 8 - "Políticas contábeis, alterações em estimativas e erros contábeis", IAS 10 - "Eventos após o período de divulgação", IAS 18 - "Receita" e IAS 34 - "Divulgação financeira intermediária", que fazem parte do projeto de aperfeiçoamentos anuais do IASB publicado em maio de 2008 (não abordadas acima).

- . IFRIC 15 - "Acordos para a construção de imóveis" (válida a partir de 1º de janeiro de 2009).
 - . IFRIC 16 - "*Hedging* de investimento líquido em uma operação estrangeira" (válida a partir de 1º de outubro de 2008).
 - . IFRIC 17 - "Distribuições de ativos não financeiros aos proprietários" (válida a partir de 1º de julho de 2009).
 - . IFRIC 18 - "Transferências de ativos de clientes" (válida a partir de 1º de julho de 2009).
 - . IFRIC 19 - "Extinção de passivos financeiros com instrumentos de capital próprio" (válida a partir de 1º de julho de 2010).
- (d) A Gestão está atualmente avaliando o impacto das seguintes normas ou interpretações revistas que ainda não são eficazes e não tenham sido antecipadamente aprovadas:
- . IAS 1 (revisado) - "Apresentação das demonstrações financeiras" (válida a partir de 1º de janeiro de 2009). A norma revisado irá proibir a apresentação de itens de receitas e despesas (isto é, "mudanças no patrimônio líquido que não pertença aos acionistas") na demonstração de mutação do patrimônio líquido, exigindo as "mudança no patrimônio líquido que não pertença aos acionistas", a serem apresentadas separadamente das mudanças no capital próprio. Todas as mutações no patrimônio que não pertencem aos acionistas deverão ser exibidas em uma demonstração de desempenho, podendo-se escolher apresentar uma demonstração de desempenho (a demonstração do resultado abrangente) ou duas demonstrações (a demonstração do resultado e a demonstração do resultado abrangente). Quando uma atualização ou reclassificação de informação comparativa é feita, ela será obrigada a apresentar um balanço atualizado como no início

Programa TAM Fidelidade

Notas explicativas da administração às demonstrações financeiras interinas *carve-out* (não auditadas)

no período de nove meses findos em
30 setembro de 2009 e de 2008

Em milhares de reais, exceto quando indicado de outra forma

do período comparativo, além da exigência atual de apresentar balanços no final do período em curso e período comparativo.

- . IFRS 3 (revisado) - "Combinações de negócios" (válido a partir de 1º de julho de 2009). A norma revisada continua a aplicar o método de aquisição de combinações de negócios, com algumas mudanças significativas. Por exemplo, todos os pagamentos para a compra de bens devem ser registrados pelo valor justo na data da aquisição, com pagamentos contingentes classificados como débitos subsequentes remensurados por meio das demonstrações de resultado. Há uma opção em uma base de aquisição para medir a participação minoritária quer pelo valor justo ou proporcional dos ativos líquidos adquiridos. Todos os custos relacionados à aquisição devem ser contabilizados. IFRS 3 (revisado) será aplicado prospectivamente a todas as combinações de negócios, se for o caso, a partir de 1º de janeiro de 2010.
- . IFRS 9 - "Instrumentos financeiros" (válido a partir de 1º de julho de 2013). A norma especifica como os ativos financeiros, incluindo os contratos híbridos devem ser classificados e medidos. Ela exige que todos os ativos financeiros devam ser classificados com base no modelo de negócios para gestão de ativos financeiros e os respectivos fluxos de caixa contratuais. Os ativos financeiros devem ser inicialmente registrados pelo valor justo acrescido, se for o caso, dos custos de transação e, posteriormente, mensurados pelo custo amortizado, apenas se certas condições forem cumpridas, inclusive que os termos contratuais dos ativos dão origem a fluxos de caixa que são apenas os pagamentos de principal ou juros sobre o capital, ou o valor justo.

4 Estimativas e julgamentos contábeis críticos

Estimativas e julgamentos são continuamente avaliados e estão baseados na experiência histórica e outros fatores, incluindo expectativas de eventos futuros que se acredita serem razoáveis para as circunstâncias. As estimativas contábeis por definição, raramente se equivalem aos resultados reais. As estimativas e julgamentos que têm um risco significativo de provocar um ajuste material nos valores de ativos e passivos no exercício seguinte, são discutidos abaixo.

4.1 Reconhecimento de receita

As receitas com relação aos Pontos Fidelidade emitidos pela TAM a clientes TAM para adquirir bilhetes aéreos são determinadas com base no valor justo estimado dos pontos concedidos aos passageiros, sendo diferidas até que os pontos sejam efetivamente

Programa TAM Fidelidade

Notas explicativas da administração às demonstrações financeiras interinas *carve-out* (não auditadas)

no período de nove meses findos em
30 setembro de 2009 e de 2008

Em milhares de reais, exceto quando indicado de outra forma

resgatados. O valor justo é considerado como sendo o valor justo para o cliente da concessão do bilhete e é determinado por lote de 1.000 pontos, com base numa média ponderada do valor de pontos de venda a parceiros comerciais e o valor para os clientes dos bilhetes gratuitos concedidos com base na tarifa média por cada bilhete vendido pela TAM. Como o resultado, nenhuma receita pela emissão de Pontos Fidelidade foi alocada nessas demonstrações financeiras interinas *carve-out* no que diz respeito aos Pontos Fidelidade emitidos em conexão com a venda de passagens aéreas das quais não se esperam ser resgatadas, conhecido como *breakage*. Para os saldos de *breakage* foi estimado uma perda média de 31,6% em 2008 e 29,2% em 2007. Alteração das estimativas do *breakage* tem impacto direto no saldo de receita reconhecida nas demonstrações financeiras interinas *carve-out*. Um aumento no valor justo dos bilhetes ou diminuição no percentual de *breakage* resultaria em aumento nas receitas reconhecidas.

4.2 Imposto de renda

Os ativos e passivos fiscais diferidos são calculados com base nas diferenças entre os valores contábeis existentes nas demonstrações financeiras interinas *carve-out*, usando as alíquotas vigentes. As premissas de recuperação dos tributos diferidos são revisadas periodicamente, tendo em vista os lucros históricos e os lucros tributáveis gerados e futuros. As alterações em tais estimativas e projeções podem resultar em alterações nos montantes de impostos diferidos reconhecidos.

4.3 Critérios usados na preparação de demonstrações financeiras interinas *carve-out* (não auditado)

A preparação destas demonstrações financeiras interinas *carve-out* exige fazer estimativas e suposições que afetam os valores reportados de ativos e passivos, receitas e despesas, especialmente na mensuração e alocação de despesas operacionais com atividades que foram realizadas corporativamente pela TAM. Considerando a relação significativa entre a TAM e o Programa TAM Fidelidade, os termos da isenção, as transações, as atribuições e as estimativas dos ativos e passivos e das despesas e outras transações entre Programa TAM Fidelidade e a TAM podem não ser as mesmas que teriam resultado de transações entre terceiros independentes, ou que teriam resultado se o Programa TAM Fidelidade tivesse operado como um negócio autônomo, não é indicativo das operações futuras ou despesas ou resultados das operações da Multiplus.

Programa TAM Fidelidade

Notas explicativas da administração às demonstrações financeiras interinas *carve-out* (não auditadas) no período de nove meses findos em 30 setembro de 2009 e de 2008

Em milhares de reais, exceto quando indicado de outra forma

5 Contas a receber

(a) Composição dos saldos

	30 de setembro de 2009 (Não auditado)	31 de dezembro de 2008
Contas a receber pela emissão de Pontos Fidelidade	143.299	105.522
Outros serviços	3.075	3.957
Subtotal	<u>146.374</u>	<u>109.479</u>
Provisão para redução ao valor recuperável de contas a receber de clientes	<u>(5.556)</u>	<u>(3.651)</u>
	<u>140.818</u>	<u>105.828</u>

Os ativos financeiros incluídos na lista acima são classificados como ativos mensurados pelo custo amortizado. O seu valor contábil se aproxima do seu valor justo devido à sua natureza e vencimento de curto prazo.

(b) Contas a receber por data de vencimento

	30 de setembro de 2009 (Não auditado)	31 de dezembro de 2008
A vencer	131.698	99.805
Vencidas		
Até 60 dias	2.545	1.875
De 61 a 90 dias	401	164
De 91 a 180 dias	817	241
De 181 a 360 dias	1.653	2.265
Acima de 360 dias	9.260	5.129
	<u>146.374</u>	<u>109.479</u>

Programa TAM Fidelidade

Notas explicativas da administração às demonstrações financeiras interinas *carve-out* (não auditadas)

no período de nove meses findos em
30 setembro de 2009 e de 2008

Em milhares de reais, exceto quando indicado de outra forma

(c) **Provisão para redução de contas a receber de clientes ao valor recuperável**

	30 de setembro de 2009	31 de dezembro de 2008
	(Não auditado)	
Saldo no início do período	3.651	2.127
Adições (registradas na rubrica "Despesas com vendas")	1.906	1.554
Recuperações	<u>(1)</u>	<u>(30)</u>
Saldo ao final do período	<u>5.556</u>	<u>3.651</u>

A constituição e a dedução de provisões para recebíveis com valor reduzido ao recuperável foram incluídas em "Despesas de vendas" na demonstração do resultado. Quando não existe expectativa de recuperação de numerário adicional, os valores debitados à conta da provisão são, em geral, revertidos.

A exposição máxima ao risco de crédito na data do relatório é o valor contábil de cada tipo de recebível mencionado acima.

6 **Gestão de risco financeiro**

As atividades do Programa TAM Fidelidade a expõem a uma série de riscos financeiros, principalmente ao risco de crédito e ao risco de mercado em potencial (incluindo risco de moeda, de valor justo de taxas de juros, de taxa de juros nos fluxos de caixa).

(a) **Risco de crédito**

O risco de crédito decorre da possibilidade de que o Programa TAM Fidelidade não recupere os valores a receber de suas operações e, assim, não seja capaz de distribuir a quantia recebida a seus acionistas.

Para reduzir o risco de crédito, TAM, como proprietária do Programa TAM Fidelidade tem adotado a prática de estabelecimento de limites de crédito e acompanhamento dos créditos pendentes.

Programa TAM Fidelidade

Notas explicativas da administração às demonstrações financeiras interinas *carve-out* (não auditadas)

no período de nove meses findos em
30 setembro de 2009 e de 2008

Em milhares de reais, exceto quando indicado de outra forma

(b) Riscos de mercado

O Programa TAM Fidelidade está exposto aos riscos de mercado em decorrência de suas atividades comerciais normais. Estes riscos de mercado dizem respeito, principalmente, a mudanças nas taxas de juros. Quaisquer alterações desse tipo podem afetar negativamente o valor de seus ativos e passivos financeiros ou os fluxos futuros de capital e de despesas. O risco de mercado é a possível perda derivada de variações nos preços do mercado. Programa TAM Fidelidade está sujeito ao risco da taxa de juros e ao risco inerente à taxa de câmbio, sobre todos os seus empréstimos que em 30 de setembro de 2009 é de R\$ 2.670 (31 de dezembro de 2008 - "Zero").

(c) Risco de liquidez

A gestão prudente de risco de liquidez implica a manutenção de caixa e títulos negociáveis suficientes, a disponibilidade de fundos através de uma quantia adequada de crédito comprometidos e a capacidade de fechar posições do mercado. Considerando que uma abordagem centralizada da administração de capital tem vigorado nos períodos apresentados, a administração da TAM tem a responsabilidade de administrar o risco de liquidez em todas as suas atividades comerciais, incluindo o Programa de Fidelidade.

A tabela a seguir demonstra os passivos financeiros do grupo por grupos de vencimento com base no período remanescente na data do balanço até a data de vencimento contratual. Os valores divulgados na tabela são os fluxos de caixa contratuais não descontados e incluem juros:

	<u>Menos de um ano</u>	<u>Entre um e dois anos</u>	<u>Entre dois e três anos</u>	<u>Total</u>	<u>Efeito do desconto</u>	<u>Valor contábil</u>
Em 30 de setembro de 2009 (não auditado)						
Empréstimos	<u>1.109</u>	<u>1.029</u>	<u>950</u>	<u>3.088</u>	<u>(418)</u>	<u>2.670</u>
	<u>1.109</u>	<u>1.029</u>	<u>950</u>	<u>3.088</u>	<u>(418)</u>	<u>2.670</u>

7 Passivos financeiros

O valor contábil dos passivos financeiros é mensurado pelo método do custo amortizado, e seus correspondentes valores justos são demonstrados a seguir:

Programa TAM Fidelidade

Notas explicativas da administração às demonstrações financeiras interinas *carve-out* (não auditadas)

no período de nove meses findos em 30 setembro de 2009 e de 2008

Em milhares de reais, exceto quando indicado de outra forma

	Justo valor		Valor contábil	
	30 de setembro de 2009 (Não auditado)	31 de dezembro de 2008	30 de setembro de 2009 (Não auditado)	31 de dezembro de 2008
Não circulante				
Empréstimos	1.956		1.787	
	<u>1.956</u>		<u>1.787</u>	
Circulante				
Empréstimos	966		883	
	<u>966</u>		<u>883</u>	

O saldo corresponde à dívida em dólares referente ao contrato de empréstimo efetuado em agosto de 2009 com o Banco IBM com parcelas a pagar com vencimentos semestrais a partir de 2010 até 2012 e taxa de juros de 8,88% a.a.

8 Receita diferida

Reconciliação da receita diferida:

	30 de setembro de 2009 (Não auditado)	31 de dezembro de 2008
Saldo inicial	507.708	420.656
Receita diferida decorrente dos pontos fidelidade emitidos durante o período	594.057	602.801
Receita reconhecida (Nota 11)	<u>(497.019)</u>	<u>(515.749)</u>
	<u>604.746</u>	<u>507.708</u>

Programa TAM Fidelidade

Notas explicativas da administração às demonstrações financeiras interinas *carve-out* (não auditadas)

no período de nove meses findos em
30 setembro de 2009 e de 2008

Em milhares de reais, exceto quando indicado de outra forma

9 Pagamento baseado em ações

	30 de setembro de 2009 (Não auditado)	31 de dezembro de 2008
Despesas - plano de pagamento baseado em ações da TAM	301	453
	<u>301</u>	<u>453</u>

Na Assembleia Extraordinária de Acionistas da TAM realizada em 16 de maio de 2005, os acionistas aprovaram o Plano de Opções de Compra de Ações para diretores e funcionários ("Plano").

Sob os termos do Plano, as opções cedidas são divididas em três partes iguais e os empregados poderão exercer uma terça parte das suas opções depois de três, quatro e cinco anos, respectivamente, se ainda estiverem empregados na TAM naquela ocasião.

As opções têm o período contratual de sete anos.

A opção contém uma "condição de serviço", na qual o exercício das opções dependendo exclusivamente da prestação de serviços pelo empregado por período predefinido. Empregados demitidos têm a obrigação de atender certas condições suspensivas para a manutenção do direito de exercício das opções.

As opções são estimadas com o uso do modelo de preços de opções Black-Scholes. O preço do exercício é ajustado pelo Índice Geral de Preços (IGP-M) a partir da data de concessão até a data do exercício.

A volatilidade dos preços das ações é determinada com base na volatilidade histórica dos preços das ações da TAM.

10 Receita líquida

	30 de setembro de 2009 (Não auditado)	30 de setembro de 2008 (Não auditado)
Receita por pontos	497.019	375.925
Outras receitas	8.585	9.425
Impostos sobre vendas	(46.768)	(35.645)
Receita líquida	<u>458.836</u>	<u>349.705</u>

Programa TAM Fidelidade

Notas explicativas da administração às demonstrações financeiras interinas *carve-out* (não auditadas)

no período de nove meses findos em
30 setembro de 2009 e de 2008

Em milhares de reais, exceto quando indicado de outra forma

Os impostos sobre vendas referem-se ao PIS/COFINS (impostos federais), à alíquota total de 9,25%.

11 Despesas operacionais

	2009				
	<u>Custo das vendas</u>	<u>Vendas</u>	<u>Gerais e administrativas</u>	<u>Total</u>	<u>Percentual</u>
Custo do transporte aéreo provido pela TAM como prêmio - custo incremental	26.786			26.786	32,6
Tecnologia da informação	1.040			1.040	1,3
<i>Call center</i>		4.112		4.112	5,0
Jurídico			344	344	0,4
Contabilidade e finanças			358	358	0,4
Compra de passagens aéreas em companhias aéreas parceiras	23.109			23.109	28,2
Recursos humanos	1.366	1.465	1.458	4.289	5,2
<i>Marketing</i>		13.070		13.070	15,9
Serviços de terceiros			5.496	5.496	6,7
Valor recuperável de contas a receber de clientes		1.906		1.906	2,3
Outros	764	264	507	1.535	1,9
	<u>53.065</u>	<u>20.817</u>	<u>8.163</u>	<u>82.045</u>	<u>100,0</u>
	2008				
	<u>Custo das vendas</u>	<u>Vendas</u>	<u>Gerais e administrativas</u>	<u>Total</u>	<u>Percentual</u>
Custo do transporte aéreo provido pela TAM como prêmio - custo incremental	20.826			20.826	44,4
Tecnologia da informação	933			933	2,0
<i>Call center</i>		2.118		2.118	4,5
Jurídico			325	325	0,7
Contabilidade e finanças			193	193	0,4
Compra de passagens aéreas em companhias aéreas parceiras	9.585			9.585	20,4
Recursos humanos	1.195	349	687	2.231	4,8
<i>Marketing</i>		4.746		4.746	10,1
Serviços de terceiros			3.561	3.561	7,6
Valor recuperável de contas a receber de clientes		1.118		1.118	2,4
Outros	635	133	522	1.290	2,7
	<u>33.174</u>	<u>8.464</u>	<u>5.288</u>	<u>46.926</u>	<u>100,0</u>

Programa TAM Fidelidade

Notas explicativas da administração às demonstrações financeiras interinas *carve-out* (não auditadas)

no período de nove meses findos em
30 setembro de 2009 e de 2008

Em milhares de reais, exceto quando indicado de outra forma

12 Resultado financeiro líquido

	30 de setembro de 2009 <u>(Não auditado)</u>	30 de setembro de 2008 <u>(Não auditado)</u>
Receita financeira		
Ganhos cambiais	141	
	<u>141</u>	
Despesas financeiras		
Despesas com juros	(20)	
Perdas cambiais	(48)	
	<u>(68)</u>	
Resultado financeiro líquido	<u>73</u>	

13 Imposto de renda e contribuição social

O imposto de renda foi calculado como se o Programa TAM Fidelidade fosse uma entidade em separado para pagamento de impostos. Como resultado, o lucro tributável foi determinado a partir dos lucros do exercício à base dividida e ajustada para refletir os regulamentos fiscais da renda do Brasil. Para os períodos apresentados, o Programa TAM Fidelidade foi operado pela TAM Linhas Aéreas S.A., uma subsidiária integral da TAM, que foi a entidade pagadora de impostos e a entidade responsável pelo imposto de renda durante os períodos.

Os impostos sobre receitas são calculados com base nas taxas correntes em 30 de setembro, conforme segue:

(a) Composição dos créditos (despesas) do imposto de renda e contribuição social

	30 de setembro de 2009	30 de setembro de 2008
Imposto de renda e contribuição social correntes	(158.142)	(122.698)
Imposto de renda e contribuição social diferidos	30.008	19.753
	<u>(128.134)</u>	<u>(102.945)</u>

Programa TAM Fidelidade

Notas explicativas da administração às demonstrações financeiras interinas *carve-out* (não auditadas)

no período de nove meses findos em
30 setembro de 2009 e de 2008

Em milhares de reais, exceto quando indicado de outra forma

(b) Conciliação das despesas do imposto de renda e da contribuição social

O imposto de renda e contribuição social apurados sobre o lucro antes da tributação difere do valor teórico que resultaria usando-se a alíquota de imposto aplicável no Brasil.

	30 de setembro de 2009	30 de setembro de 2008
	(Não auditado)	(Não auditado)
Lucro antes da tributação	376.866	302.779
Imposto calculado à alíquota aplicável vigente - %	34	34
Resultado do imposto de renda e contribuição social	<u>128.134</u>	<u>102.945</u>
Adições permanentes (exclusões)	—	—
Despesas de imposto de renda e contribuição social à alíquota efetiva	<u>128.134</u>	<u>102.945</u>
Alíquota efetiva - %	<u>34</u>	<u>34</u>

Os anos fiscais de 2007 a 2008 estão sujeitos a exame pelas autoridades fiscais brasileiras.

(c) Composição do imposto de renda e da contribuição social deferidos ativos

Os ativos e passivos diferidos do imposto de renda são compensados quando há o direito legalmente executável de compensar os ativos fiscais correntes contra os passivos fiscais correntes e quando os impostos diferidos sobre a renda se refiram à mesma autoridade fiscal.

O movimento nos ativos e passivos diferidos do imposto de renda durante o período apresentado é o seguinte:

	31 de dezembro de 2008	Cobrados/ (creditados) na demonstração do resultado	30 de setembro de 2009
			(Não auditado)
Receita diferida	156.653	29.941	186.594
Participação nos lucros e resultados	139	67	206
	<u>156.792</u>	<u>30.008</u>	<u>186.800</u>

Programa TAM Fidelidade

Notas explicativas da administração às demonstrações financeiras interinas *carve-out* (não auditadas)

no período de nove meses findos em
30 setembro de 2009 e de 2008

Em milhares de reais, exceto quando indicado de outra forma

	30 de setembro de 2009 <u>(Não auditado)</u>	31 de dezembro de 2008 <u></u>
Imposto diferido que se espera recuperar dentro de 12 meses - líquido	40.852	40.154
Imposto diferido que se espera recuperar após 12 meses - líquido	<u>145.948</u>	<u>116.638</u>
	<u>186.800</u>	<u>156.792</u>

Não existem impostos diferidos ativos não reconhecidos.

14 Partes relacionadas

Como descrito na Nota 1 durante todos os períodos apresentados, o Programa Fidelidade TAM faz parte do negócio da TAM e como resultado significativo, existiram transações entre o Programa Fidelidade TAM e a TAM como descrito abaixo:

- (a) Para prêmios no resgate de Pontos Fidelidade consistindo em bilhetes aéreos gratuitos da TAM dos serviços de transporte aéreo foram prestados pela TAM. As demonstrações financeiras *carve-out* incluem uma alocação destes custos conforme descrito na Nota 2 no montante de R\$ 26.786 (2007 - R\$ 20.826).
- (b) Determinadas atividades societárias como contabilidade, tesouraria, tecnologia da informação e serviços jurídicos foram realizados centralizadamente pela TAM, incluindo o Programa TAM Fidelidade, tendo um *call center* que atendeu tanto clientes da TAM como do Programa TAM Fidelidade. Os Custos para estes serviços centralizados estão alocados conforme definido na Nota 2 e totalizam R\$ 23.213 (30 de setembro de 2008 - R\$ 10.546).
- (c) Programa TAM Fidelidade fez a distribuição líquida para a TAM conforme definido na Nota 2 no montante de R\$ 264.492 (30 de setembro de 2008 - R\$ 215.828).

Os gestores principais do Programa TAM Fidelidade incluem diretores e gerentes da TAM dedicados ao Programa TAM Fidelidade e suas remunerações foram as seguintes:

Programa TAM Fidelidade

Notas explicativas da administração às demonstrações financeiras interinas *carve-out* (não auditadas)

no período de nove meses findos em
30 setembro de 2009 e de 2008

Em milhares de reais, exceto quando indicado de outra forma

	30 de setembro de 2009 (Não auditado)	31 de dezembro de 2008
Salários	1.576	823
Participação nos lucros, bônus e opções de ações	301	453
Contribuições a planos de pensão	22	4
	<u>1.899</u>	<u>1.280</u>

15 Caixa gerado pelas atividades operacionais

	30 de setembro de 2009 (Não auditado)	30 de setembro de 2008 (Não auditado)
Lucro líquido do período	<u>248.732</u>	<u>199.834</u>
Ajustes do resultado		
Imposto de renda e contribuição social	128.134	102.945
Plano de pagamento baseado em ações	301	342
Redução ao valor recuperável de contas a receber de clientes	1.906	1.118
Depreciação e amortização	33	2
Ganhos e perdas cambiais	(73)	
	<u>379.033</u>	<u>304.241</u>
Variação entre ativos e passivos		
Contas a receber	(36.895)	(44.406)
Impostos antecipados	(8.976)	(5.927)
Receita diferida	97.038	64.076
Outros passivos circulantes	309	(194)
	<u>51.476</u>	<u>13.549</u>
Caixa líquido gerado pelas atividades operacionais	<u>430.509</u>	<u>317.790</u>

* * *

-
- Demonstrações Financeiras *Carve Out* do Programa TAM Fidelidade relativas aos anos encerrados em 31 de dezembro de 2007 e 2008, e respectivo Parecer dos Auditores Independentes

(Esta página foi intencionalmente deixada em branco)

Programa TAM Fidelidade
Demonstrações financeiras *carve-out* em
31 de dezembro de 2008 e de 2007
e parecer dos auditores independentes

Parecer dos auditores independentes

Aos Administradores
TAM S.A.

- 1 Examinamos o balanço patrimonial *carve-out* do "Fidelidade - Programa de recompensas da TAM" (o "Programa") em 31 de dezembro de 2008 e de 2007 e as correspondentes demonstrações do resultado e do resultado abrangente *carve-out*, e dos fluxos de caixa *carve-out* dos exercícios findos nessas datas, elaborados sob a responsabilidade da administração da TAM S.A. Nossa responsabilidade é a de emitir parecer sobre essas demonstrações financeiras *carve-out*.
- 2 Nossos exames foram conduzidos de acordo com as normas de auditoria aplicáveis no Brasil, as quais requerem que os exames sejam realizados com o objetivo de comprovar a adequada apresentação das demonstrações financeiras *carve-out* em todos os seus aspectos relevantes. Portanto, nossos exames compreenderam, entre outros procedimentos: (a) o planejamento dos trabalhos, considerando a relevância dos saldos, o volume de transações e os sistemas contábil e de controles internos do Programa; (b) a constatação, com base em testes, das evidências e dos registros que suportam os valores e as informações contábeis divulgados; e (c) a avaliação das práticas e estimativas contábeis mais representativas adotadas pela administração do Programa bem como da apresentação das demonstrações financeiras *carve-out* tomadas em conjunto.
- 3 Somos de parecer que as referidas demonstrações financeiras *carve-out* apresentam adequadamente, em todos os aspectos relevantes, a posição patrimonial e financeira do "Fidelidade - Programa de recompensas da TAM" em 31 de dezembro de 2008 e de 2007 e o resultado de suas operações e o resultado abrangente *carve-out* e os seus fluxos de caixa *carve-out* dos exercícios findos nessas datas, de acordo com as Normas Internacionais de Reporte Financeiro ("IFRS") conforme aprovados pelo *International Standards Accounting Board* ("IASB").
- 4 Sem qualificar nossa opinião, ressaltamos que, conforme descrito na Nota 2, o "Fidelidade - Programa de recompensas da TAM" não operou como uma entidade separada durante os

TAM S.A.

períodos cobertos pelas demonstrações financeiras *carve-out*. As demonstrações financeiras *carve-out* não refletem necessariamente, portanto, a posição financeira, os resultados das operações e os fluxos de caixa que poderiam ter existido caso o Programa tivesse operado como uma entidade separada durante os períodos apresentados nem a posição financeira, resultados ou fluxos de caixa futuros do Programa.

São Paulo, 15 de dezembro de 2009



PricewaterhouseCoopers
Auditores Independentes
CRC 2SP000160/O-5



Carlos Alberto de Sousa
Contador CRC 1RJ056561/O-0 "S" SP

Programa TAM Fidelidade**Balances patrimoniais carve-out em 31 de dezembro**
Em milhares de reais

Ativo	2008	2007	Passivo e ativos líquidos	2008	2007
Não circulante			Circulante		
Imobilizado	14	17	Receita diferida (Nota 7)	507.708	420.656
Imposto de renda e contribuição social diferidos (Nota 12)	156.792	129.891	Imposto de renda e contribuição social correntes (Nota 12)	165.998	101.962
	156.806	129.908	Outros passivos circulantes	630	586
Circulante				674.336	523.204
Contas a receber (Nota 5)	105.828	69.736	Ativos líquidos (Nota 8)	(364.739)	(284.649)
Impostos antecipados	46.963	38.911			
	152.791	108.647			
Total dos ativo	309.597	238.555	Total do passivo e ativos líquidos	309.597	238.555

As notas explicativas da administração são parte integrante das presentes demonstrações financeiras de carve-out.

Programa TAM Fidelidade

Demonstrações do resultado *carve-out* e
Demonstrações do resultado abrangente *carve-out*
Exercícios findos em 31 de dezembro
Em milhares de reais

	<u>2008</u>	<u>2007</u>
Receita líquida (Nota 10)	478.353	200.981
Despesas operacionais (Nota 11)	<u>(69.244)</u>	<u>(33.734)</u>
Lucro antes dos impostos de renda e contribuição social	<u>409.109</u>	167.247
Imposto de renda e contribuição social (Nota 12)	<u>(139.097)</u>	<u>(56.864)</u>
Lucro líquido do exercício	<u><u>270.012</u></u>	<u><u>110.383</u></u>

As notas explicativas da administração são parte integrante das presentes demonstrações financeiras *carve-out*.

Programa TAM Fidelidade

Demonstrações dos fluxos de caixa *carve-out*

Exercícios findos em 31 de dezembro

Em milhares de reais

	<u>2008</u>	<u>2007</u>
Fluxo de caixa das atividades operacionais		
Caixa gerado pelas atividades operacionais (Nota 14)	452.517	228.100
Impostos pagos	<u>(101.962)</u>	<u>(47.649)</u>
Caixa líquido gerado pelas atividades operacionais	<u>350.555</u>	<u>180.451</u>
Fluxo de caixa das atividades de financiamento		
Distribuições para TAM S.A.	(576.548)	(295.450)
Contribuições de TAM S.A.	<u>225.993</u>	<u>114.999</u>
Caixa líquido utilizado nas atividades de financiamento	<u>(350.555)</u>	<u>(180.451)</u>
Aumento (redução) líquido no caixa e equivalentes de caixa		
Caixa e equivalentes de caixa no início do exercício	<u> </u>	<u> </u>
Caixa e equivalentes de caixa no final do exercício	<u> </u>	<u> </u>

As notas explicativas da administração são parte integrante das presentes demonstrações financeiras *carve-out*.

Programa TAM Fidelidade

Notas explicativas da administração às demonstrações financeiras *carve-out* em 31 de dezembro de 2008 e de 2007

Em milhares de reais, exceto quando indicado de outra forma

1 Contexto operacional

A TAM S.A. ("TSA") é uma empresa listada na BM&FBOVESPA - Bolsa de Valores, Mercadorias e Futuros ("BM&FBOVESPA") e na Bolsa de Valores de Nova York, com sede no Brasil e que através da sua controlada TAM Linhas Aéreas S.A. ("TAM") atua no setor de linhas aéreas. A TAM opera desde 1993 um programa de fidelidade chamado Programa TAM Fidelidade ("Fidelidade") que premia os clientes que voam nos voos da TAM com pontos de Fidelidade ("Pontos de Fidelidade"), que somente podem ser resgatados por passagens aéreas gratuitas na TAM e algumas outras empresas aéreas parceiras com as quais a TAM tenha acordo de operação. A TAM também vende Pontos de Fidelidade a terceiros (conhecidos como parceiros comerciais) tais como emissores de cartão de crédito, bancos, hotéis e outros que, por sua vez, dão Pontos de Fidelidade para seus próprios clientes.

Em junho de 2009, a TAM lançou um novo programa de fidelidade chamado Multiplus ("Multiplus") que representa um programa de fidelização que visa criar uma rede de programas de fidelidade de empresas em diversos setores do Brasil e outros países, especialmente na América Latina. Em conexão com o início do programa Multiplus, a TAM introduziu em agosto de 2009 a possibilidade de resgatar Pontos Fidelidade por produtos (além de bilhetes aéreos gratuitos) que são adquiridos do Programa TAM Fidelidade junto a fornecedores.

O programa Multiplus permite o acúmulo de pontos Multiplus ("Pontos Multiplus"), que podem ser resgatados por produtos ou serviços que o Multiplus possa vir a adquirir de diferentes empresas ou podem ser trocados por pontos de determinados parceiros comerciais que possuem seus próprios programas de fidelidade (os "Parceiros de Resgate"). Na data das presentes demonstrações financeiras *carve-out*, os Parceiros de Resgate incluem a TAM, as operações brasileiras do varejista WalMart, a Ipiranga, uma operadora de postos de serviço automotivo e a Livraria Cultura. Os acordos com esses Parceiros de Resgate firmados com o Programa TAM Fidelidade estabelecem que a partir de 1º de janeiro de 2010 eles serão automaticamente transferidos ao Multiplus.

O Multiplus venderá os Pontos Multiplus para parceiros ("Parceiros de Resgate") que inclui a TAM. Tais Parceiros de Resgate concederão, a seus clientes, os Pontos Multiplus a seus clientes que podem ser resgatados conforme descrito acima.

Em 6 de agosto de 2009, a TAM incorporou a subsidiária integral atualmente denominada a Multiplus S.A. ("Multiplus") e a entidade operará o programa Multiplus de fidelidade (o "Programa Multiplus").

Também, em 9 de dezembro de 2009, foram executados dois acordos entre a TAM e a Multiplus: (a) um "Acordo Operacional" e (b) um "Acordo de Serviços Compartilhados". O

Programa TAM Fidelidade

Notas explicativas da administração às demonstrações financeiras *carve-out* em 31 de dezembro de 2008 e de 2007

Em milhares de reais, exceto quando indicado de outra forma

Acordo Operacional possui uma vigência de quinze anos e o acordo de serviços compartilhados possui uma vigência de cinco anos. Tanto o Acordo de Operação quanto o Acordo de Serviços Compartilhados podem ser cancelados por qualquer uma das partes com notificação prévia.

Nos termos do Acordo Operacional, a partir de 1º de janeiro de 2010:

- (a) a Multiplus gerenciará e operará o Programa TAM Fidelidade. O gerenciamento do programa inclui, entre outras atividades, responsabilidade por todos os contatos com clientes do Fidelidade, incluindo o envio de comunicações, declarações e outros documentos, o processamento de todas as informações sobre a emissão e resgate dos pontos e a responsabilidade pelo recebimento e processamento dos pedidos de resgate. A TAM pagará uma quantia mensal fixa à Multiplus para gerenciar e operar o Programa TAM Fidelidade;
- (b) a TAM cessará a emissão de Pontos de Fidelidade sob o Programa TAM Fidelidade para seus clientes que adquirem uma passagem aérea. A TAM adquirirá, em vez disso, os Pontos Multiplus da Multiplus a fim de conceder tais Pontos Multiplus para seus clientes que adquirem uma passagem aérea. Os Pontos Fidelidade existentes emitidos até essa data sob o Programa TAM Fidelidade podem ser resgatados pelos detentores de Pontos Fidelidade por bilhetes aéreos da TAM ou por outros prêmios descritos acima. Durante o período de 30 meses, a partir de 1º de janeiro de 2010, a TAM reembolsará a Multiplus pelos custos incorridos em relação aos Pontos de Fidelidade emitidos até 31 de dezembro de 2009. Se as recompensas forem resgatadas utilizando tanto os Pontos de Fidelidade emitidos até 31 de dezembro de 2009 e os Pontos Multiplus emitidos subsequentemente, a TAM reembolsará a Multiplus pelo custo das recompensas, com base na proporção dos Pontos de Fidelidade resgatados ao total de pontos resgatados;
- (c) a Multiplus venderá os Pontos Multiplus para a TAM a um preço acordado contratualmente. O preço acordado contratualmente é uma quantia fixa por lote de 1.000 pontos;
- (d) a Multiplus adquirirá as passagens aéreas da TAM a fim de concedê-las a portadores de Pontos Multiplus que resgatem os Pontos Multiplus em troca de passagens aéreas. O preço por passagem a ser pago pela Multiplus à TAM é uma quantia fixa, dependendo da categoria do serviço, o tipo de voo (curtos ou longos) e a quantidade de pontos utilizados para o resgate.

Sob os termos do Acordo de Serviços Compartilhados, a TAM fornecerá à Multiplus serviços como contabilidade, tesouraria, planejamento, central de atendimento, jurídico, recursos humanos, tecnologia da informação e outros. A Multiplus pagará uma quantia mensal fixa por cada grupo de serviços.

Programa TAM Fidelidade

Notas explicativas da administração às demonstrações financeiras *carve-out* em 31 de dezembro de 2008 e de 2007

Em milhares de reais, exceto quando indicado de outra forma

Os preços cobrados sob o Acordo Operacional e o Acordo de Serviços Compartilhados, respectivamente, podem estar sujeitos à renegociação anual nos termos a serem acordados mutuamente entre a TAM e o Multiplus.

Em 15 de dezembro de 2009, o Conselho de Administração da TAM aprovou o início do processo de listar as ações do Multiplus na BM&FBOVESPA e fazer uma oferta pública inicial de ações existentes do Multiplus.

2 Base de preparação das demonstrações financeiras *carve-out*

Estas demonstrações financeiras *carve-out* foram preparadas para apresentar a posição financeira *carve-out* histórica, a demonstração de resultado *carve-out* e o fluxo de caixa *carve-out* do Programa TAM Fidelidade.

As demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade foram derivadas dos registros contábeis e demonstrações financeiras da TSA preparados de acordo com as Normas Contábeis Internacionais - *International Financial Reporting Standards* ("IFRS"), emitidas pelo *International Accounting Standards Board* ("IASB"). As demonstrações financeiras do Programa TAM Fidelidade foram preparadas em base *carve-out* e não refletem necessariamente o que seria a posição financeira, os resultados das operações ou o fluxo de caixa se o Programa TAM Fidelidade tivesse operado como uma entidade separada ou os resultados futuros do Multiplus.

Durante todos os períodos apresentados, o Programa TAM Fidelidade era parte do negócio da TAM. O Programa TAM Fidelidade possuía, para todos os períodos apresentados, uma equipe de gerenciamento e funcionários dedicados e a TAM acumulou, registrou e controlou os custos diretos para operar o Programa TAM Fidelidade em centros de custo específicos. Entretanto, certas atividades corporativas, tais como contabilidade, tesouraria, tecnologia de informação e jurídica foram executadas de forma centralizada pela TAM para todas as suas atividades de negócio, incluindo o Programa TAM Fidelidade. Existe também uma central de atendimento que serviu tanto para clientes da TAM e do Programa TAM Fidelidade. As atividades de propaganda e *marketing* executadas durante os períodos apresentados especificamente para o Programa TAM Fidelidade foram consideradas custo direto do Programa TAM Fidelidade nos registros contábeis da TAM.

Para o propósito dessas demonstrações financeiras *carve-out*, as metodologias descritas abaixo foram utilizadas para segregar ativos, passivos, receitas, despesas e fluxo de caixa entre o Programa TAM Fidelidade e outras atividades da TAM.

Programa TAM Fidelidade

Notas explicativas da administração às demonstrações financeiras *carve-out* em 31 de dezembro de 2008 e de 2007

Em milhares de reais, exceto quando indicado de outra forma

Os ativos, passivos e resultados de operações do Programa TAM Fidelidade foram divididos utilizando uma identificação específica com base nos registros históricos e divisão organizacional existentes da TAM, quando possível. Ativos que incluem contas a receber, imobilizado e impostos antecipados foram especialmente identificados. Passivos que incluem outros passivos circulantes e receitas diferidas também foram especialmente identificados. Nenhum ativo significativo compartilhado entre a TAM e o Programa TAM Fidelidade foi identificado. Os saldos de impostos sobre a receita foram determinados seguindo o método de rateio, conforme descrito abaixo.

As despesas de operação incluem:

- (a) alocação de custos diretos para a TAM das passagens aéreas premiadas no resgate de Pontos de Fidelidade, conforme registros contábeis existentes da TAM, que consistem dos custos incrementais de transporte de um passageiro num voo agendado (combustível adicional, seguro e serviço de bordo);
- (b) os custos de venda, gerais e administrativos do Programa TAM Fidelidade alocados nos centros de custo da TAM, incluindo plano de pagamento com base em ações;
- (c) alocação das seguintes despesas gerais da TAM seguindo os critérios descritos abaixo:
 - (i) Custo da Central de Atendimento - a central de atendimento serviu clientes da TAM e aqueles do Programa TAM Fidelidade. Os custos da central de atendimento foram alocados nas demonstrações financeiras *carve-out* com base na quantidade de passagens aéreas resgatadas pelos Pontos Fidelidade em relação ao total de passagens aéreas emitidas.
 - (ii) Custos administrativos e gerais - incluem quantias alocadas para tecnologia de informação, serviços jurídicos, contabilidade, tesouraria e recursos humanos que são fornecidos de forma centralizadas pela TAM e foram alocados no Programa TAM Fidelidade com base em diferentes critérios, incluindo principalmente a análise de números de funcionários envolvidos e o volume de atividades do Programa TAM Fidelidade em relação às atividades totais da TAM.

Os impostos sobre a receita foram registrados como se o Programa TAM Fidelidade fosse um contribuinte separado. Como resultado, a receita tributável foi determinada com base no lucro do período em uma base *carve-out* e ajustada para refletir as regulamentações de imposto para atingir a receita tributável. A determinação das despesas de imposto de renda é baseada em pressupostos, atribuições e estimativas, incluindo aquelas utilizadas na preparação das demonstrações financeiras *carve-out*.

Programa TAM Fidelidade

Notas explicativas da administração às demonstrações financeiras *carve-out* em 31 de dezembro de 2008 e de 2007

Em milhares de reais, exceto quando indicado de outra forma

A TAM utilizou uma abordagem centralizada para o gerenciamento de caixa e para o financiamento de suas operações financeiras. Seus sistemas não rastreavam os saldos e débitos de caixa em negócio específico. Nenhum dos débitos da TAM é especialmente identificável para o Programa TAM Fidelidade. Como resultado, todas as quantias em dinheiro recebidas do negócio do Programa TAM Fidelidade estão registradas como uma distribuição para o único acionista, a TAM, e todos os pagamentos feitos em dinheiro feitos em relação às atividades do Programa TAM Fidelidade estão registrados como uma contribuição do único acionista, a TAM, para o Programa TAM Fidelidade.

Os ativos líquidos do Programa TAM Fidelidade representam o valor residual dos ativos do negócio após deduzir todos os passivos. Uma vez que o Programa TAM Fidelidade não existe como uma pessoa jurídica separada, não há quaisquer componentes separados do patrimônio líquido, tais como capital social ou reservas.

A administração acredita que essas alocações representam de forma apropriada o balanço patrimonial, a demonstração do resultado e o fluxo de caixa do Programa TAM Fidelidade. Porém, as demonstrações financeiras do Programa TAM Fidelidade foram preparadas com base no *carve-out* e não refletem necessariamente o que o balanço patrimonial, resultado de operações ou fluxo de caixa seriam se o Programa TAM Fidelidade tivesse operado como uma entidade separada ou os resultados futuros da Multiplus.

3 Políticas contábeis - geral

Estas demonstrações financeiras *carve-out* foram preparadas de acordo com as IFRS, emitidas pelo IASB, usando o real como a moeda funcional e de divulgação.

As demonstrações financeiras *carve-out* são preparadas sob a convenção de custo histórico a menos que indicado o contrário.

Estas demonstrações financeiras *carve-out* foram aprovadas pelo Conselho de Administração da TAM e pela diretoria executiva do Multiplus em 14 de dezembro de 2009.

As principais políticas contábeis adotadas na preparação destas demonstrações financeiras *carve-out* estão descritas abaixo.

3.1 Moeda estrangeira

(a) Moeda funcional e de apresentação

Os itens incluídos nas demonstrações financeiras *carve-out* são apresentados usando a moeda do ambiente econômico principal no qual o Programa TAM Fidelidade opera (a

Programa TAM Fidelidade

Notas explicativas da administração às demonstrações financeiras *carve-out* em 31 de dezembro de 2008 e de 2007

Em milhares de reais, exceto quando indicado de outra forma

"moeda funcional"). As demonstrações financeiras *carve-out* são apresentadas em reais ("reais"), que também é a moeda funcional do Programa TAM Fidelidade.

(b) Operações e saldos

As operações em moeda estrangeira são convertidas para a moeda funcional utilizando as taxas de câmbio vigentes nas datas das operações. Os saldos de ativos e passivos são convertidos na taxa de câmbio na data do fechamento dos balanços patrimoniais. Os ganhos e perdas de câmbio na liquidação de tais operações e a conversão de ativos e passivos monetários em moedas estrangeiras são registrados no resultado.

3.2 Imobilizado

O imobilizado é registrado ao custo menos a depreciação. Os custos correspondem ao custo histórico de aquisição.

A depreciação é calculada utilizando o método linear para alocar seus custos aos seus valores residuais sobre sua vida útil estimada, conforme segue:

	<u>Anos</u>
Móveis e equipamentos	10
Computadores	5

Ganhos e perdas na alienação são determinados pela comparação do resultado da venda com o valor residual e são reconhecidos na demonstração de resultado.

3.3 *Impairment* de ativos não circulantes

O imobilizado e outros ativos não circulantes, quando aplicável, são revisados para fins de *impairment* sempre que eventos ou circunstâncias sugerirem que seu valor contábil pode não ser recuperável. As perdas por *impairment* são reconhecidas pelo montante em que o valor contábil do ativo ultrapassa seu valor recuperável, que é o maior entre o preço líquido de venda e o valor em uso do ativo. Para fins de avaliação, os ativos são agrupados no menor grupo de ativos para o qual tem fluxo de caixa identificado separadamente (Unidade de geração de caixa ou "UGC").

3.4 Ativos financeiros

O Programa TAM Fidelidade classifica seus ativos financeiros nas seguintes categorias:

(i) mensurados ao valor justo por meio do resultado (incluindo instrumentos financeiros

Programa TAM Fidelidade

Notas explicativas da administração às demonstrações financeiras *carve-out* em 31 de dezembro de 2008 e de 2007

Em milhares de reais, exceto quando indicado de outra forma

derivativos, quando aplicável), (ii) empréstimos e (iii) recebíveis. A classificação depende da finalidade para a qual os ativos financeiros foram adquiridos. A administração determina a classificação de seus ativos financeiros no reconhecimento inicial. Nenhum ativo financeiro foi classificado ao valor justo através do resultado para qualquer período apresentado.

(a) Empréstimos e recebíveis

Os empréstimos e recebíveis são ativos financeiros não derivativos com pagamentos fixos ou determináveis que não são cotados em um mercado ativo. São avaliados pelo custo amortizado e são incluídos no ativo circulante, exceto para aqueles com vencimento superior a 12 meses após a data do balanço, que são classificados como ativos não circulantes. Os empréstimos e recebíveis incluem as "Contas a receber" no balanço.

(b) Instrumentos financeiros derivativos

Inicialmente, os derivativos são reconhecidos pelo valor justo na data em que um contrato derivativo é celebrado e são, subsequentemente, remensurados ao seu valor justo. Os custos de transação são registrados no resultado quando incorridos. Nenhum derivativo foi contratado pelo Programa TAM Fidelidade durante qualquer um dos períodos apresentados.

(c) *Impairment* de ativos financeiros

Na data do balanço o Programa TAM Fidelidade avalia se há evidência objetiva de que um ativo financeiro está registrado por valor acima de seu valor recuperável (*impairment*).

3.5 Contas a receber

As contas a receber são reconhecidas inicialmente pelo valor justo e posteriormente avaliadas pelo custo amortizado utilizando o método de taxa efetiva, deduzido a provisão para perdas por valor recuperável. Na prática, devido à natureza de curto prazo das contas a receber, elas geralmente são reconhecidas pelo montante faturado. Uma provisão para perdas por valor recuperável de contas a receber é estabelecida quando há uma evidência objetiva de que o Programa TAM Fidelidade não será capaz de cobrar todas as quantias devidas, de acordo com os termos originais das contas a receber.

O valor do ativo é deduzido da provisão para perdas, e o valor da perda é reconhecido no resultado do exercício. Quando um contas a receber é considerado incobrável ele é baixado contra a provisão para perdas. Valores que haviam sido baixados e que foram recuperados de forma subsequente são registrados no resultado.

Programa TAM Fidelidade

Notas explicativas da administração às demonstrações financeiras *carve-out* em 31 de dezembro de 2008 e de 2007

Em milhares de reais, exceto quando indicado de outra forma

3.6 Planos de pensão

Os funcionários do Programa TAM Fidelidade participam nos planos de contribuição definidas. Uma vez feita as contribuições, o Programa TAM Fidelidade não possui nenhuma responsabilidade por pagamentos adicionais. As contribuições regulares incluem os custos periódicos líquidos do período quando são devidos e, dessa forma, são incluídos nas despesas de pessoal.

3.7 Contas a pagar e outros passivos circulantes

As contas a pagar e outros passivos circulantes são reconhecidos inicialmente pelo valor justo e, posteriormente, calculados pelo custo amortizado utilizando o método de taxa efetiva. Na prática, devido à natureza de curto prazo do contas a pagar e outros passivos circulantes, geralmente são reconhecidas pelo montante faturado.

3.8 Imposto de renda e contribuição social

O imposto de renda e a contribuição social, corrente e diferido, são calculados com base nas alíquotas de 25% e 9% respectivamente. No cálculo do imposto de renda e contribuição social corrente pode-se compensar valores de prejuízos fiscais e bases negativas de contribuição social até o limite de 30%.

O encargo de imposto de renda corrente é calculado com base nas leis tributárias promulgadas, ou substancialmente promulgadas pela legislação fiscal brasileira. A administração avalia, periodicamente, as posições assumidas pela companhia nas declarações de imposto de renda com relação às situações em que a regulamentação fiscal aplicável dá margem a interpretações. Estabelece provisões, quando apropriado, com base nos valores que deverão ser pagos às autoridades fiscais.

O imposto de renda diferido é calculado usando o método do passivo usando as alíquotas promulgadas para o período quando o ativo é realizado ou o passivo liquidado, com base nas taxas promulgadas ou substancialmente promulgado na data do balanço.

O imposto de renda diferido ativo é reconhecido somente na proporção da probabilidade de que o lucro real futuro esteja disponível e as diferenças temporárias possam ser usadas.

3.9 Provisões

As provisões são reconhecidas quando uma obrigação legal ou não formalizada como resultado de eventos passados, e é provável que uma saída de recursos seja necessária para

Programa TAM Fidelidade

Notas explicativas da administração às demonstrações financeiras *carve-out* em 31 de dezembro de 2008 e de 2007

Em milhares de reais, exceto quando indicado de outra forma

liquidar a obrigação e uma estimativa confiável de valor possa ser feita. As provisões são mensuradas pelo valor presente dos gastos que devem ser necessários para liquidar a obrigação utilizando, quando aplicável, uma taxa de desconto baseada nas taxas de juros atuais de mercado e que reflita os riscos relacionados com o passivo.

3.10 Receita e receita diferida

Sob Programa TAM Fidelidade, os pontos de fidelidade são acumulados ao voar com a TAM ou com companhias aéreas parceiras, ou ao fazer compras utilizando um cartão de crédito do Programa TAM Fidelidade, ou utilizando os serviços e produtos dos parceiros comerciais.

Os pontos de fidelidade emitidos em conexão com a venda de passagens aéreas pela TAM são reconhecidos como um componente identificável separadamente do preço de venda, com base no valor justo estimado dos pontos atribuídos. Essa receita é calculada (considerando apenas os Pontos Fidelidade que se esperam ser resgatados com base em experiência histórica), sendo inicialmente diferida e depois reconhecida na demonstração de resultado como receita quando os pontos são resgatados. Como o resultado, nenhuma receita pela emissão de Pontos Fidelidade foi alocada nessas demonstrações financeiras *carve-out* no que diz respeito aos Pontos Fidelidade emitidos em conexão com a venda de passagens aéreas das quais não se esperam ser resgatadas, conhecido como *breakage*. A receita inclui também a receita proveniente da venda de pontos de fidelidade de terceiros, tais como companhias aéreas parceiras, empresas de cartão de crédito e outros parceiros comerciais de fidelidade. Essa receita é diferida e reconhecida na demonstração dos resultados quando os pontos são resgatados.

A receita também é reconhecida sob "outras receitas" para as taxas cobradas pelo Programa TAM Fidelidade dos cartões de crédito que utilizam o nome da marca "Fidelidade" entre outras.

3.11 Remuneração com base em ações

A TAM oferece a empregados e executivos planos de remuneração com base em ações, liquidados em ações. O valor justo dos serviços do empregado, recebido em troca da outorga de opções, é reconhecido como despesa.

O valor total a ser destinado é determinado mediante a referência ao valor justo das opções outorgadas, excluindo o impacto de quaisquer condições de aquisições de direitos que não são de mercado (por exemplo rentabilidade e metas de aumento de vendas). As condições de aquisições de direitos que não são de mercado estão incluídas nas premissas sobre a quantidade de opções cujos direitos devem ser adquiridos. A cada data de balanço, as

Programa TAM Fidelidade

Notas explicativas da administração às demonstrações financeiras *carve-out* em 31 de dezembro de 2008 e de 2007

Em milhares de reais, exceto quando indicado de outra forma

estimativas de quantidade de opções cujos direitos devem ser adquiridos com base nas condições de aquisição de direitos que não são de mercado são revisadas. O impacto dessa revisão das estimativas iniciais são reconhecidas, se houver, na demonstração do resultado, como um ajuste correspondente no ativo líquido.

3.12 Informações do segmento

O principal tomador de decisões operacionais do Programa TAM Fidelidade, que é responsável por alocar recursos e avaliar o desempenho para as diferentes atividades de Programa TAM Fidelidade, foi identificado para os períodos apresentados como o diretor executivo da TAM, responsável pela gestão de Programa TAM Fidelidade. O principal tomador de decisões operacionais somente avalia o desempenho do Programa TAM Fidelidade como um todo, e a administração determinou que há apenas um segmento operacional para Programa TAM Fidelidade.

3.13 Mudanças nas práticas contábeis

- (a) IFRIC 13 - "Programas de fidelização do cliente" (em vigor a partir de 1º de julho de 2008). O IFRIC 13 esclarece que, quando bens ou serviços são vendidos em conjunto com um incentivo à fidelidade dos clientes (por exemplo, pontos por fidelidade ou produtos gratuitos), o acordo é um composto de múltiplos elementos e a contraprestação a receber do cliente é alocada entre os componentes deste acordo usando valores justos. O IFRIC 13 é pertinente para as operações do Programa TAM Fidelidade em separado da TAM, mas a nova norma não teve nenhum impacto significativo, pois os critérios usados nas demonstrações financeiras *carve-out* já atendiam aos critérios do IFRIC 13.
- (b) A companhia adotou o IFRS 8 "Segmentos operacionais" (em vigor desde 1º de janeiro de 2009). IFRS 8 substituirá o IAS 14. A nova norma exige uma "abordagem de gestão", onde a informação por segmento é apresentada com base na mesma utilizada para relatórios internos. A norma não tem qualquer impacto na definição dos segmentos do Programa TAM Fidelidade.
- (c) As seguintes interpretações e alterações de normas existentes foram publicadas e são obrigatórias para os períodos contábeis que começam em ou após 1º de janeiro de 2009 ou em períodos posteriores, mas não são relevantes para as operações do Programa TAM Fidelidade:
 - (i) IAS 23 (revisto) - "Custos de empréstimos" (em vigor a partir de 1º de janeiro de 2009).
 - (ii) IAS 36 (alteração) - "Valor recuperável dos ativos" (em vigor a partir de 1º de janeiro, 2009).

Programa TAM Fidelidade

Notas explicativas da administração às demonstrações financeiras *carve-out* em 31 de dezembro de 2008 e de 2007

Em milhares de reais, exceto quando indicado de outra forma

- (iii) Alteração à IFRS 7 - "Instrumentos financeiros - divulgações" (válida a partir de 1º de janeiro de 2009).
- (iv) IFRS 2 (alteração) - "Pagamento baseado em ações" (válida a partir de 1º de janeiro de 2009).
- (v) IFRS 1 (alteração) - "Primeira adoção das IFRS" e IAS 27 - "Demonstrações financeiras consolidadas e separadas".
- (vi) IAS 20 (emenda) - "Contabilização de concessões do governo e divulgação de auxílio governamental" (válida a partir de 1º de janeiro de 2009).
- (vii) IAS 27 (revisada) - "Demonstrações financeiras consolidadas e separadas" (válida a partir de 1º de julho de 2009).
- (viii) IFRS 5 (alteração) - "Ativos não circulantes mantidos para alienação e operações descontinuadas" (e consequente alteração à IFRS 1 - "Primeira adoção") (válida a partir de 1º de julho de 2009).
- (ix) IAS 19 (emenda) - "Benefícios a empregados" (válida a partir de 1º de janeiro de 2009).
- (x) IAS 16 (emenda) - "Imobilizado" (e consequente alteração à IAS 7 - "Demonstração de fluxo de caixa") (válida a partir de 1º de janeiro de 2009).
- (xi) IAS 27 (emenda) - "Demonstrações financeiras consolidadas e separadas".
- (xii) IAS 28 (alteração) - "Investimentos em associados" (e as consequentes alterações a IAS 32 - "Instrumentos financeiros: apresentação" e IFRS 7 - "Instrumentos financeiros: divulgações") (válida a partir de 1º de janeiro de 2009).
- (xiii) IAS 29 (emenda) - "Divulgação financeira em economias hiperinflacionárias" (válida a partir de 1º de janeiro de 2009).
- (xiv) IAS 31 (emenda) - "Participações em *joint ventures*" (e consequentes alterações à IAS 32 e IFRS 7) (todas válidas a partir de 1º de janeiro de 2009).
- (xv) IAS 32 (emenda) - "Instrumentos financeiros: apresentação" e IAS 1 (alteração) - "Apresentação de demonstrações financeiras" - "Instrumentos financeiros com opção de venda e obrigações decorrentes de liquidação" (válida a partir de 1º de janeiro de 2009).

Programa TAM Fidelidade

Notas explicativas da administração às demonstrações financeiras *carve-out* em 31 de dezembro de 2008 e de 2007

Em milhares de reais, exceto quando indicado de outra forma

- (xvi) IAS 38 (emenda) - "Ativos intangíveis" (em vigor a partir de 1º de janeiro de 2009).
- (xvii) IAS 39 (emenda) - "Instrumentos financeiros: reconhecimento e mensuração" (em vigor a partir de 1º de janeiro de 2009).
- (xviii) IAS 40 (emenda) - "Propriedade de investimento" (e consequentes alterações à IAS 16) (válida a partir de 1º de janeiro de 2009).
- (xix) IAS 41 (emenda) - "Agricultura" (válida a partir de 1º de janeiro de 2009).

Existem algumas pequenas alterações na IFRS 7 - "Instrumentos financeiros: divulgações", IAS 8 - "Políticas contábeis, alterações em estimativas e erros contábeis", IAS 10 - "Eventos após o período de divulgação", IAS 18 - "Receita" e IAS 34 - "Divulgação financeira intermediária", que fazem parte do projeto de aperfeiçoamentos anuais do IASB publicado em maio de 2008 (não abordadas acima).

- . IFRIC 15 - "Acordos para a construção de imóveis" (válida a partir de 1º de janeiro de 2009).
 - . IFRIC 16 - "*Hedging* de investimento líquido em uma operação estrangeira" (válida a partir de 1º de outubro de 2008).
 - . IFRIC 17 - "Distribuições de ativos não financeiros aos proprietários" (válida a partir de 1º de julho de 2009).
 - . IFRIC 18 - "Transferências de ativos de clientes" (válida a partir de 1º de julho de 2009).
 - . IFRIC 19 - "Extinção de passivos financeiros com instrumentos de capital próprio" (válida a partir de 1º de julho de 2010).
- (d) A Administração está atualmente avaliando o impacto das seguintes normas ou interpretações revisadas que ainda não são eficazes e não foram antecipadamente adotadas:

IAS 1 (revisado) - "Apresentação das demonstrações financeiras" (válida a partir de 1º de janeiro de 2009). A norma revisado irá proibir a apresentação de itens de receitas e despesas (isto é, "mudanças no patrimônio líquido que não pertença aos acionistas") na demonstração de mutação do patrimônio líquido, exigindo as "mudança no patrimônio líquido que não pertença aos acionistas", a serem apresentadas separadamente das mudanças no capital próprio. Todas as mutações no patrimônio que não pertencem aos acionistas deverão ser

Programa TAM Fidelidade

Notas explicativas da administração às demonstrações financeiras *carve-out* em 31 de dezembro de 2008 e de 2007

Em milhares de reais, exceto quando indicado de outra forma

exibidas em uma demonstração de desempenho, podendo-se escolher apresentar uma demonstração de desempenho (a demonstração do resultado abrangente) ou duas demonstrações (a demonstração do resultado e a demonstração do resultado abrangente). Quando uma atualização ou reclassificação de informação comparativa é feita, ela será obrigada a apresentar um balanço atualizado como no início do período comparativo, além da exigência atual de apresentar balanços no final do período em curso e período comparativo.

IFRS 3 (revisado) - "Combinações de Negócios" (válido a partir de 1º de julho de 2009). A norma revisada continua a aplicar o método de aquisição de combinações de negócios, com algumas mudanças significativas. Por exemplo, todos os pagamentos para a compra de bens devem ser registrados pelo valor justo na data da aquisição, com pagamentos contingentes classificados como débitos subsequentes remensurados por meio das demonstrações de resultado. Há uma opção em uma base de aquisição para medir a participação minoritária quer pelo valor justo ou proporcional dos ativos líquidos adquiridos. Todos os custos relacionados à aquisição devem ser contabilizados. IFRS 3 (revisado) será aplicado prospectivamente a todas as combinações de negócios, se for o caso, a partir de 1º de janeiro de 2010.

IFRS 9 - "Instrumentos Financeiros" (válido a partir de 1º de julho de 2013). A norma especifica como os ativos financeiros, incluindo os contratos híbridos devem ser classificados e medidos. Ela exige que todos os ativos financeiros devam ser classificados com base no modelo de negócios para gestão de ativos financeiros e os respectivos fluxos de caixa contratuais. Os ativos financeiros devem ser inicialmente registrados pelo valor justo acrescido, se for o caso, dos custos de transação e, posteriormente, mensurados pelo custo amortizado, apenas se certas condições forem cumpridas, inclusive que os termos contratuais dos ativos dão origem a fluxos de caixa que são apenas os pagamentos de principal ou juros sobre o capital, ou o valor justo.

4 Estimativas e julgamentos contábeis críticos

Estimativas e julgamentos são continuamente avaliados e estão baseados na experiência histórica e outros fatores, incluindo expectativas de eventos futuros que se acredita serem razoáveis para as circunstâncias. As estimativas contábeis por definição, raramente se equivalem aos resultados reais. As estimativas e julgamentos que têm um risco significativo de provocar um ajuste material nos valores de ativos e passivos no exercício seguinte, são discutidos abaixo.

Programa TAM Fidelidade

Notas explicativas da administração às demonstrações financeiras *carve-out* em 31 de dezembro de 2008 e de 2007

Em milhares de reais, exceto quando indicado de outra forma

4.1 Reconhecimento de receita

As receitas com relação aos Pontos Fidelidade emitidos pela TAM a clientes TAM para adquirir bilhetes aéreos são determinadas com base no valor justo estimado dos pontos concedidos aos passageiros, sendo diferidas até que os pontos sejam efetivamente resgatados. O valor justo é considerado como sendo o valor justo para o cliente da concessão do bilhete e é determinado por lote de 1.000 pontos, com base numa média ponderada do valor de pontos de venda a parceiros comerciais e o valor para os clientes dos bilhetes gratuitos concedidos com base na tarifa média por cada bilhete vendido pela TAM. Como o resultado, nenhuma receita pela emissão de Pontos Fidelidade foi alocada nessas demonstrações financeiras *carve-out* no que diz respeito aos Pontos Fidelidade emitidos em conexão com a venda de passagens aéreas das quais não se esperam ser resgatadas, conhecido como *breakage*. Para os saldos de *breakage* foi estimado uma perda média de 31,6% em 2008 e 29,2% em 2007. Alteração das estimativas do *breakage* tem impacto direto no saldo de receita reconhecida nas demonstrações financeiras *carve-out*. Um aumento no valor justo dos bilhetes ou diminuição no percentual de *breakage* resultaria em aumento nas receitas reconhecidas.

4.2 Imposto de renda

Os ativos e passivos fiscais diferidos são calculados com base nas diferenças entre os valores contábeis existentes nas demonstrações financeiras *carve-out*, usando as alíquotas vigentes. As premissas de recuperação dos tributos diferidos são revisadas periodicamente, tendo em vista os lucros históricos e os lucros tributáveis gerados e futuros. As alterações em tais estimativas e projeções podem resultar em alterações nos montantes de impostos diferidos reconhecidos.

4.3 Critérios usados na preparação de demonstrações financeiras *carve-out*

A preparação destas demonstrações financeiras *carve-out* exige fazer estimativas e suposições que afetam os valores reportados de ativos e passivos, receitas e despesas, especialmente na mensuração e alocação de despesas operacionais com atividades que foram realizadas corporativamente pela TAM. Considerando a relação significativa entre a TAM e o Programa TAM Fidelidade, os termos da isenção, as transações, as atribuições e as estimativas dos ativos e passivos e das despesas e outras transações entre Programa TAM Fidelidade e a TAM podem não ser as mesmas que teriam resultado de transações entre terceiros independentes, ou que teriam resultado se o Programa TAM Fidelidade tivesse operado como um negócio autônomo, não é indicativo das operações futuras ou despesas ou resultados das operações da Multiplus.

Programa TAM Fidelidade

Notas explicativas da administração às demonstrações financeiras *carve-out* em 31 de dezembro de 2008 e de 2007

Em milhares de reais, exceto quando indicado de outra forma

5 Contas a receber

(a) Composição dos saldos

	<u>2008</u>	<u>2007</u>
Contas a receber pela emissão de Pontos Fidelidade	105.522	68.340
Outros serviços	<u>3.957</u>	<u>3.523</u>
	<u>109.479</u>	<u>71.863</u>
Provisão para redução ao valor recuperável de contas a receber de clientes	<u>(3.651)</u>	<u>(2.127)</u>
	<u><u>105.828</u></u>	<u><u>69.736</u></u>

Os ativos financeiros incluídos na lista acima são classificados como ativos mensurados pelo custo amortizado. O seu valor contábil se aproxima do seu valor justo devido à sua natureza e vencimento de curto prazo.

(b) Contas a receber por data de vencimento

	<u>2008</u>	<u>2007</u>
A vencer	99.805	64.937
Vencidas		
Até 60 dias	1.875	1.500
De 61 a 90 dias	164	840
De 91 a 180 dias	241	521
De 181 a 360 dias	2.265	765
Acima de 360 dias	<u>5.129</u>	<u>3.300</u>
	<u><u>109.479</u></u>	<u><u>71.863</u></u>

(c) Provisão para redução de contas a receber de clientes ao valor recuperável

	<u>2008</u>	<u>2007</u>
Saldo no início do exercício	2.127	1.601
Adições (registradas na rubrica "Despesas com vendas")	1.554	537
Recuperações	<u>(30)</u>	<u>(11)</u>
Saldo ao final do exercício	<u><u>3.651</u></u>	<u><u>2.127</u></u>

Programa TAM Fidelidade

Notas explicativas da administração às demonstrações financeiras *carve-out* em 31 de dezembro de 2008 e de 2007

Em milhares de reais, exceto quando indicado de outra forma

A constituição e a dedução de provisões para recebíveis com valor reduzido ao recuperável foram incluídas em "Despesas de vendas" na demonstração do resultado. Quando não existe expectativa de recuperação de numerário adicional, os valores debitados à conta da provisão são, em geral, revertidos.

A exposição máxima ao risco de crédito na data do relatório é o valor contábil de cada tipo de recebível mencionado acima.

6 Gestão de risco financeiro

As atividades do Programa de Fidelidade TAM a expõem a uma série de riscos financeiros, principalmente ao risco de crédito e ao risco de mercado em potencial (incluindo risco de moeda, de valor justo de taxas de juros, de taxa de juros nos fluxos de caixa).

(a) Risco de crédito

O risco de crédito decorre da possibilidade de que o Programa TAM Fidelidade não recupere os valores a receber de suas operações e, assim, não seja capaz de distribuir a quantia recebida a seus acionistas.

Para reduzir o risco de crédito, TAM, como proprietária da Programa TAM Fidelidade tem adotado a prática de estabelecimento de limites de crédito e acompanhamento dos créditos pendentes.

(b) Riscos de mercado

O Programa TAM Fidelidade está exposto aos riscos de mercado em decorrência de suas atividades comerciais normais. Estes riscos de mercado dizem respeito, principalmente, à mudanças nas taxas de juros. Quaisquer alterações desse tipo podem afetar negativamente o valor de seus ativos e passivos financeiros ou os fluxos futuros de capital e de despesas. O risco de mercado é a possível perda derivada de variações nos preços do mercado. Programa TAM Fidelidade está sujeito ao risco da taxa de juros e ao risco inerente à taxa de câmbio, sobre todos os seus empréstimos que em 30 de setembro de 2009 é de R\$ 2.670 (31 de dezembro de 2008 - "Zero").

(c) Risco de liquidez

A gestão prudente de risco de liquidez implica a manutenção de caixa e títulos negociáveis suficientes, a disponibilidade de fundos através de uma quantia adequada de crédito

Programa TAM Fidelidade

Notas explicativas da administração às demonstrações financeiras *carve-out* em 31 de dezembro de 2008 e de 2007

Em milhares de reais, exceto quando indicado de outra forma

comprometidas e a capacidade de fechar posições do mercado. Considerando que uma abordagem centralizada da administração de capital tem vigorado nos períodos apresentados, a administração da TAM tem a responsabilidade de administrar o risco de liquidez em todas as suas atividades comerciais, incluindo o Programa de Fidelidade.

7 Receita diferida

Reconciliação da receita diferida:

	<u>2008</u>	<u>2007</u>
Saldo inicial	420.656	274.810
Receita diferida decorrente dos pontos fidelidade emitidos durante o exercício	602.800	357.290
Receita reconhecida (Nota 10)	<u>(515.748)</u>	<u>(211.444)</u>
	<u>507.708</u>	<u>420.656</u>

8 Mutações dos ativos líquidos durante os períodos

	<u>Ativos líquidos</u>
Em 1º de janeiro de 2007	(214.975)
Transações com acionistas	
Plano de opções de ações da TAM S.A.	394
Distribuição líquida para a TAM S.A.	<u>(180.451)</u>
Transações totais com acionista	<u>(180.057)</u>
Lucro do exercício	<u>110.383</u>
Em 31 de dezembro de 2007	<u>(284.649)</u>
Transações com acionistas	
Plano de opções de ações da TAM S.A.	453
Distribuição líquida para a TAM S.A.	<u>(350.555)</u>
Transações totais com acionista	<u>(350.102)</u>
Lucro do exercício	<u>270.012</u>
Em 31 de dezembro de 2008	<u>(364.739)</u>

Programa TAM Fidelidade

Notas explicativas da administração às demonstrações financeiras *carve-out* em 31 de dezembro de 2008 e de 2007

Em milhares de reais, exceto quando indicado de outra forma

9 Pagamentos baseados em ações

	<u>2008</u>	<u>2007</u>
Despesas - plano de pagamento baseado em ações da TAM	453	394
	<u>453</u>	<u>394</u>

Na Assembleia Extraordinária de Acionistas da TAM realizada em 16 de maio de 2005, os acionistas aprovaram o Plano de Opções de Compra de Ações para diretores e funcionários ("Plano").

Sob os termos do Plano, as opções cedidas são divididas em três partes iguais e os empregados poderão exercer uma terça parte das suas opções depois de três, quatro e cinco anos, respectivamente, se ainda estiverem empregados na TAM naquela ocasião.

As opções têm o período contratual de sete anos.

A opção contém uma "condição de serviço", na qual o exercício das opções dependendo exclusivamente da prestação de serviços pelo empregado por período predefinido. Empregados demitidos têm a obrigação de atender certas condições suspensivas para a manutenção do direito de exercício das opções.

As opções são estimadas com o uso do modelo de preços de opções Black-Scholes. O preço do exercício é ajustado pelo Índice Geral de Preços (IGP-M) a partir da data de concessão até a data do exercício.

A volatilidade dos preços das ações é determinada com base na volatilidade histórica dos preços das ações da TAM.

10 Receita líquida

	<u>2008</u>	<u>2007</u>
Receita por pontos	515.748	211.444
Outras receitas	11.363	10.023
Impostos sobre vendas	<u>(48.758)</u>	<u>(20.486)</u>
Receita líquida	<u>478.353</u>	<u>200.981</u>

Os impostos sobre vendas referem-se ao PIS/COFINS (impostos federais), à alíquota total de 9,25%.

Programa TAM Fidelidade

Notas explicativas da administração às demonstrações financeiras *carve-out* em 31 de dezembro de 2008 e de 2007

Em milhares de reais, exceto quando indicado de outra forma

	2008				
	Custo das vendas	Vendas	Gerais e administrativas	Total	Percentual
11 Despesas operacionais					
Custo do transporte aéreo provido pela TAM como prêmio - custo incremental	30.730			30.730	44,4
Tecnologia da informação	1.244			1.244	1,8
Call center		2.824		2.824	4,1
Jurídico			433	433	0,6
Contabilidade e finanças			257	257	0,4
Compra de passagens aéreas em Companhias aéreas parceiras	14.859			14.859	21,5
Recursos humanos	1.685		1.100	3.306	4,8
Marketing		7.326		7.326	10,6
Serviços de terceiros			4.860	4.860	7,0
Valor recuperável de contas a receber de clientes	1.523			1.523	2,2
Outros	1.013	178	691	1.882	2,6
	<u>49.531</u>	<u>12.372</u>	<u>7.341</u>	<u>69.244</u>	<u>100,0</u>

Programa TAM Fidelidade

Notas explicativas da administração às demonstrações financeiras *carve-out* em 31 de dezembro de 2008 e de 2007

Em milhares de reais, exceto quando indicado de outra forma

	2007				
	Custo das vendas	Vendas	Gerais e administrativas	Total	Percentual
Custo do transporte aéreo provido pela TAM como prêmio - custo incremental	9.274			9.274	27,5
Tecnologia da informação	1.499			1.499	4,4
Call center		898		898	2,7
Jurídico			541	541	1,6
Contabilidade e finanças			231	231	0,7
Compra de passagens aéreas em Companhias aéreas parceiras	9.022	412	748	9.022	26,7
Recursos humanos	1.763	3.977		2.923	8,7
Marketing			3.146	3.977	11,8
Serviços de terceiros		526		3.146	9,3
Valor recuperável de contas a receber de clientes	910	91	696	526	1,6
Outros				1.697	5,0
	<u>22.468</u>	<u>5.904</u>	<u>5.362</u>	<u>33.734</u>	<u>100,0</u>

Programa TAM Fidelidade

Notas explicativas da administração às demonstrações financeiras *carve-out* em 31 de dezembro de 2008 e de 2007

Em milhares de reais, exceto quando indicado de outra forma

12 Imposto de renda e contribuição social

O imposto de renda foi calculado como se o Programa TAM Fidelidade fosse uma entidade em separado para pagamento de impostos. Como resultado, o lucro tributável foi determinado a partir dos lucros do exercício à base dividida e ajustada para refletir os regulamentos fiscais da renda do Brasil. Para os períodos apresentados, o Programa TAM Fidelidade foi operado pela TAM Linhas Aéreas S.A., uma subsidiária integral da TAM, que foi a entidade pagadora de impostos e a entidade responsável pelo imposto de renda durante os períodos.

O imposto de renda é calculado com base nas taxas correntes de 31 de dezembro, como segue:

(a) Composição de crédito (despesas) do imposto de renda e contribuição social

	<u>2008</u>	<u>2007</u>
Imposto de renda e contribuição social correntes	(165.998)	(101.962)
Imposto de renda e contribuição social diferidos	<u>26.901</u>	<u>45.098</u>
	<u>(139.097)</u>	<u>(56.864)</u>

(b) Conciliação da despesa do imposto de renda e da contribuição social

O imposto de renda e contribuição social apurados sobre o lucro antes da tributação difere do valor teórico que resultaria usando-se a alíquota de imposto aplicável no Brasil.

	<u>2008</u>	<u>2007</u>
Lucro antes da tributação	409.109	167.247
Imposto calculado à alíquota aplicável vigente - %	<u>34</u>	<u>34</u>
Resultado do imposto de renda e contribuição social	<u>139.097</u>	<u>56.864</u>
Adições permanentes (exclusões)		
Despesas de imposto de renda e contribuição social à alíquota efetiva	<u>139.097</u>	<u>56.864</u>
Alíquota efetiva - %	<u>34</u>	<u>34</u>

Programa TAM Fidelidade

Notas explicativas da administração às demonstrações financeiras *carve-out* em 31 de dezembro de 2008 e de 2007

Em milhares de reais, exceto quando indicado de outra forma

Os anos fiscais de 2007 a 2008 estão sujeitos a exame pelas autoridades fiscais brasileiras.

(c) Composição do imposto de renda e da contribuição social deferidos ativos

Os ativos e passivos diferidos do imposto de renda são compensados quando há o direito legalmente executável de compensar os ativos fiscais correntes contra os passivos fiscais correntes e quando os impostos diferidos sobre a renda se refiram à mesma autoridade fiscal.

O movimento nos ativos e passivos diferidos do imposto de renda durante o período apresentado é o seguinte:

	<u>2007</u>	Cobrados/ (creditados) na declaração do imposto de renda	<u>2008</u>
Receita diferida	129.793	26.860	156.653
Participação dos funcionários nos lucros	<u>98</u>	<u>41</u>	<u>139</u>
	<u>129.891</u>	<u>26.901</u>	<u>156.792</u>
		<u>2008</u>	<u>2007</u>
Imposto diferido que se espera recuperar dentro de 12 meses - liquidado		40.154	26.901
Imposto diferido que se espera recuperar após mais de 12 meses - liquidado		<u>116.638</u>	<u>102.990</u>
		<u>156.792</u>	<u>129.891</u>

Não existem ativos fiscais diferidos não reconhecidos.

13 Partes relacionadas

Como descrito na Nota 1 durante todos os períodos apresentados, o Programa Fidelidade TAM faz parte do negócio da TAM e como resultado significativo, existiram transações entre o Programa Fidelidade TAM e a TAM como descrito abaixo:

Programa TAM Fidelidade

Notas explicativas da administração às demonstrações financeiras *carve-out* em 31 de dezembro de 2008 e de 2007

Em milhares de reais, exceto quando indicado de outra forma

- (a) Para prêmios no resgate de Pontos Fidelidade consistindo em bilhetes aéreos gratuitos da TAM dos serviços de transporte aéreo foram prestados pela TAM. As demonstrações financeiras *carve-out* incluem uma alocação destes custos conforme descrito na Nota 2 no montante de R\$ 30.730 (31 de dezembro de 2007 - R\$ 9.274).
- (b) Determinadas atividades societárias como contabilidade, tesouraria, tecnologia da informação e serviços jurídicos foram realizados centralizadamente pela TAM, incluindo o Programa TAM Fidelidade, tendo um *call center* que atendeu tanto clientes da TAM como do Programa TAM Fidelidade. Os custos para estes serviços centralizados estão alocados conforme definido na Nota 2 e totalizam R\$ 15.390 (30 de setembro de 2008 - R\$ 10.069).
- (c) Programa TAM Fidelidade fez a distribuição líquida para a TAM conforme definido na Nota 2 no montante de R\$ 350.555 (31 de dezembro de 2007 - R\$ 180.451).

Os gestores principais do Programa Fidelidade TAM incluem diretores e gerentes da TAM dedicados ao Programa Fidelidade TAM e suas remunerações foram as seguintes:

	<u>2008</u>	<u>2007</u>
Salários	1.178	1.268
Participação nos lucros, bônus e opções de ações	453	394
Contribuições a planos de pensão	<u>6</u>	<u>5</u>
	<u>1.637</u>	<u>1.667</u>

14 Caixa gerado por atividades operacionais

	<u>2008</u>	<u>2007</u>
Lucro líquido do exercício	270.012	110.383
Ajustes do resultado		
Imposto de renda e contribuição social	139.097	56.864
Plano de pagamento baseado em ações	453	394
Redução ao valor recuperável de contas a receber de clientes	1.523	526
Depreciação e amortização	<u>3</u>	<u>3</u>
	<u>411.088</u>	<u>168.170</u>

Variação entre ativos e passivos

Programa TAM Fidelidade

Notas explicativas da administração às demonstrações financeiras *carve-out* em 31 de dezembro de 2008 e de 2007

Em milhares de reais, exceto quando indicado de outra forma

	<u>2008</u>	<u>2007</u>
Contas a receber	(37.616)	(71.863)
Impostos antecipados	(8.052)	(13.491)
Receita diferida	87.052	145.846
Outros passivos circulantes	<u>45</u>	<u>(562)</u>
	<u>41.429</u>	<u>59.930</u>
Caixa líquido gerado pelas atividades operacionais	<u><u>452.517</u></u>	<u><u>228.100</u></u>

* * *

-
- Informações Financeiras *Pro Forma Carve Out* do Programa TAM Fidelidade relativas ao ano encerrado em 31 de dezembro de 2008 e aos períodos de nove meses encerrados em 30 de setembro de 2008 e 2009

(Esta página foi intencionalmente deixada em branco)

Programa TAM Fidelidade

Demonstrações das operações *pro forma carve-out* nove meses findos em 30 de setembro de 2009 e de 2008 e 31 de dezembro de 2008

Programa TAM Fidelidade

Demonstrações das operações *pro forma* *carve-out*
 Período de nove meses findos em 30 de setembro de 2009
 (não auditado)

Em milhares de reais

	Saldo histórico - demonstrações financeiras <i>carve-out</i>	Efeito na receita líquida decorrente do Acordo Operacional com a TAM Linhas Aéreas S.A. ("TAM") (a)	Efeito nas despesas operacionais oriundas do Acordo Operacional com a TAM para a compra de passagens aéreas (b)	Efeito nas despesas operacionais decorrentes do Acordo de Serviços Compartilhados com a TAM (c)	Efeito dos impostos nos diferidos nos ajustes <i>pro forma</i> (d)	Subtotal dos ajustes <i>pro forma</i>	Demonstrações das operações <i>pro forma</i> <i>carve-out</i>
Receita líquida	458.836	136.161				136.161	594.997
Despesas operacionais	(82.043)		(371.498)	2.584		(368.914)	(450.957)
Lucro operacional	376.793	136.161	(371.498)	2.584		(232.753)	144.040
Receita financeira	141						141
Despesas financeiras	(68)						(68)
Lucro antes do imposto de renda e contribuição social	376.866	136.161	(371.498)	2.584		(232.753)	
Imposto de renda e contribuição social							
Corrente	(158.142)				95.980	95.980	(62.162)
Diferido	30.008				(16.844)	(16.844)	13.164
Lucro líquido do período	248.732	136.161	(371.498)	2.584	79.136	(153.617)	95.115

Programa TAM Fidelidade

Demonstrações das operações *pro forma carve-out*
 Período de nove meses findos em 30 de setembro de 2008
 (não auditado)
 Em milhares de reais

	Saldo histórico - demonstrações financeiras <i>carve-out</i>	Efeito na receita líquida decorrente do Acordo Operacional com a TAM Linhas Aéreas S.A. ("TAM") (a)	Efeito nas despesas operacionais oriundas do Acordo Operacional com a TAM para a compra de passagens aéreas (b)	Efeito nas despesas operacionais decorrentes do Acordo de Serviços Compartilhados com a TAM (c)	Efeito dos impostos diferidos nos ajustes <i>pro forma</i> (d)	Subtotal dos ajustes <i>pro forma</i>	Demonstrações das operações <i>pro forma</i> <i>carve-out</i>
Receita líquida	349.705	83.587				83.587	433.292
Despesas operacionais	(46.926)		(295.185)	(1.063)		(296.248)	(343.174)
Lucro operacional	302.779	83.587	(295.185)	(1.063)		(212.661)	90.118
Imposto de renda e contribuição social							
Corrente	(122.698)				60.568	60.568	(62.130)
Diferido	19.753				11.737	11.737	31.490
Lucro líquido do período	199.834	83.587	(295.185)	(1.063)	72.305	(140.356)	59.478

Programa TAM Fidelidade

Demonstrações das operações *pro forma carve-out*
Exercício findo em 31 de dezembro de 2008
Em milhares de reais

	Efeito na receita líquida decorrente do Acordo Operacional com a TAM Linhas Aéreas S.A. ("TAM") (a)	Efeito nas despesas operacionais oriundas do Acordo Operacional com a TAM para a compra de passagens aéreas (b)	Efeito nas despesas operacionais decorrentes do Acordo de Serviços Compartilhados com a TAM (c)	Efeito dos impostos diferidos nos ajustes <i>pro forma</i> (d)	Subtotal dos ajustes <i>pro forma</i>	Demonstrações das operações <i>pro forma carve-out</i>
Receita líquida	478.353	117.832			117.832	596.185
Despesas operacionais	(69.244)	(390.617)	(863)		(391.480)	(460.724)
Lucro operacional	409.109	117.832	(863)		(273.648)	135.461
Imposto de renda e contribuição social	(165.998)			90.821	90.821	(75.177)
Corrente	26.901			2.219	2.219	29.120
Diferido						
Lucro líquido do exercício	270.012	117.832	(863)	93.040	(180.608)	89.404

Programa TAM Fidelidade

Demonstrações das operações *pro forma carve-out*
Períodos de nove meses findos em
30 de setembro de 2009 e de 2008 (não auditado) e
exercício findo em 31 de dezembro de 2008
Em milhares de reais

1 Descrição das transações e base para a preparação das demonstrações das operações *pro forma carve-out*

(a) Contexto operacional

A TAM S.A. ("TSA") é uma empresa listada na BM&FBOVESPA - Bolsa de Valores, Mercadorias e Futuros ("BM&FBOVESPA") e na Bolsa de Valores de Nova York, com sede no Brasil e que através da sua controlada TAM Linhas Aéreas S.A. ("TAM") atua no setor de linhas aéreas. A TAM opera desde 1993 um programa de fidelidade chamado Programa TAM Fidelidade ("Fidelidade") que premia os clientes que voam nos voos da TAM com pontos de Fidelidade ("Pontos de Fidelidade"), que somente podem ser resgatados por passagens aéreas gratuitas na TAM e algumas outras empresas aéreas parceiras com as quais a TAM tenha acordo de operação. A TAM também vende Pontos de Fidelidade a terceiros (conhecidos como parceiros comerciais) tais como emissores de cartão de crédito, bancos, hotéis e outros que, por sua vez, dão Pontos de Fidelidade para seus próprios clientes.

Em junho de 2009, a TAM lançou um novo programa de fidelidade chamado Multiplus ("Multiplus") que representa um programa de fidelização que visa criar uma rede de programas de fidelidade de empresas em diversos setores do Brasil e outros países, especialmente na América Latina. Em conexão com o início do programa Multiplus, a TAM introduziu em agosto de 2009 a possibilidade de resgatar Pontos Fidelidade por produtos (além de bilhetes aéreos gratuitos) que são adquiridos do Programa TAM Fidelidade junto a terceiros fornecedores.

O programa Multiplus permite o acúmulo de pontos Multiplus ("Pontos Multiplus"), que podem ser resgatados por produtos ou serviços que o Multiplus possa vir a adquirir de diferentes empresas ou podem ser trocados por pontos de determinados parceiros comerciais que possuem seus próprios programas de fidelidade (os "Parceiros de Resgate"). Na data das presentes demonstrações financeiras interinas *pro forma carve-out* (não auditado), os Parceiros de Resgate incluem a TAM, as operações brasileiras do varejista WalMart, a Ipiranga, uma operadora de postos de serviço automotivo e a Livraria Cultura. Os acordos com esses Parceiros de Resgate firmados com o Programa TAM Fidelidade estabelecem que a partir de 1º de janeiro de 2010 eles serão automaticamente transferidos ao Multiplus.

O Multiplus venderá os Pontos Multiplus para parceiros ("Parceiros de Resgate") que inclui a TAM. Tais Parceiros de Resgate concederão, a seus clientes, os Pontos Multiplus a seus clientes que podem ser resgatados conforme descrito acima.

Programa TAM Fidelidade

Demonstrações das operações *pro forma carve-out*
Períodos de nove meses findos em
30 de setembro de 2009 e de 2008 (não auditado) e
exercício findo em 31 de dezembro de 2008
Em milhares de reais

Em 6 de agosto de 2009, a TAM incorporou a subsidiária integral atualmente denominada a Multiplus S.A. ("Multiplus") e a entidade operará o programa Multiplus de fidelidade (o "Programa Multiplus").

Também, em 9 de dezembro de 2009, foram executados dois acordos entre a TAM e a Multiplus: (a) um "Acordo Operacional" e (b) um "Acordo de Serviços Compartilhados". O Acordo Operacional possui uma vigência de quinze anos e o acordo de serviços compartilhados possui uma vigência de cinco anos. Tanto o Acordo de Operação quanto o Acordo de Serviços Compartilhados podem ser cancelados por qualquer uma das partes com notificação prévia.

Nos termos do Acordo Operacional, a partir de 1º de janeiro de 2010:

- (i) a Multiplus gerenciará e operará o Programa TAM Fidelidade. O gerenciamento do programa inclui, entre outras atividades, responsabilidade por todos os contatos com clientes do Fidelidade, incluindo o envio de comunicações, declarações e outros documentos, o processamento de todas as informações sobre a emissão e resgate dos pontos e a responsabilidade pelo recebimento e processamento dos pedidos de resgate. A TAM pagará uma quantia mensal fixa à Multiplus para gerenciar e operar o Programa TAM Fidelidade;
- (ii) a TAM cessará a emissão de Pontos de Fidelidade sob o Programa TAM Fidelidade para seus clientes que adquirem uma passagem aérea. A TAM adquirirá, em vez disso, os Pontos Multiplus da Multiplus a fim de conceder tais Pontos Multiplus a seus clientes que adquirem uma passagem aérea. Os Pontos Fidelidade existentes emitidos até essa data sob o Programa TAM Fidelidade podem ser resgatados pelos detentores de Pontos Fidelidade por bilhetes aéreos da TAM ou por outros prêmios descritos acima. Durante o período de 30 meses, a partir de 1º de janeiro de 2010, a TAM reembolsará a Multiplus pelos custos incorridos em relação aos Pontos de Fidelidade emitidos até 31 de dezembro de 2009. Se as recompensas forem resgatadas utilizando tanto os Pontos de Fidelidade emitidos até 31 de dezembro de 2009 e os Pontos Multiplus emitidos subsequentemente, a TAM reembolsará a Multiplus pelo custo das recompensas, com base na proporção dos Pontos de Fidelidade resgatados ao total de pontos resgatados;
- (iii) a Multiplus venderá os Pontos Multiplus para a TAM a um preço acordado contratualmente. O preço acordado contratualmente é uma quantia fixa por lote de 1.000 pontos;
- (iv) a Multiplus adquirirá as passagens aéreas da TAM a fim de concedê-las a portadores de Pontos Multiplus que resgatem os Pontos Multiplus em troca de passagens aéreas. O preço por passagem a ser pago pela Multiplus à TAM é uma quantia fixa, dependendo da categoria

Programa TAM Fidelidade

Demonstrações das operações *pro forma carve-out*
Períodos de nove meses findos em
30 de setembro de 2009 e de 2008 (não auditado) e
exercício findo em 31 de dezembro de 2008
Em milhares de reais

do serviço, o tipo de voo (curtos ou longos) e a quantidade de pontos utilizados para o resgate.

Sob os termos do Acordo de Serviços Compartilhados, a TAM fornecerá à Multiplus serviços como contabilidade, tesouraria, planejamento, central de atendimento, jurídico, recursos humanos, tecnologia da informação e outros. A Multiplus pagará uma quantia mensal fixa por cada grupo de serviços.

Os preços cobrados sob o Acordo Operacional e o Acordo de Serviços Compartilhados, respectivamente, podem estar sujeitos à renegociação anual nos termos a serem acordados mutuamente entre a TAM e o Multiplus.

Em 15 de dezembro de 2009, o Conselho de Administração da TAM aprovou o início do processo de listar as ações do Multiplus na BM&FBOVESPA e fazer uma oferta pública inicial de ações existentes do Multiplus.

(b) Base para a preparação das demonstrações das operações *pro forma carve-out*

As demonstrações das operações *pro forma carve-out* estão apresentadas em milhares de reais e refletem os efeitos das transações descritas abaixo bem como aquelas ocorridas em 1º de janeiro de 2008.

As demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade sofreu uma série de ajustes para cálculo da base *pro forma*:

- (i) o efeito na receita líquida resultante de: (i) receita decorrente de pontos vendidos para a TAM ao preço acordado contratualmente estabelecidas no Acordo Operacional; (ii) reconhecer como receita proveniente da expectativa de pontos a não serem resgatados *breakage* do Programa TAM Fidelidade (que é a receita para pontos emitidos mas para os quais não é esperado o resgate, com relação as passagens prêmio emitidas pela TAM), que nas demonstrações financeiras *carve-out* não foi reconhecida; e (iii) reconhecimento de receita sob os termos do Acordo Operacional para os serviços que serão fornecidos pela Multiplus para a TAM para a gerenciamento e operação do Programa TAM Fidelidade;
- (ii) o efeito das despesas operacionais decorrentes dos termos acordados no Contrato Operacional para a compra de passagens aéreas da TAM pela Multiplus para serem usadas quando os titulares dos pontos resgatarem seus pontos por passagens prêmio;
- (iii) o efeito das despesas dos serviços conforme Contrato de Serviços Compartilhados firmado com a TAM.

Programa TAM Fidelidade

Demonstrações das operações *pro forma carve-out*
Períodos de nove meses findos em
30 de setembro de 2009 e de 2008 (não auditado) e
exercício findo em 31 de dezembro de 2008
Em milhares de reais

Considerando a relação significativa entre a TAM e o Programa TAM Fidelidade, os termos da isenção, as transações, as atribuições e as estimativas das despesas e outras transações com base no contrato operacional e de compartilhamento de serviços podem não ser as mesmas que teriam resultado de transações entre terceiros independentes, ou que teriam resultado se o Programa TAM Fidelidade tivesse operado como um negócio autônomo, não é indicativo das operações futuras ou despesas ou resultados das operações da Multiplus.

As demonstrações das operações *pro forma carve-out* deve ser lida em conjunto com as demonstrações financeiras *carve-out* do Programa TAM Fidelidade "Programa TAM Fidelidade" para os exercícios findos em 31 de dezembro de 2008 e de 2007, e as demonstrações financeiras interinas *carve-out* para os períodos de nove meses findos em 30 de setembro de 2009 e de 2008.

2 **Ajustes *pro forma***

As demonstrações das operações *pro forma carve-out* são baseadas em estimativas, as quais acreditamos serem razoáveis. As demonstrações das operações *pro forma carve-out* incluem os seguintes ajustes:

(a) **Efeito na receita líquida oriunda do Acordo Operacional com a TAM**

As demonstrações financeiras interinas *carve-out* do Programa TAM Fidelidade foram derivadas dos registros contábeis e demonstrações financeiras da TSA preparados de acordo com as Normas Contábeis Internacionais - *International Financial Reporting Standards* ("IFRS"), emitidas pelo *International Accounting Standards Board* ("IASB"). As demonstrações financeiras do Programa TAM Fidelidade foram preparadas em base *carve-out* e não refletem necessariamente o que seria a posição financeira, os resultados das operações ou o fluxo de caixa se o Programa TAM Fidelidade tivesse operado como uma entidade separada ou os resultados futuros do Multiplus.

Sob Programa TAM Fidelidade, os pontos de fidelidade são acumulados ao voar com a TAM ou com companhias aéreas parceiras, ou ao fazer compras utilizando um cartão de crédito do programa de fidelidade da TAM, ou utilizando os serviços e produtos dos parceiros comerciais.

Programa TAM Fidelidade

Demonstrações das operações *pro forma carve-out*
Períodos de nove meses findos em
30 de setembro de 2009 e de 2008 (não auditado) e
exercício findo em 31 de dezembro de 2008
Em milhares de reais

Os pontos de fidelidade emitidos em conexão com a venda de passagens aéreas pela TAM são reconhecidos como um componente identificável separadamente do preço de venda, com base nos termos do Contrato Operacional. Essa receita é calculada (considerando apenas os Pontos Fidelidade que se esperam ser resgatados com base em experiência histórica), sendo inicialmente diferida e depois reconhecida na demonstração de resultado como receita quando os pontos são resgatados.

Nos termos do Contrato Operacional, a Multiplus cobrará da TAM todos os pontos vendidos independentemente de serem resgatados ou não.

Os ajustes *pro forma* correspondem aos termos do Contrato Operacional:

- (i) as receitas com relação aos Pontos Fidelidade emitidos pela TAM a clientes TAM para adquirir bilhetes aéreos são determinadas com base no valor definido no Contrato Operacional, sendo diferidas até que os pontos sejam efetivamente resgatados. O valor considerado é determinado por lote de 1.000 pontos;
 - (ii) a receita pela emissão de Pontos Fidelidade foi alocada nessas demonstrações das operações *pro forma carve-out* no que diz respeito aos Pontos Fidelidade emitidos em conexão com a venda de passagens aéreas das quais não se esperam ser resgatadas, conhecido como *breakage*. Para os saldos de *breakage* foi estimado uma perda média de 31,6% em 2008 e 29,2% em 2007. Alteração das estimativas do *breakage* tem impacto direto no saldo de receita reconhecida nas demonstrações das operações *pro forma carve-out*. Um aumento no valor justo dos bilhetes ou diminuição no percentual de *breakage* resultaria em aumento nas receitas reconhecidas;
 - (iii) reconhecer as receitas provenientes do gerenciamento do Programa TAM Fidelidade. Esse serviço refere-se, entre outras atividades, a responsabilidade por todos os contatos com clientes do Fidelidade, incluindo o envio de comunicações, declarações e outros documentos, o processamento de todas as informações sobre a emissão e resgate dos pontos e a responsabilidade pelo recebimento e processamento dos pedidos de resgate. A TAM pagará uma quantia mensal fixa à Multiplus, conforme os termos do contrato operacional.
- (b) Efeito das despesas operacionais decorrentes dos termos acordados no Contrato Operacional com a TAM para compra ou passagens aéreas**

A Multiplus adquirirá as passagens aéreas da TAM a fim de concedê-las a portadores de Pontos Multiplus que resgatem os Pontos Multiplus em troca de passagens aéreas. O preço por passagem a ser pago pela Multiplus à TAM é uma quantia fixa, dependendo da categoria do serviço, o tipo de voo (curtos ou longos) e a quantidade de pontos utilizados para o resgate.

Programa TAM Fidelidade

Demonstrações das operações *pro forma* carve-out
Períodos de nove meses findos em
30 de setembro de 2009 e de 2008 (não auditado) e
exercício findo em 31 de dezembro de 2008
Em milhares de reais

Este ajuste *pro forma* corresponde a:

- (i) reversão das despesas operacionais reconhecidas nas demonstrações financeiras *carve-out* em relação aos passageiros que resgataram seus pontos fidelidade em passagens prêmio;
- (ii) reconhecer o custo para a Multiplus de compra de passagens aéreas da TAM ao preço fixo estabelecido no Contrato Operacional.

(c) Efeito nas despesas operacionais decorrentes do Acordo de Serviços Partilhados com a TAM

- (i) Esse ajuste *pro forma* refere-se a reversão das despesas operacionais reconhecidas nas demonstrações financeiras de *carve-out* para os serviços que são fornecidos pela TAM para a Multiplus.
- (ii) Reconhecer sob os termos do Acordo de Serviços Compartilhados, o custo sobre os serviços que a TAM fornecerá à Multiplus, como contabilidade, tesouraria, planejamento, central de atendimento, jurídico, recursos humanos, tecnologia da informação e outros. A Multiplus pagará uma quantia mensal fixa por cada grupo de serviços.

(d) Imposto de renda

O imposto de renda e a contribuição social, corrente e diferido, são calculados com base nas alíquotas de 25% e 9%, respectivamente, sobre os ajustes *pro forma*.

3 Receita líquida e receita diferida *pro forma*

A tabela a seguir apresenta a receita líquida *pro forma* conforme os ajustes descritos na Nota 2(a):

	<u>30 de setembro de 2009</u>	<u>30 de setembro de 2008</u>	<u>31 de dezembro de 2008</u>
Receita bruta			
Receita através dos pontos	644.514	465.488	642.199
Outras receitas	11.016	11.855	14.602
Imposto de vendas	<u>(60.533)</u>	<u>(44.051)</u>	<u>(60.616)</u>
Receita líquida	<u>594.997</u>	<u>433.292</u>	<u>596.185</u>

Programa TAM Fidelidade

Demonstrações das operações *pro forma carve-out*
Períodos de nove meses findos em
30 de setembro de 2009 e de 2008 (não auditado) e
exercício findo em 31 de dezembro de 2008
Em milhares de reais

O valor, com base na descrição dos ajustes *pro forma* na Nota 2(a), da receita diferida dos Pontos Fidelidade emitidos no período de nove meses findos em 30 de setembro de 2009 é de R\$ 686.955 (30 de setembro de 2008 - R\$ 567.563) e durante o exercício findo em 31 de dezembro de 2008 é de R\$ 736.443.

4 EBITDA

O EBITDA foi calculado com base no lucro do período, acrescido de imposto de renda e contribuição social, além de receitas e despesas financeiras líquidas, depreciação e amortização. EBITDA não é medida de desempenho financeiro sobre as práticas contábeis brasileiras ou IFRS e não deve ser considerado individualmente como uma alternativa ao lucro líquido, indicador de desempenho, fluxo de caixa operacional ou uma medida de liquidez. O EBITDA não tem significado padronizado e a definição de EBITDA apresentada aqui pode não ser comparável ao EBITDA utilizado por outras empresas.

A tabela a seguir apresenta uma reconciliação entre o lucro *pro forma carve-out* para os períodos de nove meses findos em 2009 e 2008 e exercício findo em 31 de dezembro de 2008, e o EBITDA *pro forma carve-out* das respectivas datas:

	<u>30 de setembro de 2009</u>	<u>30 de setembro de 2008</u>	<u>31 de dezembro de 2008</u>
Lucro líquido - <i>pro forma carve-out</i>	95.115	59.478	89.404
Adição de imposto de renda e contribuição social	48.998	30.640	46.057
Adição de receitas e despesas financeiras líquidas	73		
Adição da depreciação e amortização	34	2	3
EBITDA - <i>pro forma carve-out</i>	<u>144.220</u>	<u>90.120</u>	<u>135.464</u>

* * *

(Esta página foi intencionalmente deixada em branco)

-
- Demonstrações Financeiras da Companhia relativas ao período de 6 de agosto de 2009 (data de constituição da Companhia) a 30 de setembro de 2009, e respectivo Parecer dos Auditores Independentes

(Esta página foi intencionalmente deixada em branco)

Q.X.A.S.P.E. Empreendimentos e Participações S.A.

(Atualmente denominada Multiplus S.A.)

Informações Financeiras Trimestrais -

30 de setembro de 2009

e parecer dos auditores independentes

Parecer dos auditores independentes

Aos Administradores
Q.X.A.S.P.E. Empreendimentos
e Participações S.A.
(Atualmente denominada Multiplus S.A.)

- 1 Examinamos o balanço patrimonial da Q.X.A.S.P.E. Empreendimentos e Participações S.A. (atualmente denominada Multiplus S.A.) em 30 de setembro de 2009 e as correspondentes demonstrações das mutações do patrimônio líquido e dos fluxos de caixa do período de 56 dias findo nessa data, elaborados sob a responsabilidade de sua administração. Nossa responsabilidade é a de emitir parecer sobre essas demonstrações financeiras.
- 2 Nossos exames foram conduzidos de acordo com as normas de auditoria aplicáveis no Brasil, as quais requerem que os exames sejam realizados com o objetivo de comprovar a adequada apresentação das demonstrações financeiras em todos os seus aspectos relevantes. Portanto, nossos exames compreenderam, entre outros procedimentos:
(a) o planejamento dos trabalhos, considerando a relevância dos saldos, o volume de transações e os sistemas contábil e de controles internos da Companhia; (b) a constatação, com base em testes, das evidências e dos registros que suportam os valores e as informações contábeis divulgados; e (c) a avaliação das práticas e estimativas contábeis mais representativas adotadas pela administração da Companhia, bem como da apresentação das demonstrações financeiras tomadas em conjunto.
- 3 Somos de parecer que as referidas demonstrações financeiras apresentam adequadamente, em todos os aspectos relevantes, a posição patrimonial e financeira da Q.X.A.S.P.E. Empreendimentos e Participações S.A. (atualmente denominada Multiplus S.A.) em 30 de setembro de 2009, e as mutações do patrimônio líquido e os fluxos de caixa do período de 56 dias findo nessa data, de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil.
- 4 Conforme divulgado na Nota 2, estas demonstrações financeiras incluem certas divulgações adicionais em relação com as demonstrações financeiras originalmente emitidas.

São Paulo, 15 de dezembro de 2009, exceto pelas
Notas 1(d) e 2, que são datadas de 15 de janeiro de 2010


PricewaterhouseCoopers
Auditores Independentes
CRC 2SP000160/O-5


Carlos Alberto de Sousa
Contador CRC 1RJ056561/O-0 "S" SP

Q.X.A.S.P.E. Empreendimentos e Participações S.A.
(Atualmente denominada Multiplus S.A.)

Balanco patrimonial em 30 de setembro de 2009
Em reais

Ativo		Passivo e patrimônio líquido	
Circulante		Patrimônio líquido (Nota 3)	<u>50</u>
Caixa e equivalente de caixa	<u>50</u>		50
Total do ativo	<u>50</u>	Total do passivo e patrimônio líquido	<u>50</u>

As notas explicativas da administração são parte integrante das demonstrações financeiras.

**Q.X.A.S.P.E. Empreendimentos e
Participações S.A.
(Atualmente denominada Multiplus S.A.)**

Demonstração da mutação do patrimônio líquido
Em reais

	<u>Capital subscrito</u>	<u>Capital a integralizar</u>	<u>Capital social</u>
Em 6 de agosto de 2009			
Capital subscrito	500		500
Capital a integralizar		(500)	(500)
Capital integralizado		50	50
	<u>500</u>	<u>(450)</u>	<u>50</u>
Em 30 de setembro de 2009	<u>500</u>	<u>(450)</u>	<u>50</u>

As notas explicativas da administração são parte integrante das demonstrações financeiras.

**Q.X.A.S.P.E. Empreendimentos e
Participações S.A.
(Atualmente denominada Multiplus S.A.)**

**Demonstrações individuais do fluxo de caixa
Período de 56 dias findos em 30 de setembro de 2009
Em reais**

Fluxos de caixa provenientes de atividades de financiamento	
Integralização de capital	<u>50</u>
Caixa líquido aplicado em atividades de financiamento	<u>50</u>
Aumento de caixa e equivalentes de caixa, líquido	50
Caixa e equivalentes de caixa no início do período	<u> </u>
Caixa e equivalentes de caixa no final do período	<u><u>50</u></u>

As notas explicativas da administração são parte integrante das demonstrações financeiras.

Q.X.A.S.P.E. Empreendimentos e Participações S.A.
(Atualmente denominada Multiplus S.A.)

Notas explicativas da administração às informações financeiras trimestrais no período de 56 dias findos em 30 de setembro de 2009
Em reais

1 Contexto operacional

- (a) A Q.X.A.S.P.E. Empreendimentos e Participações S.A. ("Companhia"), foi constituída em 6 de agosto de 2009, e tem por objeto social a participação em outras sociedades, como sócia ou acionista, no País ou no exterior (*holding*).
- (b) Em AGE realizada em 28 de outubro de 2009 foi aprovada a alteração de sua denominação social passando a se chamar Multiplus S.A. sendo reformado e consolidado o seu estatuto social, tendo por objeto:
- . o desenvolvimento e gerenciamento do programa de fidelização de clientes em razão do consumo de bens e serviços oferecidos por parceiros da Companhia;
 - . a comercialização de direitos de resgate de prêmios no âmbito do programa de fidelização de clientes;
 - . a criação de banco de dados de pessoas físicas e jurídicas;
 - . a obtenção e processamento de informações transacionais referentes a hábitos de consumo;
 - . a representação de outras sociedades, brasileiras ou estrangeiras;
 - . prestação de serviços auxiliares ao comércio de bens e produtos, incluindo, porém não se limitando, a sua importação e a exportação, além da aquisição de itens e produtos relacionados, direta e indiretamente, a consecução das atividades acima descritas.
- (c) Em Assembléia Geral Extraordinária (AGE) realizada em 10 de dezembro de 2009 foi aprovado o aumento do capital social autorizado até o limite R\$ 1.200.000.000,00 (um bilhão e duzentos milhões reais).
- (d) Em 30 de setembro de 2009 e no período de 56 dias findo nesta data a Companhia não tinha funcionários e seus diretores não receberam qualquer remuneração. Portanto, não foi outorgada remuneração ao pessoal-chave da administração pelo período coberto por estas demonstrações financeiras.

**Q.X.A.S.P.E. Empreendimentos e
Participações S.A.
(Atualmente denominada Multiplus S.A.)**

**Notas explicativas da administração às informações
financeiras trimestrais no período de 56 dias findos
em 30 de setembro de 2009
Em reais**

2 Apresentação das informações trimestrais

As informações trimestrais originalmente emitidas foram aprovadas pela administração da Companhia em 10 de dezembro de 2009. As presentes informações financeiras trimestrais incluem divulgações adicionais sobre remuneração do pessoal-chave da Administração na Nota 1, aprovadas pela administração em 15 de janeiro de 2010. As informações trimestrais foram elaboradas e estão sendo apresentadas de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil, com base nas disposições contidas na Lei das Sociedades por Ações com as alterações introduzidas pela Lei nº 11.638/07 e nas normas estabelecidas pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM) e pelo Comitê de Práticas Contábeis (CPC).

3 Patrimônio líquido

Capital social

O capital social, subscrito por acionistas domiciliados no País, é de R\$ 500,00 (quinhentos reais) em moeda corrente do país e está representado por 500 ações ordinárias normativas sem valor nominal.

Em 17 de agosto de 2009 foi integralizado o valor de R\$ 50,00 (cinquenta reais).

Em AGE realizada em 10 de dezembro de 2009 foi aprovado o aumento do capital social autorizado até o limite R\$ 1.200.000.000,00 (um bilhão e duzentos milhões reais).

4 Eventos subsequentes

(a) Partes relacionadas

Em 9 de dezembro de 2009, foram celebrados dois contratos entre a TAM Linhas Aéreas S.A. ("TAM") e a Companhia: (a) o "Contrato Operacional" e (b) o "Contrato de Compartilhamento de Serviços". O contrato operacional tem vigência de 15 anos e contrato de compartilhamento de serviços tem vigência de cinco anos. Tanto o Acordo de Operação quanto o Acordo de Serviços Compartilhados podem ser cancelados por qualquer uma das partes com notificação prévia.

Q.X.A.S.P.E. Empreendimentos e Participações S.A.
(Atualmente denominada Multiplus S.A.)

Notas explicativas da administração às informações financeiras trimestrais no período de 56 dias findos em 30 de setembro de 2009
Em reais

Nos termos do contrato operacional, a partir de 1º de janeiro de 2010:

- (i) a Companhia irá administrar e operar o programa de fidelidade da TAM ("TAM Fidelidade"). A administração do programa inclui a responsabilidade por todos os contatos com os clientes do Fidelidade, inclusive o envio de comunicações, demonstrativos e outros documentos, o processamento de todas as informações relativas à concessão e resgate de pontos e a responsabilidade pelo recebimento e processamento de pedidos de resgate, dentre outras atividades. A TAM pagará um valor fixo para a Companhia em conexão com a administração e operação do programa Fidelidade;
- (ii) a TAM deixará de conceder Pontos Fidelidade nos termos do TAM Fidelidade para os seus clientes que adquirirem passagens aéreas e os pontos serão concedidos pela Companhia nos termos do programa. Os Pontos Fidelidade existentes e não resgatados nessa data nos termos do TAM Fidelidade, poderão ser resgatados pelos titulares dos pontos por passagens aéreas da TAM ou outros prêmios através dos Parceiros de Resgate da Companhia. Durante o período de 30 meses a contar de 1º de janeiro de 2010, a TAM irá reembolsar a Companhia pelos custos incorridos em decorrência dos pontos acumulados da TAM. Se os pontos forem resgatados utilizando pontos emitidos antes de 31 de dezembro de 2009 e pontos emitidos após 1º de janeiro de 2010 a TAM irá reembolsar a Companhia de maneira proporcional a quantidade dos pontos emitidos em relação à origem das emissões;
- (iii) a Companhia venderá pontos do Programa para a TAM com base em um preço negociado. Por sua vez a TAM irá conceder esses pontos para os seus clientes;
- (iv) a Companhia vai adquirir passagens aéreas da TAM para fins de concessão das mesmas aos titulares dos pontos do Programa que optarem por esse tipo de resgate. O preço por passagem a ser pago pela Companhia para a TAM corresponderá a um valor fixo com base na classe do serviço, tipo de voo (curto ou longo) e quantidade de pontos utilizados para resgate.

Nos termos do Contrato de Compartilhamento de Serviços, a TAM irá prestar serviços para a Companhia, tais como contabilidade, tesouraria, planejamento, *call center*, jurídico, recursos humanos, tecnologia da informação e outros serviços. A Companhia irá pagar um valor fixo para cada grupo de serviços e os mesmos serão renegociados anualmente com base nos termos e nas condições mutuamente acordadas entre a TAM e a Companhia.

**Q.X.A.S.P.E. Empreendimentos e
Participações S.A.
(Atualmente denominada Multiplus S.A.)**

**Notas explicativas da administração às informações
financeiras trimestrais no período de 56 dias findos
em 30 de setembro de 2009**

Em reais

(b) Contratos de parcerias comerciais

Entre 30 de setembro e 10 de dezembro de 2009 foram firmados com a Companhia 68 contratos de parcerias comerciais para início operacional em 1º de janeiro de 2010. Esses contratos são divididos em dois grupos: (a) quatro parcerias de acúmulos e resgate de pontos fidelidade e (b) 64 parcerias de acúmulos de pontos fidelidade.

Nos termos dos contratos a partir de 1º de janeiro de 2010:

- (i) as parcerias de acúmulos e resgates oferecem aos clientes a flexibilização de utilizar seus pontos Fidelidade entre os programas das companhias parcerias conforme os termos estabelecidos nos referidos contratos;
- (ii) as parcerias de acúmulo oferecem aos clientes ganhos de pontos no programa da Companhia sobre os produtos adquiridos e serviços utilizados conforme termos estabelecidos no contrato.

* * *

(Esta página foi intencionalmente deixada em branco)

4. ANEXOS

- Estatuto Social da Companhia
- Ata da Assembleia Geral Extraordinária da Companhia que aprova a Oferta
- Minuta da Ata da Reunião do Conselho de Administração da Companhia que aprova o Preço por Ação
- Declarações de Veracidade da Companhia e do Coordenador Líder
- Formulário de Informações Financeiras Anuais – IAN (somente informações não incluídas no Prospecto)

(Esta página foi intencionalmente deixada em branco)

-
- Estatuto Social da Companhia

(Esta página foi intencionalmente deixada em branco)



MULTIPLUS S.A.
CNPJ/MF n.º 11.094.546/0001-75
NIRE 35.300.371.658

Ata da Assembleia Geral Extraordinária
Realizada em 28 de dezembro de 2009

DATA, LOCAL E HORÁRIO DA ASSEMBLÉIA: Realizada em 28 de dezembro de 2009, às 11:00 horas, na sede da MULTIPLUS S.A. ("Companhia"), localizada na Cidade de São Paulo, Estado de São Paulo, na Av. Jurandir, nº 856, lote 04, 3º andar, Jardim Ceci, CEP 04072-000.

PRESENÇA: Acionistas representando a totalidade do capital social, conforme se verificou pelas assinaturas constantes do Livro de Presença de Acionistas.

CONVOCAÇÃO: Dispensada, tendo em vista a presença de todos os acionistas, nos termos do artigo 124, parágrafo 4º, da Lei n.º 6.404, de 15 de dezembro de 1976, conforme alterada.

COMPOSIÇÃO DA MESA: os trabalhos foram presididos pelo Sr. Líbano Miranda Barroso e secretariados pelo Sra. Fabiana Borges Vilhena.

ORDEM DO DIA: Composta a Mesa, o Presidente declarou iniciados os trabalhos, solicitando a leitura da Ordem do Dia com o seguinte teor: (i) renúncia do Sr. **RENATO MOTTA BICUDO GUIMARÃES E SILVA**, abaixo qualificado, como membro do Conselho de Administração da Companhia; (ii) eleição do membro independente do Conselho de Administração da Companhia; (iii) transferência de 1 ação ordinária ao novo membro do Conselho de Administração; e (iv) a reforma e consolidação do Estatuto Social da Companhia.

DELIBERAÇÕES: Examinadas e debatidas as matérias constantes da Ordem do Dia, foi deliberado, por unanimidade de votos e sem quaisquer restrições ou ressalvas:

- (i) aceitar a renúncia do Sr. **RENATO MOTTA BICUDO GUIMARÃES E SILVA**, brasileiro, divorciado, administrador de empresas, portador da cédula de identidade RG nº 7.662.193-5, expedida pela SSP/SP e inscrito no CPF/MF sob nº 439.048.909-72, com endereço comercial na Rua Monsenhor Antonio Pepe, 331, São Paulo/SP, como membro do Conselho de Administração da Companhia;
- (ii) eleger o Sr. **ANTONIO LUIZ RIOS DA SILVA**, brasileiro, economista, portador da cédula de identidade RG nº 2.389.241 SSP/DF e inscrito no CPF/MF sob o nº 224.852.601-68, com endereço comercial na Av. Barão de Mauá, 100 - Guarulhos/SP, como Membro Independente do Conselho de Administração da Companhia, conforme definição do Regulamento de Listagem do Novo Mercado, com mandato até 10 de dezembro de 2011;

O membro do Conselho de Administração ora eleito, presente à Assembléia, declarou, para os efeitos legais, ter conhecimento do art. 147 da Lei 6.404, de 15 de dezembro de 1976, conforme alterada, e, conseqüentemente, não estar incurso em nenhum dos crimes previstos em lei que o impeça de exercer as funções de administrador da Companhia. O presidente da Mesa informou, ainda, que o Conselheiro eleito apresentou currículo, bem como declaração, para arquivo na sede da Companhia, cumprindo as formalidades da Instrução CVM nº 367, de 29/05/2002;

- (iii) aprovar a transferência pelo Sr. **RENATO MOTTA BICUDO GUIMARÃES E SILVA**, acima qualificado, de uma ação ordinária, a título gratuito, totalmente subscrita e integralizada, ao Sr. **ANTONIO LUIZ RIOS DA SILVA**, acima eleito como Membro Independente do Conselho de Administração da Companhia.

Os demais acionistas, renunciaram expressamente, neste ato, ao direito de preferência previsto no artigo 171 da Lei n.º 6.404, de 15 de dezembro de 1976, conforme alterada, com relação à transferência das ações ora cedidas.

Cedente e cessionário outorgam-se mutuamente a mais plena, geral, irrevogável e irretratável quitação pela cessão e transferência da ação acima, para nada mais reclamarem um do outro, a qualquer tempo e a qualquer título.

Em razão desta deliberação a composição acionária da Companhia passa a ser conforme refletida no quadro do Anexo I à presente ata; e

- (iv) aprovar a reforma do Estatuto Social da Companhia de forma a adequá-lo às recomendações da BM&FBOVESPA – Bolsa de Valores, Mercadorias e Futuros e com o fim de adequá-lo ao Regulamento de Listagem do Novo Mercado, de forma que o Estatuto Social consolidado da Companhia passa a vigorar com a redação que lhe é dada no Anexo Anexo II a esta Ata.

Encerramento: Nada mais havendo a ser tratado, foi encerrada a Assembleia, da qual se lavrou a presente Ata que, lida e achada conforme, foi por todos os presentes assinada. Líbano Miranda Barroso – Presidente da Assembleia; Fabiana Borges Vilhena – Secretária da Assembleia; Acionistas: TAM S.A. (Líbano Miranda Barroso e Paulo Cezar Bastos Castello Branco). Confere com a original lavrada em livro próprio.

São Paulo, 28 de dezembro 2009.


Líbano Miranda Barroso
Presidente da Assembleia


Fabiana Borges Vilhena
Secretária da Assembleia



ANEXO I

Composição acionária de **MULTIPLUS S.A.**, conforme deliberação da Assembleia Geral Extraordinária realizada em 28 de dezembro de 2009

Acionista	Ações Ordinárias
TAM S.A	495
Maurício Rolim Amaro - Presidente do Conselho	1
Egberto Vieira Lima - Vice-Presidente do Conselho	1
Flávia Turci - Conselheira	1
Carlos Daniel Rizzo da Fonseca - Conselheiro	1
Antonio Luiz Rios da Silva – Conselheiro Independente	1
Total	500



ANEXO II

ESTATUTO SOCIAL DA

MULTIPLUS S.A.

**CAPÍTULO I – DENOMINAÇÃO, SEDE,
FORO, OBJETO E PRAZO**

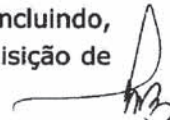
Artigo 1º - **MULTIPLUS S.A.** ("Companhia") é uma sociedade anônima regida por este Estatuto Social e pelas disposições legais aplicáveis.

Parágrafo Único – Com a admissão da Companhia no Novo Mercado da BM&FBOVESPA S.A. - Bolsa de Valores, Mercadorias e Futuros ("Novo Mercado" e "BM&FBOVESPA", respectivamente), a Companhia, seus acionistas, administradores e membros do Conselho Fiscal, se instalado, sujeitam-se também às disposições do Regulamento de Listagem do Novo Mercado da BM&FBOVESPA ("Regulamento do Novo Mercado").

Artigo 2º - A Companhia tem sede e foro no Município de São Paulo, Estado de São Paulo, na Avenida Jurandir, 856, lote 4, 3º andar, Jardim Aeroporto, CEP 04072-000, sendo que filiais, escritórios e outras instalações poderão ser abertas ou fechadas, em outros lugares no Brasil ou no exterior, mediante deliberação do Conselho de Administração.

Artigo 3º - A Companhia tem por objeto:

- (i) o desenvolvimento e gerenciamento do programa de fidelização de clientes em razão do consumo de bens e serviços oferecidos por parceiros da Companhia;
- (ii) a comercialização de direitos de resgate de prêmios no âmbito do programa de fidelização de clientes;
- (iii) a criação de banco de dados de pessoas físicas e jurídicas;
- (iv) a obtenção e processamento de informações transacionais referentes a hábitos de consumo;
- (v) a representação de outras sociedades, brasileiras ou estrangeiras; e
- (vi) prestação de serviços auxiliares ao comércio de bens e produtos, incluindo, porém não se limitando, a sua importação e a exportação, além da aquisição de



itens e produtos relacionados, direta e indiretamente, a consecução das atividades acima descritas.

Artigo 4º - O prazo de duração da Companhia é indeterminado.

CAPITULO II - CAPITAL SOCIAL E AÇÕES

Artigo 5º - O capital social, totalmente subscrito e integralizado, totaliza R\$500,00 (quinhentos reais), dividido em 500 (quinhentas) ações ordinárias, nominativas, escriturais, sem valor nominal e indivisíveis em relação à Companhia.

Parágrafo Único - O capital social da companhia será representado exclusivamente por ações ordinárias.

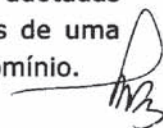
Artigo 6º - A Companhia está autorizada a aumentar o capital social até o limite de R\$1.200.000.000,00 (um bilhão e duzentos milhões de reais), independentemente de reforma estatutária, com emissão de ações ordinárias, mediante deliberação do Conselho de Administração, que fixará as condições da emissão, inclusive preço e prazo de integralização.

Parágrafo Primeiro - A não ser pelas hipóteses previstas nos parágrafos segundo e terceiro deste artigo, os acionistas terão preferência, na proporção de suas respectivas participações, na subscrição de aumentos de capital no prazo de 30 (trinta) dias da data de publicação da deliberação relativa ao aumento de capital.

Parágrafo Segundo - Nos termos do artigo 172 da Lei nº 6.404/76 e a critério do Conselho de Administração, poderá ser excluído o direito de preferência, ou reduzido o prazo para seu exercício, na emissão de ações, bônus de subscrição, debêntures ou outros valores mobiliários conversíveis em ações cuja colocação seja feita mediante (i) venda em bolsa de valores ou subscrição pública; ou (ii) permuta por ações em oferta pública de aquisição de controle, nos termos estabelecidos em lei.

Parágrafo Terceiro - Dentro do limite do capital autorizado, poderá ser outorgada opção de compra de ações, sem direito de preferência para os acionistas, aos administradores ou empregados da Companhia e de suas subsidiárias integrais e sociedades sob seu controle, ou ainda às pessoas naturais que prestem serviços a tais sociedades, de acordo com plano aprovado pela Assembléia Geral.

Artigo 7º - Cada ação ordinária corresponde a 1 (um) voto nas deliberações adotadas pelas Assembléias Gerais da Companhia. Quando uma ação pertencer a mais de uma pessoa, os direitos a ela conferidos serão exercidos pelo representante do condomínio.



Artigo 8º - A Companhia pode emitir cautelas, títulos múltiplos ou certificados representativos de ações, simples ou múltiplos, que deverão ser assinados por 2 (dois) Diretores, em conjunto, sendo um deles, necessariamente, o Diretor-Presidente.

Artigo 9º - Todas as ações da Companhia são escriturais e serão mantidas em contas de depósito, em nome de seus titulares, sem emissão de certificados, em instituições financeiras autorizadas pela Comissão de Valores Mobiliários - CVM, com quem a Companhia mantenha contrato de custódia em vigor.

Parágrafo Único - A instituição financeira depositária das ações escriturais fica autorizada a cobrar do acionista o custo do serviço de transferência e averbação da propriedade de tais ações, assim como o custo dos serviços relativos às ações custodiadas, observados os limites máximos fixados pela Comissão de Valores Mobiliários - CVM.

Artigo 10 - Os dividendos ou bonificações em dinheiro serão pagos aos acionistas dentro do exercício social em que forem declarados, no prazo máximo de 60 (sessenta) dias, contado da data de sua declaração, salvo deliberação em contrário da Assembléia Geral.

Artigo 11 - É vedado à Companhia emitir ações preferenciais ou partes beneficiárias.

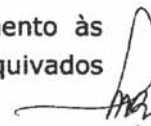
CAPÍTULO III - ACORDO DE ACIONISTAS

Artigo 12 - O Acordo de Acionistas que versar sobre a transferência de ações, direito de subscrição, direito de preferência ou exercício do direito de voto, deve ser observado pela Companhia sempre que arquivado em sua sede, cabendo: (i) ao Conselho de Administração e à Diretoria negar-se a registrar qualquer transferência de ações que viole o acordo em questão; e (ii) ao Presidente da Assembléia Geral, ao Presidente do Conselho de Administração ou a quem presidir o órgão colegiado de deliberação da Companhia, deixar de considerar qualquer voto em violação ao acordo em questão.

Parágrafo Primeiro - Os compromissos assumidos ou ônus criados em tais Acordos de Acionistas só serão válidos contra terceiros e administradores após terem sido devidamente averbados nos livros de registro e nos certificados das ações, caso emitidos.

Parágrafo Segundo - A transferência ou subscrição de ações da Companhia, por qualquer razão ou finalidade, que não seja efetuada de acordo com o disposto neste artigo, será considerada nula e sem efeito, sendo que o acionista infrator estará sujeito às penas estabelecidas no artigo 120 da Lei nº 6.404/76.

Parágrafo Terceiro - Ao assinarem seus respectivos Termos de Posse, os administradores da Companhia deverão reconhecer e ratificar sua obrigação de dar cumprimento às disposições previstas em lei, neste Estatuto Social e nos Acordos de Acionistas arquivados



na sede social no que se refere ao exercício do controle da Companhia, *quorum* de instalação e de deliberação de Assembleias Gerais, de reuniões de Conselho de Administração ou de reuniões de órgãos colegiados da Companhia, bem como no que se refere a restrições à livre negociação de ações.

CAPÍTULO IV - ASSEMBLÉIA GERAL

Artigo 13 - As Assembleias Gerais Ordinárias realizar-se-ão anualmente dentro de 4 (quatro) meses após o encerramento do exercício social e as Assembleias Gerais Extraordinárias realizar-se-ão quando os interesses sociais o exigirem, observados os dispositivos legais referentes à convocação, instalação, deliberações e prescrições legais pertinentes.

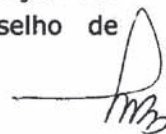
Parágrafo Primeiro - A Assembleia Geral deve ser convocada por meio de edital publicado com pelo menos 15 (quinze) dias de antecedência, em primeira convocação, e com 8 (oito) dias de antecedência, em segunda convocação.

Parágrafo Segundo - A Assembleia Geral será instalada e presidida pelo Presidente do Conselho de Administração ou pelo Vice-Presidente na ausência daquele, em conformidade com este Estatuto Social. Na ausência de ambos, qualquer outro membro do Conselho de Administração poderá instalar a assembleia e, neste caso, os acionistas presentes poderão eleger o Presidente da assembleia, que, por sua vez, indicará o secretário.

Parágrafo Terceiro - Todos os documentos a serem analisados ou discutidos em Assembleia Geral serão disponibilizados aos acionistas na BM&FBOVESPA, bem como na sede social, a partir da data da publicação do primeiro edital de convocação referido no parágrafo anterior.

Parágrafo Quarto - Sem prejuízo do disposto na legislação de regência, competirá exclusivamente à Assembleia Geral Extraordinária da Companhia deliberar sobre as seguintes matérias, com base em proposta do Conselho de Administração:

- (i) transformação, incorporação, cisão e fusão envolvendo diretamente a Companhia;
- (ii) avaliação de bens destinados à integralização de aumento de capital da Companhia;
- (iii) escolha de empresa especializada para elaboração do laudo de avaliação das ações da Companhia, dentre as empresas indicadas pelo Conselho de Administração, nos casos e na forma prevista neste Estatuto Social;
- (iv) mudança do objeto social da Companhia; e



- (v) deliberar sobre a saída da Companhia do Novo Mercado, da BM&FBOVESPA e sobre o cancelamento de registro de companhia aberta da Companhia.

Artigo 14 – Poderão participar das assembleias gerais da Companhia os acionistas que provarem sua qualidade de acionista, na forma do art. 126 da Lei nº 6.404/76.

CAPÍTULO V – ADMINISTRAÇÃO

SEÇÃO I – DISPOSIÇÕES GERAIS

Artigo 15 - A Companhia é administrada por um Conselho de Administração e por uma Diretoria.

Parágrafo Primeiro - Os administradores são investidos em seus cargos mediante assinaturas do termo de posse do livro correspondente e permanecem no exercício de suas funções até a eleição e posse de seus substitutos.

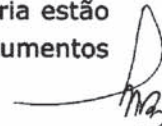
Parágrafo Segundo – As deliberações da assembléia geral, ressalvadas as exceções previstas em lei, serão tomadas por maioria absoluta de votos, não se computando os votos em branco.

Parágrafo Terceiro - A posse dos administradores e membros do Conselho Fiscal, se instalado, será condicionada à assinatura, respectivamente, do Termo de Anuência dos Administradores e do Termo de Anuência dos Membros do Conselho Fiscal, aludidos no Regulamento do Novo Mercado. Os administradores e membros do Conselho Fiscal deverão, ainda, imediatamente após a investidura no cargo, comunicar à BM&FBOVESPA a quantidade e as características dos valores mobiliários de emissão da Companhia de que sejam titulares, direta ou indiretamente, inclusive seus derivativos.

Artigo 16 - A Companhia e os administradores deverão, pelo menos uma vez ao ano, realizar reunião pública com analistas e quaisquer outros interessados, para divulgar informações quanto à sua respectiva situação econômico-financeira, projetos e perspectivas.

Artigo 17 - Compete à Assembléia Geral fixar a remuneração total ou individual dos membros do Conselho de Administração e da Diretoria. Caso a remuneração seja estabelecida de forma global, tal montante será rateado entre os membros do Conselho e entre os Diretores por deliberação do Conselho de Administração.

Artigo 18 - Os membros do Conselho de Administração e os membros da Diretoria estão proibidos de usar a denominação social da Companhia em transações ou em documentos fora do escopo do interesse da Companhia.



SEÇÃO II – CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Artigo 19 – Observado o disposto no Capítulo XI, o Conselho de Administração será formado por no mínimo 05 (cinco) membros, e no máximo 09 (nove) membros, todos acionistas, pessoas naturais, residentes ou não no país, eleitos pela Assembléia Geral e por ela destituíveis a qualquer tempo, para um mandato unificado de 2 (dois) anos, permitida a reeleição. A Assembléia Geral também indicará entre eles o Presidente e o Vice-Presidente.

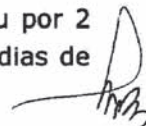
Parágrafo Primeiro – No mínimo 20% (vinte por cento) dos membros do Conselho de Administração da Companhia deverão ser Conselheiros Independentes.

Parágrafo Segundo – Entende-se por Conselheiro Independente como sendo o membro do Conselho de Administração que, consoante a qualificação constante no Regulamento do Novo Mercado da BM&FBOVESPA se caracteriza por: (i) não ter qualquer vínculo com a Companhia, exceto participação de capital; (ii) não ser acionista controlador, cônjuge ou parente até segundo grau daquele, ou não ser ou não ter sido, nos últimos três anos, vinculado à sociedade ou entidade relacionada ao acionista controlador da Companhia (pessoas vinculadas a instituições públicas de ensino e/ou pesquisa estão excluídas desta restrição); (iii) não ter sido, nos últimos três anos, empregado ou diretor da Companhia, do acionista controlador ou de sociedade controlada pela Companhia; (iv) não ser fornecedor ou comprador, direto ou indireto, de serviços e/ou produtos da Companhia em magnitude que implique perda de independência; (v) não ser funcionário ou administrador de sociedade ou entidade que esteja oferecendo ou demandando serviços e/ou produtos à Companhia; (vi) não ser cônjuge ou parente até segundo grau de algum administrador da Companhia; e (vii) não receber outra remuneração da Companhia além da de conselheiro (proventos em dinheiro oriundos de participação de capital estão excluídos desta restrição).

Artigo 20 – O Vice-Presidente do Conselho de Administração deverá substituir o Presidente na ausência ou no impedimento deste, como também caso o cargo de Presidente do Conselho de Administração esteja vago.

Artigo 21 – Ocorrendo vacância de modo a ficar o número de Conselheiros reduzido para aquém do número fixado neste Estatuto Social, deverá ser convocada Assembléia Geral para eleição e preenchimento dos cargos vagos. O mandato dos Conselheiros eleitos nestas condições terminará juntamente com o dos demais Conselheiros.

Artigo 22 - O Conselho de Administração reunir-se-á, ordinariamente, a cada mês e, extraordinariamente, quando convocado pelo Presidente, pelo Vice-Presidente, ou por 2 (dois) Conselheiros quaisquer, mediante aviso escrito, com pelo menos 3 (três) dias de



antecedência, por carta protocolada ou outros meios escritos, com breve descrição da ordem do dia, considerando-se regularmente convocado o Conselheiro presente à reunião.

Parágrafo Primeiro - Os Conselheiros poderão participar das reuniões do Conselho de Administração por meio de conferência telefônica ou vídeo-conferência.

Parágrafo Segundo - Independentemente das formalidades de convocação, considerar-se-á regular a reunião a que compareçam todos os membros.

Parágrafo Terceiro - As reuniões do Conselho de Administração serão instaladas havendo a presença da maioria de seus membros, observadas condições especiais estabelecidas em Acordo de Acionistas, arquivado na sede social.

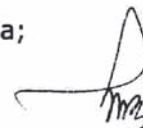
Parágrafo Quarto - A cada membro do Conselho de Administração é atribuído 1 (um) voto nas deliberações de tal Conselho, cabendo ao Presidente, além do voto pessoal, o de desempate.

Parágrafo Quinto - As deliberações do Conselho de Administração serão tomadas por maioria dos votos dos presentes, cabendo ao Presidente do Conselho de Administração, em caso de empate, o voto de qualidade.

Parágrafo Sexto - As decisões adotadas nas reuniões do Conselho de Administração serão formalizadas e validadas uma vez registradas nas atas inscritas no Livro de Atas de Reuniões do Conselho de Administração, sendo permitido o uso de sistema mecânico.

Artigo 23 - Compete privativamente ao Conselho de Administração, dentro de suas atribuições legais e estatutárias:

- (i) fixar a orientação geral dos negócios sociais;
- (ii) eleger e destituir os Diretores da Companhia, fixando-lhes os cargos e as atribuições, e ratear entre eles a remuneração global estabelecida pela Assembléia Geral;
- (iii) fiscalizar a gestão dos Diretores e de mandatários em geral, examinando, a qualquer tempo, os livros e papéis da Companhia e solicitando informações sobre contratos celebrados ou em via de celebração e sobre quaisquer outros atos de interesse da Companhia;
- (iv) autorizar, *ad referendum* da Assembléia Geral Ordinária que aprovar as contas do exercício, o pagamento de dividendos e dividendos intermediários ou intercalares;
- (v) manifestar-se sobre o relatório da administração e as contas da Diretoria;
- (vi) escolher e destituir auditores independentes;



- (vii) deliberar e autorizar o registro da Companhia e/ou valores mobiliários nos respectivos organismos, objetivando a colocação pública de seus valores mobiliários;
- (viii) deliberar e autorizar a emissão, recompra, amortização e/ou resgate de ações, debêntures, cédulas pignoratícias e hipotecárias, notas promissórias e quaisquer outros títulos ou valores mobiliários, para colocação pública;
- (ix) deliberar e autorizar a participação da Companhia em outras sociedades e em consórcios nos termos do artigo 3º deste Estatuto Social;
- (x) autorizar a aquisição de ações da Companhia para permanência em tesouraria, obedecidos os limites legais e sem prejuízo do dividendo obrigatório;
- (xi) aprovar os planos orçamentários anuais de negócios e os planos orçamentários de desenvolvimento para a Companhia e para suas controladas;
- (xii) aprovar o processo e procedimentos de gestão interna da Companhia e de suas controladas;
- (xiii) aprovar quaisquer operações, financiamentos e acordos que impliquem oneração de bens e direitos da Companhia, se não previstos no plano orçamentário anual de negócios ou no plano orçamentário de desenvolvimento;
- (xiv) aprovar o uso de qualquer marca, nome ou símbolo que represente o nome, denominação social, razão social ou nome fantasia de quaisquer dos acionistas;
- (xv) a aquisição, ou concessão a terceiros, de licença de uso ou qualquer outra de marca, patente ou propriedade industrial e intelectual, incluindo *know-how*;
- (xvi) aprovar a alienação, cessão de uso, locação, arrendamento, ou gravame de qualquer ativo da Companhia, não previstos no plano orçamentário anual de negócios ou no plano orçamentário de desenvolvimento e que represente conjunta ou separadamente valor igual ou superior a R\$300.000,00 (trezentos mil reais);
- (xvii) a celebração de contratos ou acordos, não previstos no orçamento anual de negócios ou no orçamento de desenvolvimento, de valor superior a R\$2.000.000,00 (dois milhões de reais) ou cuja vigência seja superior a 12 (doze) meses;
- (xviii) aprovar a celebração ou modificação de qualquer contrato ou acordo pela Companhia, não previstos no plano orçamentário anual de negócios ou no plano orçamentário de desenvolvimento, cujo valor seja superior a R\$2.000.000,00 (dois milhões de reais);
- (xix) aprovar o início, pela Companhia, de qualquer processo judicial e/ou administrativo, e a transigência relativa a qualquer processo judicial ou administrativo que envolva a Companhia, não previstos no orçamento anual de negócios ou no orçamento de desenvolvimento, cujo valor em questão seja superior a R\$2.000.000,00 (dois milhões de reais);
- (xx) aprovar a alteração de qualquer documento ou assunto que tenha sido objeto de aprovação anterior do Conselho de Administração;




- (xxi) aprovar a realização de qualquer pagamento, dispêndio ou investimento que não esteja previsto no plano orçamentário anual de negócios ou no plano orçamentário de desenvolvimento anual, que seja superior ao valor previsto para tanto em R\$2.000.000,00 (dois milhões de reais);
- (xxii) aprovar a celebração de quaisquer contratos: (a) entre a Companhia e o acionista controlador, diretamente ou por meio de terceiros, assim como de outras sociedades nas quais o acionista controlador tenha interesse; e (b) entre a Companhia e qualquer de seus acionistas ou empresas nas quais o acionista ou a Companhia detenha participação representativa de 5% (cinco por cento) ou mais do capital social, sendo facultado, em quaisquer destes casos, a qualquer dos membros do Conselho de Administração solicitar, previamente e em tempo hábil, a elaboração de uma avaliação independente realizada por empresa especializada que deverá verificar e, se for o caso, revisar os termos e condições da proposta de contratação e sua adequação às condições e práticas de mercado (*arms' length*);
- (xxiii) formular e aprovar o voto a ser proferido pela Companhia nas Assembleias Gerais de empresas das quais a Companhia participe;
- (xxiv) aprovar a contratação da instituição depositária prestadora dos serviços de ações escriturais;
- (xxv) elaboração de lista tríplice, a ser enviada à Assembleia Geral da Companhia, com o nome de empresas especializadas que poderão ser escolhidas para elaborar laudo de avaliação das ações da Companhia, inclusive para fins de oferta pública de aquisição de ações, da saída do Novo Mercado e/ou cancelamento de registro de companhia aberta de que trata o Capítulo IX deste Estatuto Social;
- (xxvi) a instituição de comitês e o estabelecimento dos respectivos regimentos e competências; e
- (xxvii) deliberar sobre qualquer matéria não regulada expressamente neste estatuto.

Artigo 24 - O Presidente do Conselho de Administração e o Vice-Presidente do Conselho de Administração deverão, conjunta ou individualmente: (i) convocar as reuniões do Conselho de Administração e presidi-las quando presentes; (ii) convocar a Assembleia Geral e o Presidente presidi-la quando presente, presidindo o Vice-Presidente na ausência daquele; e (iii) certificar-se de que a lei, os estatutos sociais e as resoluções do Conselho de Administração sejam cumpridos na administração da Companhia.

SEÇÃO III - DIRETORIA

Artigo 25 - A Diretoria é formada por no mínimo 2 (dois) e no máximo 5 (cinco) membros, pessoas naturais, acionistas ou não, residentes no Brasil, eleitos pelo Conselho de Administração, sendo um Diretor Presidente, um Diretor Financeiro e um Diretor de Relações com Investidores, cujo cargo, poderá ser cumulado com qualquer dos cargos da Diretoria e os demais Diretores, sem designação específica.



Parágrafo Primeiro - O mandato dos Diretores é de 3 (três) anos, admitida a reeleição.

Parágrafo Segundo - A Diretoria reunir-se-á sempre que convocada pelo Diretor Presidente, por sua própria iniciativa ou a pedido de qualquer membro da Diretoria.

Parágrafo Terceiro - As reuniões de Diretoria serão instaladas com a presença da maioria de seus membros.

Parágrafo Quarto - As resoluções da Diretoria serão adotadas pelo voto da maioria de seus membros, sendo que das reuniões serão lavradas as respectivas atas, que ficarão inscritas no Livro de Atas de Reuniões da Diretoria.

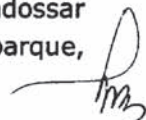
Artigo 26 - Caso ocorram impedimentos momentâneos ou ausências, cada um dos Diretores será substituído por outro Diretor escolhido pela Diretoria.

Artigo 27 - Caso ocorra impedimento definitivo, renúncia ou vacância do Diretor Presidente, o Conselho de Administração deverá, dentro de no máximo 30 (trinta) dias, eleger seu substituto para servir pelo restante do mandato.

Artigo 28 - Caso esteja vaga uma posição de membro da Diretoria que implique na redução do número dos membros da Diretoria para menos do que 2 (dois), o Conselho de Administração elegerá um substituto com mandato que coincida com aquele dos membros da Diretoria no exercício de seus mandatos.

Artigo 29 - Ressalvadas as competências do Conselho de Administração estabelecidas no artigo 23 deste Estatuto Social, quaisquer 2 (dois) membros da Diretoria deverão desempenhar conjuntamente todos os atos de gestão ordinária dos negócios da Companhia, especialmente:

- (i) representar a Companhia em juízo ou fora dele na forma dos parágrafos primeiro e segundo deste artigo;
- (ii) celebrar contratos de qualquer natureza, adquirir, alienar ou gravar propriedades, contrair empréstimos e outorgar garantias de qualquer natureza, observado o disposto neste Estatuto Social e na legislação pertinente, assim como os limites estabelecidos pelo Conselho de Administração;
- (iii) nomear procuradores *ad judícia* e *ad negotia*, determinando o prazo de seus mandatos, que no caso de procuração *ad negotia* não poderá ser superior a um ano, e no caso da *ad judícia* poderá ser por prazo indeterminado;
- (iv) abrir e movimentar contas bancárias, emitir e endossar cheques e notas promissórias; emitir e endossar duplicatas e letras de câmbio; endossar *warrants*, conhecimentos de depósito e conhecimentos de embarque,



- respeitadas as disposições deste Estatuto Social e os limites estabelecidos pelo Conselho de Administração;
- (v) contratar e demitir funcionários, estabelecendo seus deveres e salários;
 - (vi) submeter ao Conselho de Administração as demonstrações financeiras exigidas por lei e a proposta para a destinação dos resultados do exercício, após o parecer do Conselho Fiscal, caso este último esteja em funcionamento;
 - (vii) receber e dar quitação, transigir, renunciar direitos, desistir, e assinar termos de responsabilidade, observados os termos deste Estatuto Social e a legislação pertinente, assim como os limites estabelecidos pelo Conselho de Administração;
 - (viii) praticar todos os atos de gestão necessários a consecução dos objetivos sociais;
 - (ix) manifestar o voto da Companhia nas assembleias gerais das empresas da qual a Companhia participe, de acordo com a orientação prévia do Conselho de Administração;
 - (x) manter todas as suas operações e transações escrituradas separadamente, refletindo todas as transações e negócios;
 - (xi) segurar e manter segurados, adequadamente, por seguradora renomada, todos os ativos da Companhia passíveis de serem segurados, contra todos os riscos em relação aos quais empresas que efetuam atividades iguais ou semelhantes geralmente se protegem por meio de seguro, visando o pleno ressarcimento do valor de reposição do ativo;
 - (xii) aprovar a abertura e fechamento de filiais, escritórios, agências, sucursais e outros estabelecimentos da Companhia,
 - (xiii) preparar e entregar a cada membro do Conselho de Administração, no menor prazo possível e, em qualquer circunstância, dentro de 2 (dois) meses após o término de cada exercício financeiro da Companhia: (a) a conta de lucros e perdas devidamente auditada (e consolidada, se for o caso), demonstração da origem e aplicações de recursos da Companhia referentes àquele exercício financeiro; e (b) o balanço da Companhia correspondente ao encerramento do exercício financeiro em causa, devidamente auditado (e consolidado, se for o caso); e
 - (xiv) imediatamente após o seu recebimento, entregar a cada membro do Conselho de Administração cópia de todos os outros relatórios, incluindo cartas relativas à gestão da Companhia a ela submetidos pelos seus auditores relacionadas a quaisquer auditorias, sejam anuais, intermediárias ou especiais, dos livros da Companhia, realizadas por tais auditores.

Parágrafo Primeiro - A Companhia poderá ser representada, ainda, por 1 (um) membro da Diretoria em conjunto com 1 (um) procurador, ou por 2 (dois) procuradores, sempre com base em 2 (duas) assinaturas, dentro dos limites estabelecidos para os poderes outorgados nas respectivas procurações.



Parágrafo Segundo - A Companhia poderá, ainda, ser representada por 1 (um) só membro da Diretoria ou por 1 (um) só procurador, contanto que qualquer um deles tenha sido formalmente nomeado pela Diretoria para este fim, no que diz respeito ao comparecimento em entidades e órgãos governamentais e em Assembleias Gerais de sociedades nas quais a Companhia tenha participação, ou ainda nos casos de prestação de depoimento pessoal e na qualidade de prepostos em audiências.

CAPÍTULO VI – CONSELHO FISCAL

Artigo 30 - A Companhia tem um Conselho Fiscal, de caráter não permanente, composto de 5 (cinco) membros efetivos e 5 (cinco) suplentes, que somente é instalado por deliberação da Assembleia Geral, nos casos previstos em lei.

Parágrafo Único - A Assembleia Geral que deliberar sobre a instalação do Conselho Fiscal deve, também, eleger seus membros e fixar remuneração.

CAPÍTULO VII – EXERCÍCIO FISCAL, DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS E DEMONSTRAÇÕES DE LUCROS E PERDAS

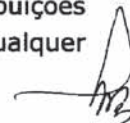
Artigo 31 - O exercício fiscal coincidirá com o ano civil. Quando ocorrer o encerramento do exercício fiscal, a Diretoria fará com que sejam elaboradas as demonstrações financeiras, remetendo-as juntamente com a proposta de distribuição dos resultados ao Conselho de Administração, o qual por seu turno submeterá as demonstrações à Assembleia Geral.

Parágrafo Primeiro - O Conselho de Administração poderá determinar o levantamento de balancetes em períodos menores, incluindo, sem limitação, balancetes semestrais, e aprovar a distribuição de dividendos intercalares com base nos lucros apurados ou, ainda, aprovar a distribuição de dividendos intermediários, em ambos os casos, *ad referendum* da Assembleia Geral da Companhia.

Parágrafo Segundo - O valor pago ou creditado a título de juros sobre o capital próprio nos termos do artigo 9º, parágrafo 7º da Lei nº 9.249/95 e legislação e regulamentação pertinentes, poderá ser imputado ao dividendo obrigatório.

Parágrafo Terceiro - Dividendos intercalares deverão sempre ser creditados e considerados como antecipação do dividendo obrigatório.

Artigo 32 - Quaisquer prejuízos acumulados e a provisão para tributos ou contribuições sociais serão deduzidos dos resultados de cada exercício fiscal antes de qualquer distribuição de lucros.



Parágrafo Único – Sobre o lucro remanescente apurado na forma do caput deste artigo, será calculada, por proposta do Conselho de Administração, a participação dos administradores e funcionários, observadas as disposições legais.

Artigo 33 - Apurado o resultado do exercício social e feitas as necessárias deduções legais e do artigo anterior, o lucro obtido deve ter a seguinte destinação:

- (i) 5% (cinco por cento) do lucro líquido para a constituição de fundo de reserva legal, até o limite de 20% (vinte por cento) do capital social;
- (ii) 25% (vinte e cinco por cento) do saldo de lucro líquido do exercício, após a dedução de que trata a alínea 'a' acima e ajustado na forma do art. 202 da Lei nº 6.404/76, para distribuição de dividendo anual obrigatório para os acionistas;
- (iii) sempre que o montante do dividendo obrigatório ultrapassar a parcela realizada do lucro líquido do exercício, a administração poderá propor, e a Assembléia Geral aprovar, destinar o excesso à constituição de reserva de lucros a realizar, nos termos do artigo 197 da Lei nº 6.404/76; e
- (iv) o saldo remanescente terá a destinação que lhe for determinada pela Assembléia Geral, com base em proposta formulada pelo Conselho de Administração.

Parágrafo Único - Por deliberação do Conselho de Administração, podem ser declarados e pagos dividendos à conta de lucros acumulados ou reserva de lucros existentes, *ad referendum* da Assembléia Geral.

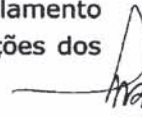
Artigo 34 - Dividendos atribuídos a acionistas e não retirados não renderão juros nem serão passíveis de correção monetária e prescreverão por decurso de prazo em favor da Companhia após decorridos 3 (três) anos de sua atribuição.

CAPÍTULO VIII – LIQUIDAÇÃO

Artigo 35 - A Companhia será liquidada mediante a ocorrência dos eventos previstos em lei e a Assembléia Geral determinará a forma da liquidação assim como elegerá o liquidante e o Conselho Fiscal que atuará durante o período de liquidação.

CAPÍTULO IX - ALIENAÇÃO DE CONTROLE, CANCELAMENTO DE REGISTRO DE COMPANHIA ABERTA E DESCONTINUIDADE DE PRÁTICAS DIFERENCIADAS DE GOVERNANÇA CORPORATIVA

Artigo 36 - A alienação do controle acionário da Companhia, tanto por meio de uma única operação, como por meio de operações sucessivas, deverá ser contratada sob condição, suspensiva ou resolutiva, de que o adquirente do controle se obrigue a efetivar, observando as condições e os prazos previstos na legislação vigente e no Regulamento do Novo Mercado da BM&FBOVESPA, oferta pública de aquisição de todas as ações dos



demais acionistas da Companhia, nos mesmos termos e condições acordados com o acionista controlador alienante de forma a lhes assegurar tratamento igualitário.

Artigo 37 - A oferta pública referida no artigo anterior também deverá ser realizada:

- (i) nos casos em que houver cessão onerosa de direitos de subscrição de ações e de outros títulos ou direitos relativos a valores mobiliários conversíveis em ações, que venha a resultar na alienação do controle da Companhia; ou
- (ii) em caso de alienação do controle de sociedade que detenha o poder de controle da Companhia, sendo que, nesse caso, o acionista controlador alienante ficará obrigado a declarar à BM&FBOVESPA, o valor atribuído à Companhia nessa alienação e anexar documentação que o comprove.

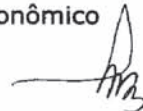
Artigo 38 - Aquele que já detiver ações da Companhia e venha a adquirir o poder de controle acionário, em razão de contrato particular de compra de ações celebrado com o acionista controlador, envolvendo qualquer quantidade de ações, estará obrigado a:

- (i) efetivar a oferta pública referida no artigo 36 deste Estatuto Social; e
- (ii) ressarcir os acionistas dos quais tenha comprado ações em bolsa de valores nos 6 (seis) meses anteriores à data da alienação do controle da Companhia, devendo pagar a estes a eventual diferença entre o preço pago ao acionista alienante e o valor pago em bolsa de valores por ações da Companhia nesse mesmo período, devidamente atualizado até o momento do pagamento.

Artigo 39 - O acionista controlador alienante não transferirá a propriedade de suas ações enquanto o comprador do poder de controle não subscrever o Termo de Anuência dos Controladores referido no Regulamento do Novo Mercado, que deverá ser imediatamente enviado à BM&FBOVESPA. A Companhia não registrará qualquer transferência de ações para o comprador do poder de controle, ou para o(s) acionista(s) que vier(em) a deter o poder de controle, enquanto esse(s) não subscrever(em) o Termo de Anuência dos Controladores, aludido no Regulamento do Novo Mercado, devendo este também ser imediatamente enviado à BM&FBOVESPA.

Artigo 40 - A Companhia não registrará em sua sede nenhum Acordo de Acionistas que disponha sobre o exercício do poder de controle sem que os seus signatários tenham subscreto o Termo de Anuência dos Controladores referido no artigo 39 deste Estatuto Social.

Artigo 41 - Na oferta pública de aquisição de ações a ser efetivada pela Companhia ou pelo acionista controlador para o cancelamento do registro de companhia aberta da Companhia, o preço mínimo a ser ofertado deverá corresponder ao valor econômico apurado em laudo de avaliação, conforme previsto no artigo 43 abaixo.



Artigo 42 - Caso os acionistas reunidos em Assembléia Geral Extraordinária deliberem: (i) a saída da Companhia do Novo Mercado para que suas ações tenham registro para negociação fora do Novo Mercado; ou (ii) a reorganização societária da qual a companhia resultante não seja admitida no Novo Mercado, o acionista controlador deverá efetivar oferta pública de aquisição de ações dos demais acionistas da Companhia, cujo preço mínimo a ser ofertado deverá corresponder ao valor econômico, apurado em laudo de avaliação, conforme previsto no artigo 43, respeitadas as normas legais e regulamentares aplicáveis.

Artigo 43 - O laudo de avaliação de que trata os artigos 41 e 42 acima deverá ser elaborado por empresa especializada, com experiência comprovada e independente da Companhia, seus administradores e controladores, devendo o laudo também satisfazer os requisitos do parágrafo 1º do artigo 8º da Lei nº 6.404/76 e conter a responsabilidade prevista no parágrafo 6º do mesmo artigo da referida lei.

Parágrafo Primeiro - A escolha da empresa especializada responsável pela determinação do valor econômico da Companhia é de competência privativa da Assembléia Geral, a partir da apresentação, pelo Conselho de Administração, de lista tríplice, devendo a respectiva deliberação, não se computando os votos em branco, ser tomada por maioria dos votos dos acionistas representantes das ações em circulação presentes naquela assembléia, que se instalada em primeira convocação deverá contar com a presença de acionistas que representem, no mínimo, 20% (vinte por cento) do total de ações em circulação, ou que se instalada em segunda convocação poderá contar com a presença de qualquer número de acionistas representantes das ações em circulação.

Parágrafo Segundo - O ofertante arcará integralmente com os custos da elaboração do laudo de avaliação.

CAPÍTULO X – SOLUÇÃO DE CONTROVÉRSIAS

Artigo 44 - A Companhia, seus acionistas, administradores e membros do Conselho Fiscal da Companhia, obrigam-se a resolver, por meio de arbitragem, toda e qualquer disputa ou controvérsia que possa surgir entre si, relacionadas ou oriundas, em especial, da aplicação, validade, eficácia, interpretação, violação e seus efeitos, das disposições contidas no presente Estatuto Social, na Lei nº 6.404/76, nas normas editadas pelo Conselho Monetário Nacional, pelo Banco Central do Brasil e pela Comissão de Valores Mobiliários, bem como nas demais normas aplicáveis ao funcionamento do mercado de capitais em geral, além daquelas constantes do Regulamento do Novo Mercado, do Contrato de Participação do Novo Mercado e do Regulamento de Arbitragem da Câmara de Arbitragem do Mercado da BM&FBOVESPA.

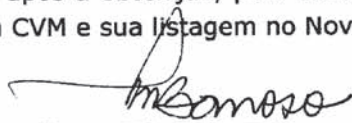
Parágrafo Único - A lei brasileira será a única aplicável ao mérito de toda e qualquer



controvérsia, bem como à execução, interpretação e validade da presente cláusula compromissória.

CAPÍTULO XI – DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS

Artigo 45 - As disposições contidas no Capítulo II, artigo 6º parágrafo 2º; Capítulo V, Seção II, artigos 19 a 24 deste Estatuto Social, relativas ao Conselho de Administração e seus poderes, bem como aquelas outras disposições que estabeleçam especificamente poderes ou obrigações ao Conselho de Administração somente terão eficácia plena a partir da data da publicação do anúncio de início de distribuição pública, referente à oferta pública primária e/ou secundária de ações de emissão da Companhia, a ser realizada após a obtenção, pela Companhia, do respectivo registro de companhia aberta perante a CVM e sua listagem no Novo Mercado da BM&FBOVESPA.


Líbano Miranda Barroso
Presidente


Fabiana Borges Vilhena
Secretária

MULTIPLUS S.A.

CNPJ/MF n.º 11.094.546/0001-75

NIRE 35.300.371.658

**Ata da Assembleia Geral Extraordinária
Realizada em 15 de janeiro de 2010**

DATA, LOCAL E HORÁRIO DA ASSEMBLÉIA: Realizada em 15 de janeiro de 2010, às 11:00 horas, na sede da MULTIPLUS S.A. ("Companhia"), localizada na Cidade de São Paulo, Estado de São Paulo, na Av. Jurandir, nº 856, lote 04, 3º andar, Jardim Ceci, CEP 04072-000.

PRESEÇA: Acionistas representando a totalidade do capital social, conforme se verificou pelas assinaturas constantes do Livro de Presença de Acionistas.

CONVOCAÇÃO: Dispensada, tendo em vista a presença de todos os acionistas, nos termos do artigo 124, parágrafo 4º, da Lei n.º 6.404, datada de 15 de dezembro de 1976 ("Lei das Sociedades por Ações"), conforme alterada.

COMPOSIÇÃO DA MESA: os trabalhos foram presididos pelo Sr. Líbano Miranda Barroso e secretariados pelo Sr. Egberto Vieira Lima.

ORDEM DO DIA: Composta a Mesa, o Presidente declarou iniciados os trabalhos, solicitando a leitura da Ordem do Dia com o seguinte teor: (i) o desdobramento da totalidade das Ações Ordinárias, conforme definido abaixo, de emissão da Companhia; (ii) a transferência do total de 1.180.195 Ações Ordinárias detidas pelos acionistas membros do Conselho de Administração para a TAM S.A., todos abaixo qualificados; (iii) a reforma do Artigo 25 do Estatuto Social da Companhia, para fazer constar a função dos diretores conforme o disposto no artigo 143, IV, da Lei das Sociedades por Ações; e (iv) a aprovação da remuneração anual do Conselho de Administração da Companhia para o exercício de 2010.

DELIBERAÇÕES: Examinadas e debatidas as matérias constantes da Ordem do Dia, foi deliberado, por unanimidade de votos e sem quaisquer restrições ou ressalvas:

- (i) aprovar o desdobramento da totalidade das ações de emissão da Companhia, de modo que para cada ação ordinária nominativa, escritural e sem valor nominal de emissão da Companhia ("Ação Ordinária") seja criada e atribuída a seu titular 236.039 (duzentos e trinta e seis mil e trinta e nove) novas Ações Ordinárias, com os mesmos direitos e vantagens das Ações Ordinárias pré-existentes, passando cada Ação Ordinária a ser representada por 236.040 (duzentos e trinta e seis mil e quarenta) Ações Ordinárias pós desdobramento. Nesse sentido, o capital social da Companhia passará a ser representado por 118.020.000 (cento e dezoito milhões e vinte mil) ações ordinárias, todas nominativas, escriturais e sem valor nominal, distribuídas entre os atuais acionistas na proporção de suas respectivas



participações no capital social da Companhia. Desta forma, o Artigo 5º do Estatuto Social da Companhia passará a vigorar com a seguinte redação:

“Artigo 5º - O capital social, totalmente subscrito e integralizado, totaliza R\$500,00 (quinhentos reais), dividido em 118.020.000 (cento e dezoito milhões e vinte mil) ações ordinárias, nominativas, escriturais, sem valor nominal e indivisíveis em relação à Companhia.

Parágrafo Único - O capital social da companhia será representado exclusivamente por ações ordinárias.”

- (ii) aprovar a transferência, a título gratuito, de 236.039 (duzentos e trinta e seis mil e trinta e nove) Ações Ordinárias, totalmente subscritas e integralizadas, por cada um dos seguintes acionistas, membros do Conselho de Administração: (i) **MAURÍCIO ROLIM AMARO**, brasileiro, empresário, portador da cédula de identidade RG n. 12.238.201-8 SSP/SP e inscrito no CPF/MF sob o n. 269.303.758-10, com endereço comercial na Rua Monsenhor Antonio Pepe, 331, São Paulo/SP, (ii) **EGBERTO VIEIRA LIMA**, brasileiro, casado, administrador de empresas, portador da cédula de identidade RG nº 4.864.373 SSP/SP e inscrito no CPF nº 370.413.398-15, com endereço comercial na Av. Jurandir, 856, lote 4, Jardim Ceci, São Paulo/SP, (iii) **FLÁVIA TURCI**, brasileira, advogada, divorciada, portadora do RG nº 12.274.646 SSP-SP e do CPF nº 085.948.018-66, com endereço comercial na Cidade e Estado de São Paulo, na Rua Dr. Renato Paes de Barros, 778, 1º andar, CEP 04530-001, (iv) **CARLOS DANIEL RIZZO DA FONSECA**, brasileiro, casado, administrador de empresas, portador da cédula de identidade RG nº 20.951.838-8, expedida pela SSP/SP e inscrito no CPF/MF sob nº 257.157.868-51, com endereço comercial na Av. Brigadeiro Faria Lima, 3729 - 9 andar Itaim Bibi - São Paulo - Brasil; e (v) **ANTONIO LUIZ RIOS DA SILVA**, brasileiro, economista, portador da cédula de identidade RG nº 2.389.241 expedida pela SSP/DF e inscrito no CPF/MF sob o nº 224.852.601-68, com endereço comercial na Av. Barão de Mauá, 100, Guarulhos - SP - Brasil (“Cedentes”), perfazendo um total de 1.180.195 (um milhão, cento e oitenta mil e cento e noventa e cinco) Ações Ordinárias (“Ações Cedidas”), à **TAM S.A.**, Sociedade por ações, com sede na cidade de São Paulo, Estado de São Paulo, na Av. Jurandir, 856, Lote 4, Jardim Ceci, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 01.832.635/0001-18.

Os demais acionistas, renunciaram expressamente, neste ato, ao direito de preferência previsto no artigo 171 da Lei das Sociedades por Ações, com relação à transferência das Ações Cedidas.

Cedentes e cessionária outorgam-se mutuamente a mais plena, geral, irrevogável e irretratável quitação pela cessão e transferência de ações acima, para nada mais reclamarem uns dos outros, a qualquer tempo e a qualquer título.

Em razão das deliberações dos itens (i) e (ii) a composição acionária da Companhia passa a ser conforme refletida no quadro do Anexo I à presente ata; e



- (iii) aprovar a nova redação do Artigo 25 do Estatuto Social da Companhia, para fazer constar a função dos diretores conforme o disposto no artigo 143, IV, da Lei das Sociedades por Ações, o qual passará a vigorar com a seguinte linguagem:

"Artigo 25 - A Diretoria é formada por no mínimo 2 (dois) e no máximo 5 (cinco) membros, pessoas naturais, acionistas ou não, residentes no Brasil, eleitos pelo Conselho de Administração, sendo um Diretor Presidente, um Diretor Financeiro e um Diretor de Relações com Investidores, cujo cargo poderá ser cumulado com qualquer dos cargos da Diretoria, e 2 (dois) outros Diretores, cujas funções serão oportunamente determinadas quando da eleição de seus membros.

Parágrafo Primeiro - O mandato dos Diretores é de 3 (três) anos, admitida a reeleição.

Parágrafo Segundo - A Diretoria reunir-se-á sempre que convocada pelo Diretor Presidente, por sua própria iniciativa ou a pedido de qualquer membro da Diretoria.

Parágrafo Terceiro - As reuniões de Diretoria serão instaladas com a presença da maioria de seus membros.

Parágrafo Quarto - As resoluções da Diretoria serão adotadas pelo voto da maioria de seus membros, sendo que das reuniões serão lavradas as respectivas atas, que ficarão inscritas no Livro de Atas de Reuniões da Diretoria.

Parágrafo Quinto - Aos seguintes cargos da Diretoria compete, dentre outras funções:

(a) Diretor Presidente: (i) a direção geral dos negócios da Companhia, a convocação e presidência das reuniões da Diretoria, bem como a coordenação dos trabalhos dos demais Diretores; (ii) a representação da Companhia em todas as suas relações com terceiros; e (iii) a supervisão do cumprimento das políticas e normas estabelecidas pelo Conselho de Administração;

(b) Diretor Financeiro: (i) a coordenação e direção das atividades relativas às operações de natureza financeira da Companhia; (ii) a otimização e o gerenciamento das informações e dos resultados econômico-financeiros da Companhia; e (iii) a administração e aplicação dos recursos financeiros, e das receita operacional e não operacional.

(c) Diretor de Relações com Investidores: (i) a representação da Companhia perante os órgãos de controle e demais instituições que atuam no mercado de capitais; (ii) a prestação de informações ao público investidor, à CVM, às bolsas de valores em que a Companhia tenha seus valores mobiliários negociados e demais órgãos relacionados às atividades desenvolvidas no mercado de capitais, conforme legislação aplicável, no Brasil e no exterior; e (iii) a atualização do registro de companhia aberta perante a CVM."

- (iv) aprovar a remuneração anual do Conselho de Administração da Companhia para o exercício de 2010 em até R\$750.000,00 (setecentos e cinquenta mil reais).

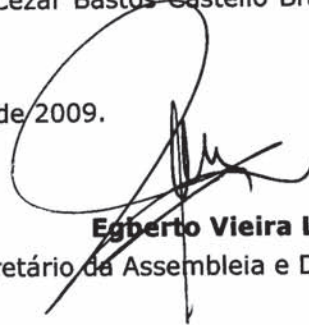


ENCERRAMENTO: Nada mais havendo a ser tratado, foi encerrada a Assembleia, da qual se lavrou a presente Ata que, lida e achada conforme, foi por todos os presentes assinada. Líbano Miranda Barroso – Presidente da Assembleia; Egberto Vieira Lima – Secretário da Assembleia; Acionistas: TAM S.A. (Líbano Miranda Barroso e Paulo Cezar Bastos-Castello Branco). Confere com a original lavrada em livro próprio.

São Paulo, 15 de janeiro de 2009.



Líbano Miranda Barroso
Presidente da Assembleia e Diretor eleito



Egberto Vieira Lima
Secretário da Assembleia e Diretor eleito



ANEXO I

Composição acionária de **MULTIPLUS S.A.**, conforme deliberação da Assembléia Geral Extraordinária realizada em 15 de janeiro de 2010.

Acionista	Ações Ordinárias
TAM S.A	118.019.995
Maurício Rolim Amaro - Presidente do Conselho	1
Egberto Vieira Lima - Vice-Presidente do Conselho	1
Flávia Turci - Conselheira	1
Carlos Daniel Rizzo da Fonseca - Conselheiro	1
Antônio Luiz Rios da Silva - Conselheiro Independente	1
Total	118.020.000



-
- Ata da Assembleia Geral Extraordinária da Companhia que aprova a Oferta

(Esta página foi intencionalmente deixada em branco)



MULTIPLUS S.A.

CNPJ/MF n.º 11.094.546/0001-75

NIRE 35.300.371.658

**Ata da Assembleia Geral Extraordinária
Realizada em 14 de dezembro de 2009**

DATA, LOCAL E HORÁRIO DA ASSEMBLÉIA: Realizada em 14 de dezembro de 2009, às 11:00 horas, na sede da Multiplus S.A. ("Companhia"), localizada na Cidade de São Paulo, Estado de São Paulo, na Av. Jurandir, nº 856, lote 04, 3º andar, Jardim Ceci, CEP 04072-000.

PRESENÇA: Acionistas representando a totalidade do capital social, conforme se verificou pelas assinaturas constantes do Livro de Presença de Acionistas.

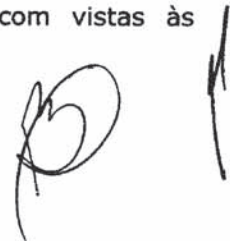
CONVOCAÇÃO: Dispensada, tendo em vista a presença de todos os acionistas, nos termos do artigo 124, parágrafo 4º, da Lei n.º 6.404, de 15 de dezembro de 1976, conforme alterada.

COMPOSIÇÃO DA MESA: Os trabalhos foram presididos pelo Sr. Líbano Miranda Barroso e secretariados pelo Sr. Egberto Vieira Lima.

ORDEM DO DIA: Composta a Mesa, o Presidente declarou iniciados os trabalhos, solicitando a leitura da Ordem do Dia com o seguinte teor: (i) ratificação da aprovação do Conselho de Administração para a abertura de capital da Companhia; (ii) (a) a adesão ao Novo Mercado; (b) a autorização para a prática de todos os atos requeridos ou necessários para a adesão da Companhia ao Novo Mercado; (iii) a realização de oferta pública de distribuição primária de ações ordinárias de emissão da Companhia ("Oferta"); (iv) a autorização para a Administração da Companhia tomar todas as providências e praticar todos os atos necessários à realização da Oferta; e (v) a ratificação dos atos já praticados pela Administração da Companhia com vistas à realização dos itens acima.

DELIBERAÇÕES: Examinadas e debatidas as matérias constantes da Ordem do Dia, foi deliberado, por unanimidade de votos e sem quaisquer restrições ou ressalvas:

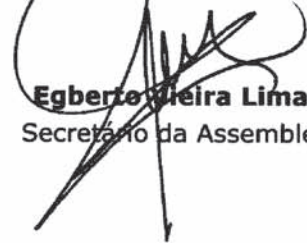
- (i) ratificar a aprovação do Conselho de Administração para a abertura de capital da Companhia, em especial para o seu registro como companhia aberta junto à CVM e seu registro perante à BM&FBovespa S.A. – Bolsa de Valores, Mercadorias e Futuros (“BM&F Bovespa”);
- (ii) (a) aprovar a adesão da Companhia ao Novo Mercado; (b) a autorização para que a Companhia, seus Diretores, membros de seu Conselho de Administração e Conselho Fiscal, caso instalado, possam praticar todos os atos requeridos pelo Regulamento de Listagem do Novo Mercado (“Regulamento do Novo Mercado”) da BM&FBovespa ou necessários para a adesão da Companhia ao Regulamento do Novo Mercado, incluindo, sem limitação, a celebração do respectivo contrato de adesão ao Novo Mercado;
- (iii) aprovar a realização da Oferta pela Companhia, nos termos e condições dispostos abaixo:
 - a. a oferta será realizada no Brasil, em conformidade com os procedimentos estabelecidos pela Instrução da Comissão de Valores Mobiliários (“CVM”) nº 400, de 29 de dezembro de 2003 e, ainda, com esforços de venda das Ações no exterior, com base nas isenções de registro previstas na Regulation S e Rule 144A, ambas do Securities Act de 1933 dos Estados Unidos da América;
 - b. venda de lote suplementar de ações: a quantidade total de Ações objeto da Oferta poderá ser acrescida de um lote suplementar de até 15% das Ações objeto da Oferta, conforme opção a ser outorgada pela Companhia à instituição intermediária, destinada a atender a um eventual excesso de demanda que venha a ser constatado no decorrer da Oferta, nas mesmas condições e preço das ações inicialmente ofertadas na Oferta (“Opção de Ações Suplementares”). A Opção de Ações Suplementares poderá ser exercida no prazo de até 30 dias, a contar da data da publicação do anúncio de início da Oferta;
 - c. sem prejuízo do exercício da Opção de Ações Suplementares, a quantidade de ações objeto da Oferta, poderá, a critério exclusivo da Companhia, ser aumentada em até 20% do total das ações objeto da Oferta, conforme dispõe o artigo 14, parágrafo 2.º, da Instrução CVM n.º 400;
 - d. o preço das Ações objeto da Oferta será determinado após a efetivação dos pedidos de reserva e a apuração do resultado da coleta de intenções (“Procedimento de Bookbuilding”) a ser realizado pelas instituições intermediárias;
- (iv) autorizar a Administração da Companhia a tomar todas as providências e praticar todos os atos necessários à realização da Oferta; e
- (v) ratificar os atos já praticados pela Administração da Companhia com vistas às deliberações acima.



ENCERRAMENTO: Nada mais havendo a ser tratado, foi encerrada a Assembleia, da qual se lavrou a presente Ata que, lida e achada conforme, foi por todos os presentes assinada. Líbano Miranda Barroso – Presidente da Assembleia; Egberto Vieira Lima – Secretário da Assembleia; Acionistas: TAM S.A. (Líbano Miranda Barroso e Paulo Cezar Bastos Castello Branco). Confere com a original lavrada em livro próprio. São Paulo, 14 de dezembro 2009.



Líbano Miranda Barroso
Presidente da Assembleia



Egberto Vieira Lima
Secretário da Assembleia



(Esta página foi intencionalmente deixada em branco)

-
- Minuta da Ata da Reunião do Conselho de Administração da Companhia que aprova o Preço por Ação

(Esta página foi intencionalmente deixada em branco)

MULTIPLUS S.A.
NIRE 35.300.371.658
CNPJ/MF nº 11.094.546/0001-75

ATA DE REUNIÃO DE CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO
REALIZADA EM [•] DE [•] DE 2010

1. **DATA, HORA E LOCAL DA REUNIÃO:** Realizada às [•] horas do dia [•] de dezembro de 2009, na sede social da Companhia, localizada na Cidade de São Paulo, Estado de São Paulo, na Av. Jurandir, nº 856, lote 04, 3º andar, Jardim Ceci, CEP 04072-000, São Paulo, SP.
2. **PRESENÇA:** [a totalidade/maioria] dos membros do Conselho de Administração: Srs [•].
3. **COMPOSIÇÃO DA MESA:** Os trabalhos foram presididos pelos Srs. Líbano Miranda Barroso e secretariados pelo Sr. Egberto Vieira Lima.
4. **ORDEM DO DIA:** Composta a mesa, o Presidente declarou iniciados os trabalhos, solicitando a leitura da Ordem do Dia com o seguinte teor:
 - (i) a fixação e justificativa do preço de emissão das ações ordinárias, nominativas, escriturais e sem valor nominal de emissão da Companhia, livres e desembaraçadas de quaisquer ônus ou gravames (“Ações”), objeto da oferta pública de distribuição primária de ações ordinárias de emissão da Companhia (“Oferta”), aprovada em assembléia geral extraordinária realizada em 14 de dezembro de 2009;
 - (ii) o aumento de capital social da Companhia, dentro do limite do capital autorizado, aprovado em assembléia geral extraordinária realizada em 10 de dezembro de 2009, no montante necessário para a realização da Oferta, aprovada em assembléia geral extraordinária realizada em 14 de dezembro de 2009;
 - (iii) a aprovação do prospecto definitivo da Oferta (“Prospecto Definitivo”) e do *Final Offering Memorandum* a serem utilizados na Oferta;
 - (iv) a celebração dos documentos relacionados à Oferta; e
 - (v) a autorização para a Diretoria da Companhia praticar todos e quaisquer atos necessários à consecução da Oferta.
5. **DELIBERAÇÕES:** Examinadas e debatidas as matérias constantes da Ordem do Dia, os Conselheiros da Companhia deliberaram, por unanimidade de votos e sem quaisquer restrições ou ressalvas:
 - (i) aprovar o preço de emissão das Ações objeto da Oferta, o qual foi fixado em R\$[•], após: (a) a efetivação dos pedidos de reserva; e (b) a apuração do resultado da coleta de intenções (“Procedimento de Coleta de Intenções de Investimento”), realizado pelas instituições intermediárias, em consonância com o disposto no artigo 170, §1º, inciso III, da Lei nº 6.404, datada de 15 de dezembro de 1976, conforme alterada (“Lei das Sociedades por Ações”) e com o artigo 44 da Instrução da Comissão de Valores Mobiliários nº 400 (“ICVM 400”), sendo certo que a escolha do critério de determinação do preço por ação é justificada, pois não promoverá a diluição injustificada dos atuais acionistas da Companhia e as ações serão distribuídas por meio de distribuição pública primária e secundária, em que o valor de mercado das ações a serem vendidas foi determinado com a realização do Procedimento de Coleta de Intenções de Investimento, o qual reflete o valor pelo qual os Investidores Institucionais (conforme definidos no Prospecto Definitivo) apresentaram sua ordens firmes de compra no contexto da Oferta; Os Investidores Não-Institucionais (conforme definidos no Prospecto Definitivo) que aderiram à Oferta não participaram do Procedimento de Coleta de Intenções de Investimento e, portanto, do processo de fixação do preço por ação.

- (ii) aprovar o aumento de capital, dentro do limite do capital autorizado, que passará de R\$500,00 (quinhentos reais), para R\$[●] ([●] reais), um aumento, portanto, no montante de R\$[●], mediante a emissão de [●] ações ordinárias, todas nominativas, escriturais, sem valor nominal, ao preço de emissão de R\$[●] por Ação, com exclusão do direito de preferência dos acionistas da Companhia na sua subscrição, em conformidade com o disposto no inciso I, do artigo 172, da Lei das Sociedades por Ações e nos termos do parágrafos Segundo e Terceiro do artigo 6º do Estatuto Social da Companhia.

As ações conferem a seus titulares: (a) direito de voto nas assembléias gerais da Companhia, sendo que a cada ação corresponderá um voto; (b) direito ao dividendo mínimo obrigatório, em cada exercício social, equivalente a 25% do lucro líquido ajustado nos termos do artigo 202 da Lei das Sociedades por Ações; (c) direito de alienação de suas ações, nas mesmas condições asseguradas ao acionista controlador alienante, no caso de alienação, direta ou indireta, a título oneroso do controle da Companhia, tanto por meio de uma única operação, como por meio de operações sucessivas (*tag along* com 100% do preço); (d) direito de alienação de suas ações em oferta pública a ser realizada pelo acionista controlador ou pela Companhia, em caso de cancelamento do registro de companhia aberta e somente pelo acionista controlador em caso de cancelamento de listagem no segmento do novo mercado da BM&FBOVESPA – Bolsa de Valores, Mercadorias e Futuros (“BM&FBOVESPA”), no mínimo, pelo seu respectivo valor econômico apurado mediante elaboração de laudo de avaliação por empresa especializada e independente, com experiência comprovada e escolhida pela assembléia de acionistas titulares de ações em circulação a partir de lista tríplice apresentada pelo Conselho de Administração, sendo que os custos de elaboração do referido laudo deverão ser integralmente suportados pelo ofertante; e (e) direito integral aos dividendos e demais direitos pertinentes às ações que vierem a ser declarados pela Companhia a partir da data de liquidação.

- (iii) aprovar o Prospecto Definitivo e o *Final Offering Memorandum* a serem utilizados na Oferta.
- (iv) autorizar a Diretoria da Companhia a celebrar todos os documentos relacionados à Oferta, incluindo, mas não se limitando, ao: (i) Contrato de Coordenação, Garantia Firme de Liquidação e Colocação de Ações de Emissão da Multiplus S.A., celebrado entre a Companhia, o Banco BTG Pactual S.A., [●]¹ e a BM&FBOVESPA; e (ii) Contrato de Prestação de Serviços de Estabilização de Preço de Ações Ordinárias de Emissão da Multiplus S.A., celebrado entre a Companhia, o Banco BTG Pactual S.A. e a BTG Pactual Corretora de Títulos e Valores Mobiliários S.A.
- (v) a autorização para a Diretoria praticar todos e quaisquer atos necessários à consecução da Oferta.
6. **ENCERRAMENTO:** Nada mais havendo a ser tratado, foi encerrada a Reunião, da qual se lavrou a presente Ata que, lida e achada conforme, foi por todos os presentes assinada.

Confere com a original lavrada em livro próprio.

São Paulo, [●] de [●] de 2010.

Sr. Líbano Miranda Barroso
Presidente

Sr. Egberto Vieira Lima
Secretário

¹ Inserir os nomes dos demais Bancos contratados.

-
- Declarações de Veracidade da Companhia e do Coordenador Líder

(Esta página foi intencionalmente deixada em branco)

**DECLARAÇÃO DO COORDENADOR LÍDER
PARA FINS DO ARTIGO 56 DA INSTRUÇÃO CVM Nº 400**

BANCO BTG PACTUAL S.A., instituição financeira com escritório na Avenida Brigadeiro Faria Lima, 3.729, 8º a 10º andares, na Cidade de São Paulo, Estado de São Paulo, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 30.306.294/0002-26, neste ato representada na forma de seu Estatuto Social, na qualidade de coordenador líder (“Coordenador Líder”) da Oferta Pública de Distribuição Primária de Ações Ordinárias da Multiplus S.A. (“Oferta” e “Companhia”, respectivamente), vem, pela presente, para tal fim e efeito, apresentar a declaração de que trata o artigo 56 da Instrução CVM nº 400, de 29 de dezembro de 2003, conforme alterada (“Instrução CVM 400”):

DECLARAÇÃO

Considerando que:

- (i) a Companhia e o Coordenador Líder constituíram seus respectivos assessores legais para auxiliá-los na implementação da Oferta;
- (ii) tendo em vista a realização da Oferta, está sendo efetuada auditoria jurídica na Companhia e em suas subsidiárias, iniciada em 13 de novembro de 2009, a qual prosseguirá até a divulgação do prospecto definitivo da Oferta (“Prospecto Definitivo”);
- (iii) por solicitação do Coordenador Líder, a Companhia contratou seus auditores independentes para aplicação dos procedimentos previstos nos termos do Pronunciamento IBRACON NPA Nº 12, com relação ao prospecto preliminar da Oferta (“Prospecto Preliminar”) e ao Prospecto Definitivo;
- (iv) foram disponibilizados pela Companhia os documentos que a Companhia considerou relevantes para a Oferta;
- (v) além dos documentos a que se refere o item (iv) acima, foram solicitados pelo Coordenador Líder documentos e informações adicionais relativos à Companhia; e
- (vi) a Companhia confirmou ter disponibilizado todos os documentos e prestado todas as informações consideradas relevantes sobre os negócios da Companhia para análise do Coordenador Líder e de seus consultores legais, com o fim de permitir aos investidores uma tomada de decisão fundamentada sobre a Oferta;

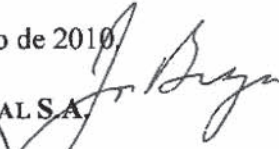
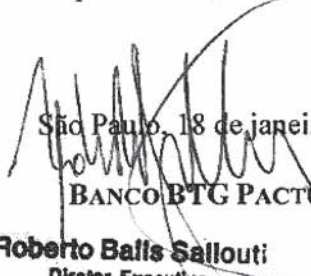
o Coordenador Líder declara que:

- (a) tomou todas as cautelas e agiu com elevados padrões de diligência para assegurar que: (i) as informações prestadas pela Companhia no Prospecto Preliminar e no

Prospecto Definitivo, nas datas de suas respectivas publicações, são verdadeiras, consistentes, corretas e suficientes, permitindo aos investidores uma tomada de decisão fundamentada a respeito da Oferta, (ii) as informações fornecidas ao mercado durante todo o prazo da Oferta, inclusive aquelas eventuais ou periódicas constantes da atualização do registro da Companhia, que integram o Prospecto Preliminar e que venham a integrar o Prospecto Definitivo, são suficientes, permitindo aos investidores uma tomada de decisão fundamentada a respeito da Oferta;

- (b) o Prospecto Preliminar contém e o Prospecto Definitivo conterà, nas datas de suas respectivas publicações, as informações relevantes necessárias ao conhecimento pelos investidores da Oferta, das ações a serem ofertadas, da Companhia, suas atividades, situação econômico-financeira, dos riscos inerentes à sua atividade e quaisquer outras informações relevantes; e
- (c) o Prospecto Preliminar foi elaborado e o Prospecto Definitivo será elaborado de acordo com as normas pertinentes, incluindo, mas não se limitando, à Instrução CVM 400.

São Paulo, 18 de janeiro de 2010.



BANCO BTG PACTUAL S.A.

Roberto Bafis Sallouti
Diretor Executivo

Jonathan David Bisgaier
Diretor Executivo

**DECLARAÇÃO DO MULTIPLUS S.A.
PARA FINS DO ARTIGO 56 DA INSTRUÇÃO CVM 400**

MULTIPLUS S.A., sociedade por ações com sede na Avenida Jurandir nº 856, lote 4, 3º andar, na Cidade de São Paulo, Estado de São Paulo, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 11.094.546/0001-75, neste ato representada na forma do seu estatuto social (“Companhia”), vem, na qualidade de companhia emissora da Oferta (conforme definido abaixo), no âmbito da oferta pública de distribuição primária de ações ordinárias nominativas, escriturais, sem valor nominal, livres e desembaraçadas de qualquer ônus, da Companhia (“Ações”), a ser realizada no Brasil, em mercado de balcão não organizado, nos termos da Instrução da Comissão de Valores Mobiliários (“CVM”) nº 400, de 29 de dezembro de 2003, conforme alterada (“Instrução CVM 400”), sob a coordenação do Banco BTG Pactual S.A. (“Coordenador Líder”) e do Banco Credit Suisse (Brasil) S.A., com a participação de determinadas instituições financeiras integrantes do sistema de distribuição e de instituições intermediárias autorizadas a atuar na BM&FBovespa S.A. – Bolsa de Valores, Mercadorias e Futuros, e com esforços de colocação das Ações no exterior a serem realizados por BTG Capital Corp., Credit Suisse Securities (USA) LLC e por determinadas instituições financeiras contratadas, exclusivamente junto a investidores no exterior, sendo nos Estados Unidos da América para investidores institucionais qualificados, conforme definidos na *Rule 144A*, editada ao amparo do *U.S. Securities Act of 1933*, conforme alterado (“Securities Act”), em operações isentas de registro em conformidade com o *Securities Act*, e junto a investidores nos demais países, exceto no Brasil e nos Estados Unidos da América, com base no *Regulation S* editado pela *U.S. Securities and Exchange Commission*, observada a legislação aplicável no país de domicílio de cada investidor e por meio dos mecanismos de investimento regulamentados pela legislação brasileira aplicável (“Oferta”), declarar o quanto segue:

Considerando que:

- a Companhia constituiu, juntamente com o Coordenador Líder, consultores legais para lhes auxiliar na realização da Oferta;
- foi efetuada diligência legal na Companhia, que prosseguirá até a data do Prospecto Definitivo;
- a Companhia disponibilizou todos os documentos que considerou materialmente relevantes para a Oferta;
- além dos documentos acima mencionados, foram solicitados pelo Coordenador Líder e por seus consultores legais documentos e informações adicionais relativos à Companhia, os quais a Companhia confirma ter disponibilizado; e
- foram disponibilizados e prestados pela Companhia, para análise do Coordenador Líder e de seus consultores legais, todos os documentos e informações consideradas relevantes sobre os negócios da Companhia para permitir aos investidores uma decisão fundamentada sobre a Oferta;

a Companhia declara que:

- o Prospecto Preliminar foi, e o Prospecto Definitivo será, preparado de acordo com as normas pertinentes, incluindo, mas não se limitando, à Instrução CVM 400;



- o Prospecto Preliminar contém, e o Prospecto Definitivo conterá, nas suas respectivas datas, as informações relevantes necessárias ao conhecimento pelos investidores da Oferta, das Ações objeto da Oferta, da Companhia, das suas atividades, da situação econômico-financeira, dos riscos inerentes à sua atividade e de quaisquer outras informações relevantes; e
- as informações prestadas e a serem prestadas no Prospecto Preliminar e no Prospecto Definitivo, bem como as informações prestadas por ocasião do pedido de registro da Oferta e fornecidas a mercado durante todo o prazo de distribuição, inclusive aquelas eventuais e periódicas constantes do registro de companhia aberta da Companhia, são e serão, respectivamente, verdadeiras, consistentes, corretas e suficientes, permitindo aos investidores uma tomada de decisão fundamentada a respeito da Oferta.

São Paulo, 19 de janeiro de 2010



Nome:
Cargo:

ROBERTO VIEIRA LIMA

MULTIPLUS S.A.



Nome:
Cargo:

Libano Miranda Barroso
Diretor Presidente



-
- Formulário de Informações Financeiras Anuais – IAN (somente informações não incluídas no Prospecto)

(Esta página foi intencionalmente deixada em branco)

O REGISTRO NA CVM NÃO IMPLICA QUALQUER APRECIÇÃO SOBRE A COMPANHIA, SENDO OS SEUS ADMINISTRADORES RESPONSÁVEIS PELA VERACIDADE DAS INFORMAÇÕES PRESTADAS.

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM 999993	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL MULTIPLUS S.A.	3 - CNPJ 11094546000175
4 - DENOMINAÇÃO COMERCIAL MULTIPLUS S.A.		
5 - DENOMINAÇÃO SOCIAL ANTERIOR Q.X.A.S.P.E. EMPREEND. E PARTIC. S.A.		
6 - NIRE 35.300.371.658	7 - SITE www.multiplusfidelidade.com.br	
8 - DATA DE CONSTITUIÇÃO DA CIA 06/08/2009	9 - DATA DE REGISTRO DA CIA NA CVM 15/12/2009	

01.02 - SEDE

1 - ENDEREÇO COMPLETO Av. Jurandir, 856 - Lote 4 - 3º andar				2 - BAIRRO OU DISTRITO Jardim Ceci	
3 - CEP 04072-000		4 - MUNICÍPIO São Paulo			5 - UF SP
6 - DDD 11	7 - TELEFONE 5582-8817	8 - TELEFONE 5582-8365	9 - TELEFONE 5582-8365	10 - TELEX	
11 - DDD 11	12 - FAX 5582-8249	13 - FAX 5581-8825	14 - FAX -		
15 - E-MAIL libano.barroso@tam.com.br					

01.03 - DEPARTAMENTO DE ACIONISTAS
 ATENDIMENTO NA EMPRESA

1 - NOME Líbano Miranda Barroso					
2 - CARGO Diretor Presidente e de Rel. com Invest.					
3 - ENDEREÇO COMPLETO Avenida Jurandir, 856 - Lote 4				4 - BAIRRO OU DISTRITO Jardim Ceci	
5 - CEP 04072-000		6 - MUNICÍPIO São Paulo			7 - UF SP
8 - DDD 11	9 - TELEFONE 5582-8817	10 - TELEFONE 5582-8365	11 - TELEFONE 5582-9463	12 - TELEX	
13 - DDD 11	14 - FAX 5582-8149	15 - FAX 5071-8804	16 - FAX 5582-8825		
17 - E-MAIL daniel.bicudo@multiplusfidelidade.com.br					

AGENTE EMISSOR / INSTITUIÇÃO FINANCEIRA DEPOSITÁRIA

18 - NOME Itaú Corretora de Valores S.A.					
19 - CONTATO João Paulo Euvaldo					
20 - ENDEREÇO COMPLETO Av. Jurandir, 856 - Lote 4				21 - BAIRRO OU DISTRITO São Paulo	
22 - CEP 04072-000		23 - MUNICÍPIO São Paulo			24 - UF SP
25 - DDD 11	26 - TELEFONE 3247-3139	27 - TELEFONE -	28 - TELEFONE -	29 - TELEX	
30 - DDD 11	31 - FAX 5582-8249	32 - FAX 5581-8825	33 - FAX -		
34 - E-MAIL daniel.bicudo@multiplusfidelidade.com.br					

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM 99999-3	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL MULTIPLUS S.A.	3 - CNPJ 11.094.546/0001-75
---------------------------	------------------------------------------	--------------------------------

OUTROS LOCAIS DE ATENDIMENTO A ACIONISTAS

35 - ITEM	36 - MUNICÍPIO	37 - UF	38 - DDD	39 - TELEFONE	40 - TELEFONE
01	Rio de Janeiro	RJ	21	2508-8086	-
02	Curitiba	PR	41	3320-4126	-
03	Porto Alegre	RS	51	3210-9150	-
04				-	-

01.04 - DIRETOR DE RELAÇÕES COM INVESTIDORES (Endereço para Correspondência com a Companhia)

1 - NOME Líbano Miranda Barroso					
2 - ENDEREÇO COMPLETO Avenida Jurandir, 856 - Lote 4				3 - BAIRRO OU DISTRITO Jardim Ceci	
4 - CEP 04072-000		5 - MUNICÍPIO São Paulo			6 - UF SP
7 - DDD 11	8 - TELEFONE 5582-8817	9 - TELEFONE 5582-8365	10 - TELEFONE 5582-9463	11 - TELEX	
12 - DDD 11	13 - FAX 5582-8149	14 - FAX 5071-8804	15 - FAX 5582-8825		
16 - E-MAIL libano.barroso@tam.com.br					
17 - DIRETOR BRASILEIRO SIM	18 - CPF 421.016.386-49	18 - PASSAPORTE CG825471			

01.05 - REFERÊNCIA / AUDITOR

1 - DATA DE INÍCIO DO ÚLTIMO EXERCÍCIO SOCIAL 05/08/2009	2 - DATA DE TÉRMINO DO ÚLTIMO EXERCÍCIO SOCIAL 06/08/2009
3 - DATA DE INÍCIO DO EXERCÍCIO SOCIAL EM CURSO 07/08/2009	4 - DATA DE TÉRMINO DO EXERCÍCIO SOCIAL EM CURSO 31/12/2009
5 - NOME/RAZÃO SOCIAL DO AUDITOR PricewaterhouseCoopers Auditores Independentes	6 - CÓDIGO CVM 00287-9
7 - NOME DO RESPONSÁVEL TÉCNICO Carlos Alberto de Sousa	8 - CPF DO RESP. TÉCNICO 724.687.697-91

01.06 - CARACTERÍSTICAS DA EMPRESA

1 - BOLSA DE VALORES ONDE POSSUI REGISTRO	
<input type="checkbox"/> BVBAAL	<input type="checkbox"/> BVMESEB
<input type="checkbox"/> BVPR	<input type="checkbox"/> BVRJ
<input type="checkbox"/> BVES	<input type="checkbox"/> BVPP
<input type="checkbox"/> BVRG	<input checked="" type="checkbox"/> BOVESPA
2 - MERCADO DE NEGOCIAÇÃO Bolsa	
3 - TIPO DE SITUAÇÃO Operacional	
4 - CÓDIGO DE ATIVIDADE 1190 - Comércio (Atacado e Varejo)	
5 - ATIVIDADE PRINCIPAL Desenvolvimento e gerenciamento do programa de fidelização de clientes em razão do consumo de bens e serviços oferecidos por parceiros da Cia.	6 - AÇÕES PREF. COM CLASSES NÃO

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM 99999-3	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL MULTIPLUS S.A.	3 - CNPJ 11.094.546/0001-75
---------------------------	------------------------------------------	--------------------------------

01.07 - CONTROLE ACIONÁRIO / VALORES MOBILIÁRIOS

1 - NATUREZA DO CONTROLE ACIONÁRIO Privada Nacional	
2 - VALORES MOBILIÁRIOS EMITIDOS PELA CIA.	
<input checked="" type="checkbox"/> Ações	<input type="checkbox"/> Certificado de Recebíveis Imobiliários (CRI)
<input type="checkbox"/> Debêntures Conversíveis em Ações	<input type="checkbox"/> Notas Promissórias (NP)
<input type="checkbox"/> Ações Resgatáveis	<input type="checkbox"/> BDR
<input type="checkbox"/> Partes Beneficiárias	<input type="checkbox"/> Outros
<input type="checkbox"/> Debêntures Simples	DESCRİÇÃO
<input type="checkbox"/> Bônus de Subscrição	
<input type="checkbox"/> Certificado de Investimento Coletivo (CIC)	

01.08 - PUBLICAÇÕES DE DOCUMENTOS

1 - AVISO AOS ACIONISTAS SOBRE DISPONIBILIDADE DAS DFs.	2 - ATA DA AGO QUE APROVOU AS DFs.
3 - CONVOCAÇÃO DA AGO PARA APROVAÇÃO DAS DFs.	4 - PUBLICAÇÃO DAS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS

01.09 - JORNAIS ONDE A CIA. DIVULGA INFORMAÇÕES

1 - ITEM	2 - TÍTULO DO JORNAL	3 - UF
01	Jornal Valor Econômico	SP
02	Diário Oficial de SP	SP

01.10 - DIRETOR DE RELAÇÕES COM INVESTIDORES

1 - DATA 14/12/2009	2 - ASSINATURA
------------------------	----------------

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM 99999-3	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL MULTIPLUS S.A.	3 - CNPJ 11.094.546/0001-75
---------------------------	------------------------------------------	--------------------------------

03.01 - EVENTOS RELATIVOS À DISTRIBUIÇÃO DO CAPITAL

1 - EVENTO BASE AGE	2 - DATA DO EVENTO 10/12/2009	3 - PESSOAS FÍSICAS E JURÍDICAS 6	4 - INVESTIDORES INSTITUCIONAIS 0	5 - ACORDO DE AÇIONISTAS NÃO	6 - AÇÕES PREFER. COM DIREITO A VOTO NÃO	8 - DATA DO ÚLTIMO ACORDO DE AÇIONISTAS
------------------------	----------------------------------	--------------------------------------	--------------------------------------	---------------------------------	---------------------------------------------	-----------------------------------------

AÇÕES EM CIRCULAÇÃO NO MERCADO		
9 - EXISTEM AÇÕES EM CIRCULAÇÃO NÃO	ORDINÁRIAS 10 - QUANTIDADE (Unidade) 0	11 - PERCENTUAL 0,00
	PREFERENCIAIS 12 - QUANTIDADE (Unidade) 0	13 - PERCENTUAL 0,00
	TOTAL 14 - QUANTIDADE (Unidade) 0	15 - PERCENTUAL 0,00

16 - AÇÕES PREFERENCIAIS EM CIRCULAÇÃO NO MERCADO		
1 - CLASSE	2 - QUANTIDADE (Unidade)	3 - PERCENTUAL

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM 99999-3	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL MULTIPLUS S.A.	3 - CNPJ 11.094.546/0001-75
---------------------------	------------------------------------------	--------------------------------

03.02 - POSIÇÃO ACIONÁRIA DOS CONTROLADORES E ACIONISTAS COM 5% OU MAIS DE AÇÕES

1 - ITEM	2 - NOME/RAZÃO SOCIAL	3 - CPF/CNPJ	4 - NACIONALIDADE	5 - UF				
6 - AÇÕES ORDINÁRIAS (Unidades)	7 - %	8 - AÇÕES PREFERENCIAIS (Unidades)	9 - %	10 - TOTAL DE AÇÕES (Unidades)	11 - %	12 - COMP. CAP. SOC.	13 - PART. NO ACORDO DE ACIONISTAS	14 - CONTROLADOR
15/1 - CLASSE	15/2 - QTD. AÇÕES PREFERENCIAIS (Unidades)	15/3 - % PREFERENCIAIS						
001	TAM S.A.	02.012.862-0001/60	Brasileira	SP				SIM
	118.019.995	99,00	0	0,00	118.019.995	99,00	19/09/2008	
002	Maurício Rolim Amaro	269.303.758-10	Brasileiro	SP				NÃO
	1	0,20	0	0,00	1	0,20		
003	Egberto Vieira Lima	370.413.398-15	Brasileiro	SP				NÃO
	1	0,20	0	0,00	1	0,20		
004	Flávia Turci	085.948.018-66	Brasileira	SP				NÃO
	1	0,20	0	0,00	1	0,20		
005	Carlos Daniel Rizzo da Fonseca	257.157.868-51	Brasileiro	SP				NÃO
	1	0,20	0	0,00	1	0,20		
006	Antonio Luiz Rios da Silva	224.852.601-68	Brasileiro	SP				NÃO
	1	0,20	0	0,00	1	0,20		
997	AÇÕES EM TESOURARIA							
	0	0,00	0	0,00	0	0,00		
998	OUTROS							
	0	0,00	0	0,00	0	0,00		
999	TOTAL				118.020.000	100,00		
	118.020.000	100,00	0	0,00	118.020.000	100,00		

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM 99999-3	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL MULTIPLUS S.A.	3 - CNPJ 11.094.546/0001-75
---------------------------	------------------------------------------	--------------------------------

03.03 - DISTRIBUIÇÃO DO CAPITAL DOS CONTROLADORES E DOS ACIONISTAS COM 5% OU MAIS DE AÇÕES

1 - ITEM 001	2 - CONTROLADORA / INVESTIDORA TAM S.A.	3 - DATA DE COMP. CAP. SOCIAL 19/09/2008	3 - CPF/CNPJ	4 - NACIONALIDADE	5 - UF
1 - ITEM	2 - NOME/RAZÃO SOCIAL	10 - AÇÕES/COTAS TOTAL (Unidades)	11 - %	12 - COMP. CAP. SOC.	
6 - AÇÕES ORDINÁRIAS/ COTAS (Unidades)	7 - %	8 - AÇÕES PREFERENCIAIS/ (Unidades)	9 - %		

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM 99999-3	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL MULTIPLUS S.A.	3 - CNPJ 11.094.546/0001-75
---------------------------	------------------------------------------	--------------------------------

04.01 - COMPOSIÇÃO DO CAPITAL SOCIAL

1 - Data da Última Alteração: 15/01/2010

2 - ITEM	3 - ESPÉCIE DAS AÇÕES	4 - NOMINATIVA OU ESCRITURAL	5 - VALOR NOMINAL (Reais)	6 - QTD. DE AÇÕES (Unidades)	7 - SUBSCRITO (Reais)	8 - INTEGRALIZADO (Reais)
01	ORDINÁRIAS	NOMINATIVA		118.020.000	500	50
02	PREFERENCIAIS			0	0	0
03	PREFERENCIAIS CLASSE A			0	0	0
04	PREFERENCIAIS CLASSE B			0	0	0
05	PREFERENCIAIS CLASSE C			0	0	0
06	PREFERENCIAIS CLASSE D			0	0	0
07	PREFERENCIAIS CLASSE E			0	0	0
08	PREFERENCIAIS CLASSE F			0	0	0
09	PREFERENCIAIS CLASSE G			0	0	0
10	PREFERENCIAIS CLASSE H			0	0	0
11	PREFER. OUTRAS CLASSES			0	0	0
99	TOTAIS			118.020.000	500	50

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM -	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL	3 - CNPJ . . / -
---------------------	------------------------	---------------------

04.04 - CAPITAL SOCIAL AUTORIZADO

1 - QUANTIDADE (Unidades)	2 - VALOR (Reais)	3 - DATA DA AUTORIZAÇÃO
0	0	

04.05 - COMPOSIÇÃO DO CAPITAL AUTORIZADO

1 - ITEM	2 - ESPÉCIE	3 - CLASSE	4 - QUANTIDADE DE AÇÕES AUTORIZADAS À EMISSÃO (Unidades)
----------	-------------	------------	----------------------------------------------------------------

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM 99999-3	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL MULTIPLUS S.A.	3 - CNPJ 11.094.546/0001-75
---------------------------	------------------------------------------	--------------------------------

06.03 - DISPOSIÇÕES ESTATUTÁRIAS DO CAPITAL SOCIAL

1 - ITEM	2 - ESPÉCIE DA AÇÃO	3 - CLASSE DA AÇÃO	4 - % DO CAPITAL SOCIAL	5 - CONVERSÍVEL	6 - CONVERTE EM	7 - DIREITO A VOTO	8 - TAG ALONG %	9 - PRIORIDADE NO REEMBOLSO DE CAPITAL	17 - OBSERVAÇÃO
10 - PRÊMIO	11 - TIPO DE DIVIDENDO	12 - % DIVIDENDO	13 - R\$/AÇÃO	14 - CUMULATIVO	15 - PRIORITÁRIO	16 - CALCULADO SOBRE			
01	ORDINÁRIA		100,00	NÃO		PLENO	0,00		
			0,00	0,00000					

06.04 - MODIFICAÇÃO ESTATUTÁRIA/DIVIDENDO OBRIGATÓRIO

1 - DATA DA ÚLTIMA MODIFICAÇÃO DO ESTATUTO 15/01/2010	2 - DIVIDENDO OBRIGATÓRIO (% DO LUCRO) 25,00
----------------------------------------------------------	-------------------------------------------------

01.01 - IDENTIFICAÇÃO

1 - CÓDIGO CVM 99999-3	2 - DENOMINAÇÃO SOCIAL MULTIPLUS S.A.	3 - CNPJ 11.094.546/0001-75
---------------------------	------------------------------------------	--------------------------------

07.01 - REMUNERAÇÃO E PARTICIPAÇÃO DOS ADMINISTRADORES NO LUCRO

1 - PARTICIPAÇÃO DOS ADMINISTRADORES NO LUCRO	2 - VALOR DA REMUNERAÇÃO GLOBAL DOS ADMINISTRADORES (Reais)	3 - PERIODICIDADE
NÃO	768.360	ANUAL

07.02 - PARTICIPAÇÕES E CONTRIBUIÇÕES NOS TRÊS ÚLTIMOS ANOS

1 - DATA FINAL DO ÚLTIMO EXERCÍCIO SOCIAL:

2 - DATA FINAL DO PENÚLTIMO EXERCÍCIO SOCIAL:

3 - DATA FINAL DO ANTEPENÚLTIMO EXERCÍCIO SOCIAL:

4- ITEM	5 - DESCRIÇÃO DAS PARTICIPAÇÕES E CONTRIBUIÇÕES	6 - VALOR DO ÚLTIMO EXERCÍCIO (Reais)	7 - VALOR DO PENÚLTIMO EXERCÍCIO (Reais)	8 - VALOR DO ANTEPENÚLTIMO EXERCÍCIO (Reais)
01	PARTICIPAÇÕES-DEBENTURISTAS	0	0	0
02	PARTICIPAÇÕES-EMPREGADOS	0	0	0
03	PARTICIPAÇÕES-ADMINISTRADORES	0	0	0
04	PARTIC.-PARTES BENEFICIÁRIAS	0	0	0
05	CONTRIBUIÇÕES FDO. ASSISTÊNCIA	0	0	0
06	CONTRIBUIÇÕES FDO. PREVIDÊNCIA	0	0	0
07	OUTRAS CONTRIBUIÇÕES	0	0	0
08	LUCRO LÍQUIDO NO EXERCÍCIO	0	0	0
09	PREJUÍZO LÍQUIDO NO EXERCÍCIO	0	0	0