

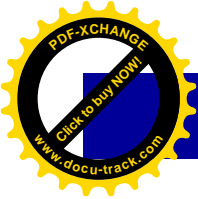
# TIM Participações

**Mario Cesar Pereira Araújo**

**TELEBRASIL 2008**

Conteúdo Multimídia & Serviços Digitais para o Brasil Digital

*Brasília, 07 de junho de 2008*



# Agenda

---

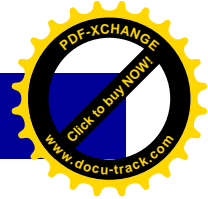
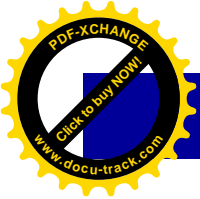
## ▶ **Brasil Digital**

Convergência Tecnológica e Oferta de Conteúdos

Aspectos Concorrenciais

Estratégia TIM

Conclusão



## A Mudança de Paradigmas

---

- ▶ Brasil Digital vai muito além da mudança de linguagem analógica para digital.
  - ▶ Acima de tudo, compreende uma complexa mudança de paradigmas.
  - ▶ A evolução da sociedade depende, fundamentalmente, da democratização nos acessos.
- De **analógico** a **digital**
  - De **físico** a **virtual**
  - De **coletivos** a **personais**
  - De **banda estreita** a **banda larga**
  - De **equipamentos dedicados** a **multifuncionais**
  - De **baixa** a **alta velocidade de transmissão**
  - De **unidirecionais** a **interativos**



## O Contexto da evolução tecnológica

- ▶ Hardwares e Softwares mais baratos alcançam novas camadas de consumidores.
- ▶ O poder computacional migra para as fronteiras da rede.
- ▶ Dispositivos mais modernos tornam a tecnologia onipresente.

### Tecnologia

### Sociedade

A tecnologia aumenta a velocidade e a força da mudança

O Consumidor/sociedade moldam o desenvolvimento da tecnologia e aplicações customizadas.

**Novo Cenário Digital**

WEB 2.0

Convergência Digital

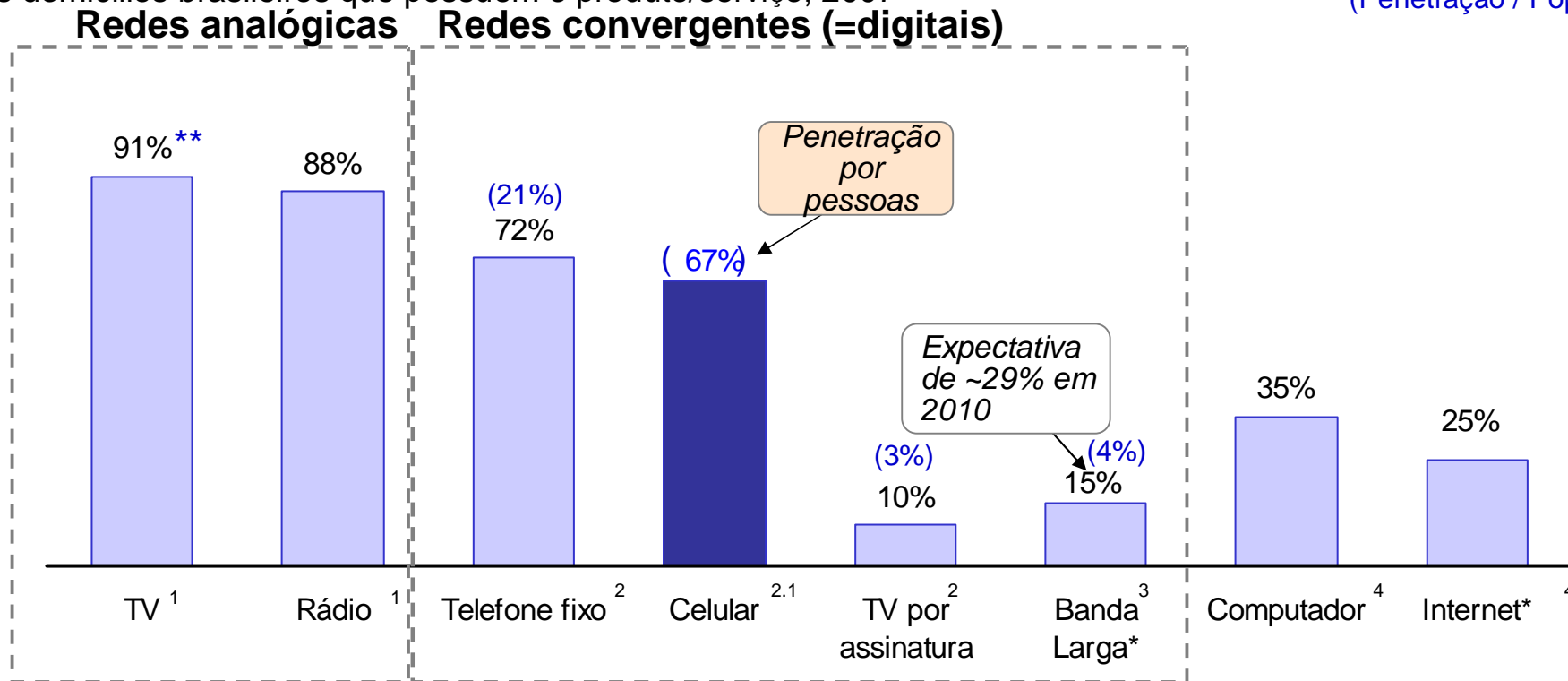
Democracia de acesso

- ▶ Consumidores buscam tecnologia para suportar família e comunidade.
- ▶ Novas gerações são pioneiras no uso de redes pessoais e comunicação viral.
- ▶ Redes Wireless quebram barreiras geográficas de participação da sociedade na democracia da digitalização.

# As redes convergentes (=digitais) no Brasil

% dos domicílios brasileiros que possuem o produto/serviço, 2007

(Penetração / População)

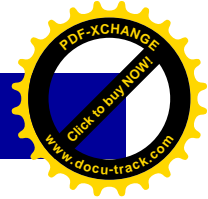
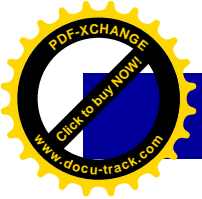


- **Redes analógicas com elevada penetração**
- **Redes convergentes em desenvolvimento, com destaque para o celular (+10pp de penetração 2007 vs. 2006)**
- **Forte Crescimento penetração domiciliar de Banda Larga**



\* Inclui residencial e corporativa; \*\* TV digital com números ainda inexpressivos.

Fonte: 1 PNAD 2006; 2: ANATEL; 2.1: ANATEL(abril08); 3: Barômetro Cisco; 4: Plan. Estratégico



# Agenda

---

Brasil Digital

▶ **Convergência Tecnológica e Oferta de Conteúdos**

Aspectos Concorrenciais

Estratégia TIM

Conclusão



## Convergência tecnológica na visão da TIM Brasil

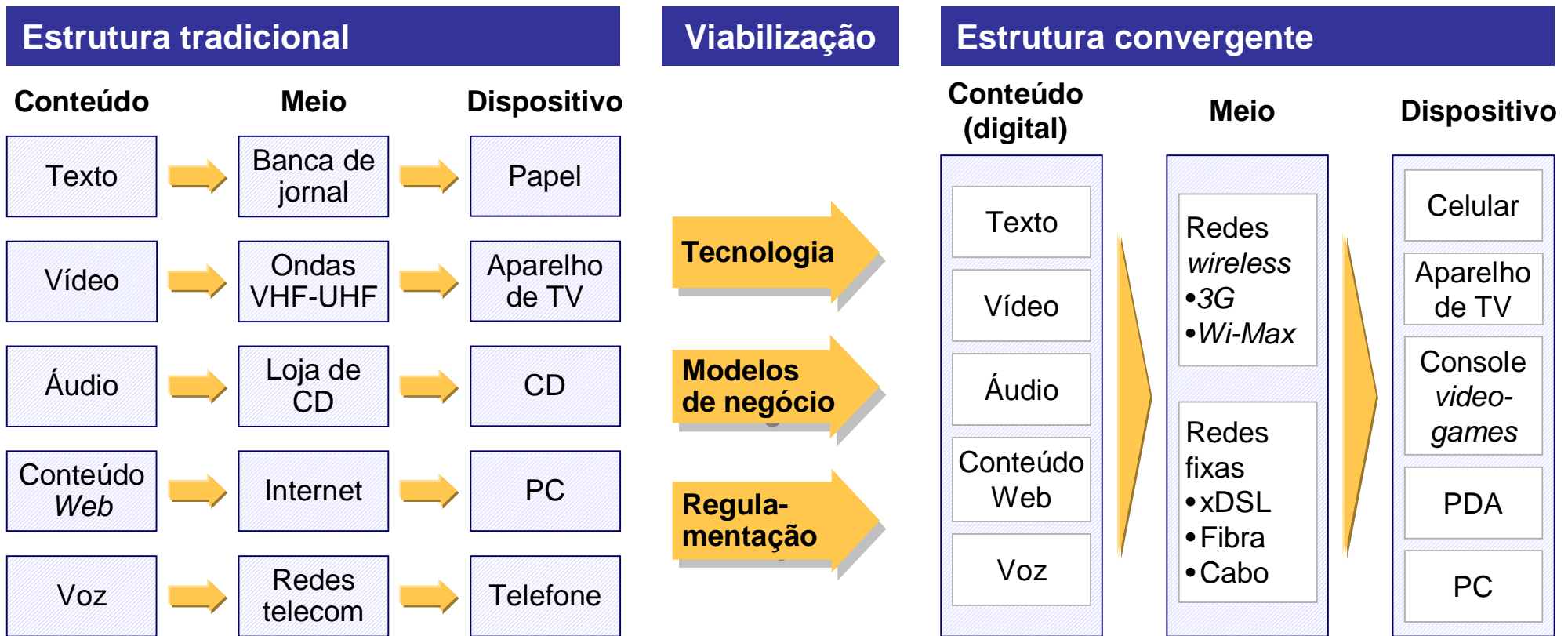
---

- A convergência tecnológica é:
  - Possibilidade de receber a **mesma informação por meio de múltiplas plataformas** (ex. recebimento de e-mails no celular), permitindo:
  - **Maior utilidade dos serviços** devido à maior integração entre eles (ex. integração e-mails nas plataformas móvel e Internet) e
  - **Maior oferta de novos produtos e serviços** como resultado da convergência das redes e terminais (ex. móvel como meio de pagamento)



- Convergência como processo para oferta de **maior conveniência, economia e novos serviços** a uma ampla gama de consumidores

# A convergência transfere o poder de escolha ao CONSUMIDOR



"Hoje, no mundo 2.0, já conseguimos entregar em diferentes mídias, de maneira não-linear, aquilo que o usuário tinha disponível nas mídias tradicionais."

**KC Estenson, VP de mídia digital da Disney/ABC.**



# O contexto Telecom – Mídia

	Setor	Ameaças	Oportunidades		
<b>Mídias Tradicionais</b>	<b>TV aberta</b>	Fragmentação da audiência	<div style="background-color: #cccccc; padding: 10px; text-align: center;"> <b>Novos canais para distribuição de conteúdo</b> </div> <div style="text-align: center; margin-top: 10px;"> </div>		
	<b>Indústria fonográfica</b>	Redução da venda nos meios físicos		Pirataria	
	<b>Imprensa</b>			Concorrência de novas mídias	
<b>Telecomunicações</b>	<b>TV Paga</b>	Aumento da concorrência		<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 45%;"> <p>Oferta <i>triple-play</i> e <i>quadruple-play</i></p> </div> <div style="width: 45%;"> <p>Serviços de valor agregado</p> </div> </div>	
	<b>Telefonia fixa</b>	(ex: integração fixo-móvel, serviços VoIP)			"Commoditização" do serviço de voz
	<b>Telefonia móvel</b>				

- As exigências do mercado vão além da linha de **negócios tradicionais**
- Preservar a **competição justa** é essencial para incremento da competição e **para o benefício da sociedade**

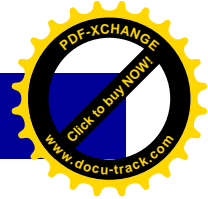
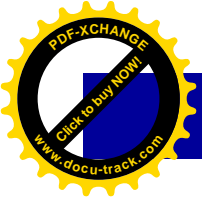
# A formação de acordos comerciais entre as empresas de telecom e mídia é o percurso natural para viabilizar ofertas convergentes

○ Baixa    ◐ Média    ● Alta

	Descrição	Considerações	Ocorrência
<b>Greenfield</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Construção interna de nova operação</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elevados investimentos</li> <li>• Longo prazo</li> <li>• Risco de perda de foco</li> </ul>	○
<b>Verticalização</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fusões e aquisições entre empresas (ex: AOL/Time Warner, 3 Itália/Canale 7)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Investimentos significativos</li> <li>• Curto/médio prazo</li> <li>• Riscos:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dificuldade de integração</li> <li>- Medidas antitruste</li> </ul> </li> </ul>	◐
<b>Parcerias</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Acordos comerciais para a distribuição de conteúdo (ex: France Telecom/Warner, Vodafone/UEFA)</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Flexibilidade</b> na montagem do modelo de negócio</li> <li>• <b>Compartilhamento</b> das competências dos setores</li> </ul>	◑

Foco na distribuição de conteúdo, e não na produção.

- Determinações rígidas sobre modelos de negócio e papel das empresas podem prejudicar o processo de convergência.
- Os conteúdos precisam sofrer uma adaptação para sua utilização no celular.



# Agenda

---

Brasil Digital

Convergência Tecnológica e Oferta de Conteúdos

▶ **Aspectos Concorrenciais**

Estratégia TIM

Conclusão



## Pontos Importantes

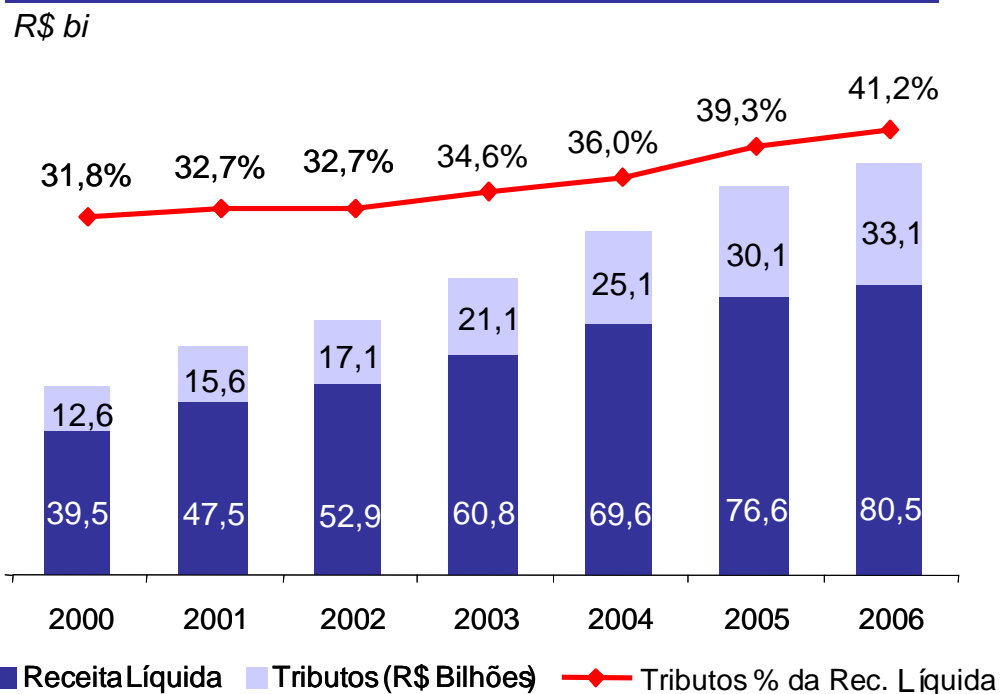
---

- ▶ Segundo estudos internacionais\*, **o desenvolvimento no setor de telecomunicações é forte catalisador para o crescimento na economia de uma país**, especialmente nas nações em processo de desenvolvimento econômico.
- ▶ Para que a sociedade alcance novos passos de desenvolvimento e avanços tecnológicos, é necessário flexibilidade de atuação das empresas em mercados convergentes (**com garantia ex-ante e ex-post de um ambiente de mercado competitivo**), diante de um setor tão dinâmico.
- ▶ Para o crescimento de toda a indústria e da economia é fundamental visões e regulamentações tecnológicas agnósticas. **É capital que se quebrem barreiras de entrada para todos os envolvidos.**
- ▶ A alta carga tributária no país impede a democratização das telecomunicações:
  - Mesmo com o esforço das operadoras em atingir novas faixas de renda, a alta carga de impostos ainda mantém o custo dos serviços alto, o que impede a massificação de sua usabilidade.
- ▶ Um ambiente favorável a investimentos, novas visões regulatórias e reformas econômicas e tributárias **são elementos necessários ao crescimento do setor e serão imediatamente incorporados pela economia real.**

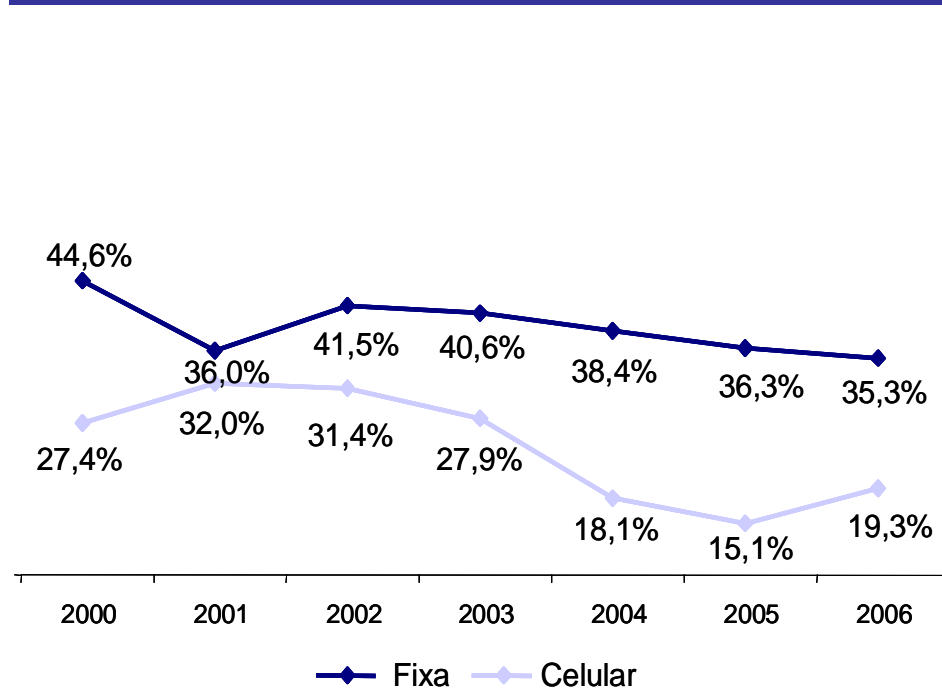
\* “*Telecommunications Infrastructure and Economic Growth: Evidence from Developing Countries*” (2006) de Kala Seetharam Sridhar e Varadharajan Sridharano; e “*The Impact of Information and Communication Technologies on Economic Growth in Latin America in International Perspective*” (2006) de Nauro F. Campos

# Rentabilidade do Setor - Cenário Telefonia Fixa e Celular

## Receitas e Tributos

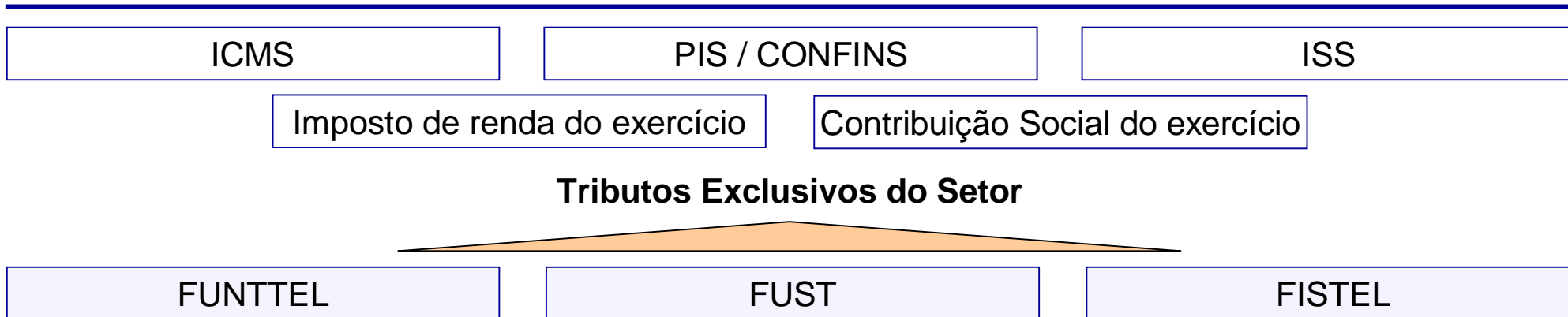


## Margem EBITDA



Mesmo com o forte crescimento na receita, a alta carga tributária pressiona para baixo as margens EBITDA das operadoras.

## Lista de Tributos no setor



### ► Taxas de Fiscalização:

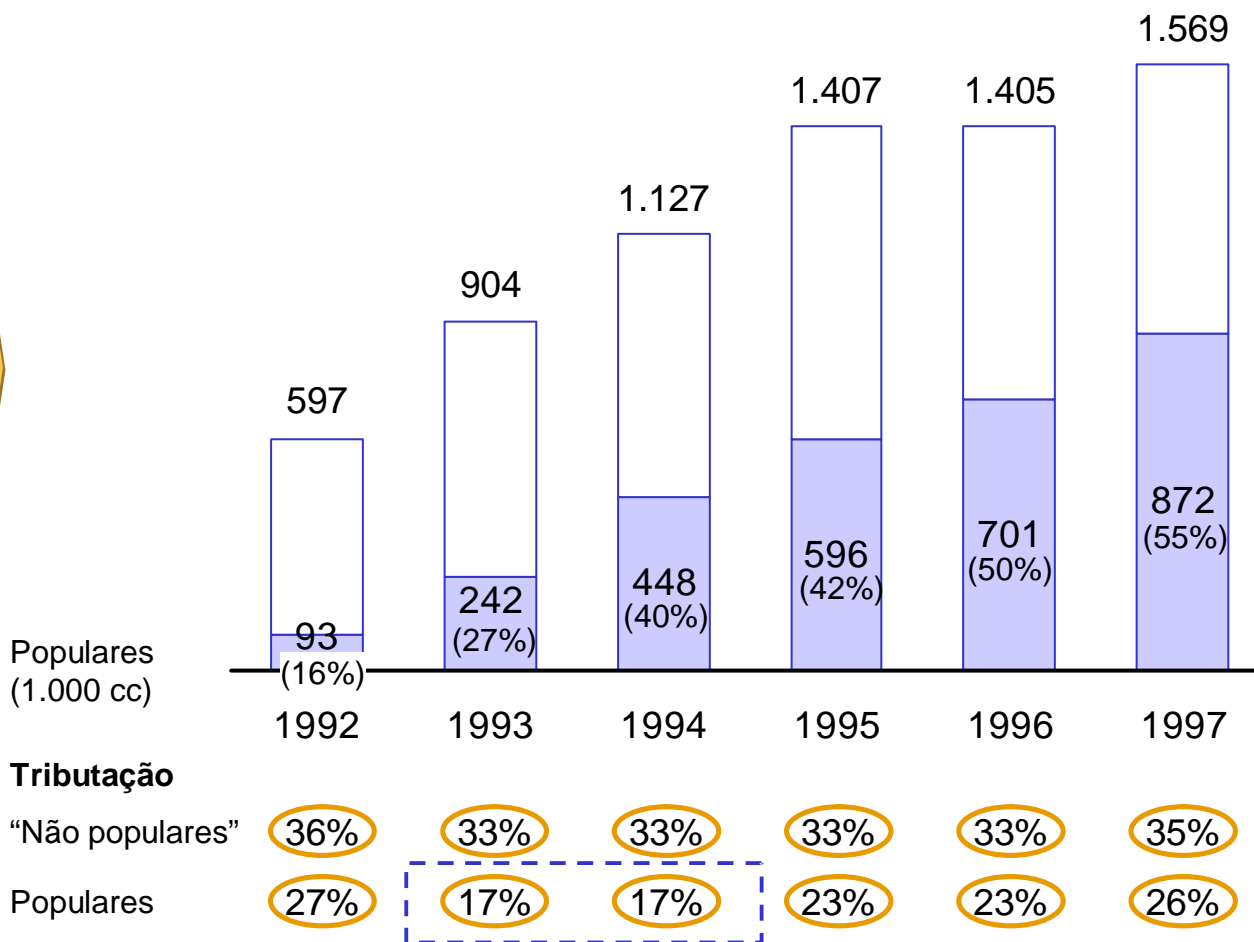
		2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
<b>TFI e TFF</b>	Arrecadação de Taxas de Fiscalização - Outros	45,91	50,91	39,26	50,00	67,83	70,17	125,00
	Arrecadação de Taxas de Fiscalização - SMP	520,86	545,21	703,69	1.705,24	1.416,84	1.586,00	1.772,00
	Arrecadação de Taxas de Fiscalização - STFC	50,22	53,87	51,06	53,76	54,33	95,83	55,01
	Arrecadação de Taxas de Fiscalização (milhões)	617	650	794	1.179	1.539	1.752	1.952
	Despesas Anatel (milhões)	225	258	231	252	231	212	356
	Participação SMP	84,42%	83,88%	88,63%	91,20%	92,06%	90,52%	90,78%
	Participação STFC	8,14%	8,29%	6,43%	4,56%	3,53%	5,47%	2,82%
	Participação Outros serviços	7,44%	7,83%	4,94%	4,24%	4,41%	4,01%	6,40%

# Estudo de caso: A adoção dos carros populares através de incentivos fiscais

Milhares de veículos, % do preço ao consumidor final

## Vendas de veículos novos

- ▶ Um caso de sucesso de incentivos fiscais para universalização de produtos/serviços é a indústria automobilística:
  - Introdução de incentivos fiscais a partir de 1992
  - Triplicação do volume de venda de automóveis totais em ~4 anos
  - Participação de mercado de carros 1.000cc >50%
- ▶ Esta ação foi fundamental para incentivar a indústria e mantê-la com alta produtividade no país.
- ▶ Em 2007 foram licenciados 1,97 Mi de veículos novos.
  - A alíquota tributária sobre veículos de 1000cc manteve-se estável (27.1% em 2007)

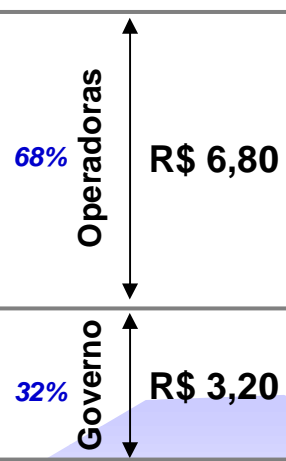


# Aumento da acessibilidade: O governo responde por ~32-34% do gasto do cliente...

## Distribuição do gasto do cliente pré-pago

## Alavancas de redução do gasto

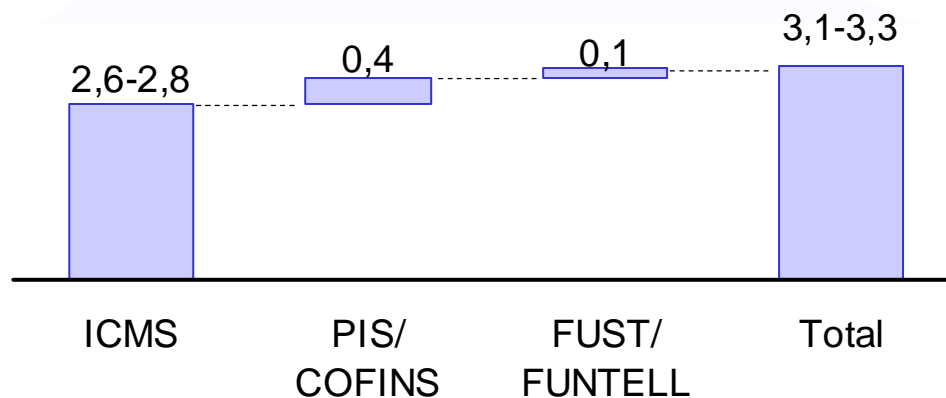
### Recarga pré-pago



Redução de preços pelas operadoras

Redução de impostos

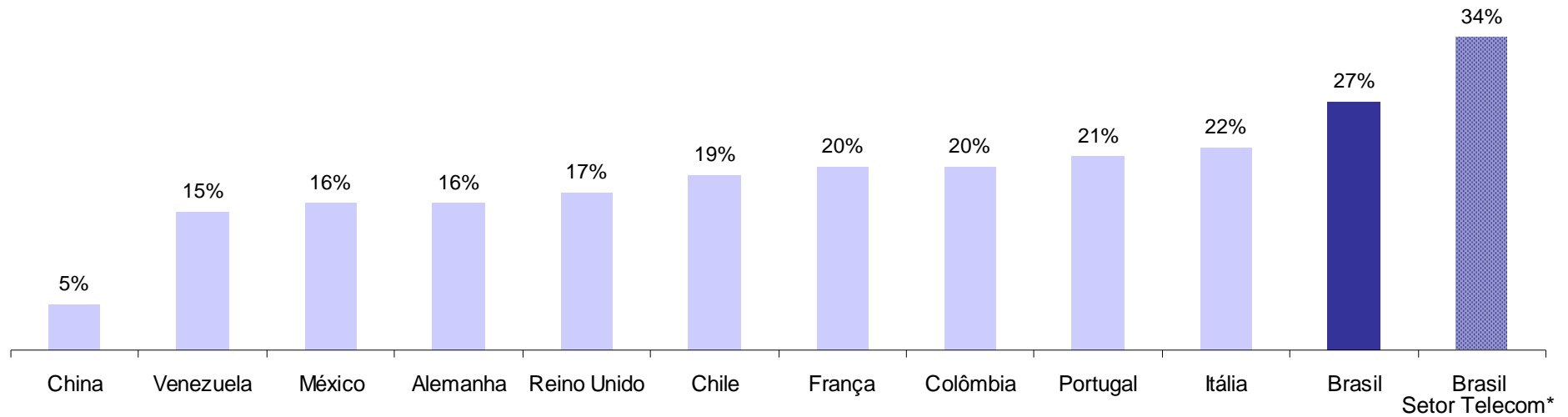
Composição dos impostos (R\$)



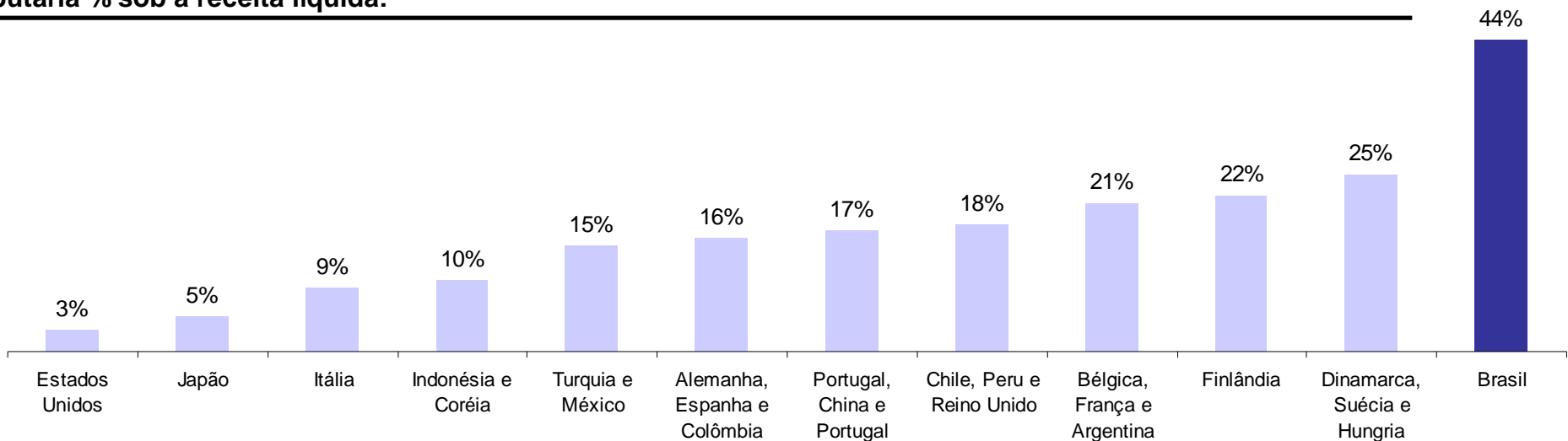


## ... tornando o Brasil um dos mercados com maior relação entre tributos e *cost of ownership*

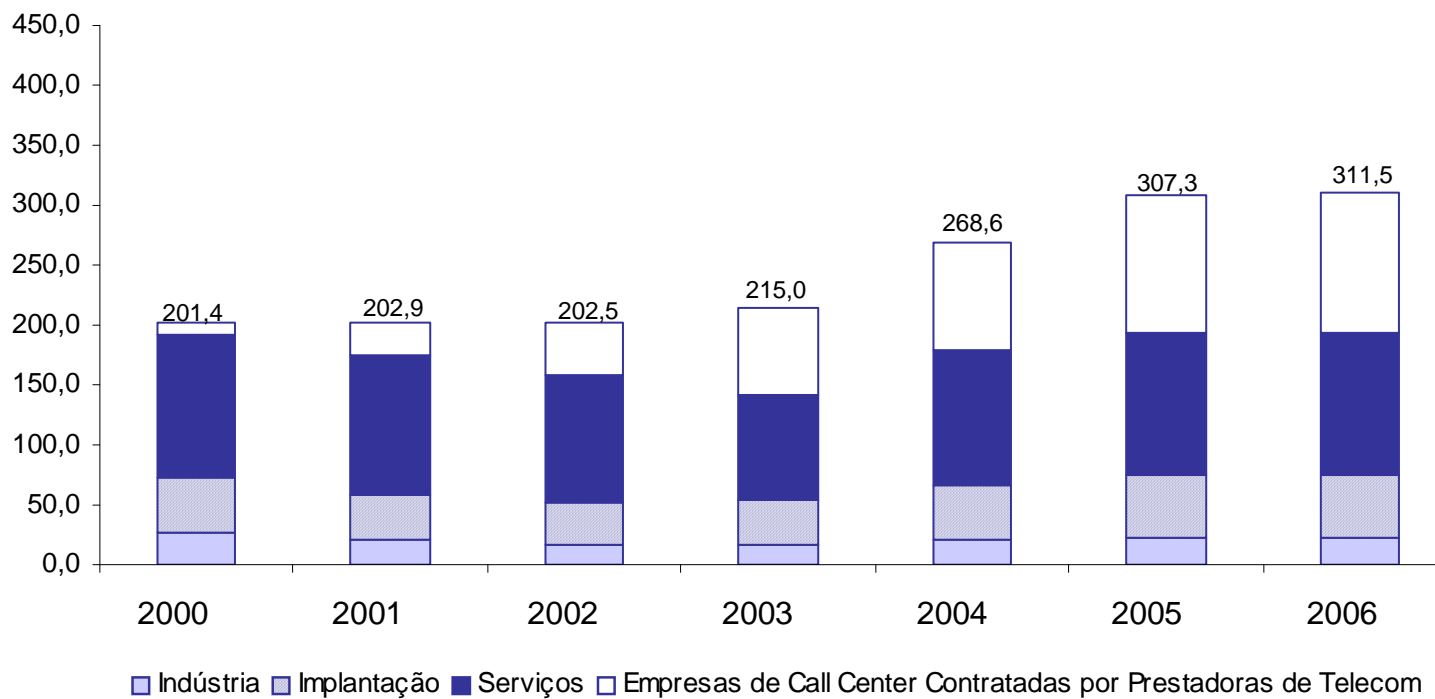
► **Redução impostos pelo Governo: O Brasil tem uma das maiores relações entre tributos e cost of ownership no mundo:**



► **Carga Tributária % sob a receita líquida:**



## Empregados no Setor de Telecomunicações

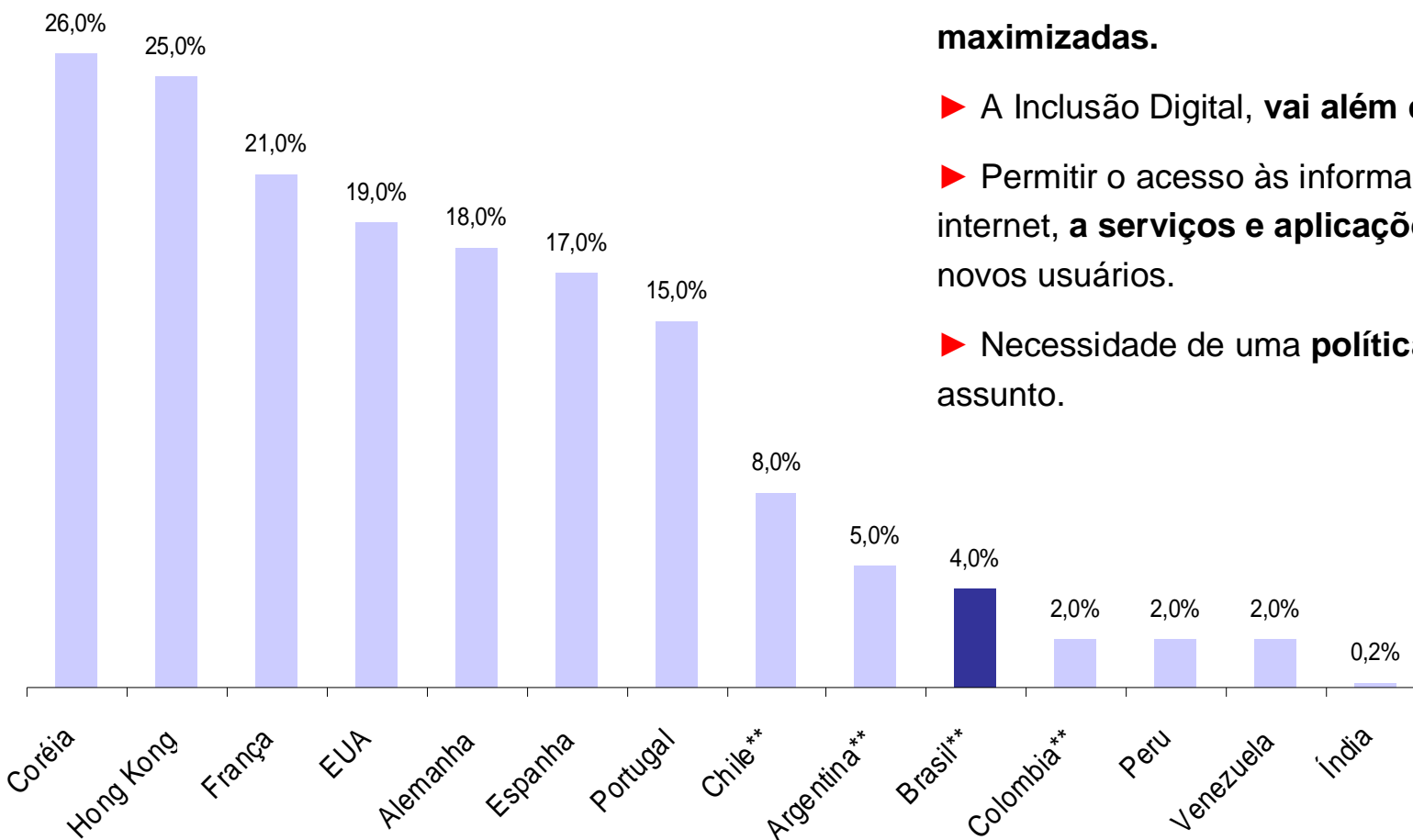


	(Milhares)	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Indústria		26,7	21,5	17,4	17,2	21,7	22,0	21,9
Implantação		46,0	37,2	35,5	36,0	44,9	53,3	52,2
Serviços		118,2	117,3	106,4	88,1	113,3	118,1	120,5
Empresas de Call Center contratadas por Prestadoras de Telecom		10,5	26,8	43,3	73,7	88,7	114,0	116,8
<b>TOTAL</b>		<b>201,4</b>	<b>202,9</b>	<b>202,5</b>	<b>215,0</b>	<b>268,6</b>	<b>307,3</b>	<b>311,5</b>

# Situação da Banda Larga em Escala Mundial

Podemos considerar que um cidadão é um "incluído digital" se o mesmo tiver acesso a informações e serviços digitais através dos recursos de Tecnologias de Informação e Comunicação.

## Penetração por 100 habitantes



- ▶ Através do telefone celular as **possibilidade são maximizadas.**
- ▶ A Inclusão Digital, **vai além do progresso tecnológico.**
- ▶ Permitir o acesso às informações disponíveis na internet, **a serviços e aplicações digitais** para estes novos usuários.
- ▶ Necessidade de uma **política pública** voltada para o assunto.

## Ambiente Regulatório

- **Circulam hoje entre a Câmara e o Senado mais de 50 Projetos de Lei ou Ementas que terão impacto direto sob operadoras.**

Prop.	N.º	Ano	Ementa
PL	29	2007	Dispõe sobre a organização e exploração das atividades de comunicação social eletrônica e dá outras providências. (Quanto às restrições ao capital estrangeiro em concessionárias de telecomunicações impostas ao Serviço de TV a Cabo)
PL	2566	1996	Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências (Obrigando os órgãos e empresas concessionárias de serviços públicos de água, energia elétrica e gás, que realizam cobrança pelo sistema de medição periódica a domicílio, fornecer aos consumidores, no momento da medição, comprovante de quantidade consumida ou do consumo mínimo)
PL	2633	2003	Altera dispositivos da Lei nº 9.472, de 16 de Julho de 1997, que dispõe sobre a organização dos serviços de telecomunicações, a criação e funcionamento de um órgão regulador e outros aspectos institucionais, nos termos da Emenda Constitucional nº 08, de 1995. (Estabelecendo que a contratação e a fiscalização das concessões dos serviços de telecomunicações, bem como a fixação e os reajustes de tarifas deverão ser aprovados e homologados pela Câmara dos Deputados e pelo Ministério das Comunicações)
PL	6721	2006	Acrescenta o inciso XIII ao art. 3º da Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997. (Concede o acesso gratuito à caixa de mensagem (caixa postal) do telefone fixo e celular)
PLS	91	2004	Acrescenta parágrafo ao artigo 103 da Lei 9.472, de 1997 para o fim de vedar a cobrança de assinatura básica pelas prestadoras de serviço telefônico fixo e móvel.
PLS	298	2005	Acrescenta dispositivos à Lei nº 8.967, de 13 de fevereiro de 1995, que dispõe sobre o regime de concessão e permissão da prestação de serviços públicos previsto no art. 175 da Constituição Federal, e à Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997, que dispõe sobre a organização dos serviços de telecomunicações, para determinar o desconto proporcional da tarifa no caso de interrupção dos serviços e estabelecer a obrigatoriedade de aprovação prévia, pela autoridade concedente e pelo órgão de defesa do consumidor, dos contratos de adesão entre concessionárias de serviços públicos e de telecomunicações e os consumidores.
PL	1556	2007	Dispõe sobre a criação do sistema de emergência na telefonia fixa e móvel. (Exige a instalação de tecla de emergência nos aparelhos telefônicos fixos e celulares para provocar a conferência forçada das ligações, com gravação da conversa e localização geográfica da chamada, em caso de "pseudo ou falso sequestro virtual)

## A regulamentação das comunicações deve abranger os objetivos dos vários integrantes da sociedade brasileira

### Consumidor

- Serviços de **qualidade**
- Opções de escolha e, assim, **força e controle**
- Interesse no conteúdo nacional
- Gestor/regulador do conteúdo consumido

### Governo

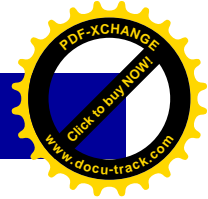
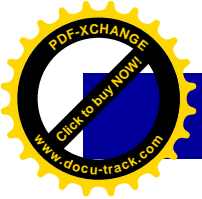
- **Promover e garantir a cultura nacional** nos meios de comunicação de massa...
- ... assegurando a **pluralidade** e o **acesso** gratuito e irrestrito com qualidade

### Telecom/Mídia

- **Gerar** conteúdo relevante ao consumidor
- Evoluir a atuação para garantir **modelo de negócio sustentável** através de **todas as plataformas**

### *Visão de um órgão regulador moderno*

- ▶ Flexibilidade de atuação das empresas nos mercados convergentes
- ▶ O conteúdo nacional é regulamentado sem necessidade de maiores monitorações. A própria audiência é quem garante o conteúdo nacional.
- ▶ No mundo todo o consumidor quer o conteúdo nacional: cidadãos buscam um conteúdo que seja pertinente a sua cultura, relevante aos seus valores.
- ▶ Na Inglaterra, 80% do conteúdo nacional é desenvolvido pela TV aberta. **O órgão regulador garante que as diferentes plataformas convergentes tenham acesso à este conteúdo de forma economicamente viável.**



## Agenda

---

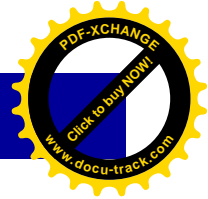
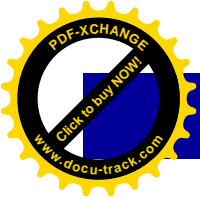
Brasil Digital

Convergência Tecnológica e Oferta de Conteúdos

Aspectos Concorrenciais

▶ **Estratégia TIM**

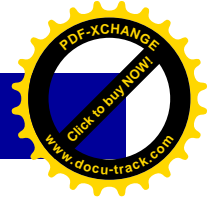
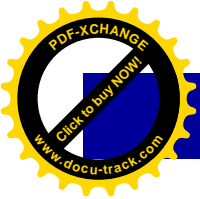
Conclusão



## Estratégia TIM

---

- ▶ *“Com o 3G, a TIM passa a ser uma operadora do mundo da Internet, aplicações e Entretenimento”.*
- ▶ *“Velocidade e Inovação são fundamentais para o sucesso nesta nova fase”.*
- ▶ *“Desenvolver parcerias relevantes com o mundo do conteúdo, de aplicações e da rede mundial são prioridades”.*



## Posicionamento TIM

---

- ▶ **Unbundling como medida essencial** para aumentar a oferta de banda larga e, conseqüentemente, **de conteúdo multimídia**.
  
- ▶ Base de assinantes qualificada (**melhor mix de pós-pago**) acelera a adoção do 3G.
  
- ▶ Internet Banda Larga Móvel.
  - Ofertas mais competitivas e com maior penetração de mercado.
  - A Banda Larga onde as outras não chegam.
  
- ▶ Serviços multimídia nos Handsets.
  - **Uma Nova e Melhor Experiência** nos serviços “data intensive”.
  - Serviços inovadores, de interesse e fácil usabilidade para o usuário.



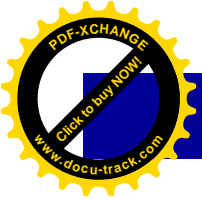
## Posicionamento TIM

### “Viver além da tecnologia”

- ▶ Novo posicionamento no mercado 3G, não baseado exclusivamente na tecnologia per si.
- ▶ Agregar Serviços e Conteúdos à nova experiência proporcionada pela 3ª Geração.
- ▶ Empacotamento de conteúdos e grandes marcas já parceiras TIM.



3G+



# Agenda

---

Brasil Digital

Convergência Tecnológica e Oferta de Conteúdos

Aspectos Concorrenciais

Estratégia TIM

▶ **Conclusão**

## Conclusão

▶ A maior capilaridade na distribuição de conteúdo multimídia e serviços digitais no Brasil significam benefícios para Clientes, Governo/País e Operadoras.

### Governo / País

- **Democratização** da Internet.
- **Inclusão digital.**
- Soluções e-government.
- Fomento da **cultura nacional.**
- Novo **ciclo de investimento** no país.
- Aumento na arrecadação via tributos e licenças.
- Expansão do **emprego.**

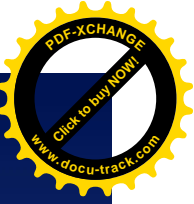
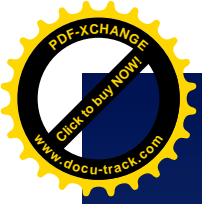
### Cliente

- Internet banda larga **móvel e sem fio.**
- **Preços Acessíveis.**
- Conveniência na escolha de novos serviços e conteúdos.
- **Serviços/ Conteúdo em mobilidade..**
- Grande **diversidade na oferta de serviços multimídias.**
- Ofertas “data intensive” proporcionam **mais, muito mais, conteúdo!**
- Devices 3G: mais recursos e funcionalidades à preços decrescentes.

### Operadoras

- Aumento considerável nas capacidades de rede.
- Redução dos custos na prestação de serviços de dados.
- Ampliação nas **possibilidades de ofertas multimídia.**
- Incremento no ARPU.
- **Flexibilidade de atuação** das empresas nos **mercados convergentes.**

Nesse novo Brasil Digital, **todos ganham**, operadoras, produtores, radio-difusores, governo e sociedade.  
Desenvolve-se **cultura, entretenimento e novos negócios.**



*Obrigado*