



*Resultado: alta performance.*

*Credibilidade e Experiência  
em Telecomunicações*

## **(Tele)Comunicações 2015 Contribuições para o Aperfeiçoamento do Modelo**

Levantamento de Países – Brasil  
Julho de 2005



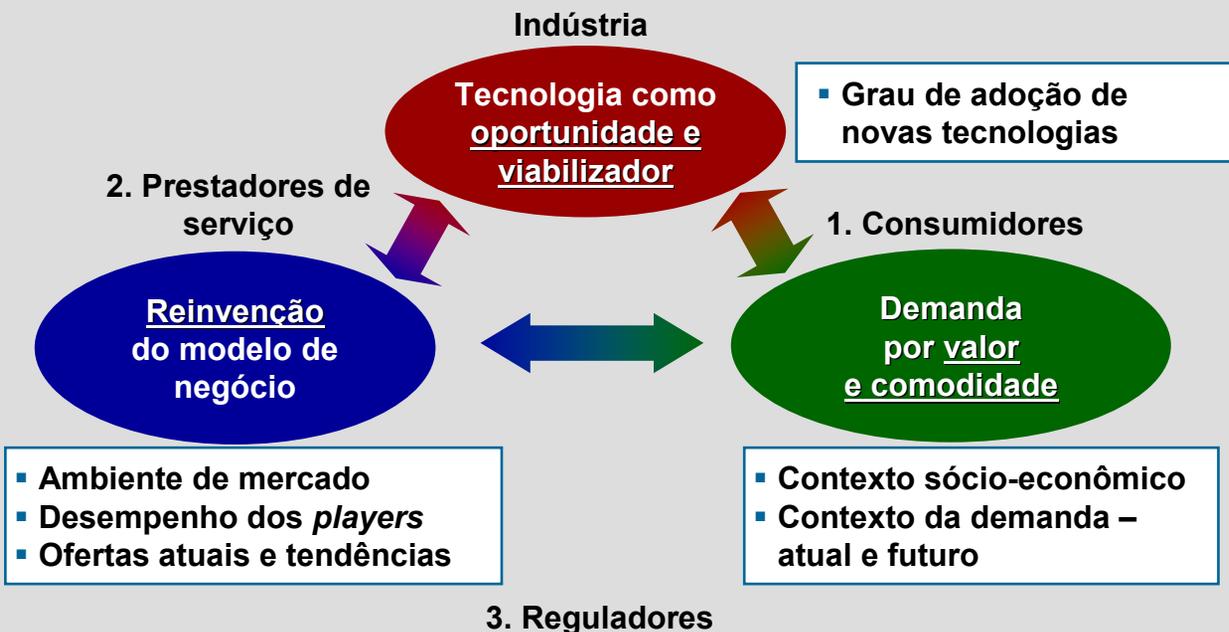
# Visão geral

## 4. Estado

### Visão estratégica na definição das políticas públicas

- Infra-estrutura
- Serviços
- Tecnologia
- Indústria
- Capital Estrangeiro

- Estado como usuário
- Tributos
- Estrutura Setorial
- Tratamento do Conteúdo
- Contexto Global: Cidades Digitais



### Regulação de assimetrias para estimular desenvolvimento

- Pontos relevantes a serem analisados no modelo brasileiro
- Comparação das abordagens com o Brasil

# Agenda

## Sumário Executivo

Consumidores

Prestadores de Serviço

Reguladores

Papel do Estado

# Sumário Executivo

## Consumidores

### ■ Aspectos sócio-econômicos

- População de aproximadamente 181 milhões de pessoas, onde 83% encontram-se em áreas urbanas
- O PIB apresentou um crescimento de 4,9% em 2004, chegando a aproximadamente US\$ 605 Bilhões, e a um PIB per capita de aproximadamente US\$ 3 Mil

### ■ Demanda por telefonia

- Mercado de celular com crescimento de 32%
- Queda na penetração de terminais fixos
- Móvel em queda de 6%

### ■ Demanda por Internet

- A penetração de PC's cresceu em média 10% ao ano entre 2001 e 2004
- Crescimento médio anual de uso da internet de 16 % (01-04)
- Crescimento anual médio de 192% de banda larga, principalmente DSL, em substituição ao acesso discado que continua crescendo impulsionado pela penetração de PC's

### ■ Demanda por Mídia

- A penetração de TV paga no Brasil tem se mantido mais ou menos constante nos últimos anos (7,9% em 2004)

# Sumário Executivo

## Prestadores de Serviço

### ■ Tamanho do Mercado

- A receita total anual da indústria foi de R\$102,9 bilhões (2004) e apresentou um crescimento superior ao PIB nos últimos quatro anos, com CAGR aproximado de 14,6%, contra um crescimento nominal do PIB de 13,8%<sup>1</sup>
- Do mercado total, 62% da receita é proveniente de telefonia fixa, 34% de telefonia móvel e apenas 4% proveniente de TV paga<sup>2</sup>
- O segmento Telefonia Móvel apresentou um crescimento de receita CAGR desde 2001 igual a 22,6%, sendo superior ao crescimento de receitas de TVs pagas (16,8%) e telefonia fixa (10,8%)

### ■ Competição

- O mercado de telefonia fixa local é amplamente dominado pelas *incumbents* (Telefônica, Telemar e Brasil Telecom) com aproximadamente 93% dos acessos fixos em serviço e 80% da receita bruta do setor
- O mercado de telefonia móvel é mais equilibrado, há três grandes *players* (Vivo, Tim e Claro) e a Vivo, prestadora líder em *market share* detêm aproximadamente 40,4% do número de acessos e 40,8% do total de receita líquida do segmento
- O mercado de banda larga é também dominado pelas *incumbents*. Juntas, elas respondem por 81% do total de acessos (12/2004) onde a líder em Market share é a Telefônica, com 36% do mercado total. As prestadoras de TV paga detêm aproximadamente 19% do mercado de banda-larga, sendo a NET líder de mercado com 9,5% do mercado total
- O mercado de TV paga é dominado pela NET com 36% da base de assinantes, seguida pela SKY, com 22%

(1) O crescimento real do PIB no período 2001 a 2004 foi de 2,5%

(2) Não considera o mercado de TV aberta e Rádio

# Sumário Executivo

## Prestadores de Serviço

### ■ Investimentos

- Os investimentos no setor de telecomunicações brasileiro se concentraram no período de 1998 a 2001, sendo que os grandes investimentos nesses períodos se deram pela privatização do sistema Telebrás e pelos investimentos na expansão e modernização da rede

### ■ Ofertas

- A TIM e a Vivo iniciaram a oferta de produtos *triple-play*, voz, dados e vídeo através da mesma rede. Em suas ofertas de vídeo há transmissão de canais de TV fornecidos por parceiros de conteúdo
- As prestadoras de telefonia fixa já lançaram ofertas pré-pagas destinadas ao público de baixa renda. No entanto, os novos contratos de concessão, definidos para entrar em vigor a partir de 2006, obrigam as operadoras a lançarem ofertas populares baseadas em um padrão definido pela Anatel chamado AICE – Acesso Individual Classe Especial
- Existem diversos provedores de serviços que utilizam tecnologia de voz sobre IP, entretanto nenhuma *incumbent* lançou o serviço para o segmento residencial

# Sumário Executivo

## Regulatório

### ■ Histórico

- A Anatel foi criada em 1997 juntamente com a criação da LGT – Lei Geral das Telecomunicações
- Em 1998, decorrente da aprovação da LGT, foi privatizado o sistema Telebrás. O mercado de telefonia fixa local foi separado em três regiões de atuação
- O governo esperava, com essas medidas, aumentar os investimentos no setor para primeiramente promover a universalização dos serviços além de modernizá-lo

### ■ Prioridades da Anatel

- Universalização dos serviços básicos de telefonia
- Promover competição no segmento de telefonia fixa local através de:
  - Portabilidade numérica
  - Unbundling
  - Definição de novas regras de Interconexão

### ■ Regulação de novos serviços

- A Anatel já iniciou as discussões sobre VoIP no entanto ainda não há um claro direcionamento da agência em relação as diretrizes de regulamentação do serviço
- A Anatel ainda não iniciou as discussões sobre MVNO e IPTV

# Sumário Executivo

## Papel do Estado

### ■ Políticas

- Há no Brasil algumas políticas públicas e privadas para promover a inclusão digital no Brasil. Essas iniciativas tem como característica principal o fornecimento de acesso à tecnologia pessoas de baixa renda

### ■ E-Gov

- O governo montou um grupo de trabalho interministerial com o objetivo de desenvolver políticas para inclusão digital e implementação de serviços eletrônicos
- Um dos resultados do trabalho é o portal de serviços públicos e informações chamado de **Governo Eletrônico**
- Dois importantes projetos estão sendo desenvolvidos atualmente, **Infovia Brasil** e **e-PING**
- Algumas investimentos do governo em ICT já demonstram resultados expressivos, dentre eles:
  - **Urnas eletrônicas** - 100% dos votos são realizados eletronicamente. A eleição presidencial de 2002 levou 62 horas para apuração
  - **Declarações eletrônicas de IR** - Aproximadamente 98% das declarações foram realizadas eletronicamente
  - **COMPASNET** – Gerou economia nas compras realizadas pelo governo e redução no prazos de licitação

# Agenda

Sumário Executivo

## Consumidores

**Caracterização sócio-econômica dos mercados**

**Demanda por TIC**

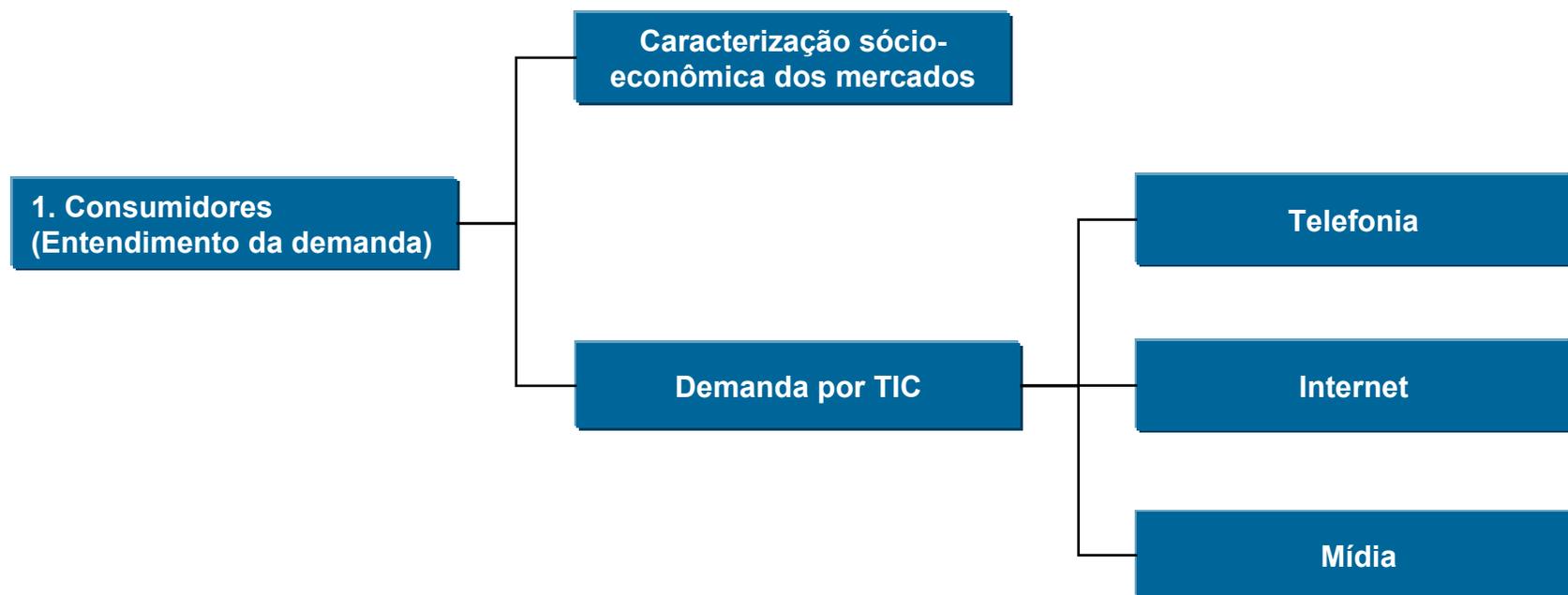
Prestadores de Serviço

Reguladores

Papel do Estado

# Consumidores

## Entendimento da Demanda



# Aspectos Sócio-econômicos



	Índice	Valor
<b>População</b>	População Total (2004)	181MM
	Crescimento Anual (03-04)	1,4%
	% Urbana (2003)	83%
	Densidade Demográfica (habitantes/km <sup>2</sup> ) - 2004	21,3
<b>PIB</b>	PIB (Bilhões de US\$) - 2004	604MM
	Cresc. do PIB (2004)	4,9%
	PIB per capita (US\$) – 2004	3.331
<b>Concentração de Renda</b>	Índice de Gini <sup>1</sup> (2003)	0,589
	10% mais ricos (% da renda nacional) -1998	48%
	10% mais pobres (% da renda nacional) -1998	0,7%
<b>Mercado Empresarial</b>	Total de empresas (2002)	4,9 MM
	% Grandes empresas <sup>2</sup> (2002)	0,1%
	% Pequenas empresas <sup>2</sup> (2002)	99,4%
<b>Índices de Telecom</b>	Gasto Médio com Telecom das Famílias (US\$) -2003	14,87
	Network Readiness Index (2004) <sup>3</sup>	0,08 (46°)
	Digital Access Index (2002) <sup>4</sup>	0,50 (65°)

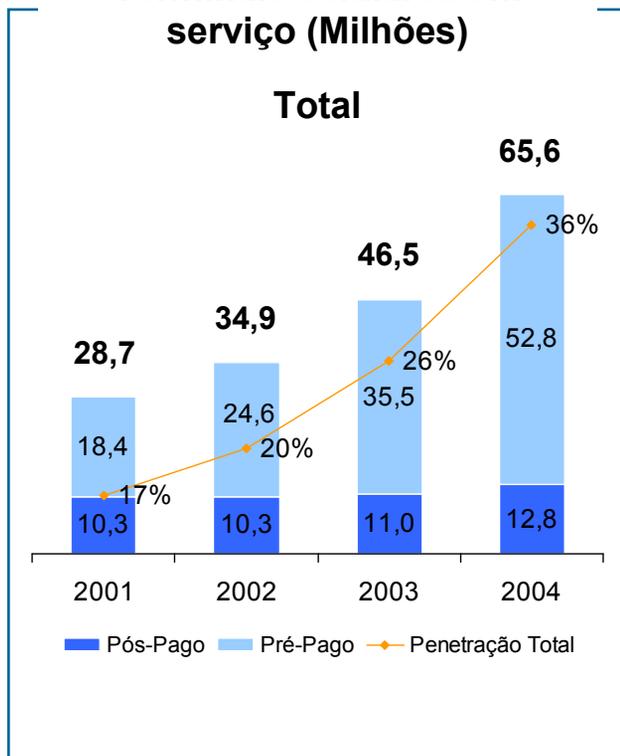
Notas: (1) O índice de Gini calcula o grau da concentração de renda, podendo variar de 0 a 1. Quanto mais próximo de zero, melhor é a distribuição de renda.  
 (2) Empresa pequena (até 99 funcionários), Empresa Média (entre 100 e 499 funcionários), Empresa Grande (mais de 500 funcionários), critérios do SEBRAE  
 (3) O Networked Readiness Index é o grau de preparação do país para participar e se beneficiar do desenvolvimento de TICs. Para metodologia, ver anexo.  
 (4) O Digital Access Index aponta os potenciais obstáculos na adoção de TICs e serve para os países identificarem suas forças e fraquezas. Para metodologia, ver anexo.

# Demanda por TIC

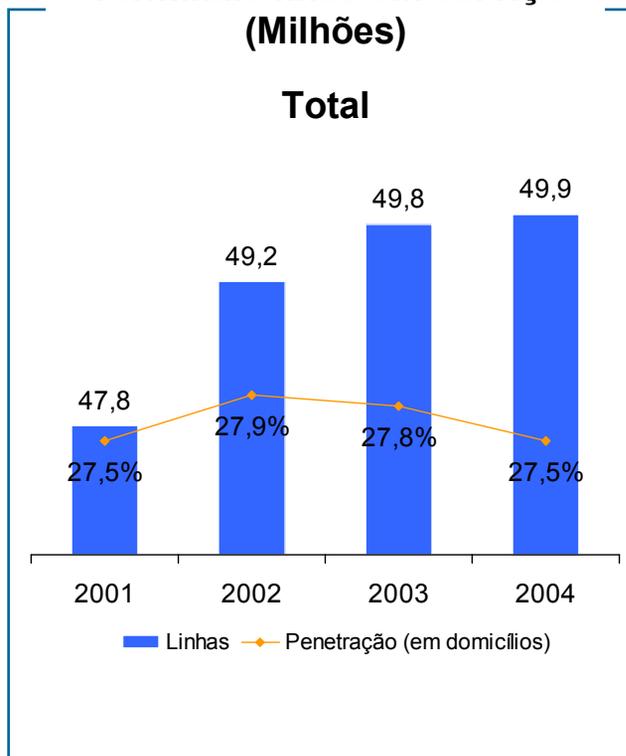
## Telefonia



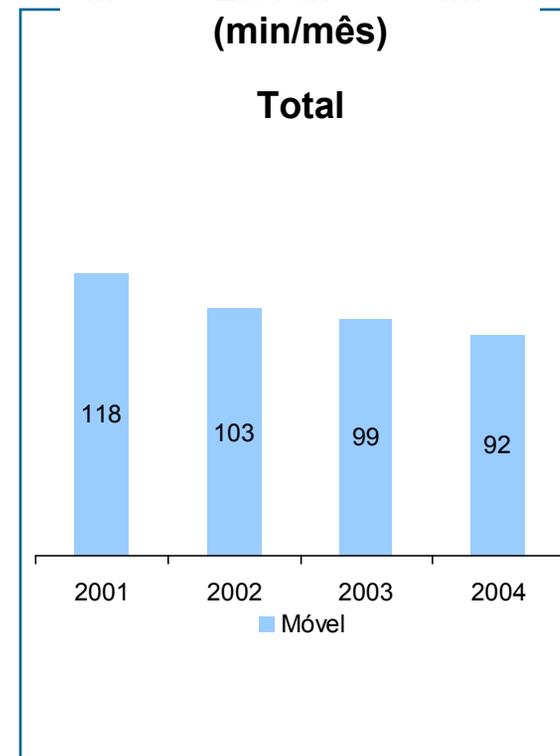
### Terminais celulares em serviço (Milhões)



### Terminais fixos em serviço (Milhões)



### MOU – Entrante e Saínte (min/mês)



- Mercado de celular com crescimento médio anual acelerado (32% - CAGR 01-04)
- Queda na penetração de terminais fixos
- Mou móvel em queda de 6% (CAGR)

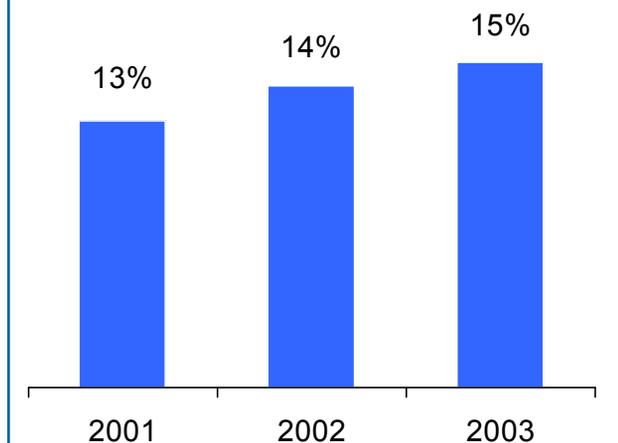
# Demanda por TIC Internet



**Penetração de PCs  
(% do total de domicílios)**

**Total**

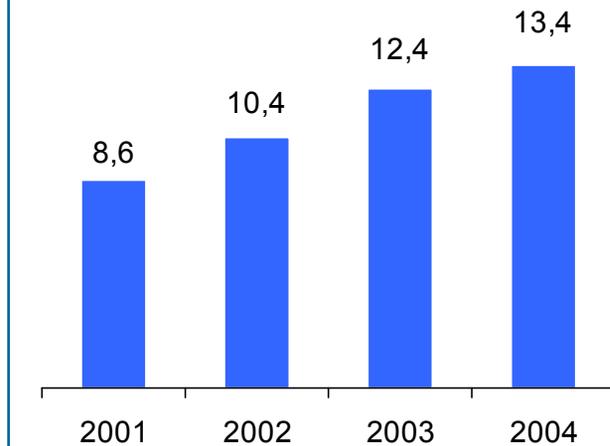
**CAGR (01-04): 10%**



**Tempo médio de uso  
(horas/mês)**

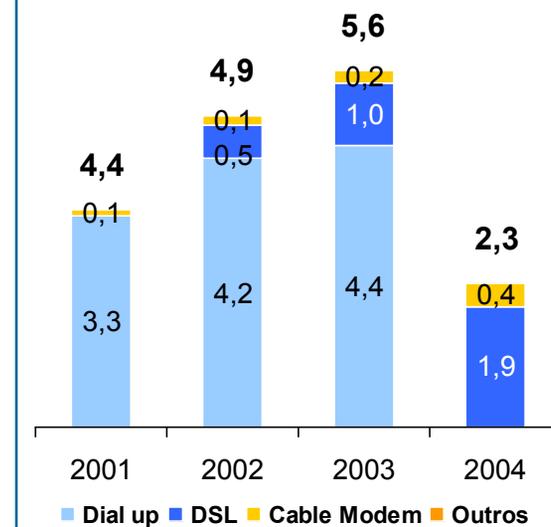
**Total**

**CAGR (01-04): 16%**



**Número de Acessos  
(Milhões)**

**Total**



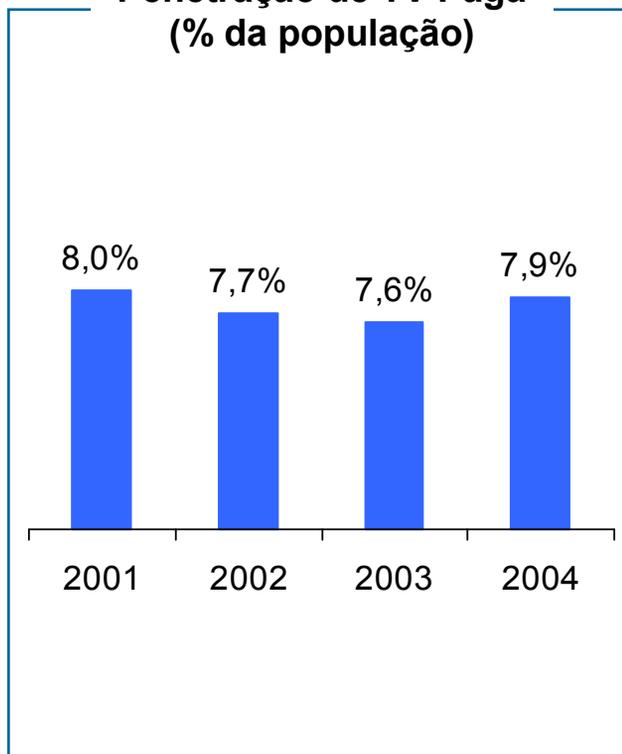
- A penetração de PC's e o tempo médio de uso da internet crescendo no último ano a uma taxa de 10% e 16%, respectivamente
- Crescimento acelerado (192%) de banda larga, principalmente DSL (494%), em substituição ao acesso discado que continua crescendo (15%) impulsionado pela penetração de PC's

# Demanda por TIC

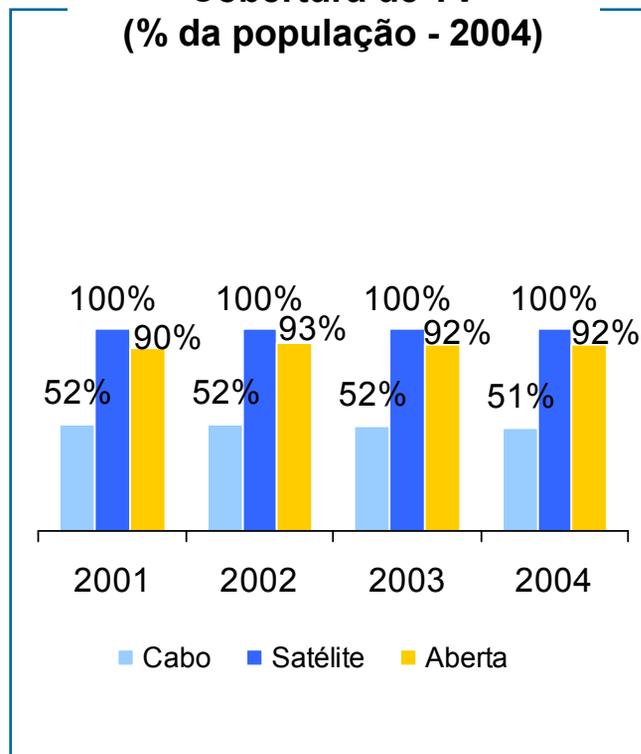
## Mídia



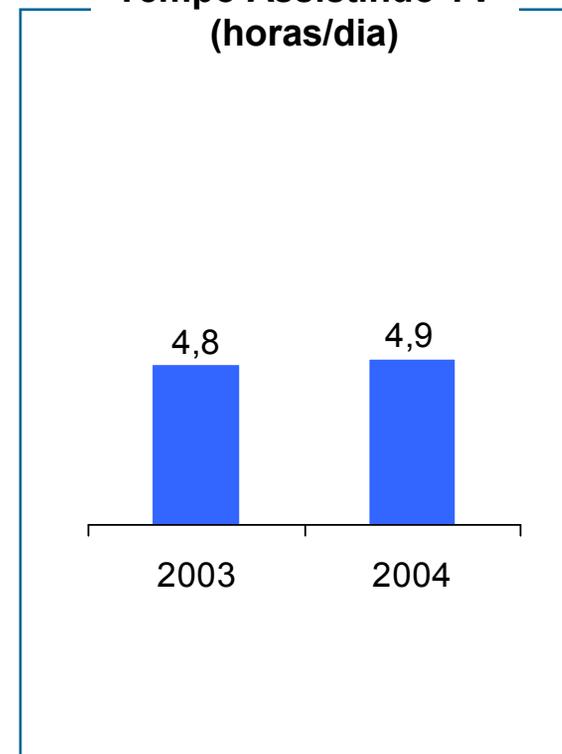
**Penetração de TV Paga**  
(% da população)



**Cobertura de TV**  
(% da população - 2004)



**Tempo Assistindo TV**  
(horas/dia)



- A penetração de TV paga no Brasil tem se mantido mais ou menos constante nos últimos anos

# Agenda

Sumário Executivo

Consumidores

**Prestadores de Serviço**

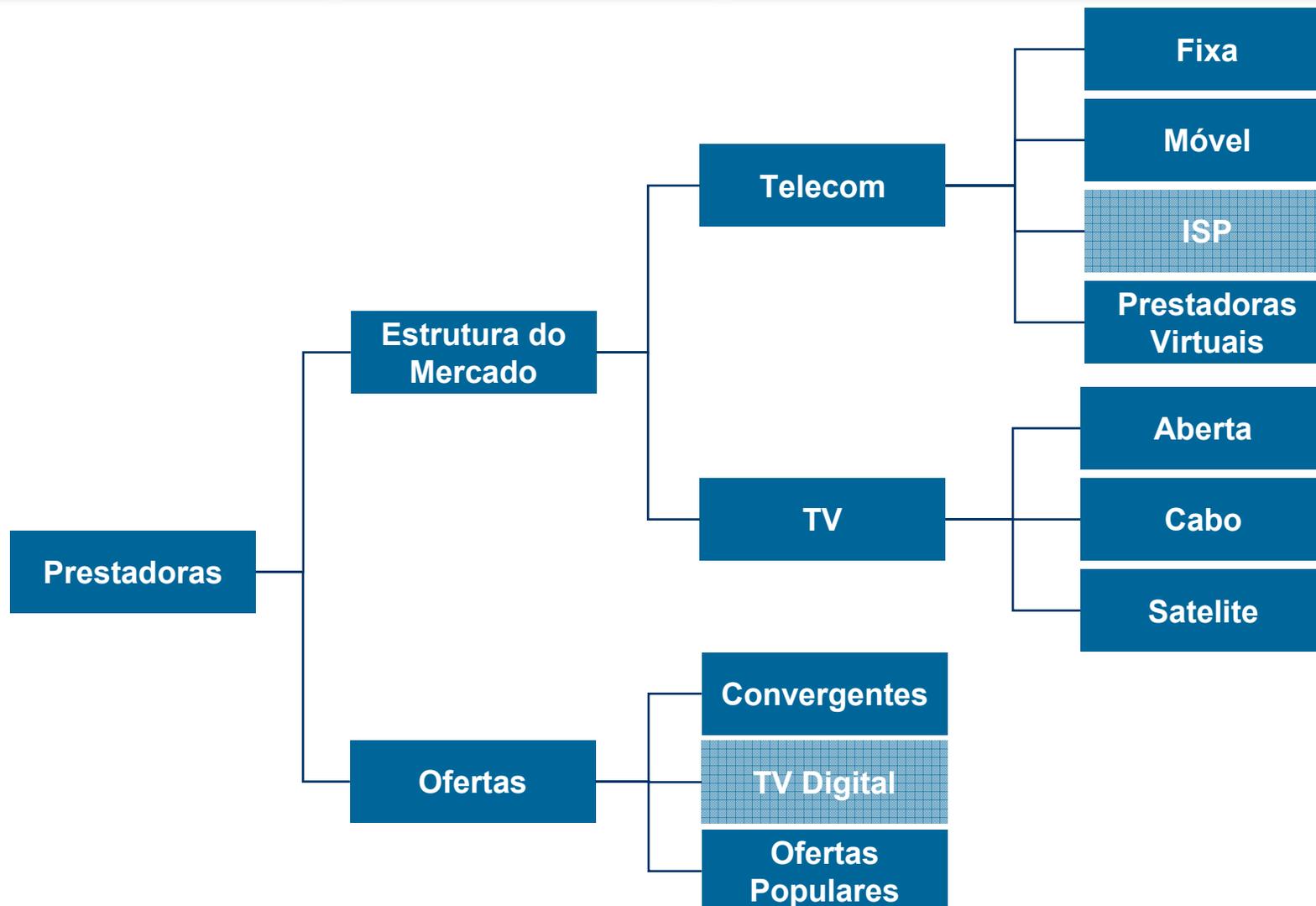
**Estrutura do Mercado**

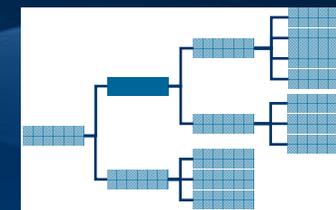
**Ofertas**

Reguladores

Papel do Estado

## Item 2 - Prestadoras



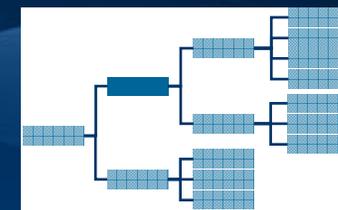


# Evolução do mercado – Principais fatos

## Linha do tempo – principais fatos

NÃO EXAUSTIVO

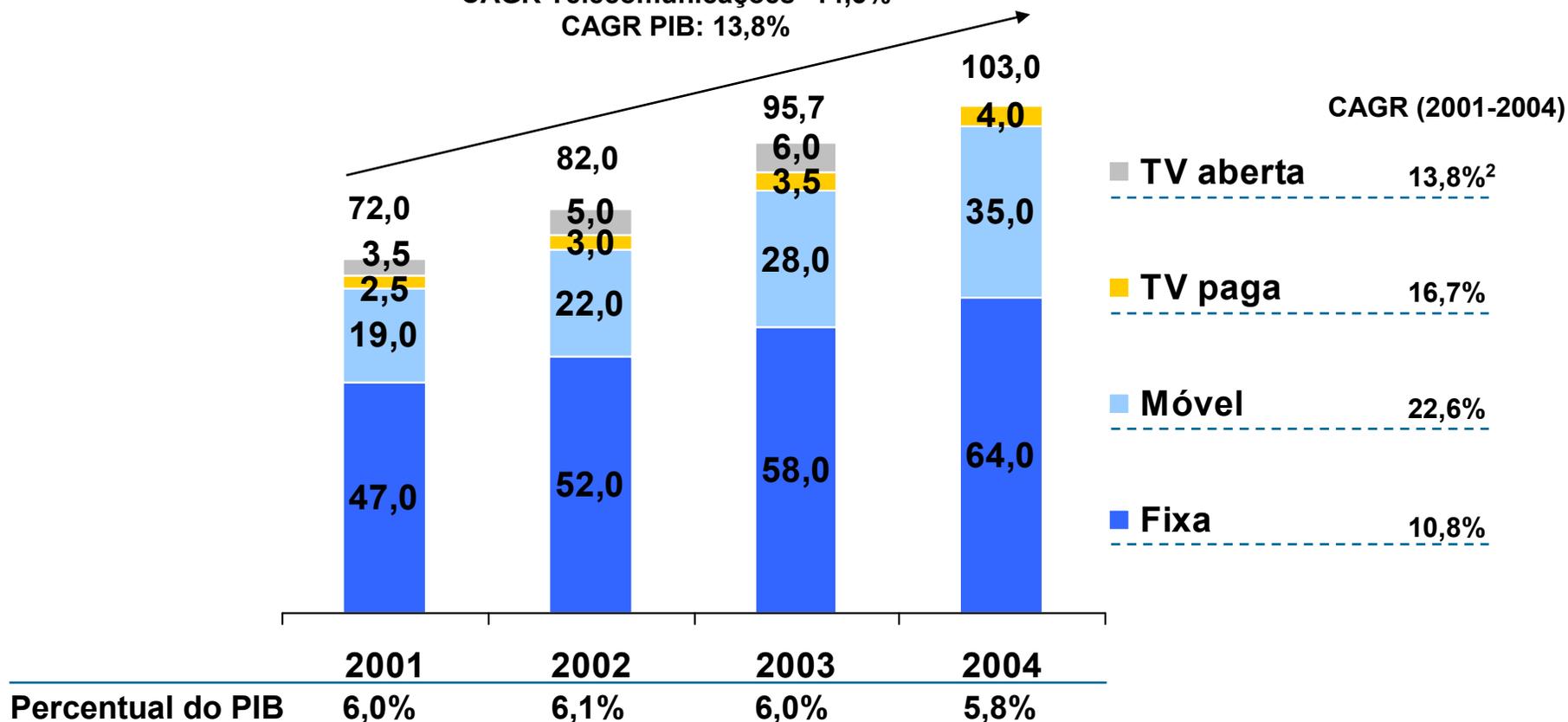
	1995-1997	1998-1999	2000's
<b>Fixa e Móvel</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>97 - Aprovada LGT e criação da Anatel</li> <li>97 - Licitação da banda B</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>98 - Privatização do sistema Telebrás</li> <li>99 - Introdução de competição no segmento LDN</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2000 - Criação do FUNNTEL</li> <li>2000 - Criação do FUST</li> <li>2001 - Leilões das bandas C, D e E</li> <li>2002 - Entrada em operação da Oi e TIM (Bandas D e E)</li> <li>2003 - Telecom Americas compra BSE e BCP e adota o nome de Claro</li> <li>2003 - Vésper é comprada pela Embratel</li> <li>2003 - Lançamento da Vivo</li> <li>2004 - Lançamento da BrT GSM</li> <li>2004 - Compra da Embratel pela Telmex</li> <li>2004 - Claro adquire licença banda E para operar em MG</li> <li>2005 - Opportunity anuncia intenção de venda da TC/AC</li> </ul>
<b>TV paga</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>95 - Criação da Lei do Cabo</li> <li>97 - Regulamentação do MMDS</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>2005 - Definição de metas de qualidade para prestadoras de TV paga</li> <li>2005 - Telmex passa a participar do controle acionário da Net</li> </ul>
<b>TV aberta/ Digital</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>99 - Início das discussões sobre o sistema Brasileiro de TV digital</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2002 - Aprovada emenda que permitia investimentos estrangeiros em empresas de comunicação</li> <li>2003 - Instituição do Sistema Brasileiro de TV Digital</li> </ul>
<b>Internet</b>			<ul style="list-style-type: none"> <li>2001 - Regulamentação do serviço de comunicação Multimídia</li> </ul>



# Tamanho do mercado

## Faturamento do mercado de comunicações (Bilhões de Reais)

CAGR Telecomunicações<sup>1</sup> 14,5%  
CAGR PIB: 13,8%



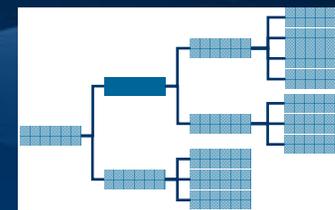
A receita bruta das prestadoras de telefonia móvel não divulgadas foram estimadas como sendo em média 25% superior a receita bruta. O crescimento do PIB brasileiro não considera o efeito da inflação, assim como o crescimento do faturamento bruto das prestadoras.

Fonte: Teleco, Site das prestadoras, Relatórios financeiros das prestadoras, Gazeta Mercantil

(1) CAGR calculado não considera TV aberta

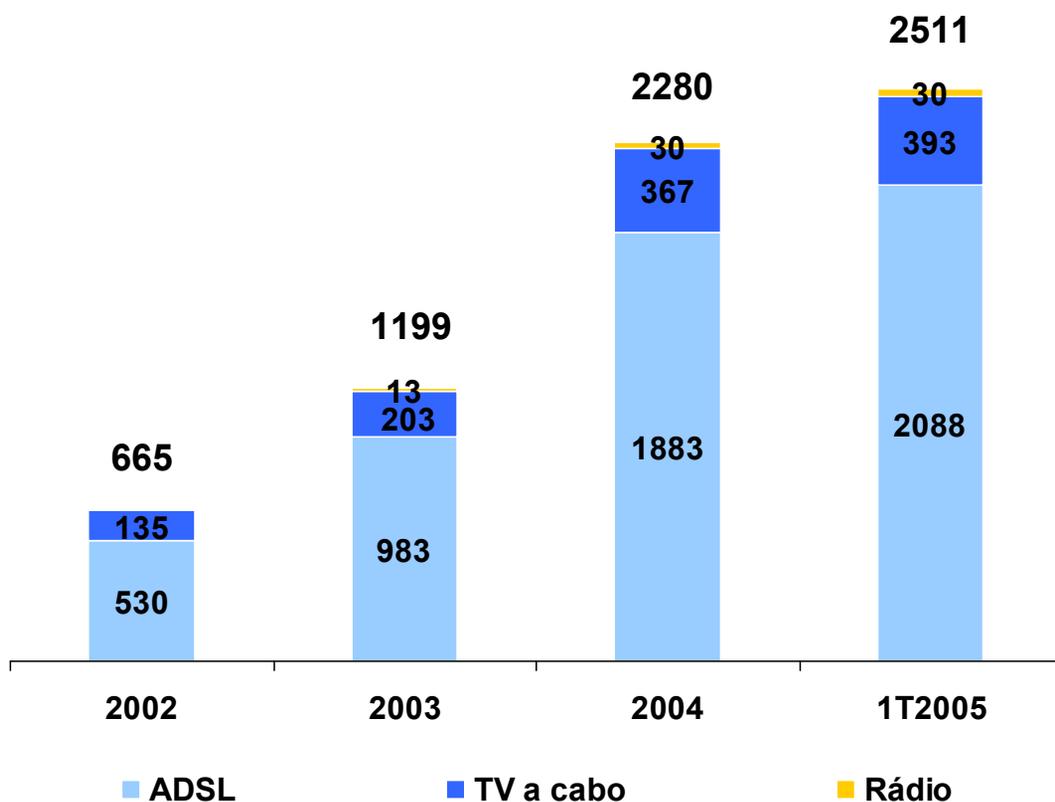
(2) CAGR calculado no período de 2001 a 2003

# Estrutura de mercado Banda-larga



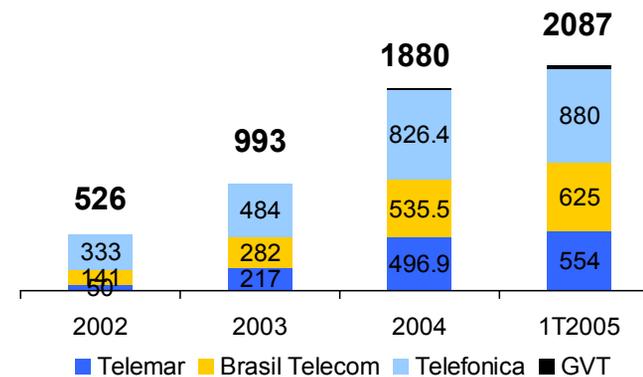
## Total de conexões banda larga no Brasil

- Milhares de acesso -  
CAGR 2002 – 2004: 85,2%



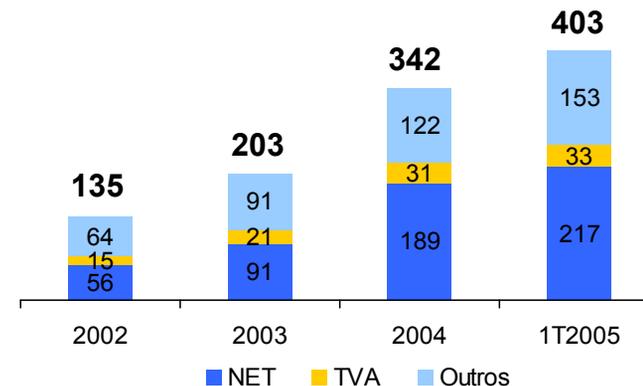
## Prestadoras fixas

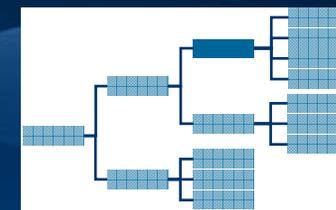
- Milhares de acessos -



## Prestadoras de TV a cabo

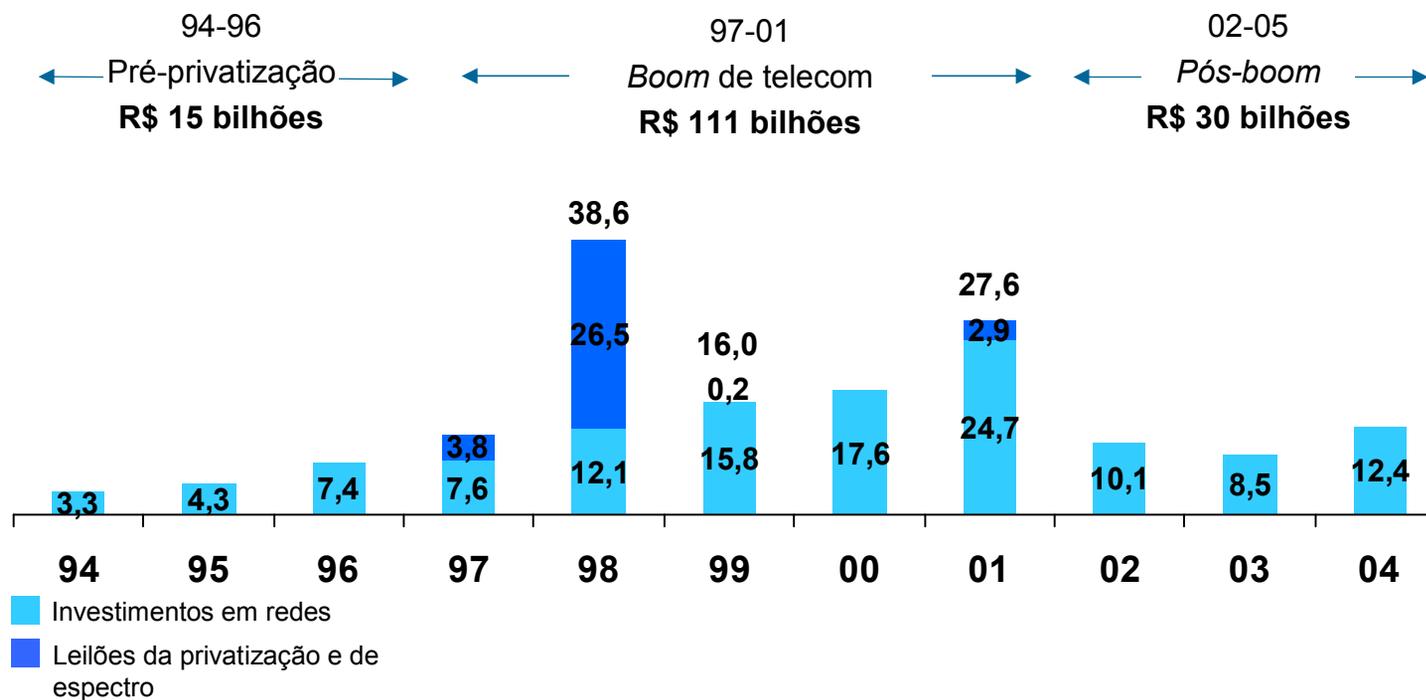
- Milhares de acessos -





# Investimentos realizados

## Investimentos no setor de telecomunicações - Brasil (R\$ bilhões)

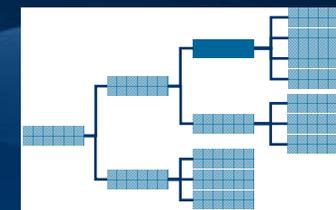


Fonte: Anatel - Apresentação da Superintendência de Universalização Dez/02, Anatel - Apresentação para a INFOCON SUCESU 2003 - A Regulação do Mercado de Telecomunicações Out/03, análise Accenture

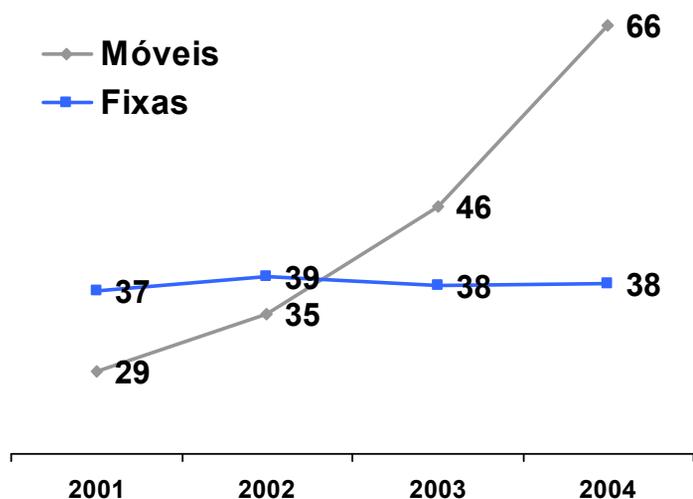
Nota: O valor de 2004 do gráfico de investimentos considera Telemar (incluindo Oi), Brasil Telecom (incluindo BrT GSM), Embratel, Telesp, TIM, Vivo

© 2005 Accenture, em parceria com Guerreiro Teleconsult, mediante contrato com a Telebrasil e o Sinditelebrasil. Todos os direitos reservados.

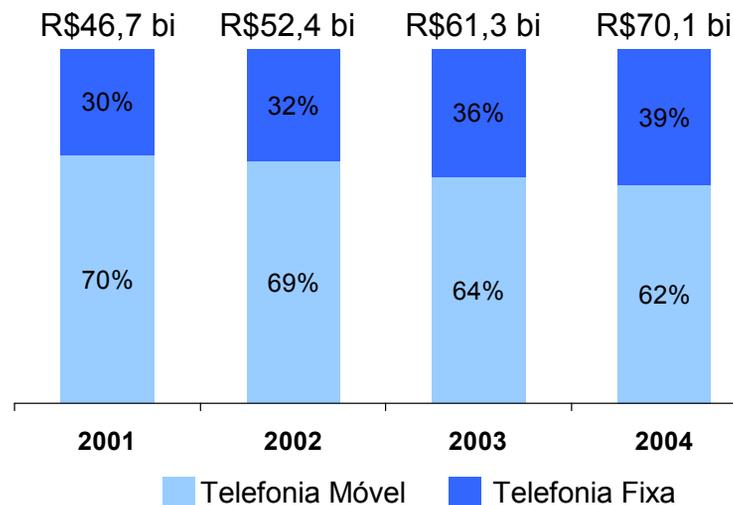
# No caso da telefonia móvel no Brasil, as receitas crescem a um ritmo menor que a base de clientes.



Evolução de Linhas em Serviço (milhões)



Evolução da Receita Líquida <sup>1</sup>



Linhas em Serviço

Receita Líquida

Crescimento Anual (CAGR 01-04)

Telefonia Móvel:

32%

25%

Pressão de ARPU

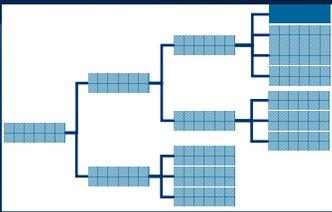
Telefonia Fixa:

1%

10%

Aumento de tarifas

(1) Receita Líquida das maiores empresas de telefonia fixa (Telemar, Brasil Telecom, Telesp e Embratel) – exclui CTBC, Intelig, GVT e Sercomtel - e dos maiores grupos de telefonia móvel (Vivo, Claro, Oi, TIM e Opportunity) – exclui CTBC celular, Nextel, Sercomtel Celular  
 Fontes: Relatórios financeiros das empresas; Anatel; análise Accenture



# Estrutura do mercado de telefonia fixa

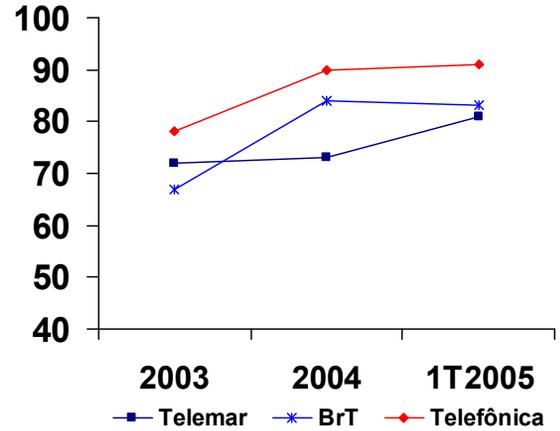
## Players por segmento (2004)

	Atuação	Faturamento <sup>1</sup> Milhões Reais	Assinantes (Milhares)	Market share Ass.
	Região I	19.756	15.216	38%
	Região II	12.633	9.503	23,8%
	Região III	18.426	12.463	31,2%
	Regiões I, II e III	9.687	-	-
<b>Total</b>		<b>60.502</b>	<b>37.182</b>	



Prestadoras

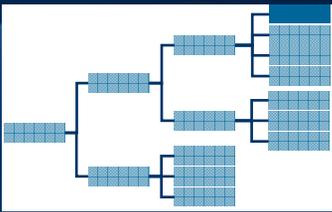
## ARPU (Reais) – Prestadoras Fixas



■ A média do ARPU das prestadoras apresentou CAGR 8,1% (2003 – 1T2005) principalmente pelo aumento de tarifa

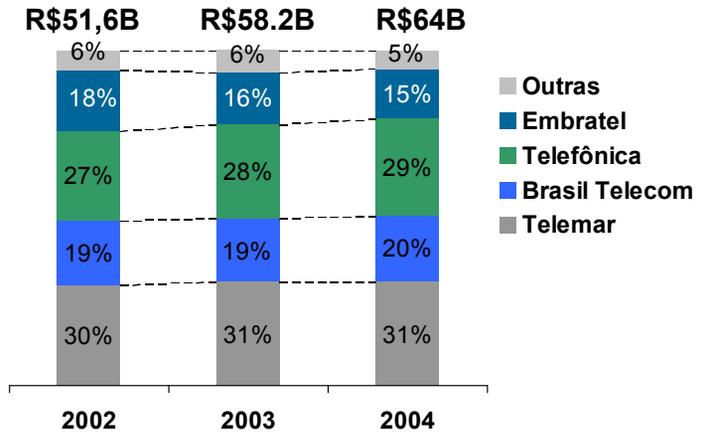
ARPU

(1) Receitas brutas  
 Fontes: Ofcom, relatórios financeiros das prestadoras, análise Accenture

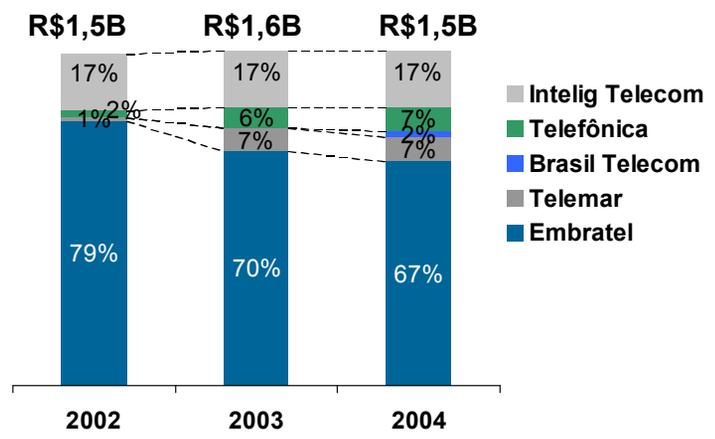


# Evolução de mercado - Telefonia Fixa

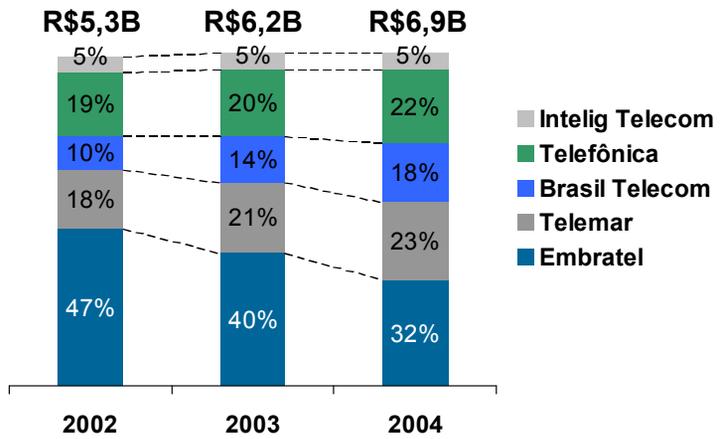
**Market Share de receita Bruta (%)**



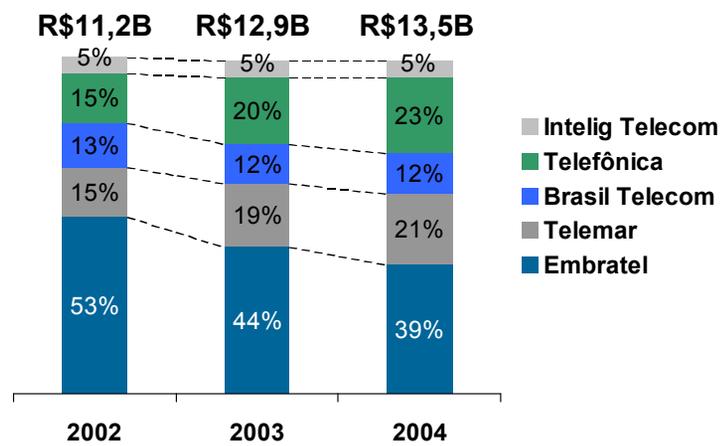
**Market Share de receita LDI (%)**



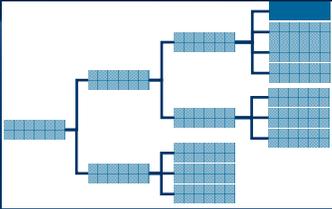
**Market Share de receita com transmissão de dados (%)**



**Market Share de receita LDN (%)**



(1) O Market share da Intelig em 2003 foi o mesmo considerado em 2004  
 Fonte: Relatórios Financeiros; análise Accenture

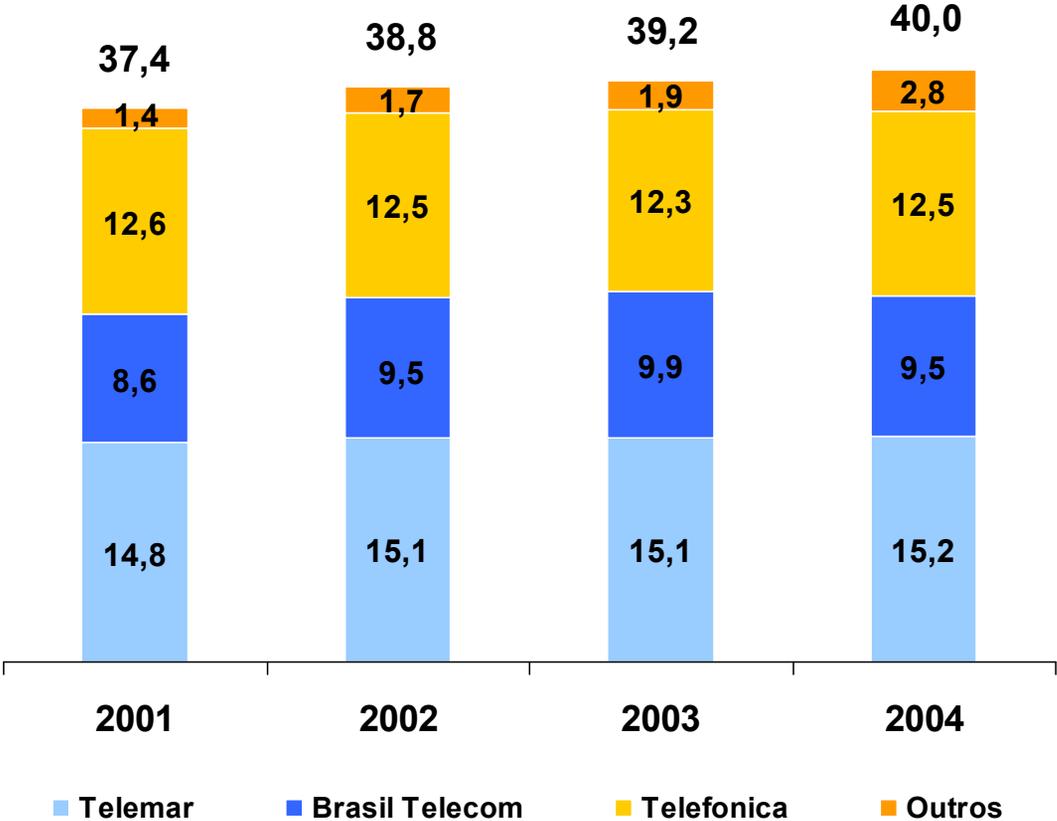


# Estrutura de mercado – Telefonia Fixa

## Acessos fixos no Brasil em serviço

- Milhões de acesso -

CAGR 2001 – 2004: 2,2%



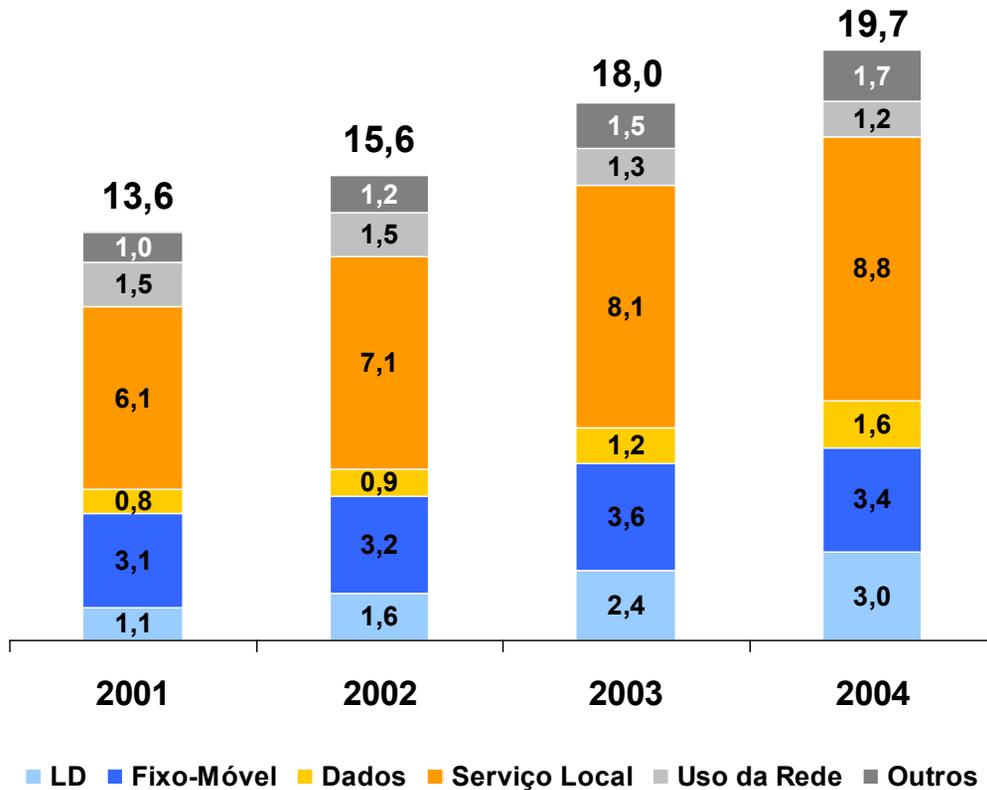
Fonte: Teleco, análise Accenture  
Nota: O item "Outros" em 2004 foi estimado pela Teleco

# Desempenho das empresas

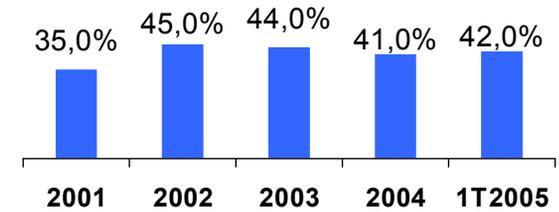


## Receitas bruta das operações de telefonia fixa - R\$ Bilhões -

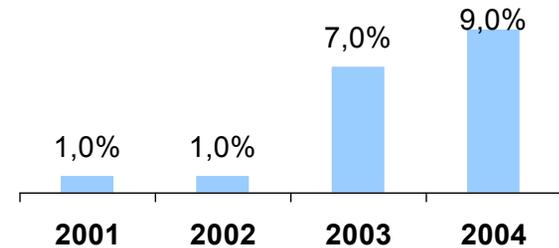
CAGR (2001 – 2004): 13.1%



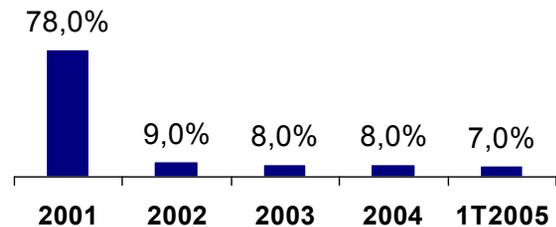
## EBITDA / Receitas



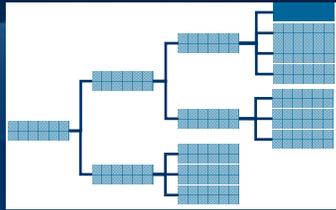
## EBT / Receitas



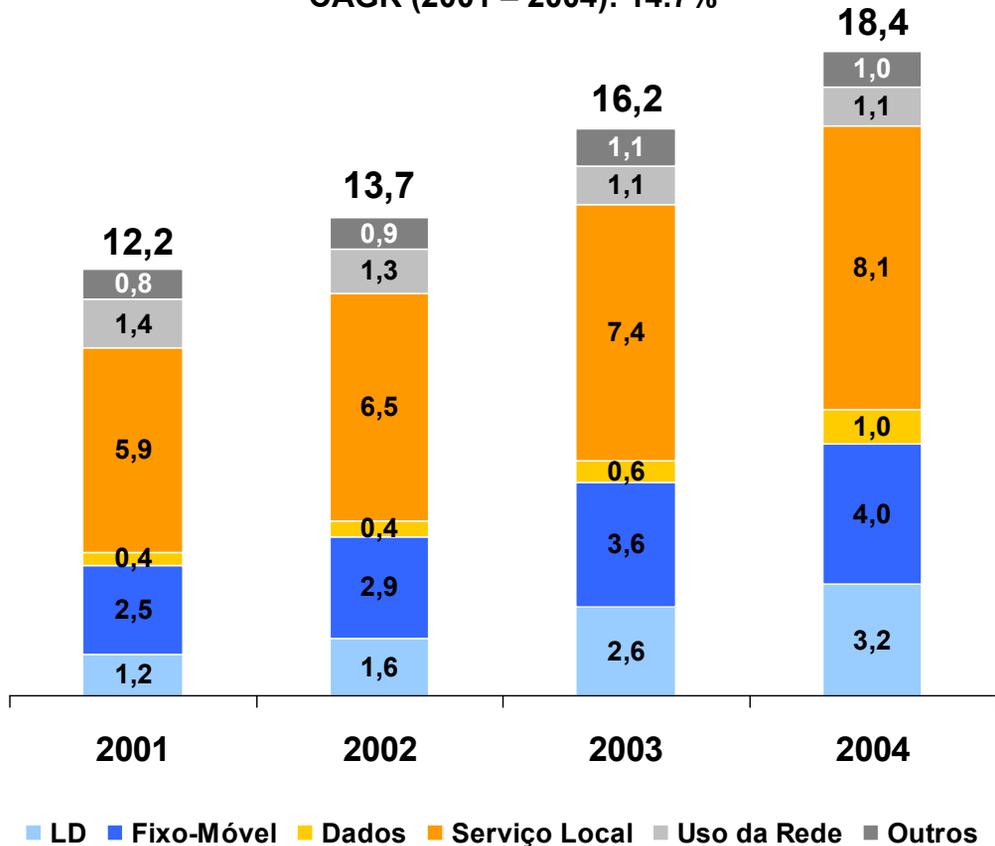
## CAPEX / Receitas



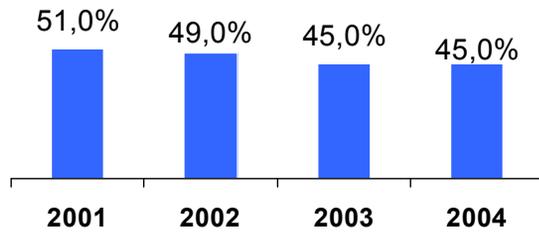
# Desempenho das empresas



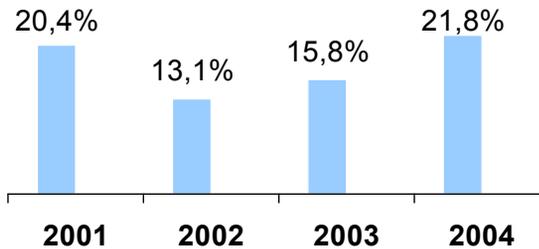
**Receitas bruta das operações de telefonia fixa**  
- R\$ Bilhões -  
CAGR (2001 – 2004): 14.7%



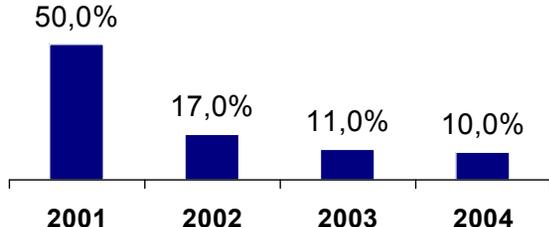
**EBITDA / Receitas**



**EBT / Receitas**



**CAPEX / Receitas**



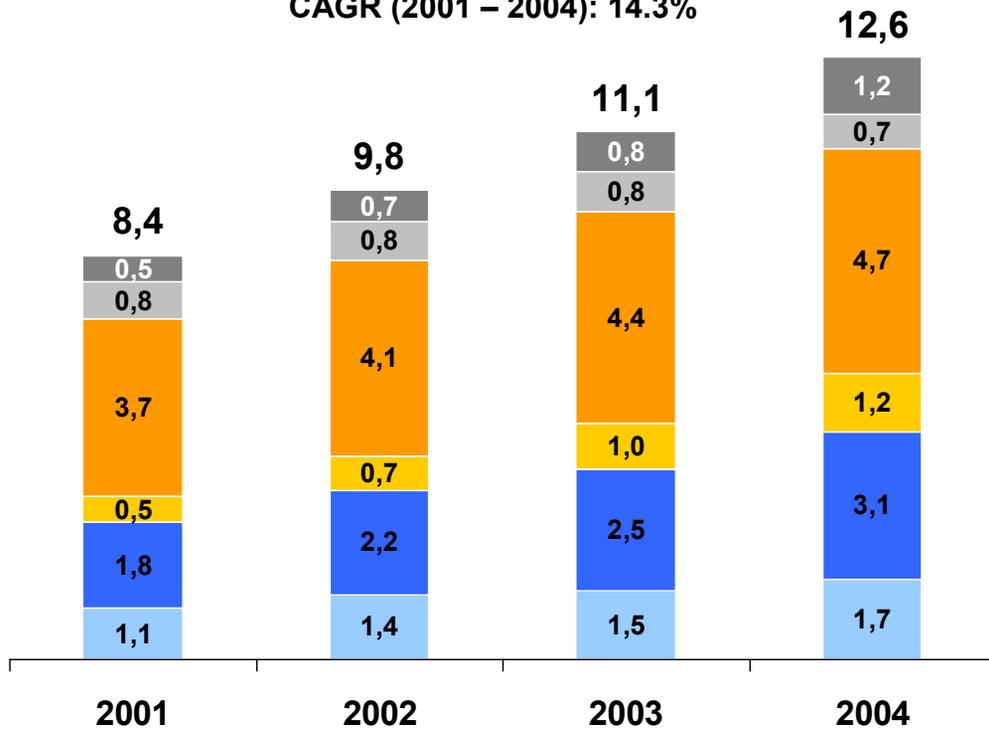
Fonte: relatórios financeiros da empresa, análise Accenture

# Desempenho das empresas



## Receitas bruta das operações de telefonia fixa - R\$ Bilhões -

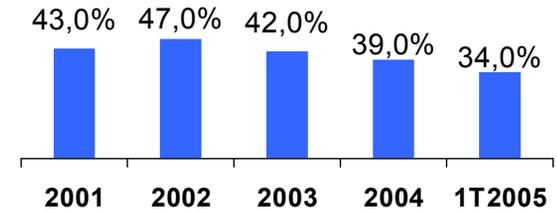
CAGR (2001 – 2004): 14.3%



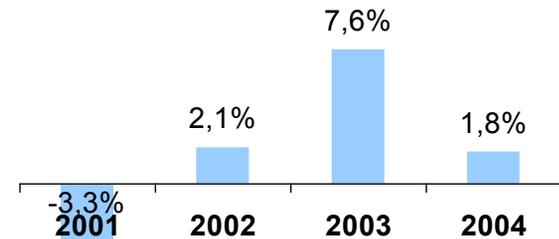
LD Fixo-Móvel Dados Serviço Local Uso da Rede Outros

Fonte: relatórios financeiros da empresa, análise Accenture

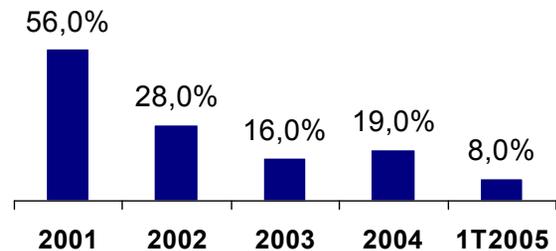
## EBITDA / Receitas



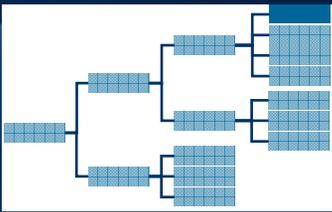
## EBT / Receitas



## CAPEX / Receitas



© 2005 Accenture, em parceria com Guerreiro Teleconsult, mediante contrato com a Telebrasil e o Sinditelebrasil. Todos os direitos reservados.

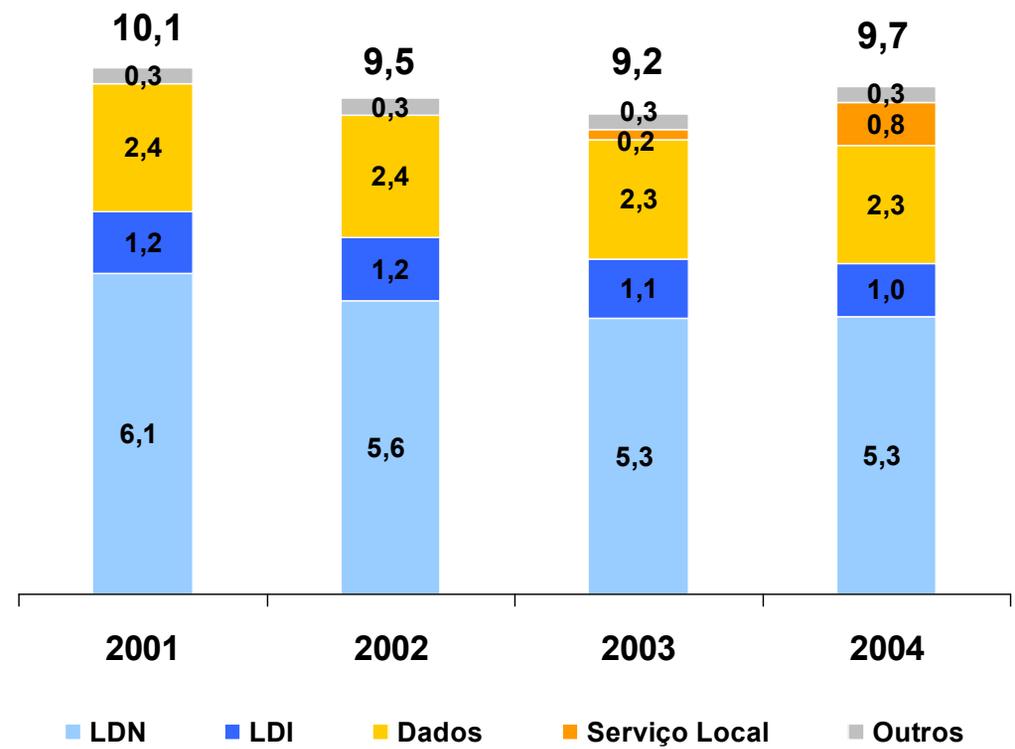


# Desempenho das empresas

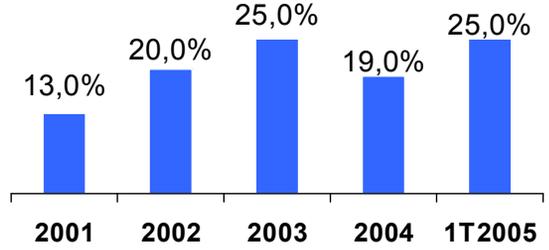


## Receitas bruta das operações de telefonia fixa - R\$ Bilhões -

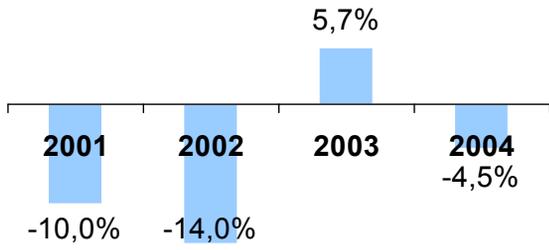
CAGR (2001 – 2004): -1.2%



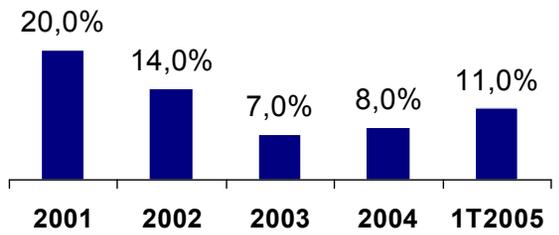
## EBITDA / Receitas



## EBT / Receitas

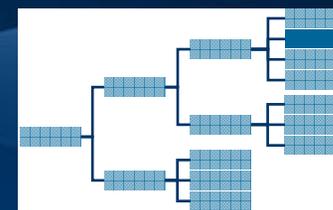


## CAPEX / Receitas



Fonte: relatórios financeiros da empresa, análise Accenture

# Estrutura do mercado de telefonia móvel



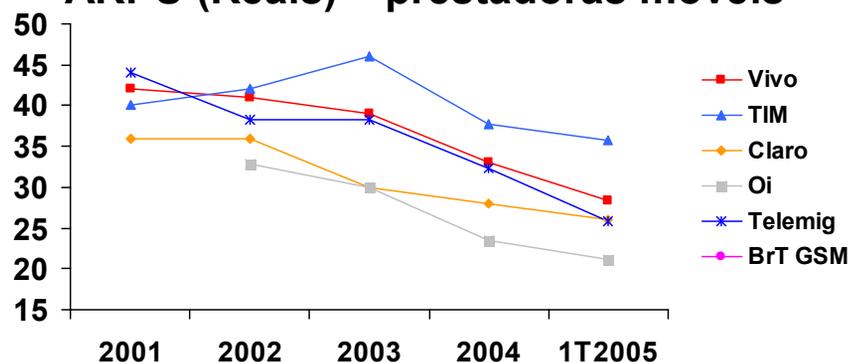
## Players por segmento (2004)

	Faturamento <sup>1</sup> (Milhões)	Assinantes (Milhares)	Market share Ass.	Acionistas
	5.248	13.657	20,8%	América Móvil
	6.726	13.588	20,7%	TIM Brasil Serviços e Participações
	10.930	26.543	40,4%	Telefónica Moviles e Portugal Telecom
	2.337	6.863	10,4%	Tele Norte Leste Participações
 	1.652	4.033	6,1%	Telpart participações (Opportunity Mems S.A.)
 <b>Brasilmov</b> Telecom	102 <sup>2</sup>	622	0,9%	Brasil Telecom S.A. (Telecom Italia)
<b>Total do Mercado</b>	<b>25.241</b>	<b>65.306</b>	<b>99,4%<sup>3</sup></b>	

Prestadoras

ARPU

## ARPU (Reais) – prestadoras móveis



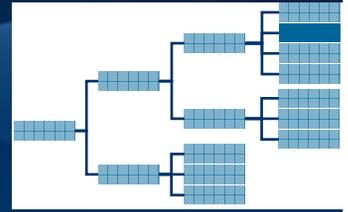
- As prestadoras de telefonia móvel demonstram uma tendência de queda no ARPU devido a concorrência entre os player e o aumento da base de pré-pagos

(1) Receita líquida

(2) Dados 4T2004

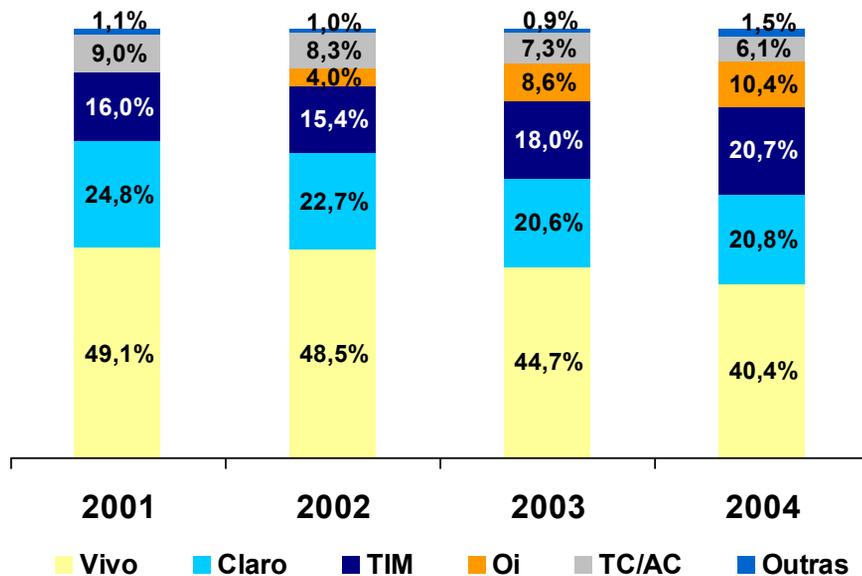
(3) Considerando prestadoras da amostra

Fonte: Annual report das prestadoras, Teleco

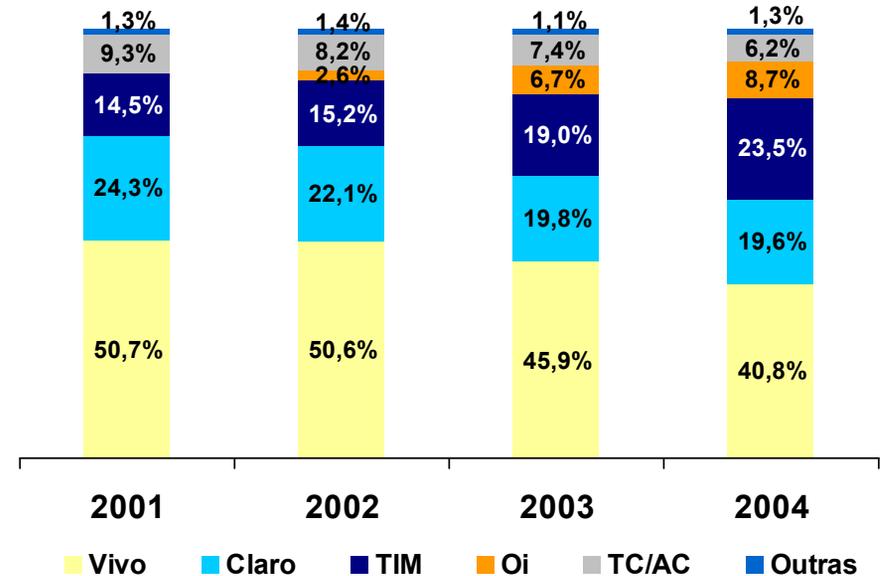


# Estrutura de mercado - Telefonia móvel

**Market Share de número de celulares no Brasil**  
- 2000 à 2004 -



**Market Share de receita líquida no Brasil**  
- 2000 à 2004 -



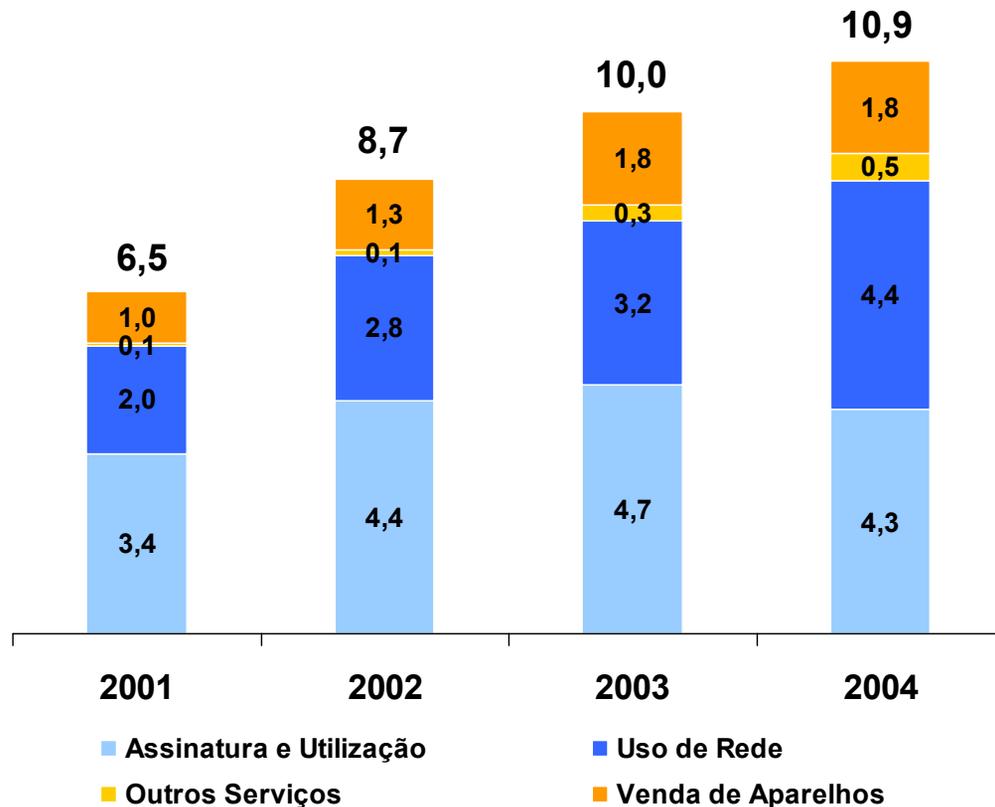
# Desempenho das empresas



## Receitas líquida das operações de telefonia móvel

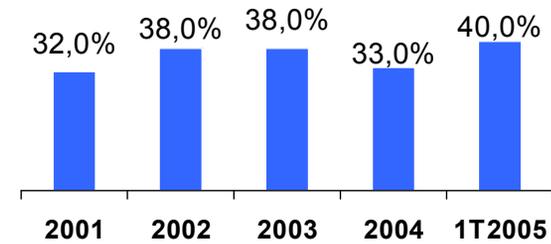
- R\$ Bilhões -

CAGR (2001 – 2004): 18,7%

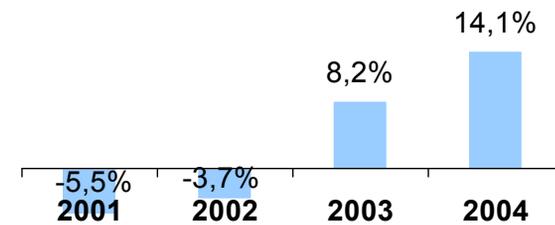


Fonte: relatórios financeiros da empresa, análise Accenture

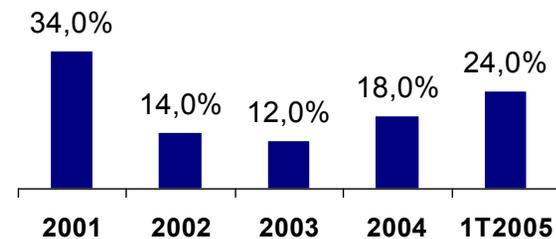
## EBITDA / Receitas



## EBT / Receitas



## CAPEX / Receitas



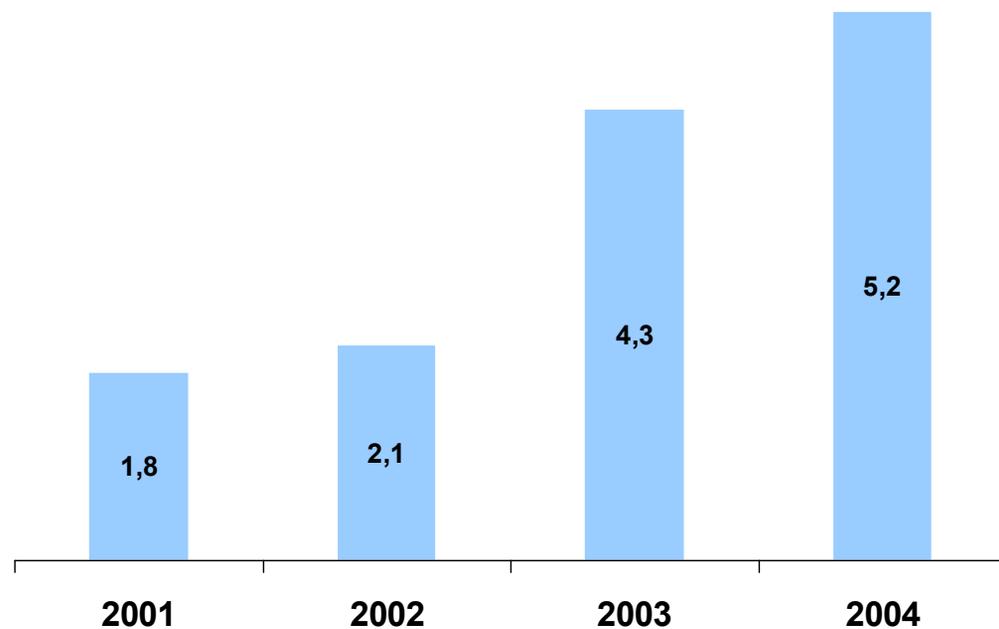
# Desempenho das empresas



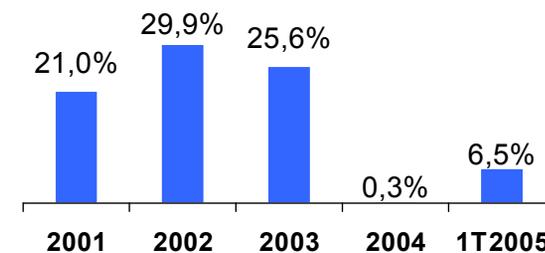
## Receitas líquida das operações de telefonia móvel

- R\$ Bilhões -

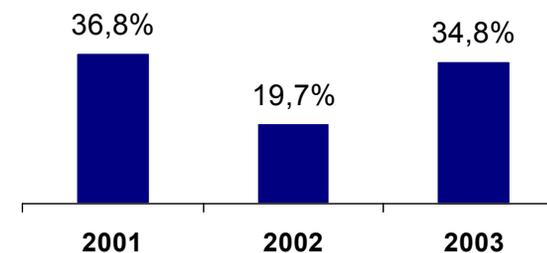
CAGR (2001 – 2004): 43%



## EBITDA / Receitas



## CAPEX / Receitas

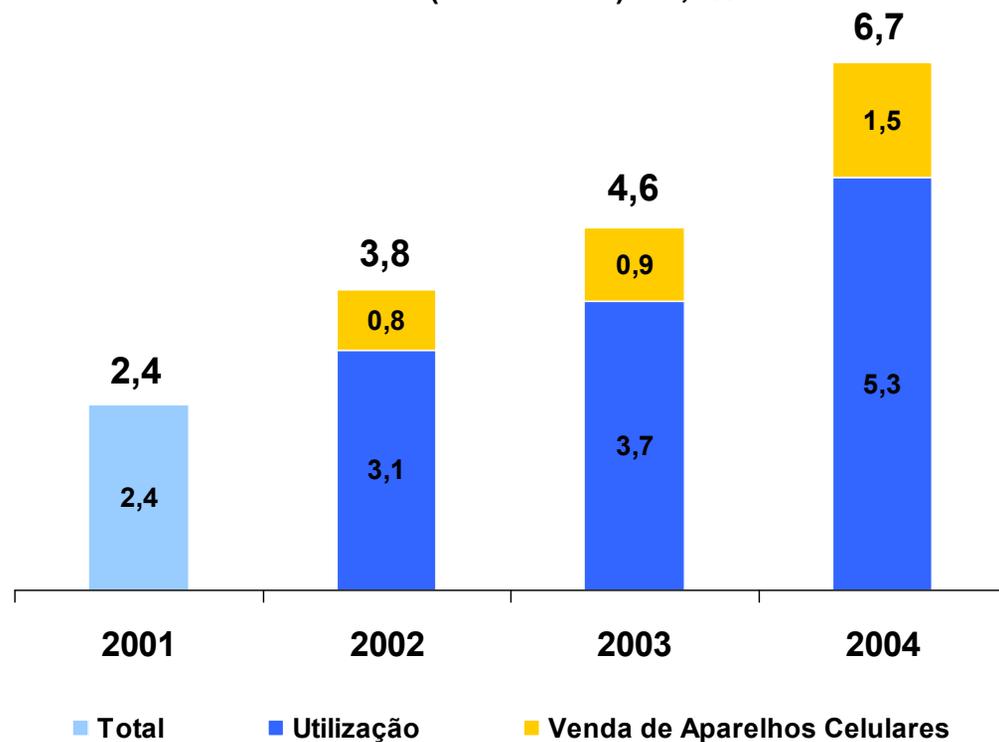


# Desempenho das empresas

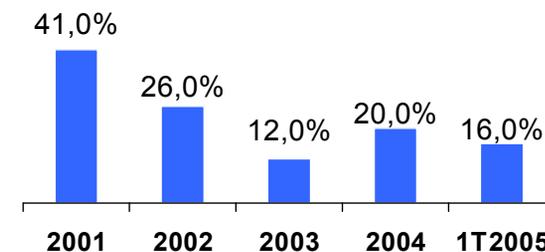


## Receitas líquida das operações de telefonia móvel - R\$ Bilhões -

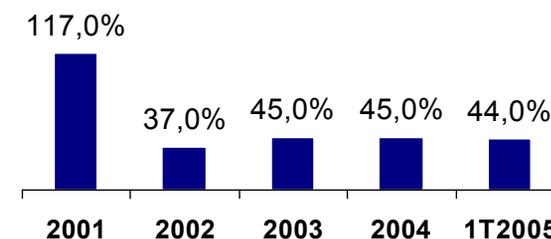
CAGR (2001 – 2004): 41,9%

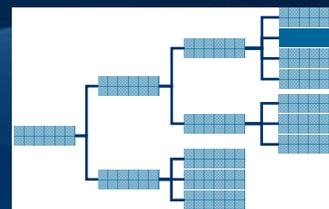


## EBITDA / Receitas



## CAPEX / Receitas





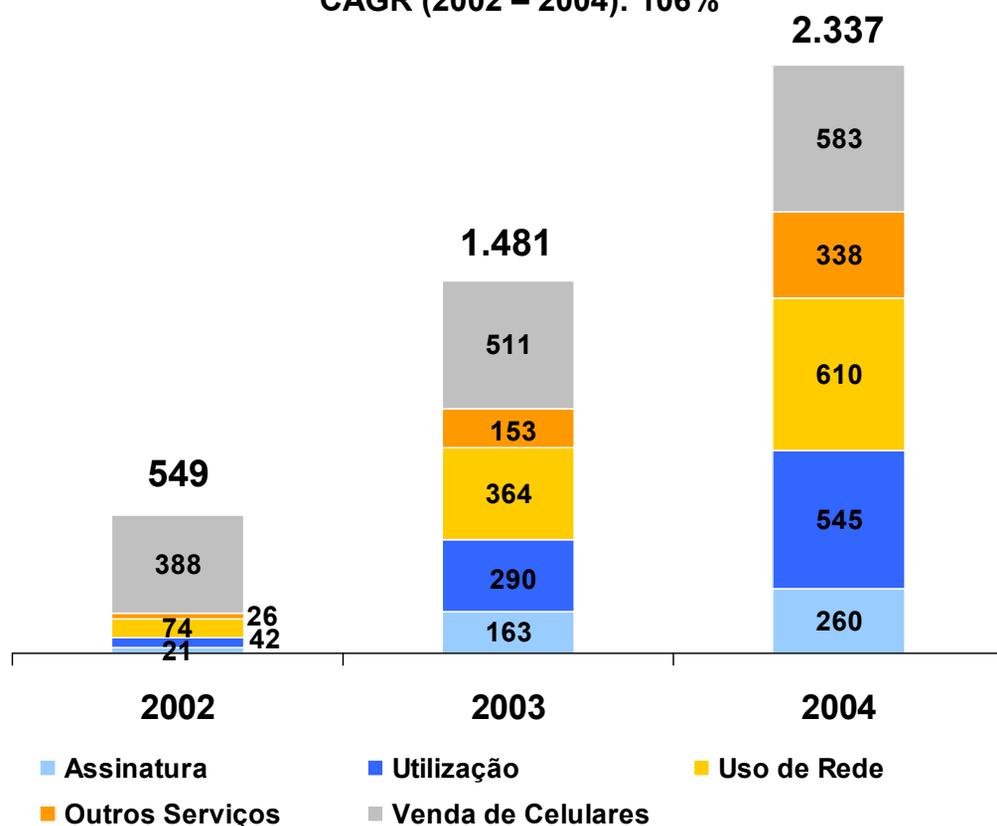
# Desempenho das empresas



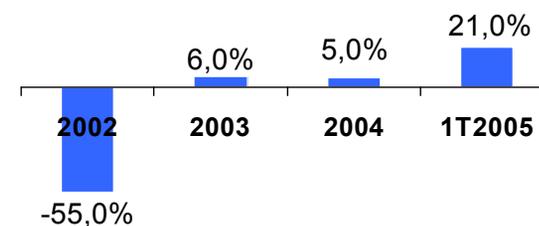
## Receitas líquida das operações de telefonia móvel

- R\$ Milhões -

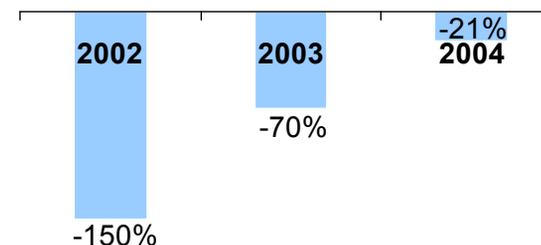
CAGR (2002 – 2004): 106%



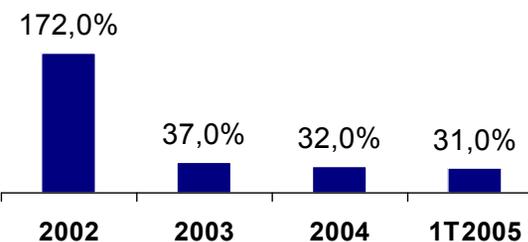
## EBITDA / Receitas



## EBT / Receitas



## CAPEX / Receitas



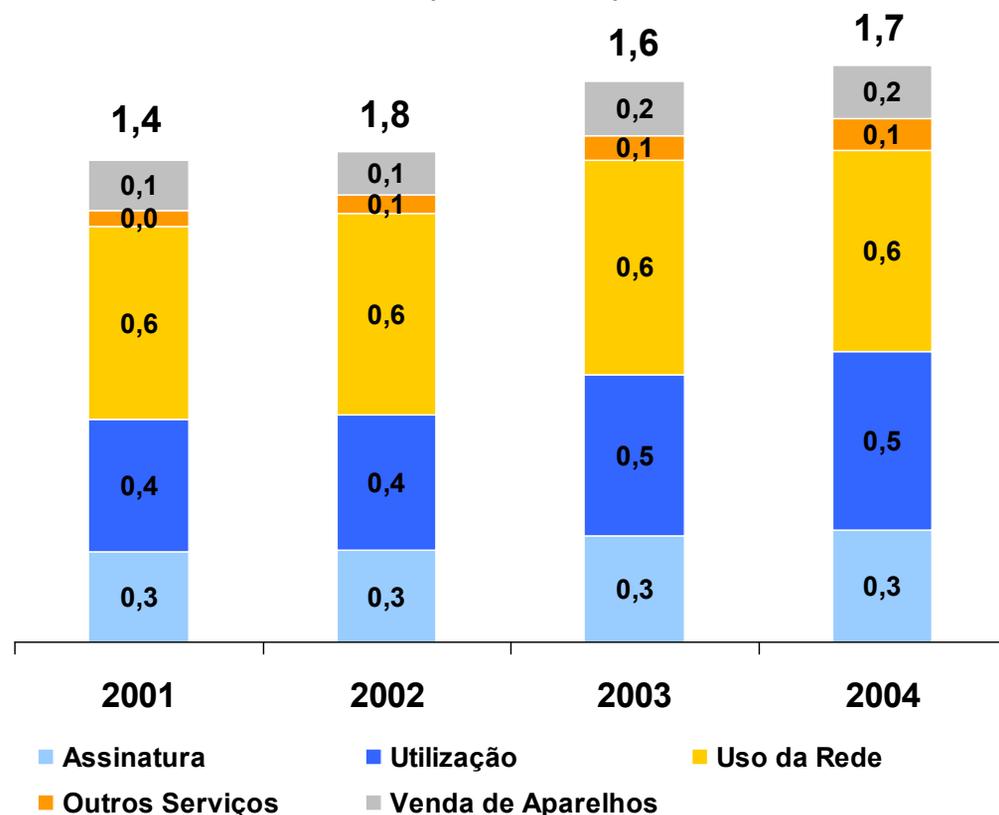
# Desempenho das empresas



## Receitas líquidas das operações de telefonia móvel

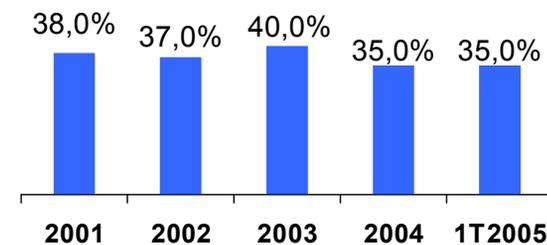
- R\$ Bilhões -

CAGR (2001 – 2004): 6.2%

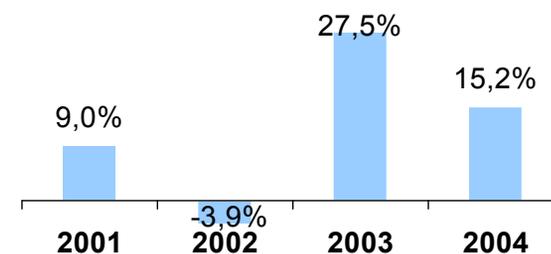


Fonte: relatórios financeiros da empresa, análise Accenture

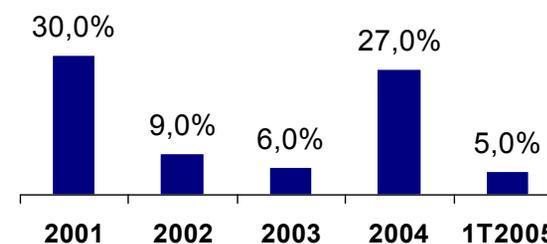
## EBITDA / Receitas



## EBT / Receitas

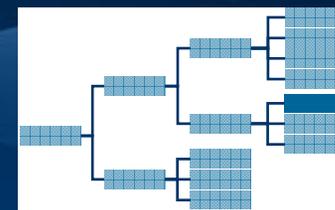


## CAPEX / Receitas



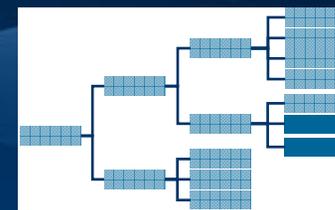
© 2005 Accenture, em parceria com Guerreiro Teleconsult, mediante contrato com a Telebrasil e o Sinditebrasil. Todos os direitos reservados.

# Estrutura de mercado



## Principais players do segmento (2003)

Empresas		Faturamento <sup>1</sup> Milhões Reais	Market share de Faturamento	EBITDA	Lucro líquido
			2.976	65,2%	5,8%
		492	10,7%	-0,8%	-6,8%
	<b>Total</b>	<b>4.564</b>			



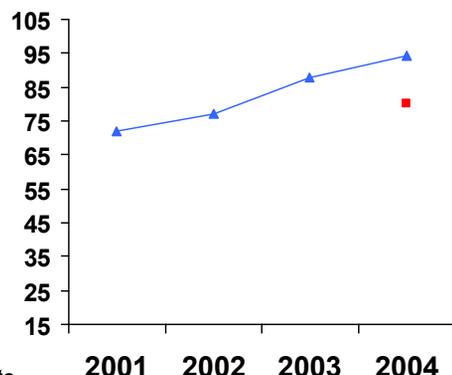
# Estrutura do mercado de TV paga

## Players por segmento (2004)

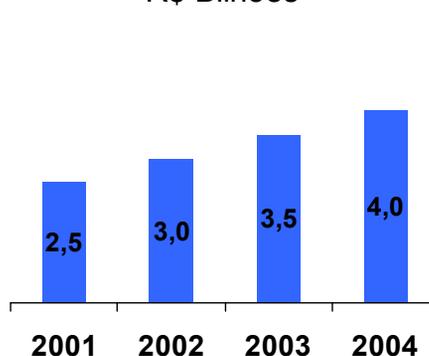
	Faturamento <sup>1</sup> Milhões Reais	Assinantes <sup>2</sup> (Milhares)	Market share Ass.	Acionistas
	1.710	1.380	37%	Globopar
	687 <sup>3</sup>	851	22%	News Corp
	468 <sup>3</sup>	428	12%	News Corp
	302	287	8%	Abril S.A.
<b>Total</b>		<b>2.946</b>	<b>79%<sup>4</sup></b>	

Prestadoras

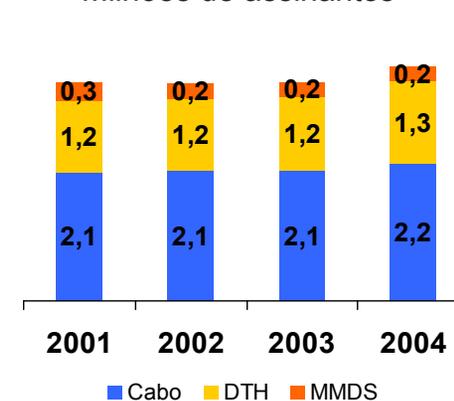
### ARPU (Reais) – TV a Cabo



### Faturamento no setor de TV paga - R\$ Bilhões -



### Base de assinantes de TV paga - Milhões de assinantes -



Assinantes

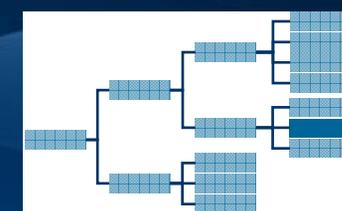
(1) Receita bruta

(2) Dados de junho/2004

(3) Dados de 2003

(4) Considerando prestadoras da amostra Fonte: ABTA, Teleco

—■— TVA —▲— NET



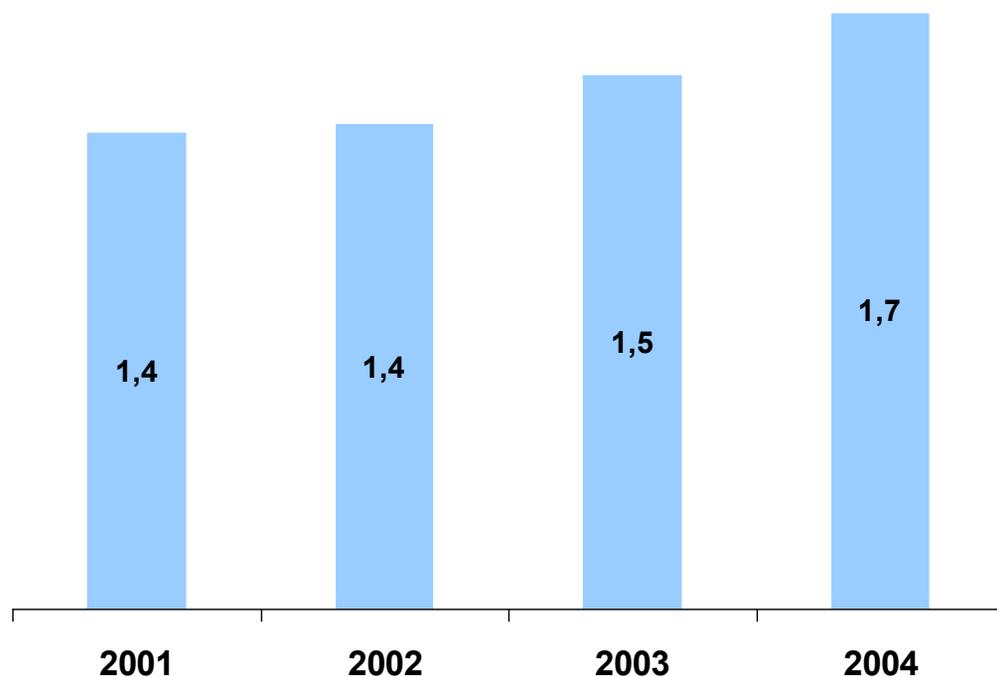
# Desempenho das empresas



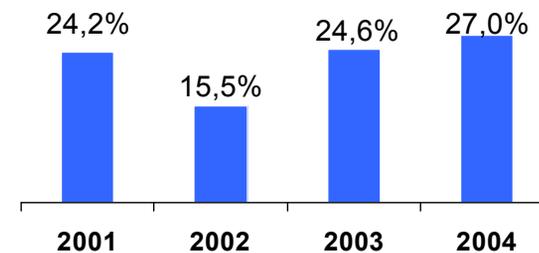
## Receitas bruta das operações

- R\$ milhões -

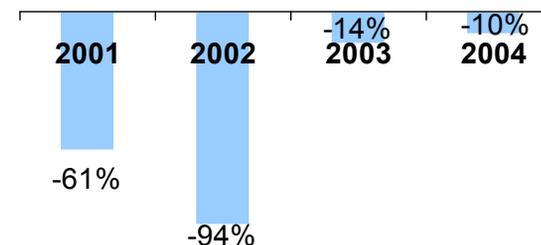
CAGR (2001 – 2004): 10.8%



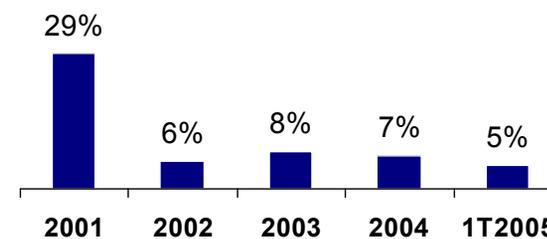
## EBITDA / Receitas

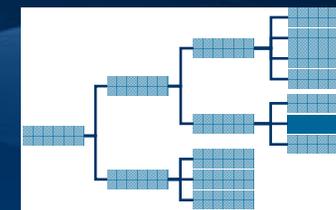


## EBT / Receitas



## CAPEX / Receitas





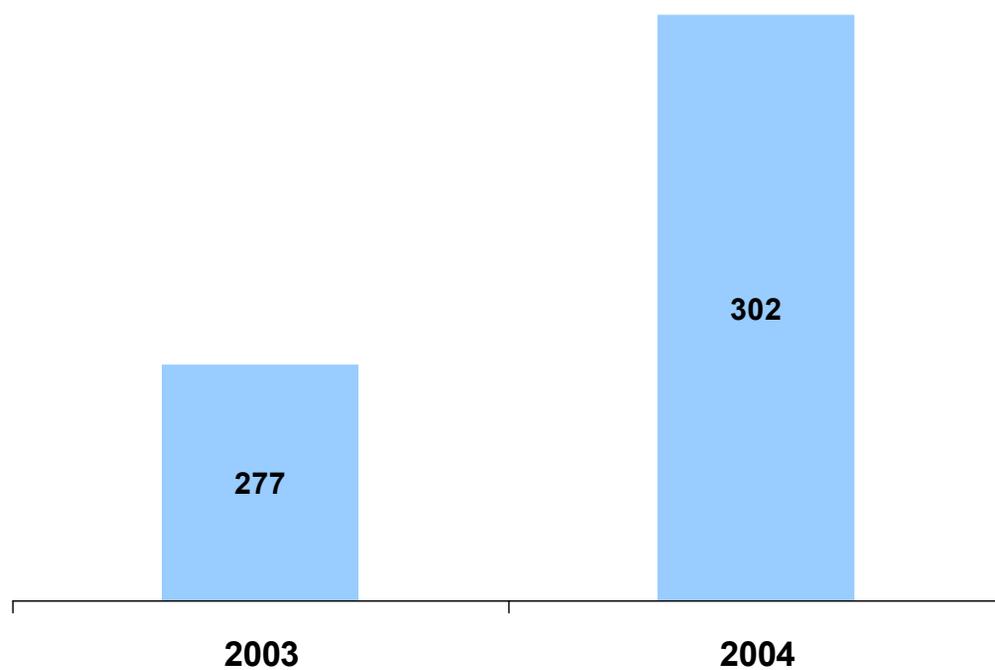
# Desempenho das empresas



## Receitas bruta das operações

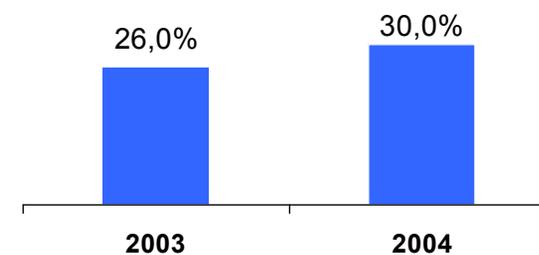
- R\$ milhões -

CAGR (2003 – 2004): 9%



■ Total

## EBITDA / Receitas



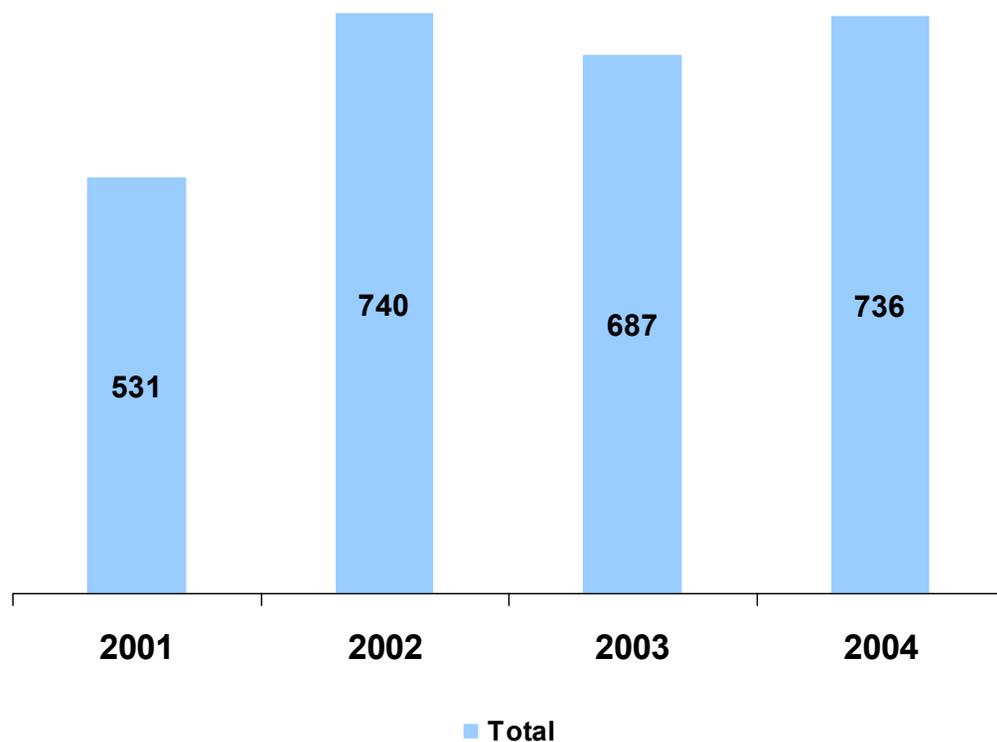
# Desempenho das empresas



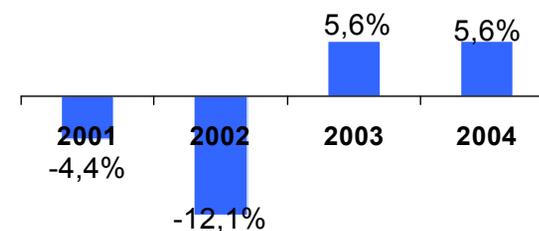
## Receitas bruta das operações

- R\$ milhões -

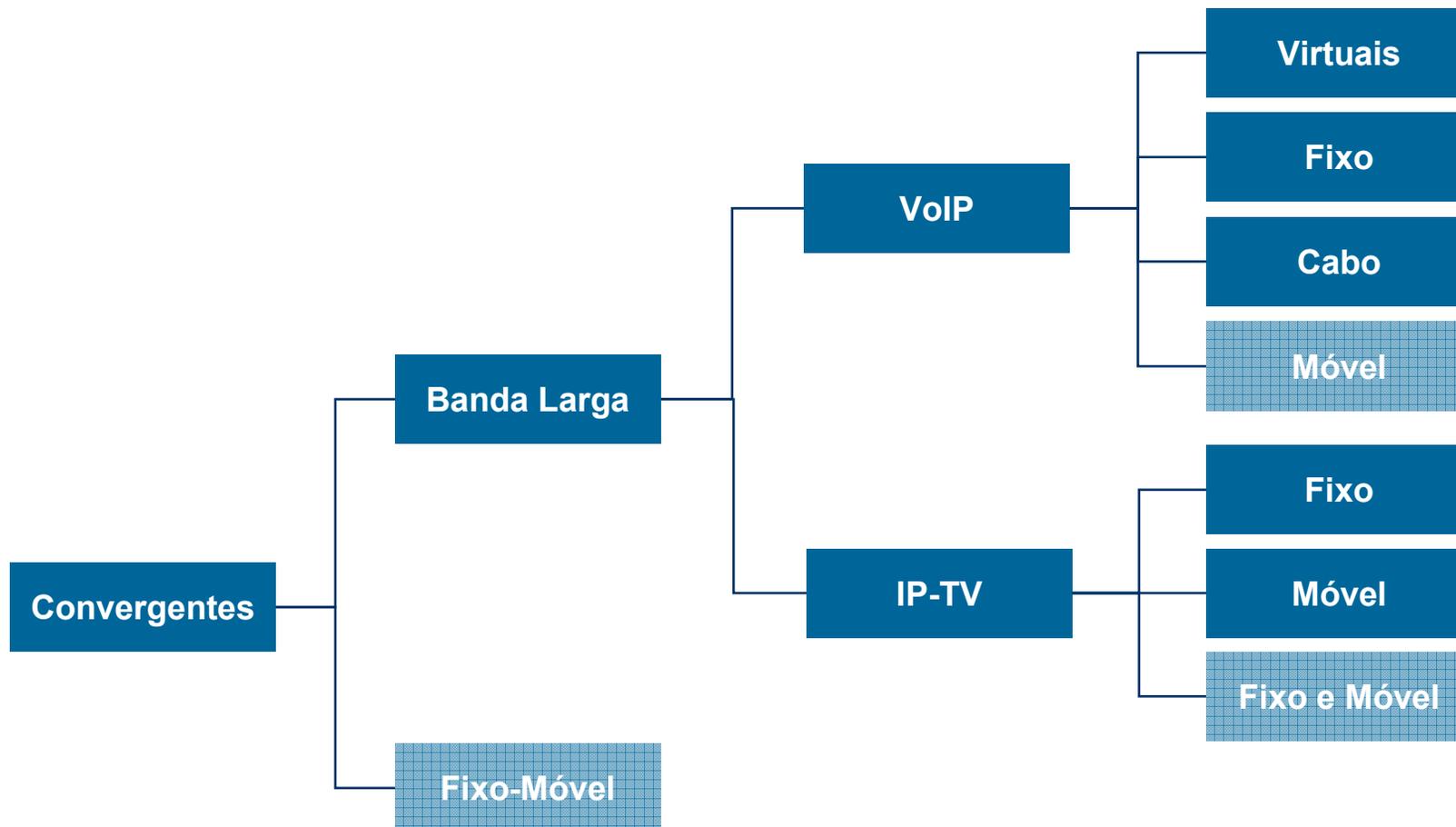
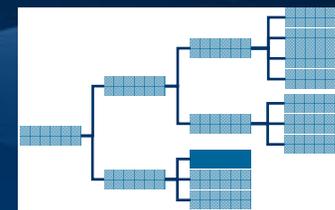
CAGR (2001 – 2004): 11,5%

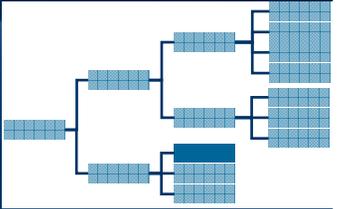


## EBITDA / Receitas



# Ofertas convergentes

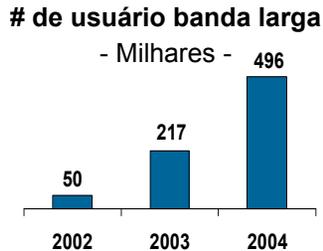




# Oferta convergentes

## Acesso Banda Larga

- Banda Larga -

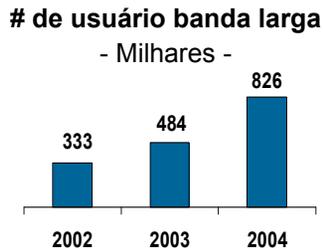


### Oferta

- **Ofertas residenciais:**
  - Conexões ADSL com 300, 600 e 1000 Kbps
- **Ofertas Wi-Fi – 11 Mbps**
  - Hotspot instalados em lugares públicos em diversos estados brasileiros

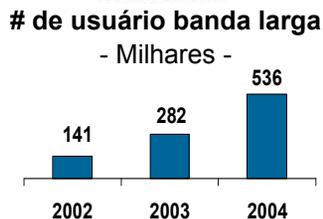
### Modelo de negócio

- **Ofertas residenciais:**
  - Instalação gratuita
  - **300 Kbps** – R\$ 62,90 por mês, sem limite de utilização
  - **600 Kbps** – R\$ 89,90 por mês, sem limite de utilização
  - **1 Mbps** – R\$149,90 por mês, sem limite de utilização
- **Oferta Wi-Fi pré-paga**
  - Cartão com 1 hora de utilização: R\$ 10, 10 horas: R\$ 49.90



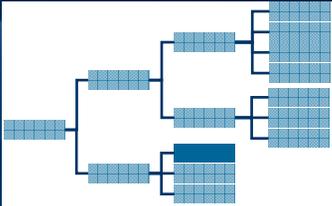
- **Ofertas residenciais:**
  - Conexões ADSL, velocidade entre 150 Kbps e 2 Mbps
- **Ofertas Wi-Fi – 11 Mbps**
  - Hotspots em shoppings, aeroportos, hotéis, Cafés e universidades em algumas cidades de SP

- **Ofertas residenciais:**
  - Auto-instalação gratuita; Com técnico: R\$59,00
  - Modem grátis – até 31/07/2005
  - **150 Kbps<sup>1</sup>** – R\$ 55,90 por mês, 4Gb de limite
  - **600 Kbps<sup>1</sup>** – R\$ 109,90<sup>2</sup> por mês, 15Gb de limite
  - **2 Mbps<sup>1</sup>** – R\$1.277,90 por mês, 40Gb de limite
  - (1) R\$ 0,10/Mb adicional, (2) R\$ 79,90, dois primeiros meses
- **Oferta Wi-Fi gratuita – fase experimental**



- **Ofertas residenciais -** Conexões ADSL, velocidade de 150, 400, 600 e 800 Kbps

- **Tarifas dependem da localidade**
- Modem grátis – até 31/07/2005
- **150 Kbps** – a partir de R\$ 49,90 por mês, limite de 50 horas de utilização
- **600 Kbps** – a partir de R\$ 99,90 por mês. Instalação: R\$ 64,90
- **800 Kbps** – a partir de R\$ 118,90 por mês. Instalação: R\$ 64,90



# Oferta convergentes

## Acesso Banda Larga

- Banda Larga -

Empresa/  
Produto

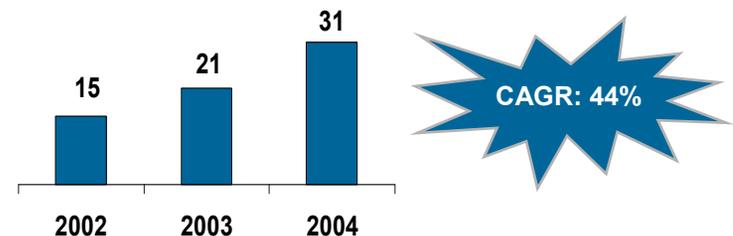
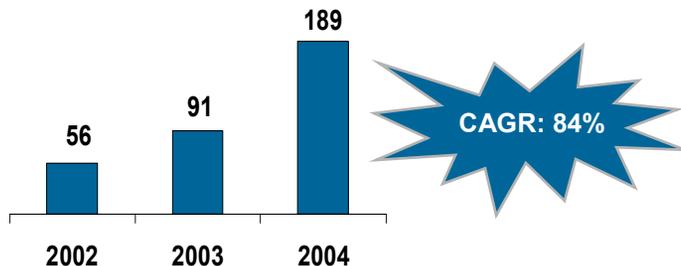


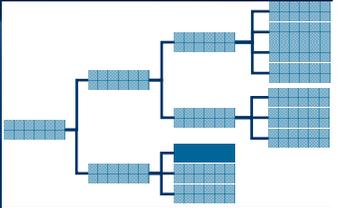
Oferta

- **Instalação: Gratuíta**
- **Não há cobrança por cable modem**
- **Necessário assinante ser cliente da NET**
- **Requer provedor de acesso**
- 150 Kbps – R\$49,90 mensais, com limite de 4 Gb. Utilização adicional tarifada em R\$ 0,10 por Mb
- 600 Kbps – R\$99,90 mensais com limite de 10 Gb. Utilização adicional tarifada em R\$ 0,10 por Mb
- 1200 Kbps – R\$209,90 mensais com limite de 14 Gb. Utilização adicional tarifada em R\$ 0,10 por Mb

- **Instalação: R\$ 120,00**
- **Cable modem: R\$ 19,00 por mês**
- **Não requer provedor**
- **Via cabo:**
  - 200 Kbps – R\$68,80 mensais, livre utilização
  - 600 Kbps – R\$118,90 mensais, livre utilização
  - 2100 Kbps – R\$549,90 mensais, livre utilização
- **MMDS:**
  - 128 Kbps – R\$68,80 mensais, livre utilização
  - 256 Kbps – R\$74,90 mensais, livre utilização
- **Wi-Fi**
  - Instalados 165 *Hotspots* no Brasil em aeroportos, hotéis, centro de convenções, entre outros
  - Assinante TVA: R\$ 48,00 por mês, livre utilização
  - Não assinante: R\$ 54,00 por mês, livre utilização

Usuários  
(Milhares)





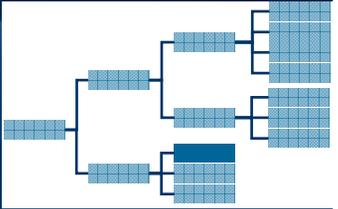
# Oferta convergentes

## Acesso Banda Larga

- Banda Larga -

Ofertas	Modelo de cobrança
 <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Zap 1xRTT</b> – 230 Kbps</li> <li>▪ <b>Zap 3G</b> – 2,4 Mbps</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Placa:</b> R\$ 99,00</li> <li>▪ <b>Vivo Zap 1xRTT</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Plano de 10 Mb – R\$ 69,80 mensais, R\$ 5,00 Mb adicional</li> <li>▪ Plano de 40 Mb – R\$ 99,80 mensais, R\$ 2,00 Mb adicional</li> <li>▪ Plano de 1 Gb – R\$ 199,80 mensais, R\$ 1,50 Mb adicional</li> <li>▪ Plano avulso – R\$ 6,00 por Mb</li> </ul> </li> <li>▪ <b>Vivo Zap 3G</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Plano de 1 Gb – R\$ 199,80 mensais, R\$ 1,50 Mb adicional</li> </ul> </li> </ul>
 <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>GPRS</b> – 40 Kbps<sup>1</sup></li> <li>▪ <b>EDGE</b> – 200 Kbps</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Não há mensalidade</b></li> <li>▪ Cobrança de <b>R\$ 5,00 por Mb</b> de utilização</li> </ul>
 <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Connect</b> – 14,4 Kbps<sup>1</sup></li> <li>▪ <b>Connect fast</b> – 200 Kbps</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>TIM Connect</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Plano para pós-pagos – preço do Mb depende do plano do cliente: R\$ 0,32 a 0,49 por minuto</li> </ul> </li> <li>▪ <b>TIM Connect Fast</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Planos para pré-pagos – R\$ 15,73 por Mb utilizado</li> <li>▪ Planos para pós-pago – preço do Mb varia por utilização de R\$ 4,20 até R\$ 5,99</li> <li>▪ Pacote de Mb – 10 Mb por R\$ 44,00 / 40 Mb por R\$ 82,00 / 1Gb por R\$ 169,00</li> </ul> </li> </ul>
  <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>GPRS</b> – 40 Kbps<sup>1</sup></li> <li>▪ <b>EDGE</b> – 200 Kbps</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Plano conexão</b> – R\$ 7,00 de assinatura mensal             <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Plano de 10 Mb – R\$ 42,90 mensais, R\$ 4,29 Mb adicional</li> <li>▪ Plano de 50 Mb – R\$ 72,90 mensais, R\$ 1,46 Mb adicional</li> </ul> </li> <li>▪ <b>Plano Max</b> – R\$ 109,90 mensais e 1Gb de limite – Ilimitada até 30/09/2005</li> </ul>

Fonte: Site das empresas  
(1) Banda estreita



- VoIP Virtual -

# Oferta convergentes

Empresa	Outorga	Oferta
---------	---------	--------



STFC

- Só há cobrança para ligações de PC para Telefonia Fixa e Celular. As tarifas são:

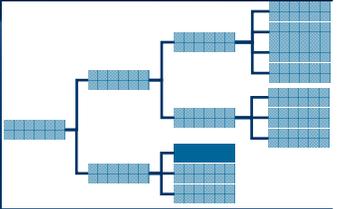
Ligações para Telefonia VoIP	<b>Grátis</b>
Ligações para Telefonia Fixa	<b>R\$ 0,80/ MINUTO + impostos</b>
Ligações para Telefonia Móvel	<b>R\$ 1,20/ MINUTO + impostos</b>



N/D

- Plano Pré-Pago, com limite mínimo de créditos de 10,00.

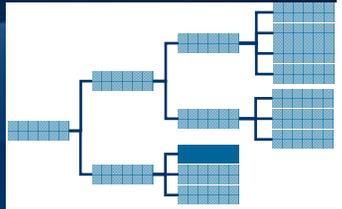
Destinos onde Televoz tem Ponto de Presença (POP)	<b>R\$ 0,10<sup>1</sup> / MIN</b>
Destinos - cidades de 50 até 100Km do POP	<b>R\$ 0,20<sup>1</sup> / MIN</b>
Destinos - cidades de 100 até 300Km do POP	<b>R\$ 0,21<sup>1</sup> / MIN</b>
Destino - celular com mesmo DDD de um POP	<b>R\$ 0,59<sup>1</sup> / MIN</b>
Destino - celular da mesma região de um POP	<b>R\$ 0,61<sup>1</sup> / MIN</b>



- VoIP Virtual -

# Oferta convergentes

Empresa	Outorga	Oferta	
	N/D	<p><b>Brasil Ilimitado</b> - Todo o Brasil</p> <p><b>Mundo Ilimitado</b> - Brasil + 36 países</p> <p><b>Pré-Pago</b> - Habilitação: <b>US\$ 24,99</b> Créditos: <b>US\$ 9,95</b></p>	<p><b>US\$ 89,99</b> mensal</p> <p><b>US\$ 219,99</b> mensal</p> <p><b>Ligações nacionais</b> de US\$ 0,036/MIN à US\$ 0,295/MIN – dependo do destino</p>
	N/D	<p><b>Qualquer telefone fixo</b></p> <p><b>Rio, SP, BH</b></p> <p><b>Telefone móvel</b></p>	<p><b>R\$ 0,19 / MINUTO</b></p> <p><b>R\$ 0,11 / MINUTO</b></p> <p><b>R\$ 0,45 / MINUTO</b></p>
	N/D	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Planos pós e pré – pagos (Mínimo de R\$ 20,00 de pré-pagamento)</li> <li>▪ Não há taxa de instalação e nem mensalidade</li> </ul> <p>Ligações nacionais para telefones fixos</p> <p>Nacional Móvel</p> <p>Nacional Móvel</p>	<p>Preço depende da cidade de destino</p> <p>DDD 11</p> <p>Demais celulares</p> <p><b>R\$ 0,20/ MIN à R\$ 0,25/ MIN</b></p> <p><b>R\$ 0,40 / MINUTO</b></p> <p><b>R\$ 0,75 / MINUTO</b></p>

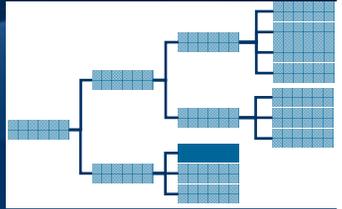


- VoIP Virtual -

# Oferta convergentes

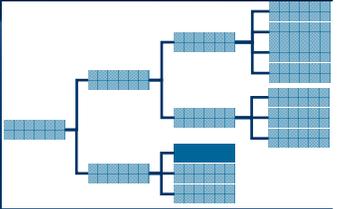
Empresa	Outorga	Oferta		
	<p>SCM</p>	<p><b>Fale a Vontade</b></p>	<p>Ligações ilimitadas durante um mês para telefones fixos</p>	<p>Habilitação: <b>R\$ 297,00</b> Mensalidade: <b>R\$ 199,00</b></p>
		<p><b>Plano Básico</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Recargas: R\$ 50,00 a R\$ 200,00;</li> <li>■ Fixos: R\$ 0,22/MIN e Móveis: R\$ 0,94/MIN para qualquer localidade nacional e horário</li> </ul>	<p>Habilitação: <b>R\$ 297,00</b> Mensalidade: <b>R\$ 36,00</b></p>
		<p><b>Franquia</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 400 min: Valor Franquia R\$ 73,64. Valor Minuto R\$ 0,1841</li> <li>■ 5000 mim: Valor Franquia R\$ 909,50. Valor Minuto R\$ 0,1819</li> </ul>	<p>Habilitação: <b>R\$ 297,00</b> Mensalidade: <b>R\$ 36,00</b></p>
	<p>SCM</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Planos pré-pagos - créditos de R\$20,00 e R\$40,00</li> </ul>	<p>Brasil</p>	<p><b>R\$ 0,31 / MINUTO</b></p>
		<p>Brasil – Rio de Janeiro (21)</p>	<p><b>R\$ 0,20 / MINUTO</b></p>	
		<p>Brasil – São Paulo (11)</p>	<p><b>R\$ 0,18 / MINUTO</b></p>	
		<p>Brasil – Celular</p>	<p><b>R\$ 1,18 / MINUTO</b></p>	

Fonte: Site das empresas



# Oferta convergentes

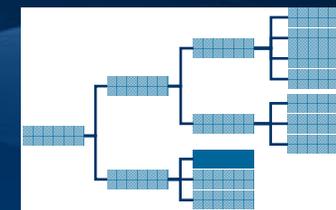
Empresa	Outorga	Oferta
	STFC e SCM	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Oferece somente planos pré-pagos</li> <li>▪ Disponível somente no estado de São Paulo</li> <li>▪ Valor mínimo na compra de créditos – R\$200,00</li> <li>▪ Tarifas:               <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Ligações LDN (DDD 011 para RJ)</b>, a partir de telefones fixos – R\$0,32/min para telefones fixos e R\$1,02/min para telefones móveis, incluindo impostos</li> <li>• <b>Ligações LDN (DDD 011 para BH)</b>, a partir de telefones fixos – R\$0,32/min para telefones fixos e R\$1,02/min para telefones móveis, incluindo impostos</li> <li>• <b>Ligações LDN (Demais localidades)</b> a partir de telefones fixos – R\$0,38/min para telefones fixos e R\$1,08/min para telefones móveis, incluindo impostos</li> <li>• <b>Ligações DDI (Brasil – EUA)</b> - R\$0,23/min para telefones fixos e R\$0,93/min para telefones móveis, incluindo impostos</li> </ul> </li> </ul>



- VoIP Fixa-

# Oferta convergentes

Empresa	Outorga	Oferta	
	<p>STFC</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Habilitação: R\$ 50,00</li> <li>▪ Assinatura mensal: R\$ 3,99 – preço promocional até 31/12/2005</li> </ul> <p>WebFone - fixo local</p> <p>WebFone - celular local</p> <p>WebFone - fixo em área conurbada</p> <p>Chamadas DDD e DDI cobrados conforme plano contratado.</p>	<p><b>R\$ 0,116</b> / MINUTO + impostos</p> <p><b>R\$ 0,629</b> / MINUTO + impostos</p> <p><b>R\$ 0,119</b> / MINUTO + impostos</p>



- VoIP Cabo -

# Oferta convergentes

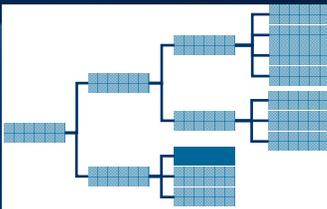
Empresa

Outorga

Oferta



- **Habilitação (Gateway<sup>1</sup>)** – R\$399,00
- **Mensalidade:**
  - Assinante Ajato – **Grátis**
  - Assinante TVA – R\$25,00
  - Não assinantes – R\$35,00
- **Tarifas:**
  - Ligações gratuitas entre assinantes TVA Voz
  - Ligações locais (DDD 11) – R\$0,12 por min, incluindo impostos
  - Ligações DDI (Brasil – EUA) - R\$0,23 por min, incluindo impostos



- Convergentes -

# Oferta convergentes

## Voz

## Dados

## Vídeo



- **Pré-pago:**
  - **Toda Hora** – de R\$ 1,16 até R\$ 1,39 por minuto
- **Pós-pago:**
  - **Plano 45 min** – R\$ 49,90, minutos adicionais de R\$ 1,05 à R\$ 1,40
  - **Plano 900 min** – R\$ 49,90, minutos adicionais de R\$ 0,37 à R\$ 1,40

- **Zap 1xRTT 10 Mb** – R\$ 69,80 mensais, R\$ 5,00 Mb adicional
- **Zap 1xRTT 40 Mb** – R\$ 99,80 mensais, R\$ 2,00 Mb adicional
- **Zap 1xRTT 1 Gb** – R\$ 199,80 mensais, R\$ 1,50 Mb adicional
- **Zap 3G 1 Gb** – R\$ 199,80 mensais, R\$ 1,50 Mb adicional
- **Plano avulso** – R\$ 6,00 por Mb

- **Não há cobrança de assinatura mensal pelo serviço**
  - Usuário navega em menu WAP para selecionar conteúdo a ser baixado – tarifado somente navegação no menu: R\$ 0,04 por Kb, pacote 2Mb de utilização: R\$ 19,90 (Kb excedente R\$ 0,01)
- 

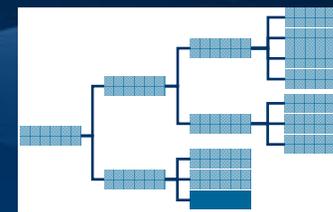


- **Pré-pago:**
  - **Meu jeito** – R\$ 1,29 por minuto a qualquer horário do dia
- **Pós-pago:**
  - **Meu mundo** – assinatura: R\$ 33,90, com 12 minutos de ligação inclusos. Minutos adicionais de R\$ 0,55 à R\$ 0,75

- **TIM Connect:** Plano para pós-pagos – preço do Mb depende do plano do cliente: R\$ 0,32 a 0,49 por minuto
- **TIM Connect Fast**
  - Pré-pagos – R\$ 15,73 por Mb utilizado
  - Pós-pago – preço do Mb varia por utilização de R\$ 4,20 até R\$ 5,99
  - Pacote de Mb – 10 Mb - R\$ 44,00, 40 Mb - R\$ 82,00 e 1Gb por R\$ 169,00

- **Não há cobrança de assinatura mensal pelo serviço**
  - Usuário navega em menu WAP para *download* de aplicativo que habilita TV<sup>1</sup> – tarifado somente navegação no menu<sup>1</sup>: R\$ 0,04 por Kb, pacote 10Mb de utilização: R\$ 44,00 (Kb excedente R\$ 0,04)
- 

Fonte: Site das empresas;  
(1) Tarifa promocional



# Ofertas populares

## Empresa/Produto



## Descrição do Produto

- Linhas pré-pagas - 311,200 clientes em abril de 2005
- Crédito mínimo de \$5.17 por mês
- Tarifas 108% acima das do pós-pago
- Não pretende aumentar a base de clientes pré-pago, já que as receitas não cobrem os custos de aquisição do cliente e manutenção de rede



## Pré pago

- Taxa de habilitação: R\$140,00
- Assinatura mensal: R\$ 7,01 – descontada dos créditos pré-pagos
- Ligações locais para telefones fixos: R\$ 0,28 por minuto
- Ligações locais para telefones móveis: R\$ 0,70 por minuto
- Cartões disponibilizado nas versões de R\$55,00 (validade de 90 dias), R\$40,00 (validade de 70 dias) e R\$25,00 (validade de 40 dias)



## Linha econômica

- Taxa de habilitação: R\$82,06, parcelado em 10 vezes
- Assinatura mensal: R\$26,50, inclui franquia de 50 pulsos
- Serviço: Telefone realiza somente chamadas locais. Para ligações longa distância é necessária a compra de cartões pré-pagos, disponíveis nos valores R\$15 e R\$25
- Resultados: 06/2005 – 186 mil terminais comercializados, sendo que 82% dos clientes não possuíam telefones em casa

# Agenda

Sumário Executivo

Consumidores

Prestadores de Serviço

## Reguladores

**Universalização**

**Competição**

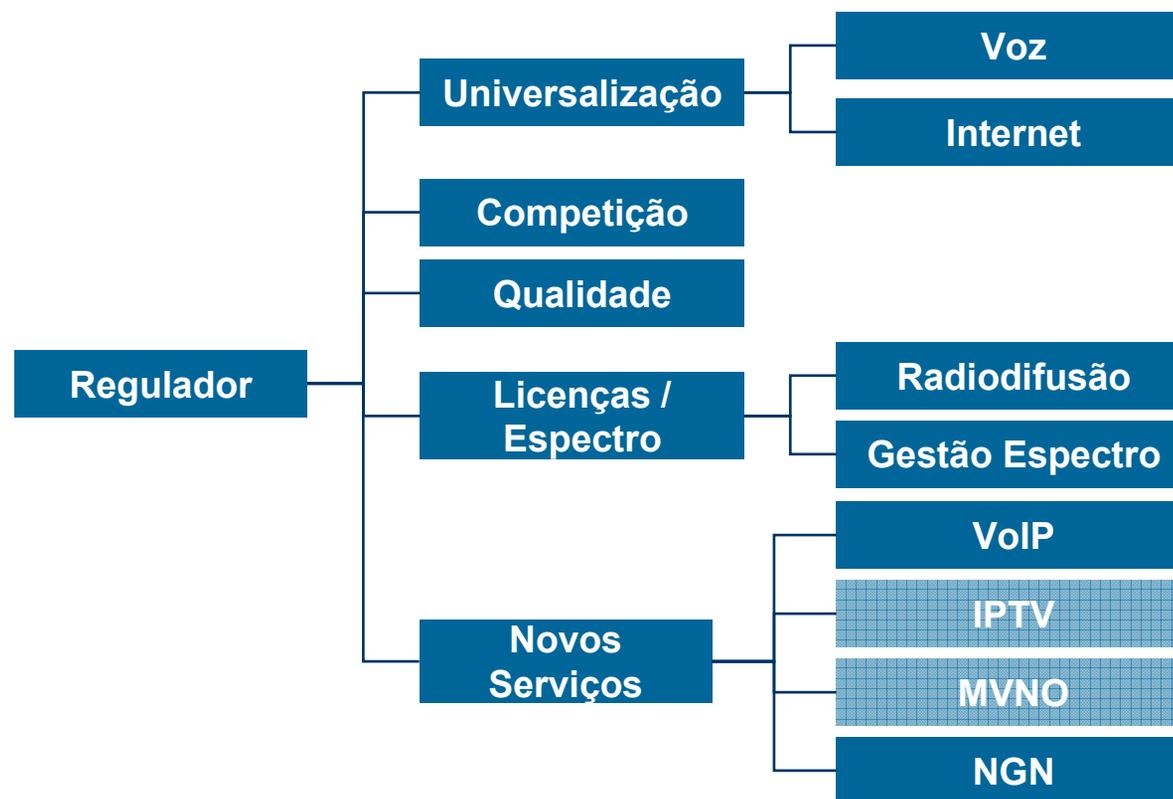
**Qualidade**

**Licenças e Espectro**

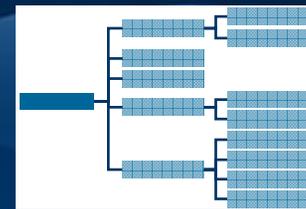
**Novos Serviços**

Papel do Estado

## Item 3 - Regulador



# Órgão regulador Brasileiro

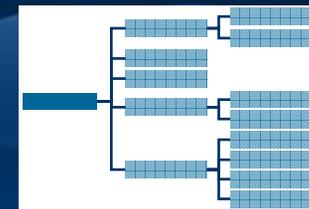


## Estrutura de regulamentação



# Órgão regulador Brasileiro

## Objetivos estratégicos



### Objetivos estratégicos do regulador

#### Universalização



- STFC em cidades com mais de 300 habitantes
- TUPs em cidades com mais de 100 habitantes
- AICE – Acesso Individual Classe especial
- PST – Postos de Serviço de Telecomunicações

#### Competição



- Regulamentação de modelo de custos para remuneração da rede
- Portabilidade numérica
- Novas autorizações de SMP
- Estudando revenda de serviços de telecomunicações

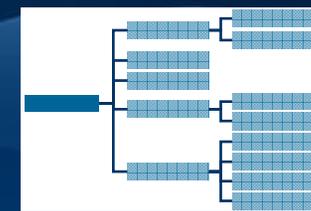
#### Qualidade



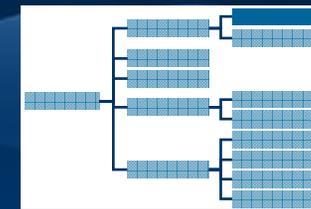
- Definição de metas de qualidade para o serviço de TV por assinatura
- Pesquisa de avaliação do índice de satisfação dos usuários – STFC, SMP e TV por assinatura

# Órgão regulador Brasileiro

## Estrutura interna



# Serviço de Universalização Brasileiro



## Universalização

### Definições

- A Lei Geral das Telecomunicações define a universalização como a possibilidade de acesso aos serviços de telecomunicações por todos cidadãos independente de sua localidade e condição financeira
- As obrigações de universalização serão revistas periodicamente pela agência reguladora

### Metas para 2006

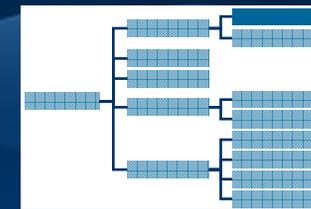
- Instalação de linhas telefônicas em cidades com mais de 300 habitantes – prazo de instalação de 7 dias
- Instalação de TUPs em cidades com mais de 100 habitantes
- Densidade mínima: 6 TUPs para cada 1000 habitantes
- Instalação de Postos de Serviços Telefônicos (PST) para cidades com mais de 50.000 habitantes. Os PSTs devem oferecer serviços de voz, fax e acesso a internet
- Ofertas de telefones de baixo custo: AICE (Acesso Individual Classe Especial)

### Executores

- Incumbents atuantes no mercado Brasileiro
  - Região I – Telemar
  - Região II – Brasil Telecom
  - Região III - Telefônica

### Financiamento

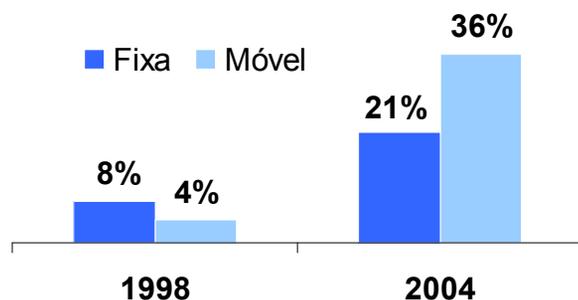
- O governo instituiu em 2000 o FUST (Fundo de Universalização dos Serviços de Telecomunicações). A função do fundo é a de cobrir os custos de universalização que não seriam recuperados com a exploração eficiente do serviço



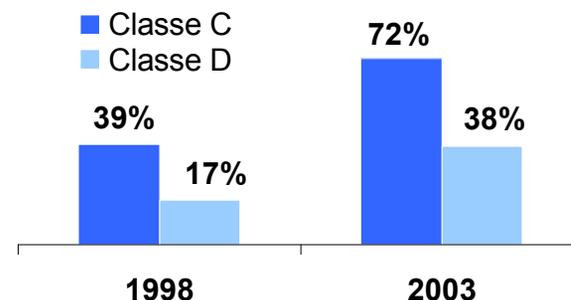
# Resultados das metas de universalização

## Universalização

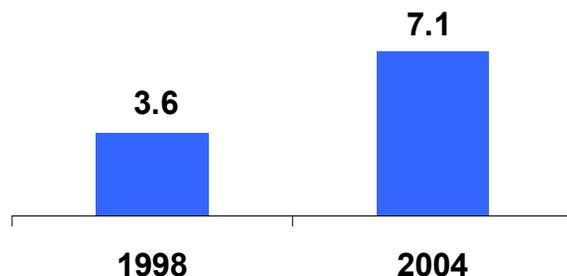
**Penetração de telefonia (%)**



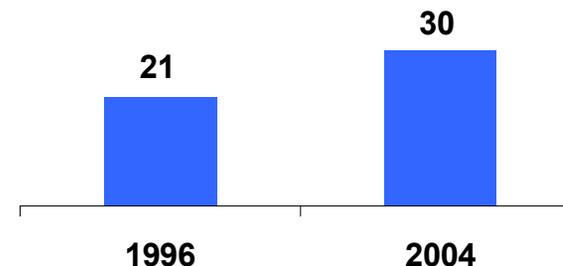
**Lares C e D com linhas fixas (%)**



**Densidade TUPs (por 1000 hab.)**

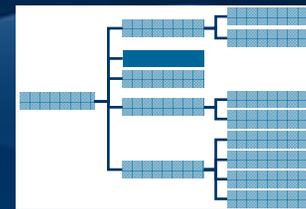


**Localidades atendidas pelo STFC (milhares)**



Fonte: Anatel - Apresentação da Superintendência de Universalização Dez/02, Anatel – Apresentação para a INFOCON SUCESU 2003 - A Regulação do Mercado de Telecomunicações Out/03, Relatório das prestadoras, análise Accenture

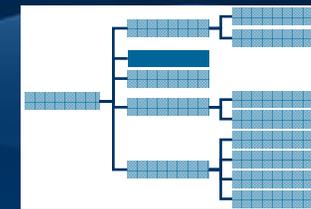
# Desenvolvimento de competição no mercado Brasileiro



## Unbundling

### Histórico

- O *unbundling* estava previsto pela Leis Gerais de Telecomunicações desde 1997
- Até 05/2004 os acordos de *unbundling* para prestação de serviços de banda-larga dependiam de livre negociação entre as prestadoras, mostrando-se inviáveis. Após essa data a agência reguladora definiu os valores máximos a serem praticados pela *incumbents* para o compartilhamento de sua infra-estrutura
- As ofertas das *incumbents* deverão ser orientadas por custo, a partir da entrada em vigor dos novos contratos de concessão em 2006



# Desenvolvimento de competição no mercado Brasileiro

## Portabilidade numérica

### Regras

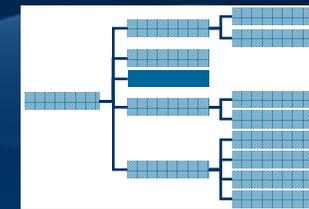
- A portabilidade numérica está prevista para entrada em funcionamento em 2006, juntamente com a entrada em vigor dos novos contratos de concessão
- Diferentemente do mercado Norte-americano, a portabilidade numérica no Brasil não se aplicará a serviços distintos como telefonia fixa e móvel
- A portabilidade numérica será definida para telefones fixos na mesma área local e telefones móveis na mesma área de registro
- A portabilidade numérica para números não geográficos será implantada a nível nacional

## Interconexão

### Regras

- As prestadoras devem publicar a cada 12 meses ofertas públicas de interconexão. Este documento deverá conter informações básicas para o estabelecimento de interconexão de redes
- A partir de 2006 as tarifas de interconexão serão orientadas por Modelo de Custo
- Prestadoras de serviços móveis devem disponibilizar ao menos um POI (Ponto de interconexão) para cada área de mesmo código
- Prestadoras com menos de 5% de market share podem entregar o tráfego em seu próprio POI

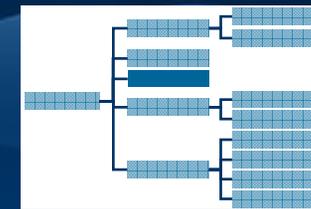
# Regras de qualidade – Telefonia fixa



## Regras de qualidade

- A Anatel elaborou o Plano Geral de Metas de Qualidade (PGMQ) que regulam a qualidade mínima que deve ser oferecida pelas prestadoras de telefonia fixa
- O PGMQ possui indicadores operacionais e de atendimento ao usuário
- Os principais indicadores operacionais são:
  - Tempo para obtenção de sinal de discagem – não podendo ultrapassar 3 segundos em horários maior movimento em 98% dos casos
  - Número de chamadas não completadas por congestionamento na rede – não podendo ultrapassar 4% dos casos
  - Qualidade do sinal sonoro
  - Número de atendimentos de reparo – não podendo ultrapassar 2,0 solicitações para cada 100 acessos
- Os principais indicadores para atendimento do usuário são:
  - Prazo para o atendimento ao usuário residencial no prazo de 24 horas – no mínimo em 97% dos casos
  - Prazo para o atendimento ao usuário residencial no prazo de 8 horas – no mínimo em 97% dos casos
  - Prazo para mudança de endereço de 3 dias – no mínimo em 97% dos casos

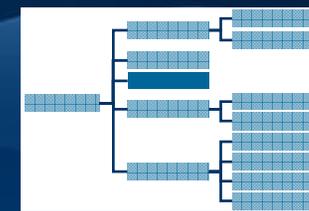
# Regras de qualidade – Telefonia Móvel



## Regras de qualidade

### SMP

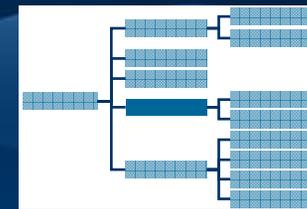
- Os principais indicadores operacionais são:
  - Taxa de estabilidade de chamada, nos períodos de maior movimento, de no mínimo 67%
  - As chamadas devem ser estabelecidas no prazo máximo de 10 segundos – mínimo de 95% dos casos
  - As chamadas interrompidas por queda de ligação na rede, nos períodos de maior movimento, devem ser inferior a 2% dos casos
- Os principais indicadores de atendimento que regulam o SMP são:
  - Taxa de reclamações – menor que 1,0% (em relação ao número de acessos)
  - Reclamação de cobertura e congestionamento – menos de 4 reclamações
  - Serviço de atendimento disponível ao usuário ininterruptamente, 24 horas por dia e sete dias por semana
  - Prazo de atendimento humano de até 10 segundos – mais que 95% dos casos



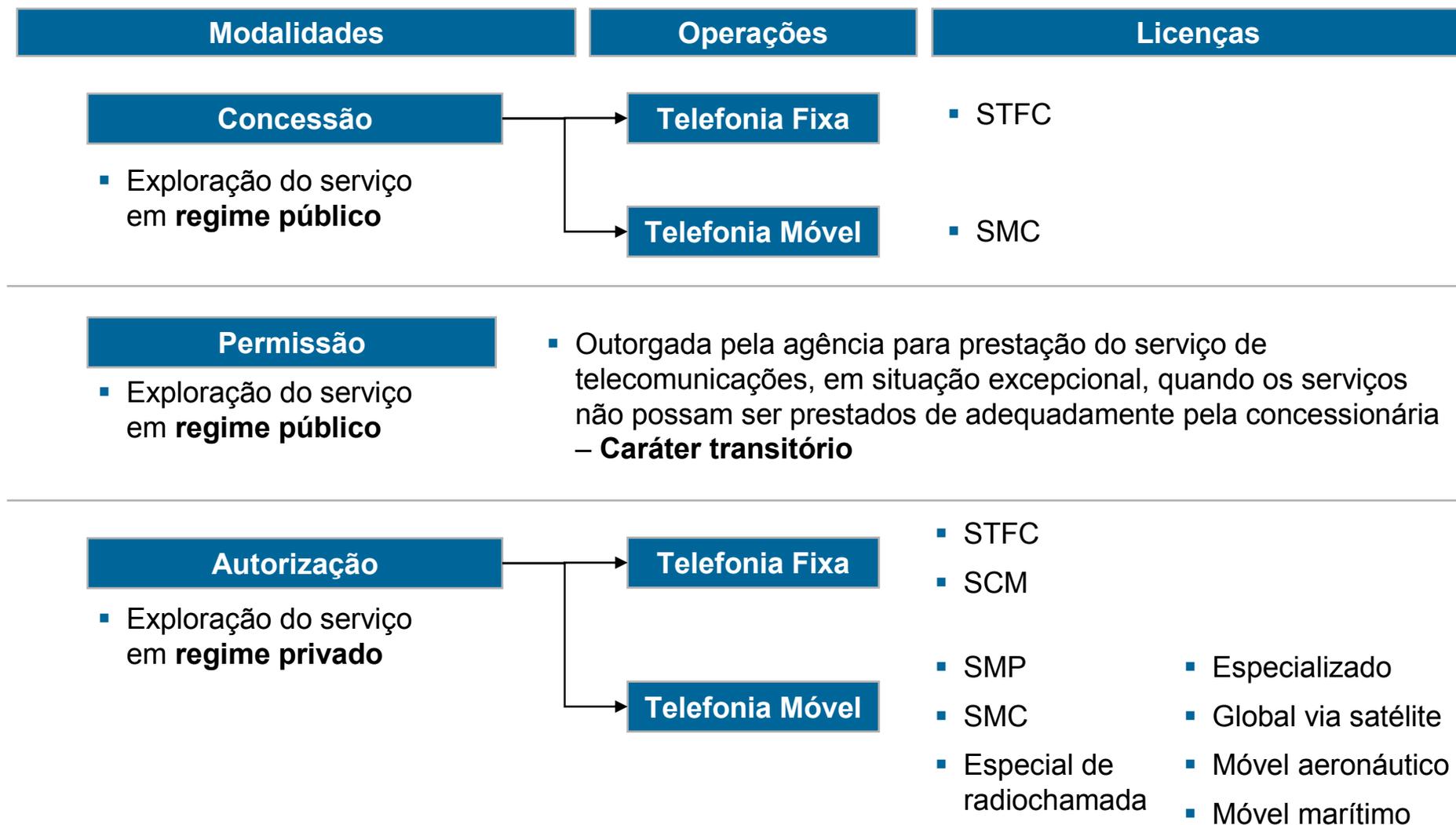
# Regras de qualidade – TV por assinatura

## Regras de qualidade

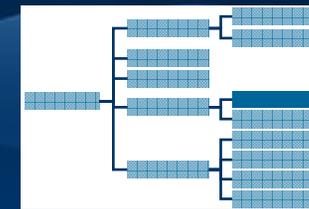
- A partir de 2006, as prestadoras de TV por assinatura deverão disponibilizar dez indicadores que servirão para avaliar a qualidade do serviço prestado
- Os indicadores definidos pela Anatel irão valer tanto para serviços de TV a cabo, MMDS e DTH, sendo eles:
  - Índice de Reclamação do Serviço – IRS (\*)
  - Índice de Instalação do Serviço – IIS (\*)
  - Índice de Desativação do Serviço - IDS
  - Índice de Correspondências Respondidas – ICR
  - Índice de Atendimento Pessoal – IAP (\*)
  - Índice de Chamadas Completadas – ICC
  - Índice de Ligações Atendidas – ILA
  - Índice de Reclamação por Erro em Documento de Cobrança – IREDC
  - Índice de Interrupções Solucionadas – IITS (\*)
  - Índice de Solicitações de Reparos Atendidas – ISRA (\*)
- Os indicadores marcados com (\*) terão metas diferenciadas para localidades em que a Anatel julgar ter uma “Infra-estrutura Urbana deficiente”, como por exemplo algumas favelas da cidade de São Paulo e Rio de Janeiro



# Estrutura de licenças de telecomunicações



# Estrutura de licenças de Radiodifusão e TV por assinatura

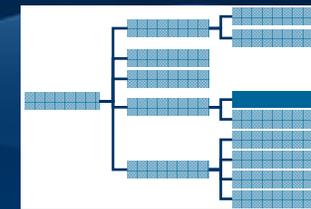


## Licenças de Radiodifusão

Licenças	Características
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Onda Média</li> <li>▪ Onda tropical</li> <li>▪ Onda curta</li> <li>▪ Freqüência modulada FM</li> <li>▪ FM comunitária</li> <li>▪ TV</li> <li>▪ TV Digital</li> <li>▪ SARC</li> <li>▪ Ancilares de TV</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Outorga de licenças concedidas por <b>autorização</b></li> <li>▪ Licenças de radiodifusão separadas por <b>serviços e tecnologias</b></li> <li>▪ <b>Limitação em 30%</b> da participação de <b>grupos estrangeiros</b> no capital de empresas de radiodifusão sonora e de sons e imagens</li> </ul>

## Licenças de TV por assinatura

Licenças	Características
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>TV a cabo</b> – Transmissão de sinais de vídeo por meio físico</li> <li>▪ <b>MMDS</b> – Utilização de faixa de microondas para transmitir sinais a serem recebidos em pontos determinados</li> <li>▪ <b>DTH</b> – Distribuição de sinais de televisão via satélite</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>TV a cabo</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Outorga de licença concedida por concessão</li> <li>▪ Limitação a investimentos de capital estrangeiro: menos de 50% do capital total</li> <li>▪ Obrigatoriedade de distribuição de canais públicos e universitário</li> <li>▪ Obrigatoriedade de distribuição de canais abertos</li> </ul> </li> <li>▪ <b>MMDS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Outorga de licença concedida através de Autorizações</li> </ul> </li> <li>▪ <b>DTH</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Outorga de licença concedida por permissão</li> <li>▪ Controle de habilitação de assinantes deve estar localizada no Brasil</li> </ul> </li> </ul>



# Desenvolvimento de TV digital no Brasil

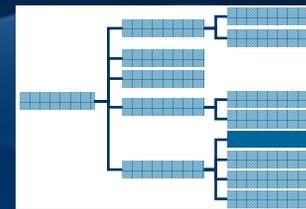
## TV Digital

### Histórico

- Até 2000 as discussões sobre a introdução de TV digital no Brasil ficaram em torno da seleção do padrão a ser adotado e alocação de espectro de frequência
- A Anatel mudou o foco da discussão em 2001 sobre o modelo de TV digital brasileiro lançando em consulta pública um relatório sobre modelo de negócio, modelo de transição e fatores sociais e culturais que interferiam no processo
- Ao final do segundo mandato de Fernando Henrique, 2002, foi definida uma política para implantação de TV digital no Brasil. A definição da política estava voltada para manutenção e ampliação do parque industrial eletrônico Brasileiro
- Em 2003, com a entrada do novo presidente, foi introduzida a idéia de desenvolvimento de um padrão brasileiro de TV digital voltado para inclusão social
- 2005 foi marcada pela troca do Ministro das Comunicações e novamente houveram mudanças nas discussões em torno da TV digital. O novo ministro, Hélio Costa, demonstra não ser favorável a criação de um padrão brasileiro para TV digital retrocedendo às decisões anteriormente tomadas

### Canalização de TV digital

- Aprovado em 06/2005 o “Plano Básico de Distribuição de Canais de Televisão Digital”.
- A Anatel adotou como premissa a manutenção das condições de recepção para o telespectador. Para isso a nova distribuição de canais deveria possibilitar transmissão simultânea analógica e digital na a mesma área de cobertura e faixa de frequência



# Tratamento de novos serviços

## Regulamentação de VoIP no Brasil

### Definições

- A Anatel entende que há diferentes classes de serviços de voz sobre IP, sendo eles:
  - **Classe 1** – Serviço de comunicação eletrônica. Exemplo: Skype. Anatel entende que esses serviços não devem ser regulamentados.
  - **Classe 2** – Prestadora que possui *backbone* implementado através de redes IP. A Anatel exige apenas que a prestadora possua uma licença de telecomunicações para prestar serviços, independentemente da tecnologia utilizada em sua rede
  - **Classe 3** – Prestadoras que utilizam a tecnologia de voz sobre IP para prestar serviços de telefonia semelhante à PSTN. Segundo a Anatel, esse serviço requer uma licença de telecomunicações podendo esta ser a **STFC** ou **SCM**

### Gaps

- Não foi explicitado pela Anatel seu posicionamento em relação a prestadores oferecendo serviços **Classe 1** e que possuem interconexão com a rede pública
- A Anatel também não divulgou um posicionamento em relação a interconexão e remuneração de redes IP

# Agenda

Sumário Executivo

Consumidores

Prestadores de Serviço

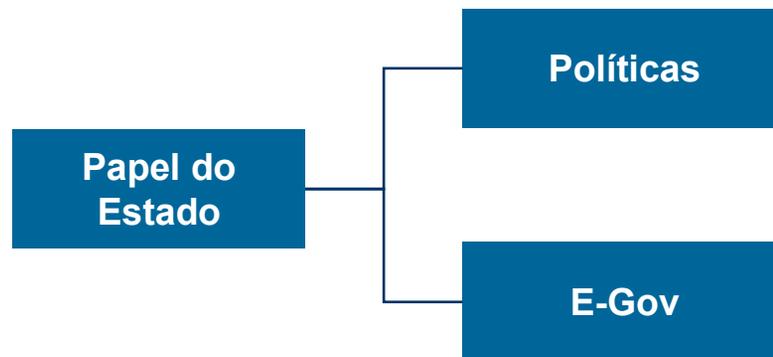
Reguladores

## Papel do Estado

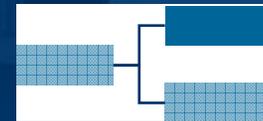
**Políticas**

**E-Gov**

## Item 4 - Estado



# Programa Brasileiro de Inclusão Digital

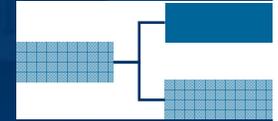


- Programa do **Governo Federal** coordenado pelo **Ministério das Comunicações**
- Destinado a **combater a exclusão digital, reduzir a exclusão social e o desenvolvimento sócio-econômico**
- Baseado na **criação de telecentros em parceria com os municípios qualificados pelo Minicom**
  - Espaços equipados com 10 a 20 **computadores conectados à internet em banda larga**
- Atividades oferecidas
  - **Uso livre** dos equipamentos
  - **Cursos** de informática básica
  - **Oficinas** especializadas
- Premissas de funcionamento do telecentro
  - Disponibilização dos **serviços** à comunidade **sem custo ou a um custo mínimo**
  - **Administração participativa** pela comunidade
  - **Conectividade** em banda larga
  - **Sustentabilidade** do programa após o termino da perceria com o Governo
  - **Gestão adequada** às diretrizes de inclusão digital do Governo Federal

## Detalhes do Programa

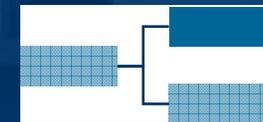
- Critérios para definição dos municípios atendidos pelo programa
  - Índice de desenvolvimento humano do município;
  - Contrapartidas oferecidas;
  - Sinergias com outros programas do governo federal;
  - Articulação com iniciativas de desenvolvimento econômico já existentes no local.
  
- 2 Iniciativas de referência
  - GESAC (Governo Eletrônico Serviço de Atendimento ao Cidadão)
  - Casa Brasil

# Obrigações dos Municípios



- Disponibilizar o local físico para instalação do telecentro
- Arcar com os custos de manutenção mensal das instalações, tais como água, luz, telefone, etc
- Zelar pela segurança e asseio do local
- Elaborar conteúdos sobre as ações e resultados do programa no local e disponibilizá-los no Portal “IDBrasil”
- Atuar como co-gestor do programa de inclusão digital e como elo entre o programa e as comunidades atendidas
- Indicar o profissional local que atuará como co-gestor do convênio
- Disseminar as orientações emanadas pelo concedente junto as comunidades usuárias
- Promover fóruns de discussão e debates com elementos das comunidades, buscando divulgar as metas e diretrizes do programa, dirimindo dúvidas e colhendo contribuições a serem repassadas ao MiniCom
- Apoiar e incentivar as comunidades na plena utilização dos recursos tecnológicos disponibilizados;
- Integrar o telecentro à Comunidade e promover eventos em torno deste, como concursos, treinamentos e debates
- Transformar o telecentro em uma ferramenta de exercício de Cidadania e integração Nacional. Incentivando a pesquisa nos sites dos órgãos de governo, ONGs e outros de interesse para a comunidade
- Incentivar a comunicação eletrônica com outras comunidades, criando um processo de integração Nacional
- Disponibilizar capacitação para os agentes locais, para que estejam sempre atualizados para cumprir sua função
- Acompanhar junto ao MiniCom o desenvolvimento do programa, a fim de identificar as necessidades de treinamento
- Dar recursos humanos e financeiros para atender às demandas dos telecentros e ao bom atendimento dos usuários
- Disponibilizar o local para instalação dos telecentros. O local deve possibilitar pleno acesso aos recursos para toda a comunidade e durante o maior período de tempo possível, inclusive período noturno e finais de semana
- Incentivar as comunidades na produção de conteúdos, um dos indicadores da eficiência e alcance do programa;
- Adotar o Software Livre e desenvolver relacionamento com a comunidade do software livre, trocando informações de relevância para a formação de uma base de conhecimento a ser preservada e disseminada.
- Manter por 5 anos uma política de manutenção das máquinas instaladas e, após esse período, adquirir outras novas.

# GESAC - Governo Eletrônico Serviço de Atendimento ao Cidadão



## O que é

- Iniciativa conjunta com o **Ministério da Defesa (MD)**, **Ministério da Educação (MEC)** e o **Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome (MESA)**
- A política de universalização dos meios de comunicação do MiniCom articula-se com as políticas comunitárias e estratégicas das Forças Armadas através do MD, com a política de educação do MEC e com a política de combate à fome do MESA.
- **Visa levar não só equipamentos e conexão**, mas serviços e metodologia de trabalho que permitam **mudar a realidade local dos cidadãos.**

## Como funciona

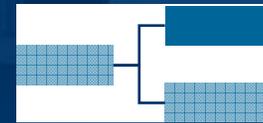
- Utiliza ferramentas de tecnologia da informação para **promover inclusão digital em todos os estados brasileiros.**
- A base de trabalho é desenvolvida a partir de uma **cesta de serviços em software livre** que complementa a **conectividade via satélite com sinal de alta velocidade de 2Mb por ponto de presença e serviços de e-mail, escritório, laboratório virtual, hospedagem de páginas e canal de notícias**
- Fomentar a **produção de conteúdos** e o **desenvolvimento cultural e econômico local**

## Visão

	<u>Visão GESAC</u>	<u>Outros Projetos</u>
Onde Atua?	Comunidade	Cidadão
Qual é o alcance?	Rede de Conhecimento	Localidade isolada
O que oferece?	Interatividade e Conteúdo	Somente Acesso
Como oferece?	Telecentro	Quiosque
Como é viabilizado?	Sinergia com outros programas de Governo e Parcerias	Programa isolado
Qual é a plataforma utilizada?	Software Livre	Software Proprietário

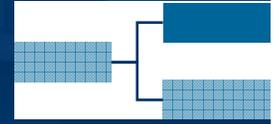


# Próximos passos



- Novas ofertas de serviços
  - Telefonia IP
  - Vídeos educativos selecionáveis em MPEG-4
  - Telemedicina
  - Vídeo-conferência (multi-cast)
  - SIG - Sistema de informações georeferenciadas (software livre)
  - Segurança Pública
- Mais 1200 pontos de presença

# Projeto Casa Brasil

casa  
BRASILConhecimento e cidadania  
morando juntos.

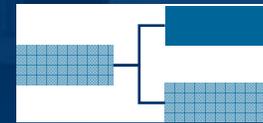
## O que é

- Espaço comunitário, de **uso gratuito e acesso irrestrito**, que tem como finalidade funcionar como um **centro de alfabetização tecnológica, divulgação da ciência, cultura e arte, gerando inclusão social e ampliação da cidadania**. As unidades serão implantadas em **comunidades de baixa renda** com o objetivo de **reduzir a desigualdade social e proporcionar a inserção crítica das comunidades na sociedade do conhecimento**.

## Objetivos

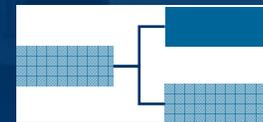
- Trabalhar para a redução da desigualdade social;
- Viabilizar a apropriação autônoma e livre das novas tecnologias;
- Estimular o desenvolvimento da cidadania ativa;
- Fortalecer as ações das organizações da sociedade civil e a participação popular;
- Contribuir para a formulação de políticas públicas mais eficazes e justas;
- Promover a integração da comunidade, estimulando o lazer, a cultura e o convívio social;
- Democratizar as comunicações;
- Proporcionar um espaço para a manifestação cultural local e regional;
- Estimular e difundir o hábito de leitura;
- Divulgar a ciência;
- Promover inclusão digital e preparação para o mundo do trabalho através dos Laboratórios de Montagem e Manutenção de Equipamentos de Informática;
- Proporcionar à comunidade a oportunidade de criar e editar conteúdo multimídia;
- Promover o acesso da população às Unidades Bancárias;
- Promover a divulgação e o acesso aos Programas do Governo Federal através das unidades locais do Projeto Casa Brasil e do Portal Casa Brasil.

# A Casa Brasil caracteriza-se por ser uma estrutura modular



**O Projeto Casa Brasil tem o objetivo de implantar 90 unidades em todo território nacional, que serão selecionadas através de edital**

# Critérios de escolha das cidades atendidas

casa  
BRASILConhecimento e cidadania  
morando juntos.

- As capitais que possuem população acima de 1,2 milhão habitantes poderão ser contempladas com até 3 unidades do Projeto Casa Brasil.
- As capitais que possuem população entre 700 mil até 1,2 milhão habitantes poderão ser contempladas com até 2 unidades do Projeto Casa Brasil.
- As capitais que possuem população até 700 mil habitantes poderão ser contempladas com 1 unidade do Projeto Casa Brasil.
- Excluídas as capitais, 6 cidades na região Centro-Oeste e 7 cidades nas demais regiões do país sendo distribuídas pela ordem de maior população visando atingir um maior número de Estados por região, ressalvadas as cidades de população inferior a 50 mil habitantes.
- Na hipótese de não haver candidato para as cidades relacionadas, será selecionada a cidade de maior população no respectivo estado entre as relacionadas nas tabelas de localidades suplementares.

# Programas de inclusão digital no Brasil



	Sud Mennucci - SP	Piraí - RJ
# de habitantes	7.363	23.600
Motivação	<ul style="list-style-type: none"> <li>Interligar os estabelecimentos da prefeitura</li> <li>Oferecer conexão à internet</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Interligar os estabelecimentos municipais como escolas e a prefeitura</li> <li>Oferecer conexão à internet</li> </ul>
Características	<ul style="list-style-type: none"> <li>Acesso à Internet oferecido gratuitamente pela prefeitura, por meio de conexão WiMax</li> <li>Contratação de um link de 1 Mbps</li> <li>Conexão de WiMax com capacidade para servir até 200 pontos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Quiosques para acesso gratuito à internet</li> <li>Contratação de um link de 14 Mbps para conexão da rede WiMax</li> </ul>
Resultados	<ul style="list-style-type: none"> <li>7% das residências já conectadas</li> <li>Melhoria na produtividade do comércio local com a utilização da internet</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Todas as repartições públicas da cidade foram conectadas via Web</li> <li>A internet já está sendo utilizadas nas escolas públicas</li> </ul>

# Programas de inclusão digital no Brasil

## PC conectado

- Iniciativa pública -

- População alvo: microempresas e classes C e D da população que não têm acesso a computador e acesso à internet
- Dinâmica: Custa R\$1.4 mil, podendo ser parcelado em até 24 vezes, com juros 2% ao mês. Há redução de impostos para os fabricantes. As empresas de telecomunicações concordaram em facilitar o acesso à internet para os usuários do programa cobrando R\$ 7,50 por mês por 15 horas.
- Resultados: Com lançamento previsto para dezembro de 2004, o programa já foi adiado três vezes. O governo estima que 1 milhão de máquinas possam ser vendidas até o final de 2006

■ Democratização do conhecimento (informação)

## Escola em Rede (Telemar)

- Parceria público privado -

- População alvo: escolas públicas estaduais que já contam com computadores e estão na região atendida pela Velox, sistema de banda larga (internet em alta velocidade) da empresa.
- Dinâmica: A Telemar assinou em Abril de 2004 com o governo de Minas Gerais convênio para a participação nesse programa de ICT. Durante 12 meses, as escolas poderão usar a rede gratuitamente. A empresa já assinou convênios com os governos de Pernambuco, Espírito Santo, Paraíba, Alagoas e Rio Grande do Norte e deverá firmar convênios com o governo e a prefeitura do Rio de Janeiro.
- Resultados: Em investimentos e custeio a Telemar já desembolsou R\$ 15 milhões. Estão previstos mais R\$ 15 milhões para o atendimento de um milhão de alunos. A Telemar vai interligar 600 escolas públicas estaduais inicialmente em MG.

■ Democratização do conhecimento (informação)  
■ Educação



- Iniciativa pública -

- População alvo: professores de ensino básico e médio com renda mensal de até dois mil reais.
- Dinâmica: A Caixa Econômica Federal e o Banco do Brasil montaram uma linha de crédito, através do programa Geração de Emprego e Renda, para professores do ensino médio e fundamental adquirirem computadores. Os prazos para o financiamento é de 36 meses no Banco do Brasil e 18 meses na Caixa Econômica Federal.

■ Desenvolvimento do quadro de colaboradores  
■ Educação

# Programas de inclusão digital no Brasil



- Iniciativa privada -

- População alvo: comunidades de baixa renda e portadores de deficiência.
- Dinâmica: Atua desde 1995 implementando programas educacionais no Brasil e no exterior através de suas Escolas de Informática e Cidadania – o CDI.
- Resultados: O CDI está representado através de Comitês Regionais em 37 cidades, de 20 estados brasileiros, e também em outros dez países. São 833 EICs, contando com 1.666 educadores, mais de 536 mil educandos formados, mais de 4,1 mil computadores instalados e 1.000 voluntários.

- **Voluntariado**
- **Educação**



- Iniciativa privada -

- População alvo: pequenas empresas
- Dinâmica: ViaSebrae é uma plataforma de e-commerce desenvolvida através de uma joint venture entre uma empresa de software privada chamada Paradigma e o Sebrae/SC. Sebrae subsidia o segmento B2C com receitas do segmento mais lucrativo B2B. O modelo serve objetivos sociais ao permitir as pequenas empresas participar em iniciativas de e-commerce que não teriam acesso, e ganhar maior poder de barganha pela união de vários compradores.
- Resultados: Schmitt, diretor de vendas da Paradigma, estima que o ViaSebrae atinge o break even com 2,000 companhias operando no portal.

- **Comércio eletrônico**
- **Estímulo a pequena empresa**

## Outros Programas



# Políticas públicas para investimentos em ICT

## Governo Eletrônico



### Governo eletrônico

#### Histórico

- **2000** – Criação de um grupo de trabalho Interministerial com a finalidade de examinar e propor políticas, diretrizes e normas relacionadas com as novas formas eletrônicas de interação, através do Decreto Presidencial de 3 de abril de 2000 – Governo Eletrônico
- **2002** – Publicado um documento com o balanço das atividades desenvolvidas nos 2 anos de Governo Eletrônico, com capítulos dedicados à política de e-Gov, avaliação da implementação e dos resultados, além dos principais avanços, limitações e desafios futuros do programa
- **2003** – O Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão, criou oito comitês técnicos de com a finalidade de analisar temas referentes a implantação e desenvolvimento dos serviços de e-gov

#### Resultados

- Um dos resultados do grupo de trabalho foi a criação de um portal do governo oferecido aos cidadãos através do site [www.redegoverno.gov.br](http://www.redegoverno.gov.br). Além de ser um portal de serviços, ele também traz diversas informações sobre legislação e indicadores do país

# Políticas públicas para investimentos em ICT

## Projetos em andamento



### Projetos em andamento - Governo eletrônico

Projeto	Descrição
<p><b>Infovia Brasil</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Descrição:</b> Consiste na obtenção de uma rede de comunicação de voz, dados e imagens de alta velocidade, com abrangência nacional, o que irá permitir a integração de todos os órgãos da administração pública federal no País</li> <li>▪ <b>Benefício:</b> Redução e melhor controle de gastos, além de contribuir para a padronização, aumentar a confiança e a segurança das informações governamentais que trafegam nas redes</li> </ul>
<p><b>e-PING</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Descrição:</b> definição de um conjunto mínimo de premissas, políticas e padrões que regulamentam a utilização da Tecnologia de Informação e Comunicação (TIC) no Governo Federal, estabelecendo as condições de interação com os demais poderes e esferas de governo e com a sociedade em geral. Isso significa fazer com que os diferentes sistemas de informação existentes nas diferentes esferas de governo consigam “falar entre si”, o que não acontece hoje em dia</li> <li>▪ <b>Benefício:</b> Unificação dos cadastros sociais, a unificação dos sistemas de segurança, a unificação dos Detrans, entre outros</li> </ul>

# Políticas públicas para investimentos em ICT

## Próximos passos



### Próximos passos - Governo eletrônico

Projeto	Descrição
<p><b><i>Serviços interoperáveis</i></b></p>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ <b>Descrição:</b><ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Serviços interoperáveis nacionais:</b> Implantação de serviços públicos com integração das administrações Municipais, Estaduais e Federal. Para isso o governo realizou no primeiro semestre de 2005 uma pesquisa com cidadãos, empresas e órgãos públicos para levantar a demanda por serviços públicos e canais preferenciais de entrega</li><li>• <b>Serviços interoperáveis entre países:</b> Desenvolver os padrões para implementação de serviços transfronteiriços em áreas como Segurança, Importação, Exportação, Licitações públicas, entre outros</li></ul></li></ul>

# No Brasil, existem iniciativas nacionais e municipais relacionadas à ampliação da utilização da tecnologia.

## Iniciativas governamentais

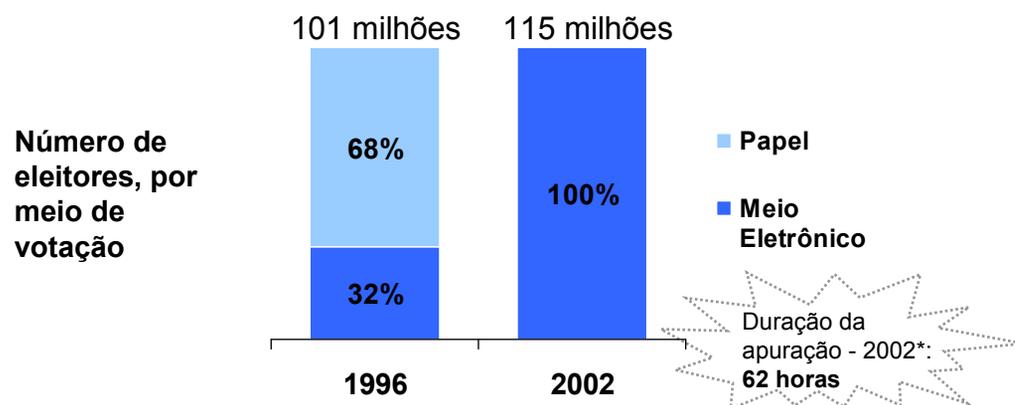
### Eleição com votação Eletrônica

- Os eleitores utilizam um microcomputador para registrar seus votos – *Urna eletrônica*
- As urnas eletrônicas são constituídas de um microterminal de controle e pelo terminal do eleitor
- As urnas eletrônica foram utilizadas pela primeira vez nas eleições de 1996
- As urnas possibilitaram uma diminuição no tempo de apuração e uma maior transparência no processo eleitoral

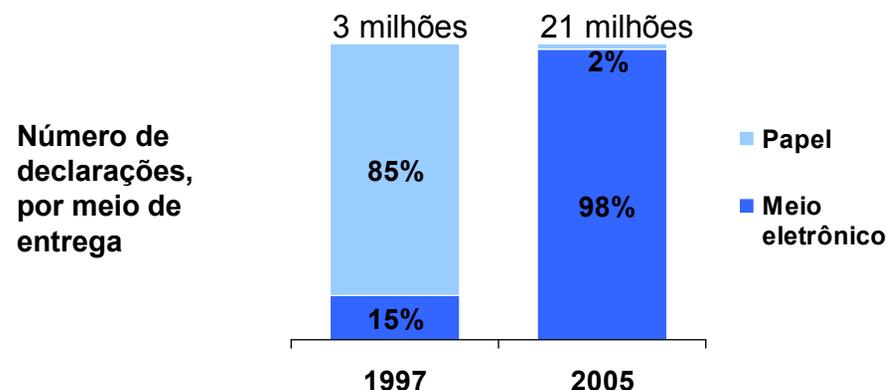
### Arrecadação de IR por Meios Eletrônicos

- Serviço eletrônico que valida e transmite, via Internet, as declarações de impostos e contribuições federais de pessoas físicas e jurídicas
- Possibilita ao governo um maior controle das declarações e também um mecanismo mais eficiente no controle de fraudes

### Resultados - Eleição com Votação Eletrônica



### Resultados - Arrecadação de IR por Meios Eletrônicos



\*Eleições em primeiro turno: presidente, governadores e congresso

Obs: Nas eleições de 2000, a marca de 100% de votos por meio eletrônico já havia sido obtida

Fonte: TSE, TRE-SP, SERPRO, O Estado de São Paulo, Newsweek, análise Accenture

# Políticas públicas para investimentos em ICT

## Portal de compras



### Portal de compras

#### Descrição

- O COMPRASNET é o portal de compras do Governo Federal instituído pelo Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão para disponibilizar, à sociedade, informações referentes às licitações e contratações promovidas pelo Governo Federal, bem como permitir a realização de processos eletrônicos de aquisição
- O acesso ao portal é livre e os interessados podem visualizar os avisos de licitação, as contratações realizadas, a execução de processos de aquisição pela modalidade de pregão e outras informações relativas a contratações realizadas pela Administração Federal. O COMPRASNET também disponibiliza a legislação que regula o processo de serviços gerais e de contratação, publicações relativas ao assunto e manuais relativos aos serviços oferecidos pelo Portal.

#### Benefícios

- **Economia na compra de bens e serviços por parte do Estado**
- **Maior transparência nos processos públicos de compra**
- **Redução no tempo de licitação e contratação de serviços**

# Anexos

# Comparação PC Conectado vs. Caso da Tailândia

		Brasil 	Tailândia 
<b>PNB PPP</b>		\$7,450	\$6,980
<b>Penetração (2002)</b>	<b>PCs</b>	8%	3%
	<b>Usuários de Internet</b>	9%	6%
	<b>Telefonia Fixa</b>	22%	10%
	<b>Telefonia Móvel</b>	20%	28%
<b>População Alvo</b>		Microempresas e classes C e D da população que não têm acesso a computador e acesso à internet	Cidadãos tailandeses sem acesso a computador, incluindo estudantes e oficiais do governo.
<b>Produto</b>		Desktop	Desktop e Laptops
<b>Valor (US\$)</b>		513,00	254,00* (laptops de 400,00 a 1.000,00)
<b>Parceria para financiamento</b>		<b>Parcelado em até 2 anos (juros de 2,5% a.m, subsidiado pelo Fundo de Amparo do Trabalhador (FAT) – Bancos do Governo e possivelmente bancos e financeiras privados</b>	<b>Parcelado em até 3 anos (juros de 6,25% no período de 2 anos – obs: mais subsídios do governo para empréstimo a oficiais) - bancos Government Savings Bank e Krung Thai Bank</b>
<b>Acesso a internet</b>		As empresas de telecomunicações concordaram em facilitar o acesso à internet para os usuários do programa cobrando <b>R\$ 7,50 por mês por 15 horas</b>	Pacote de <b>5 horas</b> para acesso <b>gratuito</b> a internet
<b>Configuração da máquina</b>		<b>Pacote fechado</b> com sistema operacional Linux e 26 aplicativos livres. Configuração padrão	<b>Liberdade de escolha</b> de sistema operacional* e configuração básica do PC
<b>Parceria com fabricantes</b>		Haverá isenção de impostos para os fabricantes, e empréstimos do BNDES para estimular a fabricação do computador. PCs serão entregues por varejistas	Os PCs eram montados por 14 fabricantes locais, membros da Association of Thai Computer Manufacturing, e eram entregues pelos correios
<b>Estimativas</b>		1 milhão de máquinas vendidas em um ano.	100,000 unidades na 1ª fase. Foram vendidas 170,000 unidades. A penetração de PCs aumentou de 2,43 (2001) para 6,50 (2004), ao final do projeto

Nota: \*Custo adicional para opção por sistemas operacionais da Microsoft - Câmbio de 31/12/2004  
 Fonte: IDC; Morgan Stanley, World Bank, IDC; análise Accenture

© 2005 Accenture, em parceria com Guerreiro Teleconsult, mediante contrato com a Telebrasil e o Sinditelebrasil. Todos os direitos reservados.