



## MENSAGEM DO PRESIDENTE

### O TEMA DA SUSTENTABILIDADE NA OI

Os temas ligados à Sustentabilidade têm ganhado cada vez mais visibilidade e importância na agenda da companhia, fato verificado pela evolução gradativa da implementação de iniciativas vinculadas ao tema.

Podemos dizer que 2010 foi um ano em que galgamos alguns degraus essenciais na escada do nosso alinhamento com relação à Sustentabilidade, melhorando a nossa postura proativa, reconhecendo que investimentos socioambientais podem contribuir para o melhor gerenciamento de riscos, bem como para a geração de oportunidades de negócios.

Sabemos que é fundamental incorporar este tema em nossa estratégia, em nossos negócios e processos, bem como em nossas operações. Neste sentido, vimos aprimorando as nossas práticas, à medida que disseminamos este conceito dentro da companhia.

Continuamos realizando campanhas internas de conscientização ambiental, bem como atualizando a nossa Política de Sustentabilidade, cujo objetivo é estabelecer diretrizes que orientem a construção de mecanismos que visem à continuidade do negócio e ao gerenciamento dos impactos socioambientais. Este compromisso representa a base institucional do Programa Oi de Sustentabilidade, que visa promover práticas relacionadas ao tema por meio da sensibilização e comprometimento dos colaboradores, gestores e parceiros da companhia.

Há quase dois anos, a Oi assumiu um compromisso público voluntário, aderindo ao Pacto Global das Nações Unidas, cujos Princípios se tornaram uma referência importante para as decisões da companhia.

Por isso, por meio desta mensagem, declaramos o nosso apoio contínuo ao Pacto Global, reafirmando nosso compromisso com os seus dez Princípios, bem como demonstramos neste Relatório as práticas adotadas voltadas à Defesa dos Direitos Humanos, Direitos do Trabalho, Meio Ambiente e Combate à Corrupção.

Investimos sempre em nossos talentos e apoiamos a diversidade de nossa Gente, por meio de uma gestão de recursos humanos pautada na capacitação e desenvolvimento de colaboradores, na saúde e segurança do trabalhador e na criação de programas de reconhecimento.

O nosso Código de Ética, que incorpora os princípios do Pac-

to Global em inúmeros aspectos, completou três anos em 2010. Extensivo aos nossos fornecedores e parceiros, é continuamente divulgado em nossos canais de comunicação internos, nos treinamentos presenciais e por meio da atuação dos Agentes de Ética, reforçando a importância das diretrizes definidas neste instrumento.

A Governança Corporativa integra o nosso modelo de gestão, inclusive por meio da adoção de metas de Sustentabilidade para os principais executivos da companhia. Desenvolvemos ainda uma série de iniciativas de responsabilidade ambiental, dentre as quais vale destacar a realização do inventário de emissão de gases do efeito estufa, a ampliação dos pontos de coleta de baterias e telefones móveis nas lojas Oi, além de medidas para redução do consumo de energia elétrica, entre outras.

O Oi Futuro, braço de responsabilidade social da companhia, presente em todos os Estados do Brasil, atua há uma década em programas nas áreas social, de educação, cultura e esportes, e ampliou em 2010 o seu escopo de atuação, lançando o primeiro edital de apoio a projetos de preservação e conservação ambiental. Neste período, o instituto vem cumprindo sua missão de democratizar o acesso ao conhecimento para acelerar e promover o desenvolvimento humano, beneficiando mais de 4 milhões de pessoas.

Como resultado da continuidade e evolução dessas ações e o fortalecimento da Sustentabilidade em nossa companhia, permanecemos pelo terceiro ano consecutivo na carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da BM&FBovespa, bem como integramos em 2010 a primeira carteira do Índice de Carbono Eficiente da BM&FBovespa, resultado de uma parceria desta com o BNDES.

A Oi, consciente do seu papel e a importância da promoção da inclusão social, presta serviços convergentes e integrados de telecomunicações visando ampliar o número de pessoas e localidades com acesso à comunicação e tecnologias de informação, pois sabe que o desenvolvimento sustentável do País também depende do desenvolvimento de cada ser humano, e o direito deste à vida, liberdade, igualdade, segurança e à propriedade.

Somos uma empresa que pensa com ousadia e que sabe da necessidade de incorporar aspectos socioambientais em seus negócios. Portanto, queremos permanecer atuando com responsabilidade e contribuindo para a construção de um mundo sustentável.



Luiz Eduardo Falco Pres Corrêa  
Diretor Presidente



## MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO

Com a aquisição da Brasil Telecom, em janeiro de 2009, a Oi iniciou um ciclo que a transformou na principal provedora de serviços de telecomunicações do país, com presença nacional e, de fato, a única realmente integrada e *quadruple play*. Como parte deste processo, ao longo de 2009 a Administração focou na integração entre as operações da Oi e da Brasil Telecom e em 2010, com a consolidação da integração, foi possível capturar todas as sinergias operacionais, fortalecendo ainda mais a companhia para que ela continue crescendo e aproveitando as oportunidades que o mercado brasileiro oferece.

Em 2010, do ponto de vista operacional, cabe destacar que o crescimento de 8,8% da base de clientes de telefonia móvel veio acompanhado do aumento de 4,1% do ARPU (*Average Revenue Per User*), que em 2010 foi de R\$ 22,60 e da melhoria do mix, com o aumento do percentual de pós-pago e Oi Controle na base total de clientes em 1 ponto percentual. Com relação à Banda Larga, em 2010, além do crescimento de 3,4% da base de clientes, avançamos tanto na cobertura, já atingindo mais de 4 mil municípios no Brasil, quanto no processo de investimento em fibras para a oferta de velocidades mais altas. Hoje a Oi tem a maior rede de acesso à banda larga fixa do Brasil, o que coloca a empresa em uma posição bastante favorável para aproveitar o processo de massificação destes serviços que o país experimentará nos próximos anos.

Ao longo de 2010, evoluímos também na qualidade de nossas operações, inclusive no atendimento ao cliente, o que se reflete na melhoria dos indicadores de qualidade estabelecidos no contrato de concessão e divulgados periodicamente pela Anatel – Agência Nacional de Telecomunicações.

Com relação ao desempenho financeiro, apoiado na forte geração de caixa e na melhoria da rentabilização da sua base de clientes, traduzidos pelo crescimento de 5,4% no EBITDA consolidado e de 2,3 pontos percentuais da Margem EBITDA consolidada, conseguimos reduzir o nosso nível de endividamento que havia sido elevado para a aquisição da Brasil Telecom. A razão entre dívida líquida e EBITDA caiu de 2,2 vezes em 2009 para 1,8 vez ao final de 2010. Além disto, tivemos êxito tanto em emissões nacionais (Certificado de Recebíveis Imobiliários) quanto internacionais (*Bonds* em dólares e euros), que permitiram o alongamento do prazo médio da dívida, bem como a redução do seu custo médio.

Em paralelo, avançamos nos assuntos ligados à Sustentabilidade. Este tema vem ganhando cada vez mais visibilidade e importância na agenda da companhia, o que se verifica com a implementação crescente de iniciativas vinculadas ao assunto, tais como a revisão e atualização da sua Política de Sustentabilidade, a introdução de metas de Sustentabilidade para os principais executivos da companhia, bem como a realização do primeiro inventário de gases do efeito estufa, entre outras ações presentes no Programa Oi de Sustentabilidade.

Como resultado da evolução destas ações e do fortalecimento da Sustentabilidade em sua estratégia, a Oi permaneceu pelo terceiro ano consecutivo na carteira do ISE – Índice de Sustentabilidade Empresarial da BM&FBovespa – e é uma das integrantes da primeira carteira do Índice de Carbono Eficiente, lançada em 2010, cuja iniciativa é resultado de uma parceria entre a BM&FBovespa e o BNDES.

Em síntese, no ano de 2010, a Oi continuou o seu movimento estratégico, consolidou-se como a principal operadora de telecomunicações do Brasil, ao mesmo tempo em que melhorou a sua rentabilidade e reduziu o seu grau de endividamento.

No ano de 2011, a estratégia é dar continuidade a este ciclo, explorando as oportunidades de crescimento com foco em banda larga fixa em todo território nacional, na telefonia móvel, principalmente nas Regiões II\* e III\*\*, e em TV por assinatura, uma importante ferramenta de proteção para o negócio de telefonia fixa. Além disto, o foco na melhoria da qualidade dos serviços da Oi continua sendo prioridade, uma vez que a companhia entende que, para o crescimento ser sustentável, o cliente deve perceber cada vez mais qualidade no serviço prestado.

Uma importante contribuição para o sucesso dessa estratégia será a entrada da Portugal Telecom na estrutura societária da Oi. Em janeiro de 2011, anunciamos a assinatura dos instrumentos contratuais necessários à implementação da parceria com a Portugal Telecom. Essa parceria estratégica traz benefícios financeiros e operacionais para a Oi.

Operacionalmente, a entrada deste novo sócio agregará muito para a companhia em termos de qualidade, ofertas, tecnologia e conhecimento em operações internacionais. A Portugal Telecom tem larga experiência no mercado móvel, de televisão e em banda larga fixa e móvel em Portugal e nos países onde está presente.

Essa aliança permitirá à Oi ampliar a sua capacidade de in-

vestimento e de expansão nacional nos mercados de banda larga, TV por assinatura, 3G e serviços convergentes. As duas empresas desenvolverão estratégias de cooperação para ampliar presença nos mercados que já atuam e em novos.

Além disso, os aumentos de capital já anunciados ao mercado permitirão à companhia atingir maior robustez financeira para fazer frente aos novos desafios que se apresentam no mercado brasileiro.

Diante do exposto acima, o ano de 2011 trará à Oi novos e importantes desafios, e estamos confiantes de que teremos sucesso mais uma vez na estratégia definida.

**Luiz Eduardo Falco Pires Corrêa**  
**Diretor Presidente**

**José Mauro Mettrau Carneiro da Cunha**  
**Presidente do Conselho de Administração**

\* Região II: compreende os Estados das regiões Sul e Centro-Oeste, e os Estados de Rondônia e Acre.

\*\* Região III: compreende o Estado de São Paulo.

## A ECONOMIA E O NOSSO MERCADO

Ao final do ano, o Banco Central adotou medidas macroeconômicas com o objetivo de reduzir o acelerado ritmo de crescimento das concessões de crédito para o consumo. Este movimento foi visto como o início do ciclo de aperto financeiro implementado pela Autoridade Monetária. Há expectativas de crescimento da inflação para 2011, que continuará subindo e alcançará o nível de 5,8%, de acordo com a pesquisa Focus do Banco Central, realizada em 14 de março de 2011. O consenso do mercado, em termos de atividade para 2011, é um crescimento do PIB acima de 4,5%. Este forte ritmo de crescimento da economia brasileira é suportado pelo nível da taxa de desemprego, que no mês de novembro de 2010 atingiu o menor patamar da série iniciada em 2002.

A atividade econômica global seguiu mostrando sinais de força ao longo de 2010. Os países emergentes continuam crescendo a taxas expressivas e as economias desenvolvidas expandindo em ritmo mais lento e ainda distantes da plena utilização dos fatores produtivos. No entanto, importantes economias avançadas, como é o caso dos Estados Unidos e da Alemanha, têm dado sinais consistentes de aceleração do crescimento. Por outro lado, os países emergentes, particularmente Índia, China e Brasil, estão tendo que lidar com os excessos do crescimento.

### O SETOR DE TELECOMUNICAÇÕES EM 2010

O total de acessos dos serviços de telecomunicações no Brasil somou cerca de 268,6 milhões em 2010, representados por 42 milhões de terminais fixos em serviço, 203 milhões de clientes móveis, 13,8 milhões de acessos de internet em banda larga fixa e 9,8 milhões de clientes de TV por assinatura.

A evolução de 14,5% ou 34 milhões de acessos, em relação a 2009, representa o segundo maior crescimento da história do setor, motivado principalmente por adições líquidas expressivas do segmento móvel.

#### > TELEFONIA FIXA

O mercado brasileiro de telefonia fixa encerrou 2010 com 42 milhões de linhas em serviço, evolução de 1,2% sobre o ano anterior. Este segmento encontra-se maduro, com crescimentos apenas marginais, uma vez que existe uma tendência mundial de migração do tráfego de telefonia fixa para o

de telefonia móvel.

Por outro lado, enquanto que, ao final de 2009, as concessionárias de telefonia fixa possuíam 80% do total de seus terminais fixos em serviço, em 2010, esta relação se modificou para 77%.

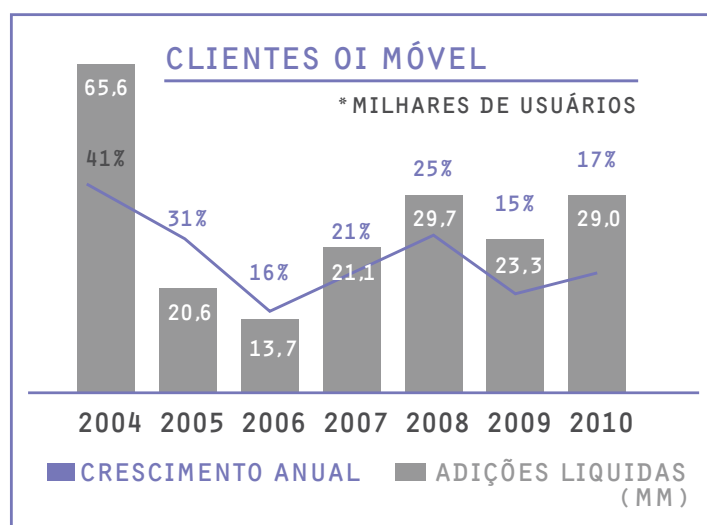
#### > TELEFONIA MÓVEL

Com 203 milhões de clientes em 2010 e taxa de penetração de 104,7% sobre a população, o mercado de telefonia móvel brasileiro apresentou crescimento expressivo por mais um ano, mantendo-se como quinto maior da América Latina e na quinta posição em termos mundiais. As adições líquidas somaram 29 milhões de clientes em 2010, refletindo surpreendente crescimento de 16,6% no ano, superior a 2009, que apresentou adições líquidas de 23,3 milhões e expansão de 15,5%.

Com evolução de 16,1% no ano, o segmento pré-pago representava 82,3% do total de clientes móveis ao final de 2010, cuja relação foi de 82,5% em 2009.

O segmento pós-pago teve evolução de 18,1%, superior aos 8,8% de 2009.

Em 2010, cabe destacar a expressiva evolução dos acessos de banda larga móvel. Com quase 12 milhões de novas adições em 2010, os acessos de terceira geração (3G) totalizaram 18,9 milhões ao final do ano. Deste total, cerca de 4,3 milhões correspondem a minimodems, enquanto que o restante a acessos 3G por meio de aparelhos móveis via planos de dados. O significativo crescimento de cerca de 170% na base de acessos 3G evidencia o potencial deste mercado.



#### > BANDA LARGA FIXA

O mercado de acesso à internet via banda larga manteve-se como uma das alavancas de crescimento do setor em 2010. Ao final de dezembro deste ano, a base de clientes alcançou cerca de 13,8 milhões de acessos, revelando o crescimento de 21,2% frente a dezembro de 2009, o que representou 2,4 milhões de novos clientes. A penetração dos serviços de banda larga no país, considerando-se as tecnologias de acesso por cabo, ADSL e rádio, situava-se em 24% dos domicílios brasileiros, demonstrando que ainda existe grande potencial de expansão neste mercado.

Cerca de 54% das adições líquidas na base de clientes dos serviços de banda larga fixa ocorreram por meio da tecnologia ADSL (57% em 2009), que é a principal tecnologia de banda larga oferecida pela Oi.

Cabe ressaltar que a desaceleração das adições líquidas de banda larga fixa, verificada a partir de 2010, decorre do fato de que a alternativa de conexão via banda larga móvel aumentou consideravelmente, com ofertas de todas as operadoras móveis no mercado.

#### > TV POR ASSINATURA

Em 2010, a base de clientes dos serviços de TV por assinatura mostrou evolução recorde com 2,3 milhões de novos acessos, cujo crescimento foi de 30,7% neste ano, superando os 18,2% de 2009. Os acessos de TV por assinatura totalizaram 9,8 milhões de assinantes.

Essa evolução, por mais um ano, foi impulsionada pelo crescimento dos pacotes voltados para as camadas de menor poder aquisitivo da população brasileira, em que ainda existe forte demanda reprimida no país. A taxa de penetração relativamente ao total de domicílios atingiu aproximadamente 17%, ultrapassando os 13% de 2009, o que comprova o potencial de crescimento deste mercado no país.

Os acessos via tecnologia *DTH* (*Direct to Home*) foram responsáveis por 73,9% dos novos clientes, seguido pela tecnologia a cabo, com 29,0%. Cabe ressaltar que as novas entrantes do mercado, dentre as quais a Oi, utilizam a tecnologia *DTH*.

### CENÁRIO REGULATÓRIO

#### > CONTRATOS DE CONCESSÃO, PGMU E INSTRUMENTOS RELACIONADOS

Estava prevista, para 2010, a revisão quinquenal dos Contratos de Concessão do Serviço Telefônico Fixo Comutado (STFC) em suas várias modalidades e a reedição dos instrumentos a eles associados, como o Plano Geral de Metas de Universalização (PGMU), o Plano Geral de Metas de Qualidade (PGMQ), o Regulamento do AICE (Acesso Individual Classe Especial) e o Regulamento do STFC.

Em 24 de novembro de 2010, foi votado, em sessão pública do Conselho Diretor da Anatel, o novo texto do Contrato de Concessão, com alterações importantes, destacando-se a eliminação de cláusula que impossibilita a atuação das concessionárias de STFC no mercado de TV a Cabo.

A assinatura dos novos Contratos de Concessão, inicialmente prevista para 31 de dezembro de 2010, acabou sendo postergada em virtude das discussões relativas à proposta de novo PGMU, marcadas por divergências quanto aos impactos econômico-financeiros decorrentes do atendimento das metas propostas e, especialmente, quanto à necessidade de equacionamento das fontes de financiamento requeridas para a viabilização do Plano, condição prevista pela Lei Geral de Telecomunicações.

Nesse quadro, foi assinado aditivo contratual, em dezembro de 2010, estabelecendo a nova data limite de 02 de maio de 2011 para a assinatura dos novos Contratos e edição dos instrumentos regulatórios relacionados. Negociações entre Concessionárias, Anatel e Poder Executivo foram reiniciadas no início de 2011.

## > PLANO GERAL DE ATUALIZAÇÃO DA REGULAMENTAÇÃO

Em outubro de 2010, completaram-se dois anos da edição do Plano Geral de Atualização da Regulamentação (PGR), momento em que se previa a conclusão das ações de curto prazo estabelecidas nesse Plano, incluindo-se novos regulamentos sobre temas de grande importância para o setor. Nem todas essas ações foram finalizadas. O status dos principais temas da agenda é apresentado a seguir:

- **Regulamento do LTOG (Lista Telefônica Obrigatória e Gratuita):** dispõe sobre regras para a distribuição da Lista Telefônica e oferta do Serviço de Auxílio à Lista. A Consulta Pública 11/2010 já foi concluída, mas o Regulamento ainda não foi editado;
- **Regulamento de Numeração:** dispõe sobre solução para assegurar recursos de numeração para serviços de telefonia móvel na capital do Estado de São Paulo (área de código nacional 11). A Consulta Pública 13/2010 foi concluída e o seu Regulamento foi editado em dezembro de 2010;
- **Regulamentos de Fiscalização e Sanções Administrativas (Consulta Pública 21 e 22/2010):** As Consultas Públicas foram finalizadas, mas os Regulamentos ainda não foram editados. Os Regulamentos deverão apresentar evoluções, tais como: mudanças nos critérios de dosimetria das penas, possibilidade de substituição de sanções pecuniárias por obrigações de fazer e a possibilidade de celebração de termos de ajuste de conduta ou acordos substitutivos em caso de descumprimentos regulamentares por parte das operadoras. No caso do regulamento de fiscalização, a adoção de mecanismo de notificação prévia, diminuindo o fluxo de aplicação de multas e a adoção de soluções alternativas de controvérsias;
- **Novo Regulamento de Áreas Locais (Consulta Pública 23/2010):** o novo Regulamento, publicado em janeiro de 2011, amplia a abrangência geográfica das áreas locais, o que deverá provocar alteração do volume de chamadas de Longa Distância e da remuneração de redes associadas a estas chamadas;

- **Novo Regulamento de Exploração Industrial de Linha Dedicada (EILD):** submetido à Consulta Pública 50/2010 em dezembro de 2010, com conclusão prevista para março de 2011. O Regulamento em Consulta Pública propõe alterações relevantes nas condições de oferta de EILD, introduzindo regras mais rígidas para a oferta de EILD especial e ampliando o conceito de EILD padrão;
- **Novo Regulamento de Bens Reversíveis:** A Consulta Pública 52/2010 também foi lançada no final de 2010, com conclusão prevista para março de 2011. O Regulamento em Consulta Pública disciplina a concessão de anuência prévia para substituição, oneração e alienação de bens reversíveis. Além disto, prevê condições mais rígidas para o controle dos bens da Concessionária.
- **Banda H:** A licitação desta faixa de frequências, última banda disponível para a oferta do SMP com tecnologia de 3ª geração, foi realizada em dezembro de 2010, com limites à participação de prestadoras já licenciadas para este serviço, impedindo que a Oi disputasse todas as faixas disponíveis. Nas áreas em que pôde participar da licitação, a Oi obteve a licença nos setores 22 e 25, que correspondem a pequenas áreas no Mato Grosso do Sul e em Goiás. A Nextel, principal vencedora do leilão, passará a ser a 5ª operadora com abrangência nacional;
- **MVNO (mobile virtual network operator):** foi aprovada, em novembro de 2010, a Resolução 550, que permite a prestação do SMP por operadoras virtuais (MVNO). Até o final de 2010, ainda não existiam prestadoras desta natureza em operação.
- **Plano Geral de Metas de Competição (PGMC):** previsto no PGR como ação de curto prazo, o Regulamento do PGMC ainda está em elaboração na Agência. O PGMC definirá os mercados relevantes para o Setor de Telecomunicações, as regras para indicação dos Grupos Empresariais que contêm empresas com Poder de Mercado Significativo (PMS), e as obrigações destinadas a incentivar a competição.



## PERFIL

A Oi, através da sua holding, Tele Norte Leste (TNL), e as suas controladas, dentre as quais, Telemar Norte Leste (TMAR), TNL PCS (“Oi móvel”) e Brasil Telecom (BRT), oferece um amplo leque de produtos convergentes que incluem serviços tradicionais de telefonia fixa e móvel, transmissão de dados, acesso à internet em banda larga, provedor de internet e TV paga. Estes serviços são ofertados para residências, clientes corporativos de pequeno, médio e grande porte, entidades governamentais e outras empresas de telecomunicações, além de pessoas físicas. A Oi é a principal provedora de serviços de telecomunicações do Brasil. A TMAR detém a concessão para operar telefonia fixa em 16 Estados das regiões Norte, Nordeste e Sudeste, e a Brasil Telecom possui a concessão de telefonia fixa no Distrito Federal e em mais nove Estados das regiões Sul, Centro-Oeste e Norte do país.

Com a aquisição do controle acionário da Brasil Telecom, a Oi passou a operar em âmbito nacional os serviços de telefonia móvel e de transmissão de dados, com um portfólio unificado em todas as regiões de outorga. A oferta de serviços em âmbito nacional confere à companhia a escala necessária para competir em igualdade de condições com os importantes competidores internacionais presentes no Brasil.

Pioneira e, de fato, a única operadora integrada do país, a Oi acredita que a capacidade de desenvolvimento de ofertas convergentes é importante vantagem competitiva, com vistas à fidelização do cliente.

A partir de 2009, a Oi passou a operar a rede de cabos submarinos de transmissão, de fibra óptica, da Globenet (controlada integral da Brasil Telecom) que conecta Brasil, Colômbia, Venezuela, Bermudas e Estados Unidos. As redes das empresas Globenet e Metrored somam-se ao *backbone* de dados da Oi, transformando-se na maior e mais capilar cobertura de dados do país. São mais de 176 mil km, distribuídos em 23,3 mil km de *backbone* internacional (Globenet), 32,6 mil km de *backbone* nacional e 120,3 mil km de redes estaduais e metropolitanas.

Além dos serviços de telecomunicações tradicionais, a Oi presta serviços de TV por assinatura e internet banda larga, por meio da controlada Oi TV, para clientes residenciais, comerciais e corporativos nas cidades de Belo Horizonte, Poços de Caldas, Uberlândia e Barbacena, no Estado de Minas Gerais. Com a Oi TV integrando o portfólio completo de serviços, a Oi tornou-se a primeira empresa *quadruple play* do

Brasil, com oferta combinada de telefonia fixa, móvel, banda larga e TV por assinatura. Atualmente, os serviços de TV por assinatura, utilizando tecnologia por satélite DTH, são oferecidos para cidades do Estado do Rio de Janeiro, para o Distrito Federal e outros 13 Estados da Federação (Alagoas, Bahia, Ceará, Espírito Santo, Goiás, Minas Gerais, Paraíba, Paraná, Pernambuco, Rio Grande do Norte, Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Sergipe).

A companhia encerrou 2010 com 64 milhões de Unidades Geradoras de Receitas, sendo 20 milhões em linhas em serviço fixo (“Oi Fixo”), 39,3 milhões em telefonia móvel (“Oi Móvel”), 4,3 milhões em acessos à internet em banda larga fixa (“Oi Velox”) e 275 mil clientes de TV por assinatura (“Oi TV”).

A imagem da Oi reflete um estilo de vida ligado à inovação, ousadia, confiabilidade e inteligência. O slogan “Simples assim” resume a identidade da empresa. O objetivo da companhia é oferecer o que há de mais moderno em telecomunicações e superar os níveis de exigência dos clientes e do mercado.

Pelo terceiro ano consecutivo, a Oi integra o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da BM&FBovespa, refletindo o alto grau de comprometimento da companhia com a responsabilidade social e a adoção de práticas gerenciais sustentáveis. A Oi integra também a primeira carteira do Índice de Carbono Eficiente da BM&F Bovespa. A TNL e a BrTO têm as suas ações negociadas na BM&FBovespa e na NYSE, enquanto as da TMAR são transacionadas apenas na BM&FBovespa.

## ESTRATÉGIA E NOVOS NEGÓCIOS

As iniciativas das empresas controladas pela TNL visam a alcançar e manter a liderança do mercado, bem como gerar valor para os seus acionistas. Todas essas iniciativas refletem o posicionamento de sua administração, pautado pela agilidade, simplicidade e objetividade.

A estratégia da Oi para manter a liderança do mercado, aumentar a competitividade e melhorar o desempenho financeiro, criando valor para os acionistas e demais *stakeholders*, inclui:



- **Foco na convergência:** através dela, a Oi consolidou a diferenciação que possui no mercado por meio da oferta de pacotes integrados de telefonia fixa, móvel, banda larga e TV por assinatura. A convergência é o principal instrumento para a fidelização de clientes e para alavancar vendas, além de garantir sinergias importantes que reduzem custos operacionais da companhia;
- **Ampliação da base de clientes e evolução dos serviços de banda larga:** por ser importante alavanca de crescimento e elemento essencial no futuro dos serviços integrados de comunicação, o acesso à internet em banda larga é um dos principais instrumentos da nossa estratégia. Para potencializar esse crescimento, a Oi investe continuamente na expansão das suas redes de banda larga (fixa e móvel), na ampliação da oferta de acesso à internet em altas velocidades e na evolução para novas tecnologias. A Oi possui a maior rede de acesso à banda larga fixa do país, com uma cobertura em mais de 4.300 municípios;
- **Atuação em novos negócios e mercados:** a busca pela inovação e o crescimento contínuo de novos negócios é parte essencial da estratégia da Oi. Expandir a atuação para novos negócios a partir das plataformas existentes e atuar em segmentos que complementam a oferta de serviços para os clientes são pontos-chave para garantir o crescimento futuro da organização. A empresa analisa continuamente oportunidades de novos negócios no setor de telecomunicações e em segmentos de serviços adjacentes relevantes, como internet, Tecnologia da Informação e outros, que apresentem sinergia com os negócios da companhia de modo a alavancar novas fontes de receita e fortalecer seu posicionamento no cenário nacional e internacional de telecomunicações;
- **Explorar as oportunidades de crescimento com rentabilidade, como operadora móvel nacional:** a diferenciação por meio da convergência e de ofertas inovadoras continua sendo a principal estratégia para consolidar a liderança nesse segmento. A vantagem da convergência e da inovação em ofertas com foco nos serviços, e não na venda de aparelho, continuarão a ser diferenciais importantes para ampliar a participação nos mercados em que opera e na rentabilidade

de das suas operações. A empresa continuará explorando a oferta de serviços de valor adicionado e novos produtos através da sua base de clientes, potencializando ainda mais a expansão de sua receita e rentabilidade;

- **Ampliar a eficiência e o controle de custos, mantendo a qualidade dos serviços:** as iniciativas para melhoria dos processos internos, com a consequente otimização dos custos e da alocação de recursos, fazem parte da nossa estratégia de aumento da eficiência operacional e ganhos de escala. Além disso, a melhoria da qualidade dos serviços prestados aos clientes continuará sendo prioridade estratégica para a companhia.

## OI E PORTUGAL TELECOM

Em 25 de janeiro de 2011, os acionistas controladores da Oi e a Portugal Telecom assinaram instrumentos contratuais e acordos de acionistas entre as partes, formalizando parceria e investimentos estratégicos por parte da Portugal Telecom e da Oi. A formalização da operação dá continuidade ao memorando de entendimento entre as empresas anunciado em 28 de julho de 2010.

Essa parceria permitirá à Oi fortalecer as suas operações e capacidade competitiva, aumentar investimentos no Brasil, com foco em banda larga e telefonia móvel, tendo como meta incrementar valor econômico à empresa. Oportunamente, será anunciado um plano detalhado de parceria estratégica entre a Oi e a Portugal Telecom, em que juntas traçarão planos de intercâmbio tecnológico, de compras conjuntas e de expansão internacional.

O acordo firmado preserva os direitos dos atuais acionistas controladores da Oi, Andrade Gutierrez, La Fonte, Fundação Atlântico, BNDES e Fundos de Pensão, e manterá a companhia sob controle privado nacional. A operação prevê ainda que a Oi irá adquirir participação de até 10% no capital da Portugal Telecom, reforçando as bases desta parceria estratégica. No seu conjunto, a associação entre a Oi e a Portugal Telecom contempla também benefícios diretos para a sociedade, acionistas, colaboradores e consumidores, e reforça a estrutura financeira da Oi.

A Portugal Telecom possui larga experiência no mercado de





telefonia fixa e móvel, de televisão e internet de banda larga em Portugal e nos países onde está presente. Esta parceria permitirá à Oi ampliar sua capacidade de investimento e de expansão nacional nos mercados de banda larga, TV por assinatura, 3G e serviços convergentes. As duas empresas desenvolverão estratégias de cooperação para: (a) ampliar presença nos mercados em que já atuam e em novos; (b) alcançar benefícios de escala, potencializar iniciativas de pesquisa e desenvolvimento; e (c) criar valor para os acionistas.

Após a conclusão de todas as etapas da operação, será criado um Comitê de engenharia, redes, tecnologia, inovação e oferta de serviços – que trabalhará em articulação com os comitês existentes – para compartilhar melhores práticas, permitir que as duas companhias se beneficiem de sinergias e tomar decisões a respeito de questões operacionais.

## A OPERAÇÃO

A entrada da Portugal Telecom no capital da Oi ocorreu por meio da aquisição direta e indireta de ações das companhias (TNL e TMAR) e da compra de participações em suas empresas controladoras. A operação envolveu compras de participações nos diversos níveis da estrutura societária da Oi e foi estabelecida da seguinte forma:

1. A Portugal Telecom adquiriu participação acionária de 35% nas holdings controladoras da AG Telecom e da LF Tel, que são controladoras da Telemar Participações (TelemarPart);
2. A Portugal Telecom também alcançou participação de 12,1% na Telemar Participações, comprando ações de outros acionistas e participando do aumento de capital da TelemarPart previsto na operação;
3. A operação contou ainda com aumentos de capital na Tele Norte Leste Participações e na Telemar Norte Leste (TMAR), com a emissão de ações ordinárias e preferenciais.

## AUMENTOS DE CAPITAL

No dia 21 de fevereiro de 2011, a companhia divulgou Aviso aos Acionistas sobre o início dos Aumentos de Capital da TNL e da TMAR. Os acionistas que eram titulares das ações no encerramento do pregão do dia 21 de fevereiro de 2011

receberam o direito de preferência para subscrever ações no Aumento de Capital. Os acionistas tiveram 30 dias contados a partir do dia 22 de fevereiro 2011, inclusive, ou seja, até o dia 24 de março 2011, para exercer seus direitos de preferência na subscrição de ações, bem como para manifestar o pedido firme de subscrição de sobras.

O aumento de capital previa a emissão de até 126.218.801 novas ações ordinárias da TNL, ao preço de R\$ 38,55, e até 252.437.601 ações preferências da TNL, ao preço de R\$ 28,27, totalizando um Aumento de Capital da TNL de, no máximo, R\$ 12.002.145.758,82.

Na TMAR, o aumento de capital previa a emissão de até 95.159.514 novas ações ordinárias, ao preço de R\$ 63,71, e até 117.117.560 ações preferências classe “A” da TMAR, ao preço de R\$ 50,71, totalizando um Aumento de Capital da TMAR de, no máximo, R\$ 12.001.644.104,54.

Em 25 de março de 2011, a TNL e TMAR divulgaram Aviso aos Acionistas sobre o encerramento do prazo de exercício do direito de preferência para subscrição de ações relativas ao aumento de capital.

Na TNL, foram subscritas, em exercício do direito de preferência, 56.314.613 ações ordinárias e 58.606 ações preferenciais, ao preço de emissão de R\$ 38,55 por ação ordinária e R\$ 28,27 por ação preferencial, totalizando R\$ 2.172.585.122,77.

Além disso, nesse mesmo período, 102.473 ações ordinárias e 28.350.569 ações preferenciais foram objeto de pedido firme de subscrição de sobras, totalizando R\$ 805.420.919,78.

Dessa forma, na TNL, considerando o exercício do direito de preferência e o pedido firme de subscrição de sobras, foi subscrito o total de 56.417.086 ações ordinárias e de 28.409.175 ações preferenciais, totalizando um aumento no valor de R\$ 2.978.006.042,55, o que representa 24,81% do montante máximo do Aumento de Capital aprovado.

Na TMAR, foram subscritas, em exercício do direito de preferência, 46.969.013 ações ordinárias e 46.216.078 ações preferenciais classe “A”, ao preço de emissão de R\$ 63,71 por ação ordinária e R\$ 50,71 por ação preferencial classe “A”, totalizando R\$ 5.336.013.133,61.

Além disso, nesse mesmo período, 108 ações ordinárias e 12.480.778 ações preferenciais classe “A” foram objeto de



pedido firme de subscrição de sobras, totalizando R\$ 632.907.133,06.

Dessa forma, na TMAR, considerando o exercício do direito de preferência e o pedido firme de subscrição de sobras, foi subscrito o total de 46.969.121 ações ordinárias e de 58.696.856 ações preferenciais classe "A", totalizando um aumento no valor de R\$ 5.968.920.266,67, o que representa 49,73% do montante máximo do Aumento de Capital aprovado.

Em 28 de março de 2011, foram realizadas as Reuniões do Conselho de Administração das companhias para a homologação parcial dos Aumentos de Capital.

Após conclusão da operação, a estrutura acionária da TNL e TMAR passou a ser a seguinte:

ESTRUTURA ACIONÁRIA	AÇÕES ON	% ON	AÇÕES PN	% PN	TOTAL	% TOTAL
<b>TNL</b>						
Telemar Participações	103.813.689	55,51%	--	--	103.813.689	21,78%
PREVI	6.857.087	3,67%	11.730.869	4,05%	18.587.956	3,90%
Luxemburgo Participações	--	--	11.412.900	3,94%	11.412.900	2,39%
LF Tel S.A.	--	--	11.412.700	3,94%	11.412.700	2,39%
Portugal Telecom	20.752.270	11,10%	28.298.549	9,77%	49.050.819	10,29%
Tesouraria	3.020.880	1,62%	6.166.566	2,13%	9.187.446	1,93%
Outros	52.584.892	28,12%	220.611.054	76,17%	273.195.946	57,31%
<b>Total</b>	<b>187.028.818</b>	<b>100,0%</b>	<b>289.632.638</b>	<b>100,00%</b>	<b>476.661.456</b>	<b>100,00%</b>
<b>TMAR</b>						
Tele Norte Leste Participações	150.971.022	98,01%	91.250.247	47,91%	242.221.269	70,31%
Telemar Participações	--	--	13.079.176	6,87%	13.079.176	3,80%
Portugal Telecom	--	--	32.475.534	17,05%	32.475.534	9,43%
Luxemburgo Participações S.A.	--	--	11.240.386	5,90%	11.240.386	3,26%
LF Tel S.A.	--	--	11.240.386	5,90%	11.240.386	3,26%
Outros	3.061.191	1,99%	30.738.889	16,14%	33.800.080	9,81%
Ações em tesouraria	1	0,00%	440.132	0,23%	440.133	0,13%
<b>Total</b>	<b>154.032.214</b>	<b>100,0%</b>	<b>190.464.750</b>	<b>100,00%</b>	<b>344.496.964</b>	<b>100,00%</b>

Com o encerramento da subscrição, a Portugal Telecom passou a deter participação direta e indireta de 25,28% no capital total da TMAR. A efetiva transferência das ações para a Portugal Telecom está sujeita à liquidação financeira das aquisições.

## DESEMPENHO OPERACIONAL

Em 2010, a Oi totalizou 63,956 milhões de Unidades Geradoras de Receitas (UGRs), registrando expansão de 2,106 milhões de UGRs, ou 3% frente a 2009, em virtude, principalmente, da contínua expansão da base de clientes de telefonia móvel, bem como do crescimento da demanda por serviços de acesso à internet em banda larga fixa.

### TELEFONIA FIXA

A base de terminais fixos em serviço registrou decréscimo de 6% no ano, totalizando 20,025 milhões de terminais fixos em serviço. Por meio da oferta de produtos, tais como "Planos alternativos", TV por assinatura e "Oi Conta total", a companhia vem tentando amenizar a tendência histórica de queda de base de clientes de terminais fixos.

### TELEFONIA MÓVEL

A base de telefonia móvel cresceu 8,8% no ano de 2010, com adições líquidas de 3,190 milhões de novos clientes, encerrando o ano com 39,302 milhões de acessos. Cabe destacar que as adições líquidas do final de 2010 representaram 60% das adições líquidas de todo o ano. Este movimen-

to é decorrente da maior agressividade nas ofertas ao final do ano, refletido principalmente na expansão de clientes do plano pré-pago nas Regiões II\* e III\*\* e do plano “Oi Controle” na Região I\*\*\*.

A base de clientes “Oi Controle” encerrou o ano de 2010 com 2,131 milhões de clientes, apresentando um aumento de 45,8% no ano. Neste produto, o cliente autoriza o débito mensal na sua fatura do cartão de crédito, possibilitando uma recorrência de receita similar a dos planos pós-pagos. Ao longo deste ano, a companhia realizou diversas campanhas buscando o aumento das vendas deste produto.

A base de clientes pós-pagos, incluindo o “Oi Controle”, encerrou o ano com expansão de 15,8% em relação ao final de 2009, alcançando um total de 6,697 milhões de clientes ao final de 2010, o que representava 17% da base total de telefonia móvel ao final do ano (16% no 4T09). No ano de 2010, esse crescimento foi impulsionado pelo “Oi Controle”.

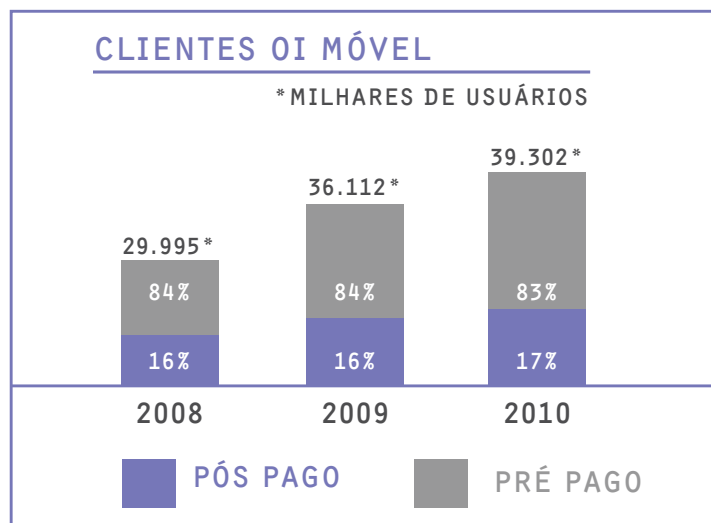
No segmento pré-pago, o número de clientes totalizou 32,605 milhões ao final do ano de 2010, representando 83% da base móvel total, um aumento de 7,5% em relação ao mesmo período do ano anterior.

Ao final de 2010, o produto convergente “Oi Conta Total” possuía 1,439 milhão de clientes, praticamente estável em relação ao ano anterior. Cabe ressaltar que esse produto foi disponibilizado na Região II\* apenas no final do 3T10.

\*Região II: compreende os Estados das regiões Sul e Centro-Oeste, e os Estados de Rondônia e Acre.

\*\* Região III: compreende o Estado de São Paulo.

\*\*\* Região I: compreende os Estados das regiões Sudeste (exceto São Paulo), Nordeste e Norte (exceto Rondônia e Acre).

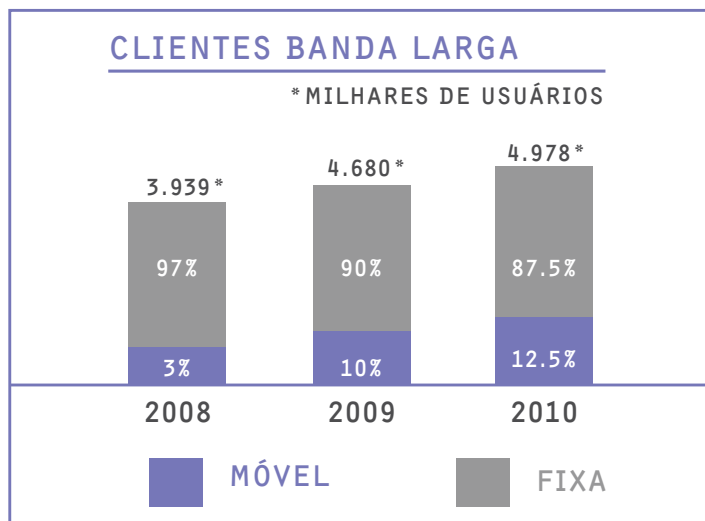


## BANDA LARGA (FIXA E MÓVEL)

Os acessos à internet banda larga fixa (“Oi Velox”) totalizaram, ao final de 2010, 4,354 milhões de clientes (base acumulada), representando um acréscimo de 3,4% à base anterior, o que equivale a 143 mil clientes. Ao final de 2010, esta base representava 21,5% dos terminais fixos em serviço (19,5% no final de 2009).

Em 2010, o número de clientes do serviço de dados móvel 3G totalizou 624 mil, o que corresponde a 425 mil usuários de minimodem e 199 mil de pacotes de dados no celular, perfazendo um crescimento de 33% no ano.

A base de clientes de banda larga, incluindo os acessos fixos e móveis, cresceu 6,4% frente a 2009, totalizando 4,978 milhões de usuários.



## VÍDEO – OI TV

A companhia encerrou o ano de 2010 disponibilizando serviços de TV por assinatura por meio da tecnologia DTH a 14 Estados do país (Alagoas, Bahia, Ceará, Espírito Santo, Goiás, Minas Gerais, Paraíba, Paraná, Pernambuco, Rio de Janeiro, Rio Grande do Norte, Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Sergipe) e o Distrito Federal.

Ao final de 2010, a base de assinantes de TV totalizou 275 mil clientes, com adições líquidas de 41 mil clientes no ano.

Para 2011, com a finalidade de fidelizar a base de clientes de telefonia fixa, a companhia buscará aprimorar continuamente a abrangência de suas ofertas, concentrando seus esforços em elevar a penetração da Oi TV.

## DESEMPENHO ECONÔMICO - FINANCEIRO

Conforme estabelece a Instrução da CVM no 457/2007, a companhia está apresentando as Demonstrações Financeiras Consolidadas em conformidade com as normas internacionais (adoção do IFRS – *International Financial Reports Standards*) para o exercício findo em 31 de dezembro de 2010, comparativo ao exercício findo em 31 de dezembro de 2009

### SUMÁRIO OPERACIONAL E ECONÔMICO

TNL CONSOLIDADO	2009	2010
<b>Indicadores Operacionais</b>		
Clientes - UGR**(mil)	61.850	63.956
Oi Fixo	21.293	20.025
Oi Móvel	36.112	39.302
Oi Velox	4.211	4.354
Oi TV	234	275
<b>Informações Financeiras (R\$ milhões)</b>		
Receita Bruta	45.863	45.928
Receita Líquida	29.997	29.479
EBITDA	9.768	10.296
Lucro Líquido	5.092	1.750
Patrimônio Líquido	20.111	19.974
Dívida Bruta	29.918	29.920
Dívida Líquida	21.889	18.711
Investimentos	5.126	3.090

\*\*UGR: Unidade Geradora de Receita

A receita bruta consolidada foi de R\$ 45,928 bilhões em 2010, praticamente estável em relação ao ano anterior. A expansão dos serviços móveis, dos serviços de comunicação de dados e TV paga, que juntos já representam 45% da receita bruta, compensou a queda da receita de telefonia fixa.

A receita líquida consolidada totalizou R\$ 29,479 bilhões em 2010, com ligeira queda de 1,7% no ano.

As receitas vinculadas ao tráfego de voz na telefonia fixa, como ligações locais, fixo-móvel, longa distância e telefonia pública continuam com tendência de queda. Nos serviços de telefonia fixa, os destaques positivos foram os aumentos na receita de dados, principalmente em função do “Oi Velox”, e na receita de “uso de rede”.

A telefonia móvel foi outra fonte de crescimento, cuja receita cresceu 12,8% no ano. Os principais destaques de 2010 foram:

- Receitas de “assinaturas” (+13,2%) em função principalmente da expansão de 7% da base média de clientes pós-pagos;
- Receitas de “uso de rede” (+10,8%) justificada pela expansão da base de clientes, principalmente na Região III\*. Cabe ressaltar que esta receita também é beneficiada pelo bônus oferecido por outras operadoras de telefonia móvel para ligações *on-net* e para telefones fixos. Essas ofertas geram um excesso de crédito para o usuário e com isso o mesmo tem a possibilidade de realizar mais ligações *off-net*;
- Receita de “Dados/valor adicionado” aumentou 41% no ano, alcançando uma representatividade de 14,1% do total das receitas com serviços móveis em 2010 (11,5% em 2009). Este comportamento é reflexo da expansão da base de assinantes de 3G e aumento no volume de mensagens de texto “SMS”.

A receita de telefonia móvel representou 24,4% da receita bruta consolidada (21,7% em 2009).

Os custos e despesas operacionais (ex-depreciação e amortização) somaram R\$ 19,183 bilhões em 2010, representando uma queda de 5,2% em relação aos custos de 2009, desconsiderando todos os eventos não recorrentes de 2009. Esta queda é reflexo, principalmente, dos ganhos de sinergia com a integração da Brasil Telecom, que tiveram impacto em praticamente todas as linhas de custos e despesas.

Cabe ressaltar que no ano de 2009 a linha de Outras Despesas (Receitas) Operacionais refletiu o efeito não recorrente oriundo da contabilização da combinação de negócios relativa à aquisição da Brasil Telecom, conforme descrito na nota explicativa 1(a) que acompanha as demonstrações financeiras da companhia.

Além disso, ao longo de 2009 outros custos também foram impactados por efeitos não recorrentes referentes à: (a) despesas relativas à integração com a Brasil Telecom; (b) realocação geográfica das posições de atendimento do *Call Center*; (c) despesas com o PAES (Parcelamento Especial, também conhecido como REFIS II – Programa de Refinanciamento Fiscal II); (d) outras despesas relativas à recuperação incerta.



Cabe ressaltar a redução nas seguintes contas:

- Despesas de “pessoal” (-8%), a queda é reflexo das sinergias decorrentes da integração com a Brasil Telecom;
- Custo de aparelhos de SMP e “outros” (-62%): a redução é reflexo da diretriz estratégica da companhia de replicar na Região II\*\* a bem sucedida estratégia da Região I focada na venda de chips avulsos no segmento de varejo;

- Serviços de Terceiros (-5%): Redução decorrente das sinergias da integração com a Brasil Telecom que permitiram menores gastos com a manutenção da planta;
- Publicidade e propaganda (-11%): Redução basicamente em função das sinergias com a Brasil Telecom;
- Provisão para Devedores Duvidosos (-23,5%): A melhora no cenário econômico, associada à política de renegociação de clientes em débito, influenciou tal desempenho. A PDD representou 2,1% da receita bruta em 2010 (2,8% em 2009).

Em 2010, o EBITDA consolidado somou R\$ 10,296 bilhões. A margem EBITDA registrou 34,9%, representando uma expansão de 2,3% em relação à margem EBITDA recorrente de 2009. Esta melhora no EBITDA deve-se basicamente à redução dos custos, devido às sinergias capturadas com a integração das operações da Brasil Telecom com as da Oi.

No EBITDA de 2009, para efeito de comparabilidade, foram expurgados os efeitos não recorrentes citados acima.

A companhia calcula o EBITDA como sendo o lucro ou prejuízo líquido antes do resultado financeiro líquido, imposto de renda e contribuição social, depreciação e amortização, participações minoritárias e equivalência patrimonial.

O EBITDA não é uma medida reconhecida pelas práticas contábeis adotadas no Brasil, pelo IFRS ou pelo U.S. GAAP, não representando o fluxo de caixa para os períodos indicados e não deve ser considerado como um indicador de desempe-

nho operacional ou como um substituto para o fluxo de caixa como forma de medir a liquidez. EBITDA não tem um significado padrão e o cálculo de EBITDA da companhia pode não ser comparável ao EBITDA de outras sociedades.

Ainda que o EBITDA não forneça uma forma de medir o fluxo de caixa operacional de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil, o IFRS ou o U.S. GAAP, a Administração da companhia entende que o EBITDA é um importante indicador para analisar o desempenho econômico operacional e a liquidez da companhia em função de não ser afetado por (i) flutuações nas taxas de juros, (ii) alterações da carga tributária do imposto de renda e da contribuição social, bem como (iii) pelos níveis de depreciação e amortização, sendo normalmente utilizado por investidores e analistas de mercado.

Adicionalmente, o EBITDA também é utilizado por determinados investidores e analistas financeiros como indicador de desempenho operacional de sociedades e/ou de seu fluxo de caixa.

EBITDA (R\$ MILHÕES)	TRIMESTRAL			ACUMULADO ANO	
	4T09	3T10	4T10	2009	2010
Lucro (Prejuízo) Líquido	(596)	538	284	5.093	1.749
Resultado Financeiro, Líquido	722	524	774	2.387	2.432
Imposto de Renda e C. Social	111	187	(346)	328	(84)
Depreciação e Amortização	1.897	1.546	1.562	7.033	6.199
<b>Total</b>	<b>2.134</b>	<b>2.795</b>	<b>2.274</b>	<b>14.841</b>	<b>10.296</b>

O lucro líquido, após os impostos, contribuições sociais e participação de minoritários alcançou R\$ 1,750 bilhões em 2010.

\*Região III: compreende o Estado de São Paulo.

\*\*Região II: compreende os Estados das regiões Sul e Centro-Oeste, e os Estados de Rondônia e Acre.



## FLUXO DE CAIXA CONSOLIDADO

A companhia apresentou geração de caixa operacional de R\$8,470 bilhões em 31 de dezembro de 2010 (R\$9,011 bilhões em 31 de dezembro de 2009). No ano de 2010, foram captados aproximadamente R\$11,941 bilhões e destinados R\$11,404 bilhões para o pagamento de principal de empréstimos e financiamentos

DEMONSTRAÇÃO DO FLUXO DE CAIXA INDIRETO (R\$ MILHÕES)	2009	2010
<b>Lucro Antes das Tributações</b>	<b>5.421</b>	<b>1.666</b>
Itens de Resultado que não afetam o Caixa	7.795	12.658
Mutações Patrimoniais	(1.337)	(1.415)
Caixa Proveniente das Operações*	(2.868)	(4.439)
<b>Geração de caixa operacional</b>	<b>9.011</b>	<b>8.470</b>
Caixa aplicado nas atividades de investimento	(9.940)	(4.619)
<b>Fluxo de caixa após atividades de investimento</b>	<b>(929)</b>	<b>3.851</b>
Caixa aplicado nas atividades de financiamento	(2.363)	(1.004)
<b>Fluxo de caixa após atividades de financiamento</b>	<b>(3.292)</b>	<b>2.847</b>
<b>Saldo inicial de caixa e equivalentes</b>	<b>9.498</b>	<b>6.206</b>
<b>Saldo final de caixa e equivalentes</b>	<b>6.206</b>	<b>9.052</b>

\* Encargos financeiros, imposto de renda, participações minoritárias, dividendos e JCPs recebidos, reserva de lucros e ações em tesouraria.

## INVESTIMENTOS

Em 2010, os investimentos consolidados totalizaram R\$ 3,090 bilhões, em linha com a programação orçamentária da companhia, representando 10,5% da receita líquida (17,1% em 2009). O montante representa redução de 40% em relação ao ano anterior.

Vale mencionar que, ao longo de 2010, a companhia realizou diversos esforços de otimização da rede combinada da Oi com a Brasil Telecom, de maneira a capturar sinergias tanto na rede móvel quanto na de dados. Isto possibilitou aumentar a capacidade de investimentos físicos mesmo com uma necessidade de dispêndio de caixa menor do que a do ano de 2009.

EM R\$ MILHÕES	2009	2010	ANO (%)
<b>Telefonia Fixa</b>	<b>2.679</b>	<b>2.127</b>	<b>(20,6)</b>
Expansão e Qualidade	1.150	1,053	(8,4)
Dados/ Sist. de Comunic./ Outros	1.529	1,074	(29,8)
<b>Telefonia Móvel</b>	<b>2.447</b>	<b>963</b>	<b>(60,6)</b>
Expansão e Qualidade	2.447	963	(60,6)
<b>TOTAL</b>	<b>5.126</b>	<b>3.090</b>	<b>(39,7)</b>

## INVESTIMENTOS OPERACIONAIS

### > TELEFONIA FIXA

Em 2010, os terminais fixos e telefones públicos em serviço totalizaram mais de 20 milhões de terminais que são atendidos em mais de 5.600 centrais de comutação. A rede do STFC da Oi atende a 4.844 municípios brasileiros, o que representa cobertura de aproximadamente 77% da população e 87% dos municípios do país.

Durante 2009/2010 foi realizado trabalho de integração das redes de comutação da TMAR e BrTO. Neste mesmo período, foram realizados investimentos em equipamentos com tecnologia NGN (Next Generation Network), principalmente decorrente de demandas regulatórias para atendimento da portabilidade numérica, representando cerca de 400 mil acessos que permitem aumento de eficiência, com a utilização de infraestrutura baseada em rede IP para transporte e controle das chamadas, e a possibilidade de oferta de novos serviços convergentes.

Além disso, em 2009/2010 a Oi incrementou as suas ofertas convergentes com os serviços “Oi Conta Total”, planos de longa distância, “Oi Velox” e “Oi TV” para os seus clientes de telefonia fixa.

#### > TELEFONIA MÓVEL

Após a integração das redes móveis, a Oi passou a operar em âmbito nacional com a oferta de serviços de voz e dados em todas as regiões de outorgas. Esta consolidação foi importante, não só para propiciar a uniformização dos serviços, como também para integração das operações. Em 2010, foram realizados investimentos significativos para ampliação da capilaridade e capacidade de transmissão das redes 2G e 3G em todo o Brasil. A rede móvel de segunda geração (2G) cobre 3.076 municípios (55,3% do total de municípios do país), por meio de 12.516 estações rádio base 2G, ao passo que a rede móvel de terceira geração (3G) está disponibilizada em 212 municípios, via 4.839 estações rádio base 3G, as quais permitem velocidades de acesso em banda larga móvel com taxas de até 14 Mbps nas 27 unidades da federação.

A Oi unificou o núcleo da rede de controle de voz e de dados, incluindo as atividades operação e gerência de redes. O início das operações integradas foi um dos fatores que contribuiu para o incremento das adições líquidas de novos clientes, tendo atingido mais de 39 milhões de usuários em 2010.

As plataformas de serviços foram integradas para permitir a unificação das ofertas da Oi em todas as regiões de outorgas. Os novos planos pré-pagos móveis também foram reunidos em uma arquitetura única de serviços. As plataformas de mensagens de texto e multimídia foram consolidadas com foco na redução dos custos de operação e na melhoria da qualidade dos serviços.

#### > ACESSO BANDA LARGA

Após a integração das redes de acesso xDSL da BrTO com a TMAR, para a oferta do serviço “Oi Velox” aos mercados residencial e corporativo em 2009, a Oi terminou o ano de 2010 com uma base instalada de 3,6 milhões de acessos na Região I\* e 2,65 milhões de acessos na Região II\*\* para serviços de banda larga fixa de até 14 Mbps.

Com a evolução da rede de acesso xDSL em 2010, a oferta de serviços de Ultra Banda Larga para acessos VDSL2 em até 100 Mbps aumentou para 17 cidades. Para tanto, foram consolidadas as mudanças no modelo de abordagem do cliente

de banda larga, através da redução da extensão da rede de acesso entre o cliente e o primeiro elemento ativo da planta, com a utilização da tecnologia FTTN (*Fiber-to-the-Node*/Fibra óptica até o armário de serviço).

Para a oferta de serviços de Ultra Banda Larga para velocidades de até 100 Mbps, foi desenvolvida a utilização da capilaridade de fibra óptica para acessos FTTH (*Fiber-to-the-Home*/Fibra óptica até a casa do usuário) em três cidades da Região I\* e cinco da Região II\*\*.

\* Região I: compreende os Estados das regiões Sudeste (exceto São Paulo), Nordeste e Norte (exceto Rondônia e Acre).

\*\* Região II: compreende os Estados das regiões Sul e Centro-Oeste, e os Estados de Rondônia e Acre.

#### > REDE IP

A rede IP Oi está presente em todo o Brasil, com nove POPs (*point of presence*) de alta capacidade localizados nos Estados da Bahia, Ceará, Minas Gerais, Pernambuco, Paraná, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul e São Paulo e no Distrito Federal, com capacidade de 254 Gbps para tráfego nacional e de 219 Gbps de capacidade internacional. A capacidade de interconexão da rede IP entre as Regiões I\* e II\* foi ampliada para 80 Gbps. Os caches de conteúdo para aumento da qualidade de experiência do usuário foram ampliados para 60 Gbps de capacidade.

A integração e aumento de capacidade do *backbone* IP viabiliza a introdução de projetos de maior magnitude de cunho nacional. A rede IP tem vital importância na prestação de serviços tradicionais (acesso à internet), serviços corporativos e na evolução para acompanhar as principais tendências do mercado, tais como Ultra Banda Larga e IPTV.

#### > REDE DE TRANSPORTE

A integração das redes de transporte da Oi e da Brasil Telecom resultou numa rede própria de fibras ópticas cobrindo praticamente todo o território nacional, além de fazer conexão internacional com a América do Norte, Venezuela, Bermudas e Colômbia. São mais de 21.950 km de cabos submarinos, 2.000 km de *backbone* terrestre interligando os POPs (*point of presence*) e atualmente com circuitos totalmente protegidos, com redundância e baixa latência, totalizando 23.950 km (Globenet). O *backbone* nacional é de, aproximadamente, 32.000 km, com Redes Estaduais/Metropolitanas de cerca de 120.000 km. Quanto a este plano de fibras ópticas, foram implementados novos equipamentos de transmissão nos principais centros das Regiões I\*, II\* e III\* por meio do Proje-



to Sinergia de Transporte, provendo conectividade de serviços para toda a área de atuação da empresa. Adicionalmente, foi aumentado o nível de disponibilidade com a criação de rotas alternativas para o tráfego, por meio do aproveitamento das conexões entre as redes da Brasil Telecom e da Oi.

Complementando a Rede de Transporte Óptica, a Oi terminou 2010 com capacidade contratada para atendimentos via Sistemas Satélite de 2.381 MHz para banda C e 782,3 MHz para banda Ku, dedicados principalmente a prover meios de transporte para a Região Norte do país, além de prestação de serviços relacionados ao PGMU (Plano Geral de Metas de Universalização).

Desta forma, hoje a Oi possui uma Rede de Transporte com grande capacidade e qualidade para escoar o tráfego demandado pelos serviços prestados pela empresa. O núcleo principal da rede, envolvendo Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte, Brasília e Curitiba, tem uma capacidade média de 800 Gbps.

\*Região I: compreende os Estados das regiões Sudeste (exceto São Paulo), Nordeste e Norte (exceto Rondônia e Acre).

\*\*Região II: compreende os Estados das regiões Sul e Centro-Oeste, e os estados de Rondônia e Acre.

\*\*\*Região III: compreende o Estado de São Paulo.

#### > TV POR ASSINATURA

Em 2009, foi promovida a digitalização da planta de rede de TV a Cabo (HFC) em Belo Horizonte. Com esta digitalização, houve uma economia no espectro de frequência, com a possibilidade de oferta de novos serviços sobre a mesma infraestrutura. O processo de substituição de STB (*set-top box*) analógicos pelos digitais continuou ao longo do ano de 2010. Esta rede possui atualmente capacidade instalada de aproximadamente 392 mil *homes passed*.

Ainda em 2009, foi lançado o serviço Oi TV utilizando a tecnologia DTH, com oferta de canais via satélite. Este acesso utiliza os satélites Amazonas 1 e 2 para a repetição do sinal, que permite uma cobertura nacional e pode evoluir para toda a América Latina. A solução de distribuição de vídeo conta com parceria da Telefônica para o compartilhamento da estrutura de *Head End* de captação e alimentação do sinal via satélite, embora a Oi possua uma grade de programação própria com conteúdo exclusivo.

Em 2010, foi estruturado o *Head End* de forma que o mesmo tenha capacidade de fornecer conteúdos de TV para diversos tipos de dispositivos (TV, *notebooks*, *tablets*, aparelhos móveis etc.) em diversos tipos de rede e acesso: IPTV, banda larga (WebTV); telefonia móvel 3G (MoTV); cabo (HFC) e saté-

lite (DTH). Sendo contratada a ampliação do *Head End* para fornecimento dos canais em HDTV.

## INVESTIMENTOS EM PESQUISA E DESENVOLVIMENTO

Desde a sua criação, a Oi tem se diferenciado por suas ações e atitudes inovadoras.

A inovação está no DNA da Oi e de seus colaboradores, sempre com o foco na oferta de novas soluções e na entrega de benefícios reais para seus clientes, que se traduzam em melhores resultados para a companhia e para os seus acionistas. Evoluindo nesta visão, em 2009, a empresa criou uma área de gestão de inovação e P&D com a missão de coordenar e fomentar os esforços e projetos desenvolvidos pela companhia.

Utilizando o conceito de "*open service innovation*", a Oi estabeleceu seu ecossistema através de convênios de cooperação e desenvolvimento tecnológico com centros de pesquisa nacionais e com instituições de ensino e pesquisa, através da Rede Nacional de Ensino e Pesquisa – RNP, e firmou parceria com a indústria de equipamentos de telecomunicação com tecnologia nacional e com fornecedores nacionais com grande potencial de inovação.

Os investimentos em Inovação e P&D nos projetos desenvolvidos em 2010 somaram R\$ 99,3 milhões.

## ENDIVIDAMENTO

A companhia calcula a dívida líquida como sendo o saldo de empréstimos e financiamentos, que considera o saldo de instrumentos financeiros derivativos e debêntures (convertíveis e não convertíveis), deduzidos dos saldos de caixa e equivalentes de caixa e aplicações financeiras. Outras empresas podem calcular a dívida líquida de maneira diferente da companhia.

A dívida líquida não é uma medida segundo as práticas contábeis adotadas no Brasil, pelo IFRS ou pelo U.S. GAAP, no entanto a administração da companhia entende que a medição da dívida líquida é útil, tanto para companhia quanto para os investidores e analistas financeiros, na avaliação do grau de alavancagem financeira em relação ao fluxo de caixa operacional.

A dívida líquida consolidada encerrou o ano em R\$ 18,711 bilhões, representando redução de R\$ 3,178 bilhões, em relação ao ano anterior, e uma razão dívida líquida/EBITDA de





1,8x. A redução no endividamento da companhia está alinhada com a estratégia de desalavancagem em 2010, previamente anunciada pela companhia ao mercado.

A valorização do real frente a outras moedas e a boa liquidez no mercado de emissões internacionais permitiram à companhia gerenciar seu passivo captando recursos a taxas mais atrativas e pré-pagando as dívidas mais curtas e caras. Esta estratégia permitiu que o prazo médio da dívida pudesse ser alongado, bem como a redução do custo efetivo de 105,6% do DI para o ano de 2010 frente 107% em 2009.

Ao final do ano, 26,2% da dívida total estava contratada em moeda estrangeira. No entanto, em decorrência de operações de proteção cambial (*hedge*), apenas o equivalente a R\$ 625 milhões (US\$ 375 milhões; 2,1% do total) representava, de fato, alguma exposição às flutuações cambiais para a companhia. Adicionalmente, é importante mencionar que o fluxo de pagamentos dessas dívidas até agosto de 2017 está coberto por contratos de *hedge*, bem como por aplicações financeiras mantidas em dólares e em euro.

ENDIVIDAMENTO – TNL CONSOLIDADO (EM R\$ MILHÕES)	DEZ 09	DEZ 10
Curto Prazo	8.774	7.667
Longo Prazo	21.144	22.253
<b>Dívida Total</b>	<b>29.918</b>	<b>29.920</b>
Em moeda nacional	24.137	21.308
Em moeda estrangeira	4.689	7.828
Swap	1.092	784
(-) Caixa	(8.029)	(11.209)
(=) Dívida Líquida	<b>21.889</b>	<b>18.711</b>

## MERCADO DE CAPITAIS

### CAPITAL SOCIAL

Ao final de 2010, o capital da companhia, de R\$ 5.448.730.783,63, era representado por 391,8 milhões de ações, sendo 130,6 milhões ações ON e 261,2 milhões de ações PN.

	AÇÕES DO CAP. SOCIAL	EM TESOURARIA	COM CONTROLADOR	EM CIRCULAÇÃO
<b>Ações TNL</b>				
Ordinárias	130.611.732	3.020.880	68.504.187	59.086.665
Preferenciais	261.223.463	6.166.566	0	255.056.897
<b>Total</b>	<b>391.835.195</b>	<b>9.187.446</b>	<b>68.504.187</b>	<b>314.143.562</b>

### NOSSAS AÇÕES

Os receios com a recuperação da economia dos Estados Unidos, a crise fiscal dos principais países da Europa e o aperto monetário na China fizeram a BM&FBovespa terminar 2010 com valorização módica de 1%.

Em 2010, o setor de telecomunicações, representado pelo índice ITEL (Índice Setorial de Telecomunicações), teve performance inferior ao Ibovespa registrando perda de 7,4% no ano.

As ações preferenciais e ações ordinárias da Tele Norte Leste encerraram o ano cotadas a R\$ 24,29 e R\$ 32,30, com perdas de 27,5% e 21,2%, respectivamente.

Na Bolsa de Nova York (NYSE), os ADRs da companhia tiveram desvalorização de 31,3%, superior às PNs no mercado local, basicamente em decorrência da desvalorização do dólar frente ao real, de 4,3%.

## DIVIDENDOS

A Administração da Tele Norte Leste Participações (TNLP) submeterá à deliberação da Assembléia Geral Ordinária, a ser convocada, a proposta de pagamento de R\$ 339,082 milhões a título de dividendos, correspondente ao mínimo legal relativo ao resultado do exercício de 2010.

## RELAÇÕES COM INVESTIDORES

A área de Relações com Investidores da Oi tem como missão desenvolver e executar adequada e consistente política de transparência e de divulgação de informações, além de cultivar estreito relacionamento com os analistas e investidores e ser o principal canal de comunicação da empresa com os agentes do mercado de capitais, nacional e internacional.

Entre as atividades realizadas pela área de Relações com Investidores, estão as reuniões com investidores nacionais e estrangeiros, os encontros da Associação dos Analistas do Mercado de Capitais (Apimec) e a participação em conferências e *roadshows* no Brasil e no exterior, bem como os congressos voltados aos profissionais de investimento e do mercado de capitais.

Em 2010, ressalta-se a participação da equipe de Relações com Investidores em:

- 22 conferências e cinco *roadshows*, no Brasil e exterior, tendo se reunido com 974 investidores e analistas;
- Inúmeros encontros com pequenos grupos de investidores, com o alcance de 319 participantes nas cinco reuniões públicas na Apimec, realizadas nas cidades do Rio de Janeiro, Brasília, Belo Horizonte, Fortaleza e Porto Alegre;
- *Oi Investor Day*: contando com a presença de representantes dos acionistas controladores e dos principais executivos da Oi, a companhia realizou dois eventos com a comunidade financeira, o *Oi Investor Day*, cujo objetivo foi apresentar a evolução financeira, a performance operacional e as estratégias para o futuro da companhia. Os eventos foram realizados em São Paulo, no dia 11 de novembro de 2010, e em Nova York, no dia 30 de novem-

bro de 2010. O evento de São Paulo contou com a presença de 203 participantes e o de Nova York teve 156 presentes. O *Oi Investor Day* abordou também o tema da Sustentabilidade, com brindes elaborados em material reciclável, distribuição de material apenas em mídia digital, além de ter sido um evento cujas emissões de carbono foram neutralizadas.

## ATIVOS INTANGÍVEIS

### CAPITAL HUMANO

A Oi é uma empresa com foco em gente, porque sabe que a valorização do seu capital intelectual e humano, o principal ativo intangível da companhia, é a base do seu sucesso e da busca constante pela excelência do negócio.

A Oi adota as melhores práticas do mercado de trabalho e possui uma política efetiva de recursos humanos, pautada na capacitação, desenvolvimento, saúde e segurança de seu colaborador e no investimento em programas de reconhecimento.

Formada por variados públicos, a Oi é uma empresa que apoia a diversidade e valoriza seus talentos, suas competências e habilidades.

Outras informações sobre as práticas ou políticas de Recursos Humanos podem ser encontradas no capítulo Gente.

### MARCA

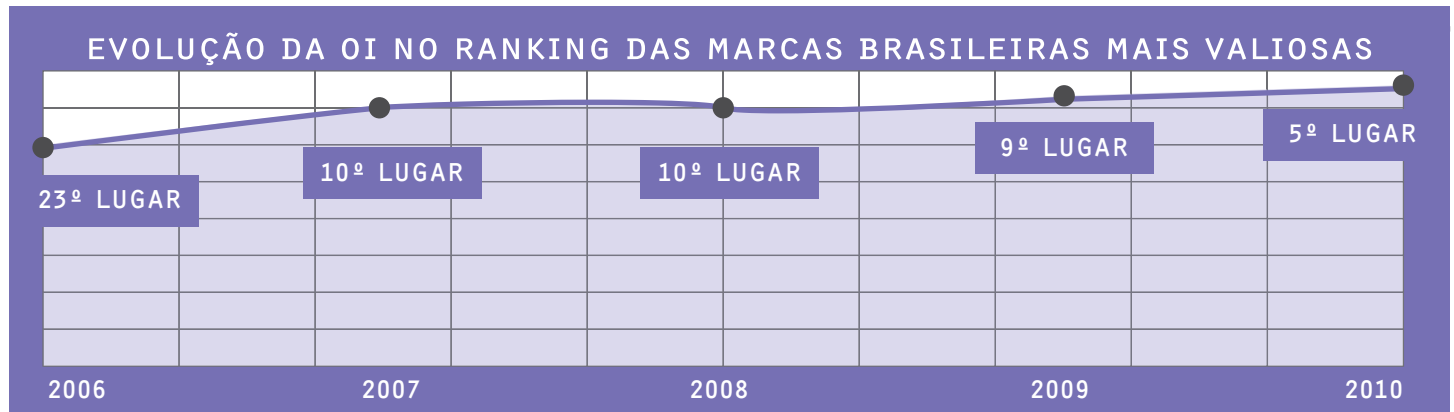
A Oi sempre foi mais do que uma empresa de telecomunicações. Isto se traduz nos produtos convergentes que oferece e em sua marca, que representa um estilo de vida ligado à inovação, ousadia, confiabilidade e inteligência.

A comunicação da marca Oi é acessível a todas as pessoas, de todas as idades e regiões do país. É uma marca moderna que traduz a qualidade dos serviços que presta, combinados com a atitude e o jeito positivo de ver a vida. A forma como a Oi passa sua mensagem é direta. Seu slogan “Simples assim” resume a identidade da companhia.

De acordo com o ranking das 500 marcas mais valiosas do mundo, elaborado pela Brand Finance, a Oi saltou da posição 432º em 2009 para a 195º em 2010. Neste ano, a marca foi avaliada em US\$ 4,3 bilhões, quase o triplo do valor do ano anterior, que foi de US\$ 1,5 bilhão.



Além disso, na lista das marcas nacionais, a empresa subiu do 9º para o 5º lugar. A evolução da Oi no ranking é reflexo de um trabalho sólido, fruto de várias ações de comunicação consistentes, que fazem parte de uma estratégia de longo prazo definida pela companhia. Com atuação nacional, a marca Oi ganha mais força e se consolida.



**1. Contribuição Marcante** na Categoria Corporate Silver  
Realização: 9ª edição do Prêmio E-learning Brasil (SP)

**2. Destaque em Responsabilidade Ambiental e uma das 50 melhores Empresas em Cidadania Corporativa**  
Realização: Gestão e RH Editora (SP)

**3. 100 Melhores Empresas em IDHO** (Indicador de Desenvolvimento Humano Organizacional)  
Realização: Gestão e RH Editora (SP)

**4. Prêmio IMPAR 2010: Empresa mais lembrada pelos Catarinenses na categoria telefonia Fixa**  
Realização: RIC Record Santa Catarina em parceria com o IBOPE Inteligência (SC)

**5. II Prêmio Televentas** nas categorias Inovação e Gestão de Pessoas  
Realização: Revista *Cliente SA* (SP)

**6. Certificado Empresa Cidadã**  
Realização: Conselho Regional de Contabilidade do Estado do Rio de Janeiro (RJ)

**7. Prêmio Pop List 2010** – operadora de celular mais lembrada pela população em Goiânia  
Realização: Jornal *O Popular* (GO)

**8. Prêmio Recall de Marcas** – empresa de telefonia fixa e móvel mais lembrada pelo público pernambucano.  
Realização: *Jornal do Comercio* (PE)

**9. ISE Índice de Sustentabilidade Empresarial BM&FBovespa**

Realização: BM&FBovespa e Centro de Estudos em Sustentabilidade da Fundação Getúlio Vargas

## GOVERNANÇA

A boa governança corporativa é condição essencial para as organizações que visam à perenidade dos seus negócios, além de representar um fator relevante para o acesso das empresas ao mercado de capitais e para responder as crescentes demandas da sociedade relativas à responsabilidade socioambiental do mundo corporativo.

A Oi adota o modelo GRC – Governança Corporativa, Riscos e Controles Internos em sua estrutura, visando garantir a transparência de seus negócios, a responsabilidade corporativa e a prestação de contas.

Uma das premissas desse modelo é fortalecer a cultura e as boas práticas de Governança Corporativa e Sustentabilidade na companhia, desenvolvendo ou promovendo ações internas ou externas, utilizando como referência modelos nacionais e internacionais, intensificando o relacionamento com as entidades de Governança Corporativa no Brasil ou no exterior.

Nesse processo de aculturação, que vem evoluindo, a Oi desenvolve os seus colaboradores por meio de treinamentos on-line (*e-learning*s) e presenciais. Desde seu lançamento, em 2009, cerca de 7.700 colaboradores concluíram os *e-learning*s de governança corporativa, gestão de riscos, controles internos, sustentabilidade e política de alçadas e delega-



ção de autoridade. Além disso, cerca de 350 colaboradores receberam treinamentos presenciais. Em 2010, foi realizado o 1º *Workshop* de Governança, Riscos e Controles para 104 Diretores e Gerentes, com o objetivo de nivelar o conhecimento acerca dos riscos corporativos, orientar o seu gerenciamento e contribuir para a melhoria contínua do modelo de governança, cujos temas integram inclusive o conteúdo programático da Academia de Liderança da companhia, que neste ano contou com a participação de 102 executivos.

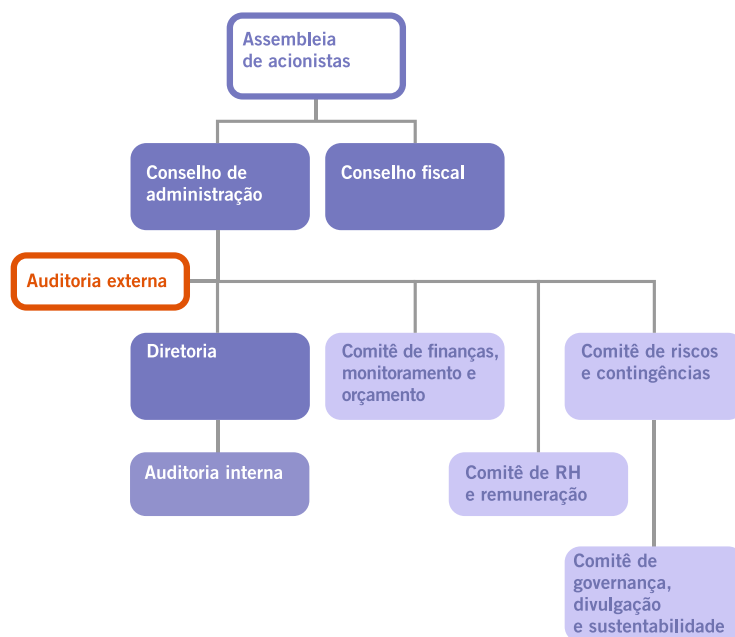
Além dessas iniciativas, cujo objetivo principal é garantir a adequada gestão de riscos, os melhores procedimentos e controles internos de seus processos, a Oi busca assegurar a ampla transparência de seus negócios por meio da manutenção de um intenso fluxo de informações públicas, tais como a divulgação de: (i) Resultados Anuais e Trimestrais; (ii) Relatórios Anuais; (iii) arquivamentos realizados perante a SEC, CVM e BM&FBovespa (Atos e Fatos Relevantes, Avisos aos Acionistas, Atas de Assembleia, Atas de reuniões do Conselho de Administração e Comunicados ao Mercado); (iv) apresentações públicas; (v) sua página na internet; (vi) relações com analistas, investidores, agências de classificação de risco, assessorias de imprensa e demais canais de divulgação, com o objetivo de manter um alinhamento entre os interesses dos acionistas, representados pelo Conselho de Administração, e as responsabilidades dos gestores profissionais.

A Oi apoiou o 11º Congresso Internacional de Governança Corporativa, promovido pelo Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC), fomentando o debate sobre internacionalização, convergência das práticas de governança e mudanças regulatórias.

No sentido de dar transparência às suas práticas, a Oi tem participado dos principais rankings e índices de Governança Corporativa e Sustentabilidade, tais como o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE/BM&FBovespa), Índice de Carbono Eficiente (ICO2/BM&FBovespa), a Pesquisa Transparência em Sustentabilidade da Consultoria Management & Excellence. Além disto, respondeu voluntariamente o *Carbon Disclosure Project 8* (questionário sobre mudanças climáticas mundiais), bem como divulgou o seu inventário no site do GHG Protocol.

Como principal integrante do sistema de Governança Corporativa da Oi, o seu Conselho de Administração está estruturado para definir as diretrizes estratégicas e atender os interesses da companhia, considerando o equilíbrio entre os anseios de seus acionistas e os demais *stakeholders*.

## ESTRUTURA DE GOVERNANÇA CORPORATIVA\*



\* Referente à Tele Norte Leste Participações S.A.

## COMITÊS DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

O Conselho de Administração da Oi possui atualmente três Comitês de Assessoramento: (i) Comitê de Finanças, Monitoramento e Orçamento; (ii) Comitê de Recursos Humanos e Remuneração; (iii) Comitê de Riscos e Contingências.

O Comitê de Finanças, Monitoramento e Orçamento tem por finalidade auxiliar o Conselho na supervisão dos aspectos financeiros do planejamento estratégico, da estratégia financeira, do orçamento anual, do planejamento tributário e do desempenho do negócio.

O Comitê de Recursos Humanos e Remuneração objetiva auxiliar na supervisão da estratégia de recursos humanos, das questões associadas a mudanças em larga escala da estrutura organizacional, da estratégia de remuneração e da avaliação de desempenho.

O Comitê de Riscos e Contingências auxilia na supervisão do desempenho da auditoria interna, de *compliance* com leis, regulamentações, políticas e código de conduta, do processo de divulgação de informações, do gerenciamento dos riscos corporativos e da gestão e controle de contingências.



COMPOSIÇÃO DO CONSELHO DE  
ADMINISTRAÇÃO

MEMBROS EFETIVOS
José Mauro Mettrau Carneiro da Cunha (Presidente)
Otávio Marques de Azevedo
Alexandre Jereissati Legey
Pedro Jereissati
Fernando Magalhães Portella
Ivan Ribeiro de Oliveira
Marcel Cecchi Vieira
Julio Cesar Maciel Ramuno
Fábio de Oliveira Moser

MEMBROS SUPLENTE
José Augusto da Gama Figueira
Lúcio Otávio Ferreira
Carlos Francisco Ribeiro Jereissati
Cristiano Yazbek Pereira
Carlos Jereissati
Luis Otávio Mourão
João José de Araújo Pereira Pavel
Joaquim Dias de Castro
Ricardo Ferraz Torres

Nota: Referente à Tele Norte Leste Participações S/A – Posição em 31/12/2010

COMPOSIÇÃO DO CONSELHO FISCAL

MEMBROS EFETIVOS
Sérgio Bernstein (Presidente)
Allan Kardec de Melo Ferreira
Ary Joel de Abreu Lanzarin
Fernando Linhares Filho

MEMBROS SUPLENTE
Sidnei Nunes
Dênis Kleber Gomide Leite
Dílson de Lima Ferreira Júnior
Aparecido Carlos Correia Galdino

Nota: Referente à Tele Norte Leste Participações S/A – Posição em 31/12/2010

DIRETORIA

DIRETORIA
Luiz Eduardo Falco Pires Corrêa (Presidente)
Alex Waldemar Zornig (Diretor de Finanças e Relações com Investidores)
Julio Cesar Fonseca (Diretor)
Francisco Aurélio Sampaio Santiago (Diretor)
Maxim Medvedovsky (Diretor)

Nota: Referente à Tele Norte Leste Participações S/A – Posição em 31/12/2010

EVOLUÇÃO DA GOVERNANÇA CORPORATIVA  
NA OI

2001	Instituto de Responsabilidade Social – Oi Futuro
2002	Política de Fair Disclosure Código de Conduta e Transparência - Instrução 358 da CVM
2003	Comitê de Divulgação
2004	Mapeamento dos Riscos e Controles SOX (Sarbanes-Oxley) Adequação do Conselho Fiscal às exigências da SOX (Comitê de Auditoria)
2005	Pré Certificação SOX
2006	Primeira Certificação SOX Canal de Denúncias – Conselho Fiscal
2007	Código de Ética (extensivo a fornecedores) Plano de Opção de Compra de Ações Comitês de assessoramento ao Conselho de Administração
2008	Política de Segurança da Informação Ingresso no ISE Bovespa – Índice de Sustentabilidade Empresarial
2009	Comitê de Governança Corporativa, Divulgação e Sustentabilidade Unificação da Estrutura de Governança Corporativa da Nova Oi Metodologia e Política de Gestão de Riscos Corporativos e Controles Internos Política de Saúde, Segurança e Meio Ambiente Política de Alçadas e Delegação de Autoridade Sistema de Gestão de Riscos Corporativos Portal de Governança Adesão ao Pacto Global das Nações Unidas Política de Sustentabilidade
2010	Metas de Sustentabilidade para os Executivos Inventário e Divulgação de Emissões de GEE Adesão ao Programa GHG Protocol Ingresso no ICO2 – Índice Carbono Eficiente Relatório Anual Diferenciado com foco em Sustentabilidade Matriz de Riscos Socioambientais Lançamento do edital do Programa Oi de Projetos para o Meio Ambiente – Oi Futuro

COMITÊ DE GOVERNANÇA CORPORATIVA,  
DIVULGAÇÃO E SUSTENTABILIDADE

Dentre as principais atribuições desse Comitê, destaca-se: avaliação da adoção de boas práticas de governança corporativa; garantia e estabelecimento de diretrizes para a ela-



boração das demonstrações financeiras e a divulgação de informações ao mercado; reporte ao Comitê de Riscos e Contingências do Conselho de Administração (do mapa e a evolução da gestão dos riscos e controles), bem como avaliar questões relativas à sustentabilidade empresarial.

Esse Comitê é composto pelos Diretores de Controladoria, Gente, Gestão e Qualidade, Jurídico Societário e Relações com Investidores.

---

## CONSELHO FISCAL E CANAL DE DENÚNCIAS

A principal responsabilidade desse Conselho é monitorar as atividades da Administração, examinar as demonstrações financeiras e relatar suas conclusões aos acionistas com reuniões trimestrais em caráter normal, e sempre que necessário em circunstâncias extraordinárias.

Esse Conselho também se reúne, periodicamente, com auditores independentes para discutir a avaliação e o parecer sobre as demonstrações financeiras e os controles internos.

O escopo do trabalho desse Conselho foi ampliado, em virtude da implantação das exigências da Lei Sarbanes-Oxley. A partir disto, o Conselho Fiscal se tornou responsável também por: garantir os procedimentos adequados de divulgação de informações; acompanhar a avaliação da eficiência dos controles internos sobre relatórios financeiros; bem como estabelecer os procedimentos para receber, conservar e dar andamento a queixas relativas à contabilidade, controles internos contábeis ou questões de auditoria.

Pelo quinto ano consecutivo, desde a sua implantação para atender à Lei Sarbanes-Oxley, o canal de denúncias – disponível no website da companhia – não registrou eventos relacionados à contabilidade, controles internos contábeis ou auditoria.

---

## PORTAL DE GOVERNANÇA

Disponibilizada desde 2009, esta ferramenta objetiva o aprimoramento da comunicação entre os agentes do processo decisório e de controle da organização. Por meio dela, a disponibilização de conteúdos necessários para o Conselho de Administração ocorre de forma ágil e segura, evitando a circulação de documentos por meios impróprios.

Além disso, existe a garantia de que os conselheiros sempre tenham acesso às versões atualizadas dos documentos e que

ocorra a otimização dos recursos com impressão, reprodução de cópias de documentos e das horas de trabalho.

Um dos principais benefícios deste instrumento é o aprimoramento do processo de governança corporativa, auxiliando os conselheiros e demais administradores no desempenho de suas funções.

---

## AUTOAVALIAÇÃO DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

O questionário de autoavaliação\* do Conselho de Administração é aplicado anualmente, conforme definido no regimento deste órgão.

Este instrumento é de suma importância para o conhecimento de preceitos sobre o adequado desempenho de suas funções, individuais e coletivas, representando uma das melhores práticas de governança corporativa, conforme estabelece o Instituto Brasileiro de Governança Corporativa.

A autoavaliação auxilia ainda no desenvolvimento de um Conselho de Administração mais maduro e mais preparado técnica e estrategicamente.

\*Aplicado aos Conselhos de Administração da Tele Norte Leste Participações S/A e da Brasil Telecom S/A.

---

## PLANO DE OPÇÃO DE COMPRA DE AÇÕES

A Assembleia Geral Extraordinária realizada em 11 de abril de 2007 aprovou o Plano de Opção de Compra de Ações, constante do site da companhia (<http://www.oi.com.br/ri>) e disponível na página da CVM (<http://www.cvm.gov.br/>). Assim, compete ao Conselho de Administração a gestão do referido plano, devendo este criar periodicamente Programas de Opção de Compra de Ações.

O primeiro Programa de Opção de Compra de Ações, criado em 2007, contemplou cerca de 40 executivos beneficiários que fazem jus à outorga total de ações ordinárias e preferenciais de até 1,99% do capital social da TNL, cuja opção poderá ser exercida em quatro lotes anuais iguais a partir de 2008 e até 2011.

Em 2010, foram exercidas 12.722 opções de ações ON e 96.164 opções de ações PN da TNLP por alguns executivos participantes do plano, em decorrência do exercício de opção de compra do primeiro, segundo e terceiro lotes do programa aprovado.



## GESTÃO DE RISCOS E CONTROLES INTERNOS

A Oi entende que o gerenciamento dos riscos é parte fundamental das boas práticas de governança corporativa e tem como objetivo preservar a integridade do negócio, de seus ativos materiais, financeiros e socioambientais, além de auxiliar a empresa a atingir os seus objetivos.

O Modelo de Gestão de Riscos, criado na Oi, sustenta-se nos mais modernos conceitos, sendo instrumento essencial para o adequado levantamento, monitoramento e tratamento dos riscos, bem como o aperfeiçoamento das práticas de gestão e melhoria do ambiente de controles, e consequentemente da elevação do nível de governança corporativa, e reconhecimento por parte dos seus *stakeholders*.

A estrutura de gestão de riscos e controles é baseada nos modelos internacionais de referência como o *Internal Control – Integrated Framework*, do *Coso (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission)*, o *Cobit (Control Objectives for Information and Related Technology)*, do *IT Governance Institute*, e a Norma Brasileira de Gestão de Riscos (ABNT – NBR ISO 31000).

A metodologia de gestão de riscos da Oi compreende o mapeamento dos riscos conforme o nível de avaliação e as particularidades dos processos que se pretende avaliar, o que permite a divisão da estrutura em:

- **Riscos Corporativos** – percepção da alta direção sobre as incertezas internas e externas capazes de afetar o negócio;
- **Riscos de Processos** – riscos nos processos da organização, englobando a percepção dos gestores sobre as incertezas capazes de afetar os objetivos desses processos;
- **Riscos Socioambientais** – impactos (riscos) sofridos pelo meio ambiente e partes interessadas (colaboradores, clientes, comunidade, governo, investidores, fornecedores etc.) com relação aos aspectos (fatores de riscos) oriundos das atividades desenvolvidas pela companhia;
- **Riscos de Recursos** – riscos nos ativos da organização (pessoas, instalações, redes, equipamentos, sistemas, fornecedores), englobando a percepção técnica das incertezas capazes de afetar esses recursos.

A publicação e divulgação de informativos via sistema de intranet, somado à realização de treinamentos e *workshops* focados em governança corporativa, riscos e controles foram outros fatores que contribuíram para o acultramento e a consolidação das atividades de gerenciamento dos riscos inerentes aos processos da Oi.

Para mitigar seus riscos, a companhia, em processo contínuo, desenha e implementa controles, bem como realiza o monitoramento de seu ambiente visando à prevenção de perdas, à salvaguarda de ativos e ao suporte na tomada de decisões executivas. Além disso, o processo envolve a autoavaliação dos gestores, cuja avaliação é independente, conduzida pela Gerência de Controles Internos e por auditoria externa.

Todas essas informações são registradas e atualizadas em um Sistema Corporativo de Gestão de Riscos, que permite maior transparência, segurança, confiabilidade e rastreabilidade das informações, contribuindo para a tomada de decisões executivas e a melhoria do ambiente de controles da companhia.

Outra importante ferramenta de riscos e controles da Oi é o Sistema de Política de Alçadas e Delegação de Autoridades (PADA), o qual visa garantir a adequação dos níveis de aprovação inerentes aos processos de maior relevância.

O monitoramento dos controles relacionados ao tratamento e divulgação de informações financeiras tem suportado a manutenção da certificação em conformidade com a legislação americana Sarbanes-Oxley.

A Administração avaliou e concluiu pela eficácia do ambiente de controles internos da companhia, sobre a divulgação de informações financeiras, em 31 de dezembro de 2010.

## SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO

A área de Gestão de Segurança de Informações se fez presente nas áreas de Negócios, TI e Engenharia apoiando o desenvolvimento de produtos e serviços, principalmente conscientizando as áreas sobre a importância da segurança da informação e definindo padrões tecnológicos para toda a rede.

As medidas aplicadas à segurança de redes visam minimizar os riscos relacionados à definição dos padrões de segurança e à detecção e prevenção de seus incidentes, bem como ao monitoramento das regras de negócio da companhia.

As medidas adotadas para a segurança de aplicações visam

à automação de diversos processos manuais, protegendo as informações da Oi na concepção, desenvolvimento seguro e manutenção do ciclo de vida de produtos e serviços.

No que se refere à gestão de acessos, foram tomadas decisões no sentido de proteger a companhia de acessos indevidos ou vazamento de informações. O desafio em 2010 foi administrar sistemas com milhares de acessos, melhorando os processos, tempos de atendimento e mantendo o nível de confiabilidade das informações de acordo com os regulamentos e em aderência aos padrões nacionais e internacionais de segurança.

Outras atividades permanentes estão relacionadas a políticas e ao *compliance*, por meio da avaliação do nível de conformidade dos controles frente à Política de Segurança de Informações, do plano de continuidade do negócio e da manutenção das iniciativas que visam à conscientização dos colaboradores.

---

## ÍNDICE DE SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL (ISE)

Pelo terceiro ano consecutivo, a Oi integra a carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da BM&FBovespa. A carteira, com vigência no período de 03/01/2011 a 30/12/2011, é composta por 38 empresas, de 18 setores da economia.

O ISE identifica as empresas listadas que se destacam pelo seu compromisso e alinhamento estratégico com o desenvolvimento sustentável, as quais são diferenciadas pelos investidores que valorizam a responsabilidade socioambiental na obtenção dos seus resultados econômicos, com foco na perenidade do negócio. Criado em 2005, o ISE tornou-se um padrão de comparação de desempenho com outros indicadores de mercado e incentivou a criação de fundos de investimentos socialmente responsáveis.

Isso demonstra que a companhia vem alavancando a Sustentabilidade na sua estratégia, dando continuidade à implementação de boas práticas e reafirmando a importância das ações do Programa Oi de Sustentabilidade.

Os desafios para permanecer nesta carteira são contínuos e inspiram a companhia a construir um novo modelo de desenvolvimento, buscando a excelência financeira, considerando a sociedade na qual está inserida, respeitando os seres humanos e o meio ambiente.

Participar do ISE é uma decisão estratégica que envolve toda a companhia. Deste modo, a Oi considera que, além do ISE representar uma referência conceituada de mercado e ferramenta fomentadora das melhores práticas de sustentabilidade, ele contribui para o aprimoramento do modelo de gestão da companhia.

---

## ÍNDICE DE CARBONO EFICIENTE (ICO2)

Em 2010, a Oi foi selecionada para fazer parte do Índice Carbono Eficiente (ICO2). Iniciativa conjunta da BM&FBovespa e BNDES, este índice visa mensurar o retorno de uma carteira teórica constituída por papéis do IBrX-50 (50 ações selecionadas entre as mais negociadas na BM&FBovespa em termos de liquidez), da qual a Oi faz parte, reponderados em função do grau de eficiência da emissão de gases de efeito estufa das empresas.

Este indicador é um instrumento econômico de incentivo para que a companhia amplie suas práticas de gestão ambiental voltadas para mudanças climáticas, além de sinalizar para os mercados, de capitais nacional e internacional, que a Oi está alinhada com as mais avançadas discussões sobre as mudanças climáticas.

---

## ÉTICA

O Código de Ética da Oi, um dos principais instrumentos para garantir e reforçar a importância dos princípios éticos na companhia, implantado em setembro de 2007, é resultado de um processo colaborativo, que envolveu a participação de colaboradores que contribuíram na elaboração de seu conteúdo. É um documento feito por pessoas que compartilham a mesma cultura e focado em ações educativas, e não punitivas.

Ao longo dos três anos da adoção do Código de Ética da Oi, o Comitê de Ética, composto por cinco diretores executivos, responsável pela gestão do Código e tratamento dos casos recebidos por meio do canal de denúncias, atuou em 336 casos, dos quais 55 são relativos a 2010.

Este canal de denúncias, disponível no website da companhia, trata de modo confidencial todas as informações recebidas, independentemente da sua forma de registro, se anônima ou identificada.

Em 2010, foi ampliado o número de Agentes de Ética para 38 colaboradores, dos quais 24 são mulheres e 14 são homens. Escolhidos pelo Comitê de Ética, e provenientes de di-





ferentes áreas da companhia, estes Agentes têm o objetivo de disseminar a cultura ética na Oi, orientando os colaboradores sobre questões do dia a dia de trabalho, em conformidade com as diretrizes do Código de Ética.

A Oi reconhece a importância da ética na gestão da companhia. Logo, mantém uma estrutura permanente de monitoramento e tratamento dos questionamentos recebidos, de forma a garantir a credibilidade do seu Código e da atuação do seu Comitê. As denúncias ou questionamentos podem ser efetuados no website, por meio de caixa postal, e-mail e formulação de consultas aos Agentes de Ética.

A Oi desenvolve campanhas permanentes de comunicação junto aos colaboradores abrangendo toda a companhia com o intuito de ampliar a visibilidade dos assuntos abordados pelo Código. Além disso, foram realizados treinamentos presenciais que reuniram 108 colaboradores, em diferentes Estados, bem como 1.813 colaboradores concluíram o treinamento online (*e-learning*) ao longo de 2010.

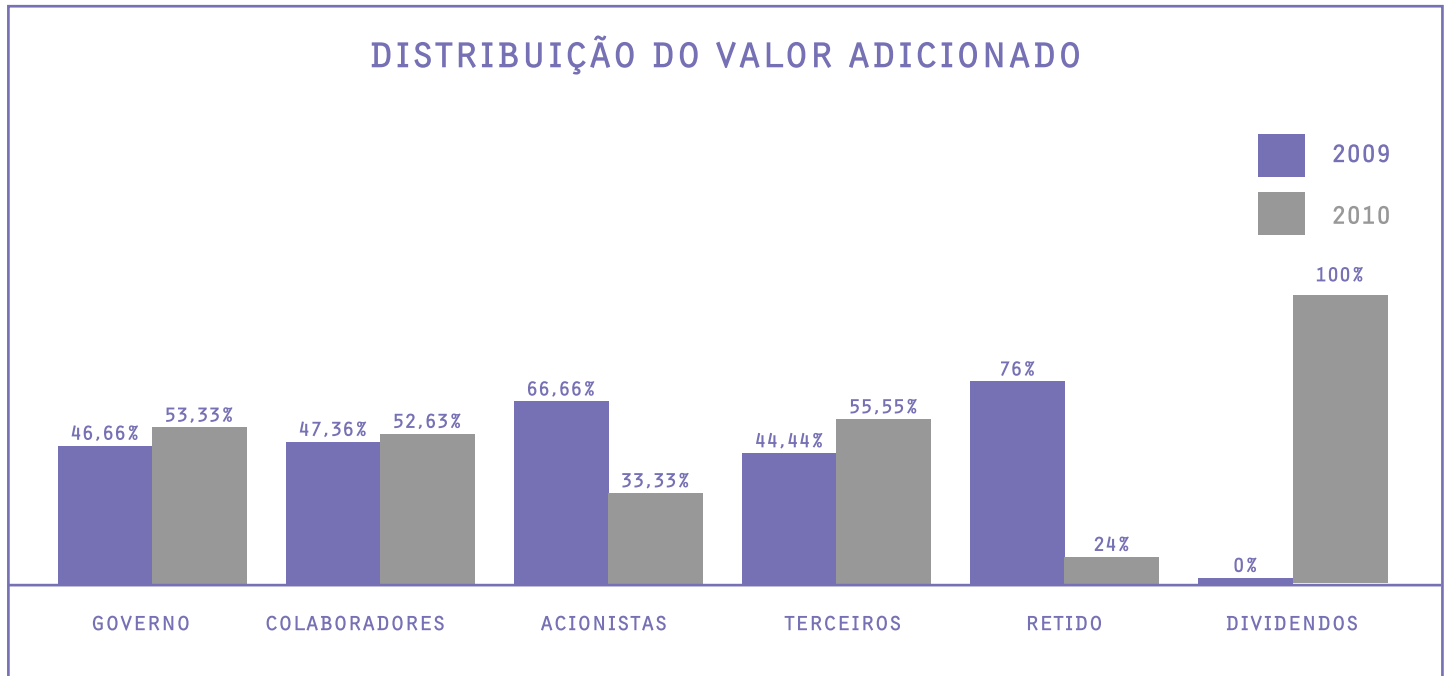
## VALOR ADICIONADO

Em 2010, a Oi gerou um valor adicionado consolidado de R\$ 19,04 bilhões, revelando como a companhia promoveu a distribuição de riquezas gerada por sua atividade. Do valor adicionado a distribuir, nada menos que 55,7% foram destinados aos cofres públicos, sob as mais diversas formas de tributos.

DEMONSTRAÇÃO DO VALOR ADICIONADO (EM R\$ MILHÕES)	2009		2010	
<b>Receita bruta</b>		<b>45.863</b>		<b>45.928</b>
Receita bruta após deduções		41.219		40.320
Outras receitas e despesas		5.241		(181)
Insumos adquiridos de terceiros		(16.254)		(15.115)
<b>Valor adicionado bruto</b>		<b>30.206</b>		<b>25.024</b>
Retenções		(8.894)		(7.913)
<b>Valor adicionado lucro líquido produzido</b>		<b>21.312</b>		<b>17.111</b>
<b>Valor adicionado recebido em transferência (Receita Financeira)</b>		<b>1.601</b>		<b>1.929</b>
		<b>% total</b>		<b>% total</b>
<b>Valor adicionado a distribuir</b>	22.913	100,00%	19.040	100,00%
Pessoal e encargos	2.055	9,00%	1.967	10,30%
Impostos, taxas e contribuições	11.197	48,90%	10.596	55,70%
Juros e encargos financeiros	2.989	13,00%	3.204	16,80%
Aluguéis e seguros	1.580	6,90%	1.523	8,00%
Participações minoritárias	819	3,60%	322	1,70%
Participações dos empregados	—	0,00%	—	0,00%
Dividendos	—	0,00%	339	1,80%
Lucros retidos	4.274	18,70%	1.089	5,70%



DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO





## BALANÇO PATRIMONIAL CONSOLIDADO

## DEMONSTRAÇÕES DO VALOR CONSOLIDADO

R\$ MILHÕES	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
<b>Receita operacional bruta</b>	<b>10.851</b>	<b>13.660</b>	<b>16.091</b>	<b>19.427</b>	<b>22.125</b>	<b>23.686</b>	<b>24.232</b>	<b>25.153</b>	<b>27.197</b>	<b>45.863</b>	<b>45.928</b>
Receita Serviço Local	4.688	8.793	9.852	11.075	11.582	12.140	11.899	11.653	11.192	17.641	16.652
Receita de Longa Distância	1.040	1.568	2.066	2.964	3.661	3.795	3.703	3.587	3.854	6.161	5.610
Contact Center	0	0	46	94	256	0	0	0	0	0	0
Receita de Telefone Público	459	570	669	808	1.017	1.111	1.117	1.106	656	968	522
Dados	679	787	906	1.184	1.608	2.061	2.513	2.879	3.397	8.668	9.312
Outros	3.985	1.941	2.069	1.949	1.889	1.825	1.526	1.491	1.697	2.490	2.626
Telefonia Móvel	0	0	483	1.354	2.112	2.754	3.474	4.436	6.401	9.935	11.206
<b>Deduções da receita bruta</b>	<b>(2.724)</b>	<b>(3.556)</b>	<b>(4.217)</b>	<b>(5.424)</b>	<b>(6.283)</b>	<b>(6.939)</b>	<b>(7.360)</b>	<b>(7.569)</b>	<b>(8.461)</b>	<b>(15.866)</b>	<b>(16.449)</b>
<b>Receita operacional líquida</b>	<b>8.127</b>	<b>10.103</b>	<b>11.874</b>	<b>14.003</b>	<b>15.842</b>	<b>16.747</b>	<b>16.872</b>	<b>17.584</b>	<b>18.736</b>	<b>29.997</b>	<b>29.479</b>
Custo dos serviços prestados e das mercadorias vendidas	(5.302)	(6.803)	(8.201)	(8.685)	(9.126)	(8.796)	(9.360)	(9.256)	(9.657)	(18.458)	(16.639)
<b>Lucro bruto</b>	<b>2.825</b>	<b>3.301</b>	<b>3.673</b>	<b>5.318</b>	<b>6.715</b>	<b>7.951</b>	<b>7.512</b>	<b>8.328</b>	<b>9.079</b>	<b>11.539</b>	<b>12.841</b>
<b>Receitas (despesas) operacionais</b>	<b>(1.595)</b>	<b>(2.651)</b>	<b>(2.201)</b>	<b>(2.826)</b>	<b>(3.567)</b>	<b>(4.483)</b>	<b>(4.394)</b>	<b>(4.392)</b>	<b>(5.788)</b>	<b>(3.731)</b>	<b>(8.743)</b>
Resultado de equivalência patrimonial	0	18	-19	75	119	54	163	36	42	0	0
Comercialização dos serviços	(910)	(1.424)	(1.429)	(1.739)	(1.982)	(2.680)	(2.593)	(2.691)	(3.547)	(5.302)	(4.886)
Gerais e administrativas	(791)	(877)	(837)	(855)	(950)	(1.084)	(1.207)	(1.222)	(1.613)	(3.067)	(2.790)
Outras despesas operacionais. Líquidas	0	(368)	(70)	(306)	(809)	(773)	(757)	(515)	(670)	(2.046)	(1.067)
Outras receitas extraordinárias não recorrentes	105	0	153	0	55	0	0	0	0	6.684	0
<b>Lucro operacional antes do resultado financeiro</b>	<b>1.230</b>	<b>649</b>	<b>1.472</b>	<b>2.492</b>	<b>3.148</b>	<b>3.468</b>	<b>31.181</b>	<b>3.935</b>	<b>3.291</b>	<b>7.808</b>	<b>4.097</b>
Receitas financeiras	281	821	384	606	776	908	733	960	1.326	1.601	1.929
Despesas financeiras	(321)	(1.265)	(2.409)	(2.785)	(2.417)	(2.524)	(2.022)	(1.439)	(2.710)	(3.988)	(4.361)
<b>Resultado financeiro</b>	<b>(39)</b>	<b>(444)</b>	<b>(2.024)</b>	<b>(2.178)</b>	<b>(1.641)</b>	<b>(1.616)</b>	<b>(1.290)</b>	<b>(478)</b>	<b>(1.384)</b>	<b>(2.387)</b>	<b>(2.432)</b>
<b>Lucro operacional</b>	<b>1.190</b>	<b>206</b>	<b>(553)</b>	<b>314</b>	<b>1.507</b>	<b>1.852</b>	<b>1.829</b>	<b>3.457</b>	<b>1.907</b>	<b>5.421</b>	<b>1.666</b>
<b>Lucro antes do imposto de renda, da contribuição social e das participações minoritárias</b>	<b>1.206</b>	<b>204</b>	<b>(524)</b>	<b>246</b>	<b>1.370</b>	<b>1.815</b>	<b>1.812</b>	<b>3.457</b>	<b>1.907</b>	<b>5.421</b>	<b>1.666</b>
Imposto de renda e contribuição social	(175)	22	371	113	(447)	(371)	(210)	(615)	(475)	(328)	84
Participações empregados	(65)	(28)	(131)	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Lucro líquido do exercício</b>	<b>709</b>	<b>140</b>	<b>(416)</b>	<b>213</b>	<b>751</b>	<b>1.114</b>	<b>1.310</b>	<b>2.318</b>	<b>1.155</b>	<b>5.092</b>	<b>1.749</b>
Participações minoritárias	(257)	(57)	(132)	(145)	(173)	(329)	(292)	(524)	(278)	819	322
<b>Nº de ações do capital social (MM. ex Tesouraria)</b>	<b>369.750</b>	<b>369.470</b>	<b>375.065</b>	<b>381.777</b>	<b>379.803</b>	<b>382.122</b>	<b>382.122</b>	<b>382.122</b>	<b>382.122</b>	<b>382.523</b>	<b>382.647</b>
<b>ON</b>	<b>121.820</b>	<b>121.927</b>	<b>123.792</b>	<b>126.030</b>	<b>126.601</b>	<b>127.374</b>	<b>127.374</b>	<b>127.374</b>	<b>127.374</b>	<b>127.576</b>	<b>127.591</b>
<b>PN</b>	<b>247.930</b>	<b>247.542</b>	<b>251.273</b>	<b>255.747</b>	<b>253.202</b>	<b>254.748</b>	<b>254.748</b>	<b>254.748</b>	<b>254.748</b>	<b>254.947</b>	<b>255.056</b>
<b>Dividendo/JCP (R\$ MM)</b>	<b>251</b>	<b>303</b>	<b>500</b>	<b>800</b>	<b>1.100</b>	<b>785</b>	<b>330</b>	<b>671</b>		<b>2.005</b>	<b>1.539</b>
<b>EBITDA (R\$ MM)</b>	<b>4.032</b>	<b>3.558</b>	<b>5.353</b>	<b>6.175</b>	<b>6.531</b>	<b>6.765</b>	<b>6.102</b>	<b>6.517</b>	<b>6.068</b>	<b>14.841</b>	<b>10.296</b>



## COMPROMISSOS COM A SUSTENTABILIDADE

Os temas ligados à Sustentabilidade têm ganhado cada vez mais relevância nas agendas das empresas. Logo, é fundamental relatar adequadamente os impactos econômicos, sociais e ambientais decorrentes de seu negócio e como pretende aperfeiçoar os aspectos positivos, bem como melhorar os aspectos negativos que podem advir deste. A sociedade, o meio ambiente e o lucro não estão mais separados, são vistos integrados sob a ótica do desenvolvimento sustentável.

A Oi tem evoluído gradativamente na implementação de iniciativas vinculadas à Sustentabilidade. Em 2010, deu continuidade ao processo de aculturação de seus colaboradores, pois entende que somente com a sensibilização e comprometimento deles é que o tema pode ser transformado em ação e fazer parte do cotidiano da companhia. Além de reforçar as diretrizes da Política de Sustentabilidade, a Oi inseriu o tema no seu modelo de gestão, inclusive por meio da adoção de metas corporativas de Sustentabilidade para os seus principais executivos.

A Política de Sustentabilidade representa a base institucional do Programa Oi de Sustentabilidade, programa corporativo que visa promover estas práticas por meio da sensibilização e comprometimento dos colaboradores e gestores da Oi, em cujas ações e metas devem estar refletidas a importância da sustentabilidade na imagem, na gestão do negócio e em suas operações, sendo possível a sua mensuração e evidências.

Outro fator importante a destacar foi a realização do inventário de emissão de gases do efeito estufa pela Oi, que corrobora a sua preocupação com os efeitos das mudanças climáticas para a sustentabilidade empresarial.

A Oi permanece signatária do Pacto Global, compromisso voluntário reforçado a cada ano pela demonstração do investimento contínuo em ações sociais, educacionais, culturais e em projetos ambientais, em alinhamento com os dez princípios que regem esta iniciativa.

A Oi tem trabalhado ainda na identificação e avaliação dos riscos socioambientais dos eventuais impactos decorrentes de sua atuação, bem como está atenta à evolução das novas políticas, projetos de lei e leis, inclusive no que concerne à gestão de resíduos na cadeia de valor das empresas de telecomunicações. Além disso, respeita as iniciativas normativas, advindas do órgão regulador dos serviços de telefonia ou

de órgãos governamentais, visando à incorporação dos princípios e critérios de gestão ambiental na realização das atividades das empresas.

No contexto da Sustentabilidade, o setor de telecomunicações tem grande importância e alcance, pois fornece à sociedade tecnologia, produtos e serviços que viabilizam novas oportunidades para a educação entre outras áreas, trazendo benefícios à melhoria da qualidade de vida da população. A inclusão social pode promover a inovação e o desenvolvimento de várias localidades, favorecendo o crescimento destas e o acesso à cidadania.

Prestando serviços convergentes e integrados de telecomunicações e ampliando a inclusão digital, por meio do acesso às tecnologias de informação, a Oi não tem medido esforços para a internalização do conceito de Sustentabilidade no seu negócio e na sociedade que está inserida. A Oi sabe que os valores e práticas relacionadas à Sustentabilidade devem ser fonte de inspiração para a formulação de novos negócios, e sabe que não se pode mais pensar estrategicamente sem a consideração deste tema.

## POLÍTICA

Em 2010, a Oi revisou e atualizou sua Política de Sustentabilidade, que tem por objetivo estabelecer diretrizes de sustentabilidade para nortear as atividades, projetos, processos, operações e negócios da empresa, bem como o gerenciamento dos riscos e a avaliação dos seus respectivos impactos socioambientais.

A Política estabelece ainda uma visão da sustentabilidade integrada ao negócio da companhia, inclusive refletindo as melhores práticas do mercado. Um dos objetivos com a disseminação desta política é a identificação de oportunidades pelos colaboradores, que podem propor soluções e adotar novas práticas sustentáveis na companhia. Estas práticas devem estimular sua incorporação às rotinas de trabalho e estar refletidas nas metas de algumas áreas.

### > A POLÍTICA DE SUSTENTABILIDADE DA OI É COMPOSTA PELAS SEGUINTE DIRETRIZES:

- Promover, implementar e disseminar ações de desenvolvimento sustentável como investimento contínuo;
- Definir e aplicar boas práticas de Governança Corporativa para honrar os compromissos com os acionistas;



- Respeitar o consumidor, outras empresas, o cidadão e o meio ambiente em todas as etapas do marketing, negócios e operações, através de diretrizes baseadas na ética e na responsabilidade socioambiental, para que suas ações não tragam impactos negativos à sociedade e ao meio ambiente e que atendam as suas necessidades de longo prazo;
- Conscientizar colaboradores e outras partes interessadas sobre a importância das relações com o meio ambiente, através da educação para a Sustentabilidade;
- Ampliar a apreciação de práticas relacionadas à Sustentabilidade por meio de reuniões periódicas do Comitê de Governança Corporativa, Divulgação e Sustentabilidade;
- Buscar o engajamento e estimular o relacionamento com as partes interessadas e estar aberto para receber críticas sobre a natureza de seus processos, produtos e serviços;
- Enfatizar a importância do conhecimento do Código de Ética e sua aplicação nas principais decisões da empresa e no comportamento de seus colaboradores e fornecedores;
- Identificar e avaliar os aspectos e impactos sociais, econômicos e ambientais nos processos, projetos e atividades da empresa, priorizando os mais significativos;
- Buscar novas tecnologias economicamente viáveis e aperfeiçoar as operações e processos da empresa, de modo a minimizar os impactos ao meio ambiente;
- Enfatizar a importância de critérios de Sustentabilidade na seleção e gestão de fornecedores;
- Contribuir para o bem estar físico e emocional dos colaboradores e de sua família através de ações internas;
- Respeitar a diversidade, combatendo a discriminação, o assédio moral e sexual e a corrupção em todas as suas formas;
- Respeitar a livre associação sindical de seus colaboradores e o direito à negociação coletiva;
- Promover e ampliar as práticas de responsabilidade social da companhia;
- Estabelecer diretrizes para a gestão dos ativos intangíveis, contribuindo para aumentar o valor da companhia;
- Cumprir os requisitos legais vinculados ao negócio e os compromissos de Sustentabilidade subscritos voluntariamente pela Oi;
- Proibir práticas de trabalho infantil, exploração sexual de crianças e adolescentes, trabalho escravo, forçado ou obrigatório, discriminação em todas as suas formas e punições ilegais;
- Utilizar água e energia de forma consciente com controle e gerenciamento, adotando medidas de substituição de equipamentos obsoletos para melhor aproveitamento dos recursos;
- Reduzir, reutilizar e reciclar os resíduos, sempre que possível;
- Criar mecanismos para solução de conflito de interesses sem comprometer os interesses coletivos da sociedade;
- Desenvolver novos negócios identificando oportunidades oferecidas pela Sustentabilidade;
- Dirigir as decisões estratégicas de acordo com os dez princípios do Pacto Global da Organização das Nações Unidas;
- Prevenir a poluição e contribuir efetivamente no combate aos efeitos negativos causados pelas mudanças climáticas, identificando, quantificando, reduzindo e compensando suas emissões de gases do efeito estufa;
- Buscar a melhoria contínua de seu desempenho socioambiental;
- Divulgar internamente e para as partes interessadas as práticas, indicadores e metas de Sustentabilidade.



---

## METAS DE SUSTENTABILIDADE

Em 2010, a Oi também integrou a Sustentabilidade no seu Modelo de Gestão, por meio da inserção de metas de Sustentabilidade para os principais executivos da companhia.

Estas metas são desdobradas junto às áreas, que têm implementado planos de ação, cujas realizações são passíveis de mensuração, monitoramento e evidências.

---

## PACTO GLOBAL

Desde 2009, a Oi é signatária do Pacto Global das Nações Unidas. Com isto, reforçou a adoção de valores fundamentais e internacionalmente aceitos no âmbito dos Direitos Humanos, Relações de Trabalho, Meio Ambiente e Combate à Corrupção, confirmando a filosofia que pratica em seus negócios.

Embora os princípios que integram o Pacto Global já sejam foco de atuação da Oi, a companhia desenvolve outras ações para aprimorar esse atendimento e para se manter entre os signatários desse documento da ONU da rede brasileira. A tabela inserida abaixo enumera tais ações.

Além disso, em 2010 a companhia patrocinou a Oficina de Comunicação de Progresso, organizada pelo Instituto Ethos, que reuniu as empresas signatárias do Pacto Global com o objetivo de um detalhamento na elaboração do relatório de Comunicação de Progresso, que deve ser enviado anualmente à ONU. Por meio do apoio a este evento, a Oi dá mais uma demonstração pública de seu empenho em promover as melhores práticas de Sustentabilidade.

A Oi reafirma seu compromisso com os princípios do Pacto Global, inclusive por meio da mensagem do Presidente na abertura deste Relatório.







## EDUCAÇÃO PARA SUSTENTABILIDADE

A educação para sustentabilidade é um processo de reconhecimento de valores sociais, que objetiva o desenvolvimento de habilidades e a modificação de atitudes em relação aos negócios, à sociedade e à conservação do meio ambiente. O intuito é entender as relações entre as pessoas e as suas culturas e contribuir para a construção de uma consciência crítica, a melhoria da qualidade de vida e a perenidade das organizações.

Na Oi, essa prática vem sendo trabalhada de forma gradativa e constante, numa relação tríplice entre informação, educação e cultura e tem como principais frentes: comunicados ao mercado, campanhas internas de conscientização, realização de treinamentos presenciais e on-line para colaboradores, divulgação de informações e dados nas ferramentas de comunicação interna (hotsite), treinamento on-line para fornecedores e consumidores. Além destes, a companhia está estruturando programas com foco na educação de seus colaboradores, com a formação de multiplicadores do tema Sustentabilidade em suas áreas de atuação.

## GENTE

Trabalhar na Oi é para quem tem um pensar mais ousado, uma vontade de deixar sua marca no mundo.

A Oi é uma empresa de pessoas que apostam na inteligência e ousadia pra fazer diferença. A sua bússola está apontada para o cliente e para o mercado. A Oi enxerga a vida sob um ângulo mais leve, mais divertido e investe fortemente em programas de reconhecimento e de qualidade de vida, além de incentivar o exercício da cidadania através do Programa de Voluntariado. Mais do que respeitar a diversidade, a Oi acredita que é esta quem faz o diferencial.

A Oi possui em seu time 11.819 colaboradores, 417 estagiários e 77 aprendizes técnicos. Do total de colaboradores, 61% são do sexo masculino e 39% do sexo feminino. Os cargos executivos são integrados por 76% de homens e 24% de mulheres.

A média de idade dos colaboradores é de 36 anos, com um tempo médio de empresa de 8 anos. A Oi está presente em 26 estados mais o Distrito Federal, com profissionais alocados em mais de 150 endereços.

Por meio de programas especializados, forma-se uma equipe de primeira linha: 390 facilitadores de Gestão, 27 *Black Belts*, 213 *Green Belts*, 385 líderes de projetos, 250 integrantes do TOP – Times de Otimização de Processos e 234 líderes de processo.

## GESTÃO ESTRATÉGICA

A Oi é a maior empresa brasileira de telecomunicações, a única com convergência total em sua área, a terceira do mundo a ter seus negócios reunidos em uma marca única. Para se inovar com qualidade, a área de Gente trabalha continuamente na adequação da sua estrutura e processos às estratégias de negócios da companhia, de forma a viabilizar maior eficiência operacional. Com esse objetivo, em 2010 foi realizado um aprimoramento das ferramentas de controles estratégicos, através de novos instrumentos, métricas e indicadores de gestão.

Na linha da consolidação de um RH estratégico para a integração da Oi e Brasil Telecom em uma empresa de atuação nacional, em 2010 foi finalizada a unificação dos processos e procedimentos de gestão de Gente. Para isto, foi feita a padronização dos sistemas de controle de jornada de trabalho e o modelo de gestão de terceiros, bem como um aprimoramento dos processos de saúde e segurança do trabalho – com 100% da documentação legal atualizada em conformidade com a legislação aplicável.

A companhia continuou atuando para alcançar melhorias constantes das relações do trabalho. Foram renovados todos os Acordos Coletivos de Trabalho e Acordos de Jornada de Trabalho - 2010/2012, mantendo o alinhamento com as melhores práticas de mercado bem como com as entidades sindicais. Os acordos abrangem 100% dos colaboradores da companhia, e prevêm, além do reajuste salarial, outros itens relativos à saúde e segurança, como plano médico e odontológico, alimentação e medicamentos, e participação nos resultados – fundamentais para consolidar o processos de unificação das empresas Oi e Brasil Telecom.

Além disso, a área de Gente atuou de forma contundente nos processos de unificação e transição de contratos das empresas prestadoras de serviços de rede em planta externa e interna. Foi feito um acompanhamento das rescisões garantindo o cumprimento da legislação e eventuais contingências trabalhistas, além do apoio na estruturação e realização do processo de Conciliação Prévia com envolvimento de Sindicatos



e Ministério Público do Trabalho.

A Oi respeita o direito de seus colaboradores de se associar a sindicatos, bem como garante seus direitos de negociação coletiva. A companhia busca constantemente conciliar os interesses de ambas as partes, promovendo o diálogo com as entidades representativas no setor de telecomunicações e evitar impactos na operação.

## CARREIRA E DESENVOLVIMENTO

Na Oi, todo colaborador tem a oportunidade de dar uma guinada na carreira profissional. Esse é o jeito de motivar o dia a dia dos times e aproveitar o que têm de melhor para contribuir com as necessidades e com o sucesso da companhia. A prova disso é que a Oi trabalha com a Gestão de Carreira cujas principais ferramentas são o processo de recrutamento interno livre e uma estratégia de desenvolvimento profissional que, além de orientar o autoconhecimento e desenvolvimento, mostra o caminho para um bom planejamento de carreira.

Além disso, o processo de Análise de Desempenho na Oi é anual e abrange todos os colaboradores na companhia. Em 2010, 10.428 colaboradores (80% da empresa) participaram das cinco etapas do processo, desde a autoavaliação até a reunião de *feedback* com o gestor. Este processo está entre os principais instrumentos de gestão de carreira dos colaboradores e representa o início do ciclo de desenvolvimento. É avaliado o desempenho individual entregue frente às competências de negócio, e a partir do qual os *gaps* identificados possibilitam o desdobramento de ações de desenvolvimento individual para obter equilíbrio entre o crescimento da empresa e da pessoa.

Além disso, em 2010, os programas corporativos atenderam todos os colaboradores, de todos os níveis hierárquicos. As ações provenientes do ciclo de avaliação de desempenho nas competências de negócio, juntamente com ações pontuais referentes às competências técnicas e ações de educação continuada somaram 452.560 horas de treinamento.

NÍVEL HIERÁRQUICO	TOTAL	HORAS TREINADAS
Diretor	70	1.228,77
Gerente	762	30.551,69
Colaborador	12.205	420.779,54
<b>Total Geral</b>	<b>13.037</b>	<b>452.560</b>

Os programas de desenvolvimento estruturados na Oi buscam

suportar os diferentes tipos de competência descritos no Modelo (negócio, liderança e técnicas) e refletem o compromisso de desenvolvimento permanente do colaborador, utilizando metodologias que suportem o crescimento profissional, tanto no cargo atual (formação e atualização) quanto para posições futuras (desenvolvimento).

Como é o caso da implantação da Trilha de Capacitação em Gestão de Projetos, um programa de educação corporativa composto por uma série de atividades educacionais, presenciais e on-line, destinadas aos líderes e integrantes dos escritórios de projetos da Oi. O objetivo principal da trilha é a consolidação do “Jeito Oi” de fazer gestão de projetos estabelecendo uma linguagem única e comum e desenvolvendo todos os líderes de projetos em suas competências técnicas, obtendo ganhos em agilidade, produtividade, desempenho e sustentabilidade para o negócio.

No desenvolvimento das competências técnicas, a Oi teve como destaque as ações de educação à distância (*e-learning*s), que somaram mais 40 mil horas de treinamento, além dos treinamentos voltados para atualização das equipes operacionais nos *upgrades* tecnológicos.

Os *e-learning*s oferecidos aos colaboradores abrangem temas diversos como princípios fundamentais de telecomunicações, portabilidade, regulação, *feedback*, *coaching*, sustentabilidade, gestão de controles internos, gestão de riscos corporativos, governança corporativa, modelo de gestão, análise de desempenho, ética e gestão do tempo, entre outros.



A Oi possui uma estratégia de desenvolvimento contínuo dos gestores: a Academia de liderança. Esta iniciativa visa a promover e consolidar a cultura focada em serviços, por meio de



uma metodologia de aprendizado que os desenvolve para gerir os “momentos da verdade” junto a seus colaboradores e sustentar, no dia a dia, atitudes que levem ao crescimento da companhia. Em 2010 foram disseminados dois módulos: Jeito Oi de Liderar e Modelo de Gestão.

Já o Programa Geração – que promove o desenvolvimento de jovens talentos – alcançou em 2010 seus maiores índices em comparação com os últimos anos. Este programa movimentou aproximadamente 684 profissionais, entre jovens talentos envolvidos com seu desenvolvimento e crescimento profissional. Em 2010, foram 31.797 inscritos no programa de estágio no 1º semestre, em que foram recrutados 420 estudantes; e no 2º semestre foram 19.406 inscritos para 214 vagas disponíveis. Participaram dos processos para os Programas de *Trainees*, 18.405 candidatos. Destes, 11 foram selecionados para o Programa *Trainee* Recém-Formado, 11 para o Programa *Trainee* Executivo, com foco em gestão, e 30 para o Programa *Trainee* Expert, com foco técnico. Além disso, 940 colaboradores concorreram a 25 vagas para o Programa de Desenvolvimento Acelerado.

A Oi valoriza seus talentos também pelo recrutamento interno, que é prioridade na companhia. Todas as vagas são, em primeiro lugar, oferecidas internamente e para os cargos gerenciais, há um comitê que avalia cada candidato finalista. Em 2010, 82% das vagas abertas para executivos foram preenchidas por candidatos internos, via *assessment*. No geral, 61,8% das vagas abertas no ano foram preenchidas por colaboradores, por meio de recrutamento interno. Este dado torna-se ainda mais expressivo quando comparamos com o número de pessoas que demonstraram interesse em trabalhar na Oi ao cadastrarem seus currículos no sistema utilizado pela empresa (<http://vagas.com>): 368.728 pessoas. No ano, 176 estagiários foram efetivados como colaboradores, média de 15 por mês, 39% a mais do que em 2009. Por fim, 2.172 colaboradores tiveram promoção de cargo e de salário.

Houve uma evolução do Processo de Recrutamento e Seleção, o que foi aferido na pesquisa de satisfação, *feedback* do processo e melhoria na ferramenta. Foram percebidos maior transparência no processo seletivo, mais qualidade e agilidade na contratação, bem como um aumento nas oportunidades de crescimento para os colaboradores.

## SAÚDE, BEM-ESTAR E QUALIDADE DE VIDA

Pensando no bem-estar físico e emocional de seus colaborado-

res, a Oi promove uma série de iniciativas que visam à valorização, o cuidado e o reconhecimento do seu capital humano.

Dentre essas ações, pode ser citada a ginástica laboral, que ocorre nos principais prédios dos diversos estados onde a empresa atua. Em 2010, foram realizados cerca de 37 mil atendimentos.

Além desta atividade, nas salas dedicadas à qualidade de vida, os colaboradores podem agendar através da intranet corporativa sessões de shiatsu, RPG (reeducação postural global) e orientação nutricional. Em 2010, tivemos 10 mil atendimentos nas sessões de shiatsu e mais de 4 mil no RPG.

As gestantes da empresa são acompanhadas por meio de um plano de orientação telefônica, que informa, minimiza dúvidas e estimula a adesão ao programa de pré-natal essencial à saúde do bebê. É realizado um acompanhamento multiprofissional da mãe ao longo da gestação, em virtude do qual é possível auxiliar na detecção precoce de eventuais doenças típicas e colaborar para uma gravidez segura e tranquila. A gestante tem a sua disposição uma vasta gama de informações, desde a importância da consulta pré-natal até como preparar o enxoval. Ela ainda recebe os kits “Boas-Vindas ao Programa” e “Bebê Oi”. Em 2010, 190 gestantes foram atendidas por este programa. Além disso, no Acordo Coletivo 2010/2012, a empresa ampliou a licença maternidade para suas colaboradoras para até seis meses.

O Grupo de Corrida e Caminhada Oi é outra iniciativa do Programa de Qualidade de Vida da Oi, formado por colaboradores que querem praticar corridas, sem interesse de competição. Os treinos são supervisionados por um profissional de educação física de uma empresa especializada contratada pela Oi. Os benefícios para a companhia e colaborador são percebidos num ambiente interno com maior espírito de colaboração, mais capacidade de concentração e trabalho em equipe.

## COMUNICAÇÃO E CULTURA ORGANIZACIONAL

O ano de 2010 foi aquele em que a comunicação com os colaboradores foi pautada por diretrizes de sustentabilidade. Seja na gestão da cultura de serviços, como na promovida pelo Programa JOIA, bem como na implantação do programa de inovação ou mesmo em eventos e brindes corporativos, o foco deste ano foi consolidar a visão de mundo e empresa sustentáveis.



O tema foi tratado, por exemplo, no livro dedicado ao Dia das Crianças (medalha de prata no Prêmio ABA de melhores projetos de design) – um presente dado aos filhos de até 12 anos dos colaboradores, que entraram em contato com dicas de reciclagem através de uma linguagem acessível e lúdica.

Se, por um lado, o meio ambiente era abordado de forma educativa, os princípios eram adotados de forma estruturada, como a confecção da revista corporativa com material reciclado e proposta de design sustentável, além de custo de produção mais baixo. O relançamento da Revista Conexão não só primou por um projeto gráfico diferenciado, mas por uma abordagem inclusiva do mercado de telecomunicações: os próprios colaboradores são os principais protagonistas e clientes do veículo. O fator reconhecimento é fortemente percebido pela companhia, mas a meritocracia não se limita aos veículos de comunicação interna.

Uma das grandes novidades de 2009 foi o lançamento de uma plataforma de colaboração web – a Inovativa. Em 2010, este movimento ganhou legitimidade e fez parcerias estratégicas para a organização. Apresentado como um espaço virtual para o colaborador compartilhar suas ideias e contribuir com as propostas dos outros colegas da Oi, o objetivo principal da ferramenta é incentivar, por meio de um ambiente de colaboração e inovação, a produção e implantação de ideias alinhadas à estratégia da companhia. No primeiro ciclo, sobre redução de custos, cinco ideias foram reconhecidas pelo Comitê de Inovação e os colaboradores envolvidos foram premiados. Em setembro de 2010, iniciou-se o segundo ciclo da Inovativa: Qualidade no Atendimento do “Oi Móvel” e “Oi Velox” – que visa capturar sugestões que resultem na melhoria da experiência do cliente com esses serviços. Durante os dois meses de campanha, a Inovativa teve 8,5 mil acessos únicos e 152 ideias cadastradas.

Nesta linha de consolidação da cultura organizacional de uma empresa de serviços que coloca a atitude de gente servindo gente no centro da estratégia do negócio, foram reforçadas as ações do Programa JOIA – Jeito Oi de Atender e Aprender, por todo o Brasil.

Em 2010, foram realizados 224 circuitos JOIA até o mês de outubro em todo o país. Os circuitos servem para aproximar os profissionais de diferentes áreas e promover a troca de conhecimento sobre o negócio. O Espaço JOIA, que concentra todas as informações e sistemas de relacionamento do programa, foi reformulado para ficar mais moderno e mais alinhado à identidade da marca Oi. No canal de Atendimento

JOIA, em que o próprio colaborador é protagonista do atendimento, foi solucionada uma média de 1.500 registros por mês, colocando sempre o colaborador no centro da cadeia de valor. E no programa de reconhecimento JOIA, onde é possível registrar um elogio a um colega ou equipe – o Joinha –, foram enviados mais de 5 mil elogios individuais ou de equipe, que homenagearam mais de 3 mil profissionais, entre gestores e colaboradores.

O Dia JOIA foi realizado presencialmente no Rio de Janeiro, e transmitido simultaneamente para todo o Brasil, num total de 62 pontos conectados por videoconferência simultaneamente. O evento tem um clima especial, que cria encantamento e faz história, construindo cultura. Cada edição durante o ano trabalha um tema importante para a estratégia da Oi, que é abordado através de apresentações, vídeos e palestras. Nas quatro edições do evento, realizadas em 2010, foram abordados temas de motivação, time, cliente e futuro. Uma média de quatro mil colaboradores em todo o Brasil participou de cada edição do Dia JOIA, que contou com interatividade geográfica e alinhamento estratégico através da palavra do Presidente.

Por fim, as campanhas realizadas pela Oi têm como objetivo apoiar os movimentos internos e externos da companhia, engajando e mobilizando os colaboradores para uma causa específica. Em 2010, realizamos muitas ações. Entre as principais podem ser destacadas: lançamento do novo plano odontológico, Análise de Desempenho, Modelo de Gestão, Ações de Mercado na Região II\* e Expansão da Oi TV.

\*Região II: compreende os Estados das regiões Sul e Centro-Oeste, e os Estados de Rondônia e Acre.

## OI SOLIDÁRIA

Em todos os anos, a Oi realiza o Programa de Voluntariado. Para fazer o bem, o colaborador só precisa ter boa vontade e um tempo disponível, uma manhã ou uma tarde, para participar. O sucesso do programa da Oi se deve a vários fatores. Um deles é o engajamento constante dos colaboradores, o que mostra que a atitude de ser solidário está no DNA do público interno.

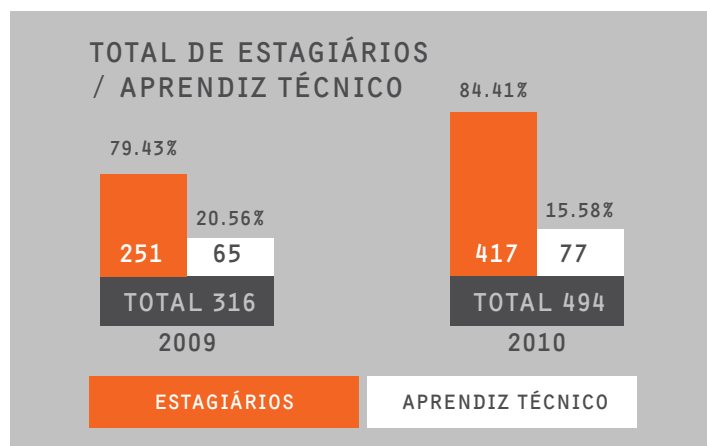
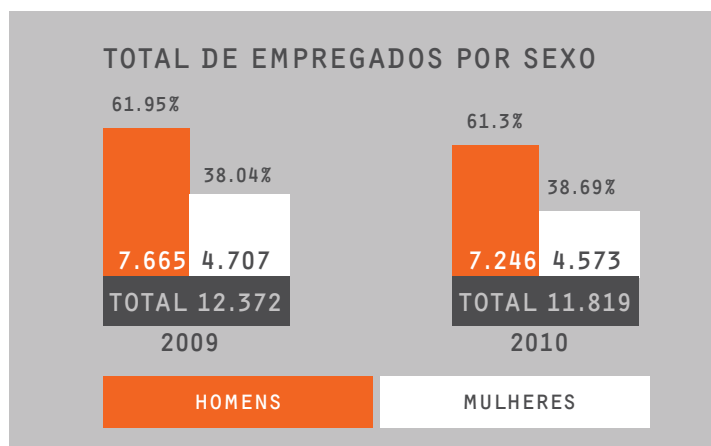
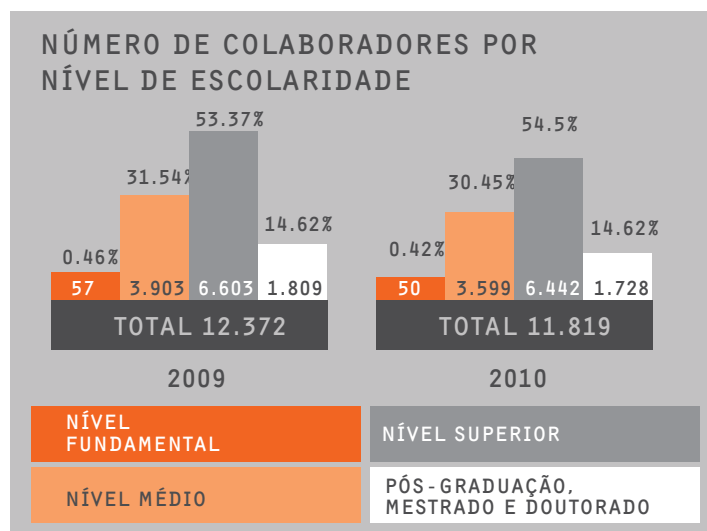
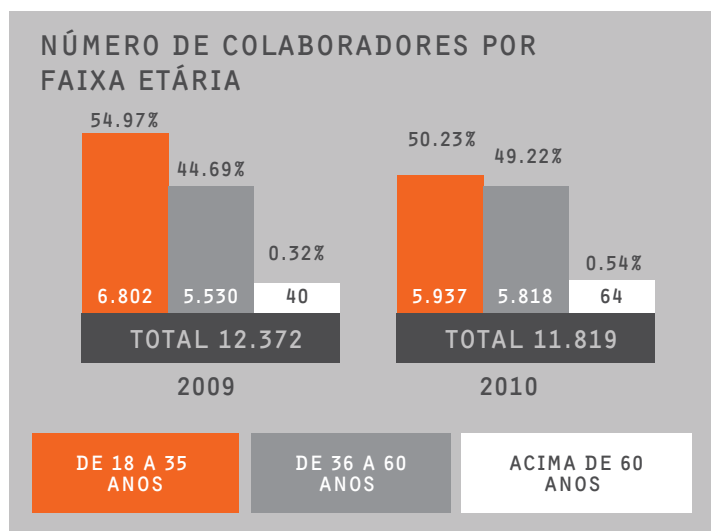
A parceria firmada desde 2003 com a Junior Achievement, maior e mais antiga organização de educação prática em negócios do mundo, tem sido fundamental para incluir o colaborador num contexto maior, não apenas de dar aula, mas de ser voluntário. O programa estimula cada participante a acreditar que sua atitude faz sim a diferença para o planeta. Em 2010, foi dada continuidade ao projeto Sustentabilidade



de dividido em dois ciclos, com as cartilhas “Nosso Planeta, Nossa Casa” e “Atitude Pelo Planeta”, cujo objetivo foi conscientizar os jovens sobre a importância do desenvolvimento sustentável. O total de 1.010 colaboradores participantes compartilhou seu conhecimento com 12.281 alunos de 69 escolas públicas de 26 Estados do Brasil e o Distrito Federal.

Além desta parceria, anualmente, entre os meses de novembro e dezembro, a Oi incentiva seus colaboradores a participarem da Campanha Natal Sem Fome dos Sonhos, uma parceria da Oi com a ONG Ação da Cidadania. A atividade, que acontece há oito anos, arrecada alimentos, brinquedos e livros, que fazem mais feliz o Natal de crianças carentes por todo o Brasil. O objetivo da ação é incentivar a atitude solidária e colaborar na construção de um mundo melhor e mais justo. Ao todo, foram doados em 2010: 1.143 peças de roupas; 2.701 brinquedos; 1.263 livros e 1.900 quilos de alimentos não-perecíveis.

PRINCIPAIS INDICADORES





## FORNECEDORES

Com o objetivo de garantir a melhor prestação de serviço a seus clientes e evitar situações de risco para a companhia, a Oi mantém um sistema de avaliação, desenvolvimento e qualificação de fornecedores. Por meio dele, aperfeiçoa a relação entre os fornecedores e a organização, bem como prioriza a seleção dos melhores parceiros do negócio.

O processo de qualificação consiste em identificar parceiros que compartilhem os mesmos objetivos da organização e envolve também um esforço de cooperação de longo prazo para atingir as melhorias desejadas.

Para tanto, a Oi avalia a qualidade da prestação de serviço dos fornecedores por meio de uma metodologia que calcula o Índice de Qualificação de Fornecedores (IQF). Este processo de avaliação possibilita estabelecer critérios objetivos e transparentes na seleção de fornecedores (prestadores de serviço), além de promover o desenvolvimento destes, criando condições para manter acordos contratuais de longa duração. O IQF é composto de cinco pilares em que são analisados: eficiência operacional, cumprimento do contrato, conformidade de processos, satisfação de clientes e gestão de recursos humanos. No pilar gestão de recursos humanos, é analisado o cumprimento de itens de saúde e segurança do trabalho, da legislação trabalhista e previdenciária, dispositivos de acordos coletivos e um módulo referente à capacitação. Em 2010, foram realizadas cerca de 140 avaliações do IQF para este pilar com cerca de 33 fornecedores.

Na etapa da análise econômico-financeira do fornecedor, a companhia inclui a observância de critérios socioambientais, por meio da solicitação de preenchimento de um questionário de Sustentabilidade.

Os contratos da companhia estabelecem cláusulas de responsabilidade social e ambiental, e preveem o cumprimento do Código de Ética da Oi. Em 2010, foi criado um grupo de trabalho para aprimorar tais cláusulas, incluindo-se requisitos específicos relacionados a não utilização de trabalho infantil, trabalho forçado e trabalho compulsório. Além disto, estão sendo incluídos requisitos que enfatizam a proibição de utilização de punição corporal, mental ou coerção física e abuso verbal contra os empregados de fornecedores contratados. A partir de 2011, estes itens farão parte dos contratos.

As cláusulas socioambientais dos contratos da companhia estão sendo complementadas, incluindo-se assim as exigên-

cias relacionadas ao cumprimento da legislação ambiental vigente e a necessidade de o fornecedor estar consciente dos possíveis impactos socioambientais relacionados às atividades desenvolvidas por força dos produtos e serviços prestados. Mais do que estar conscientes, será exigido que os empregados da contratada, que estejam atuando em nome da Oi, estejam treinados e saibam lidar com as possíveis situações de emergências e/ou acidentes socioambientais associados à prestação dos serviços contratados.

Além disso, a Oi possui programas específicos para o desenvolvimento de seus fornecedores, que vão desde a capacitação até a certificação da força de vendas e dos técnicos de campo.

A companhia possui ainda linhas de financiamento vinculadas a alguns de seus fornecedores via agências de crédito à exportação de seus países, a juros mais baixos, de modo que eles possam facilitar a compra de seus produtos. Em 2010, desembolsamos recursos oriundos de cinco contratos de financiamento vinculados aos nossos fornecedores.

Em 2010, a companhia manteve 3.326 fornecedores, sendo 3.267 locais (com sede no Brasil) e 59 estrangeiros. O volume de compras foi de R\$ 7,55 bilhões, sendo 99% deste valor pago a fornecedores locais.

## CLIENTES

A Oi, a maior companhia brasileira de telecomunicações, sabe quão importante é tratar bem o cliente e mantê-lo fiel à companhia. Por isto, uma de suas principais diretrizes é aperfeiçoar a qualidade de seus serviços e satisfazer o seu cliente.

---

### RELACIONAMENTO COM O CLIENTE

Focada em prestar serviços de telecomunicações com qualidade, aproximando pessoas e gerando valor para os clientes, a Diretoria de Relacionamento com Clientes, criada em 2010, estabeleceu um Plano Diretor de Relacionamento com seis frentes de trabalho principais que buscam melhorias no atendimento de forma a intensificar a solução das demandas do cliente no primeiro contato.

Estas frentes incluem o foco na gestão de pessoas nos serviços de atendimento, padronização de processos objetivando

simplificar e agilizar o atendimento ao cliente e melhorar a operação, criação de um modelo de fluxo de informações unificado, criação de frentes pró-ativas com os principais órgãos de defesa do consumidor, além da evolução do ambiente tecnológico e automatização dos serviços de atendimento. Entre as ações desenvolvidas, podem ser citadas:

- Mapeamento e otimização dos processos que impactam diretamente o relacionamento do cliente com a Oi, objetivando elevar o padrão de qualidade de atendimento, obtendo o comprometimento de toda a empresa;
- Campanha de qualidade em todas as operações de atendimento, impactando a redução de reclamações do atendimento junto ao órgão regulador;
- Priorizando o processo de avaliação e desenvolvimento contínuo dos atendentes do *call center*, por meio de um novo modelo de controle de qualidade implantado no atendimento durante o ano de 2010 nas regiões I\* e III\*\*, proporcionando ganhos na análise dos processos, gerando mais subsídios para a tomada de decisões e melhoria da qualidade percebida pelo cliente final.

Além do plano, outras ações são continuamente desenvolvidas com o objetivo de aumentar a eficiência no relacionamento da Oi com os consumidores.

A Oi também deu um passo importante na melhoria da qualidade de seus serviços, por meio da implantação de mecanismos (ferramentas de automação e execução de programa de melhoria da experiência do cliente), cujo objetivo é otimizar e gerar maior estabilidade da sua rede fixa, móvel, dados e transmissão. Este conjunto de mecanismos possibilitou a redução do número de reclamações de clientes e o tempo na resolução de falhas.

Visando ainda aumentar a fidelização dos clientes, foram revistos os processos de instalação e manutenção do “Oi Vellox”, a fim de melhorar a qualidade do serviço oferecido e a experiência do cliente com o produto. Várias iniciativas foram adotadas e contribuíram também para uma redução significativa no número de chamadas ao serviço de atendimento da companhia.

Além disso, a Oi implantou a infraestrutura de rede para conexão de internet em banda larga em mais de 4.000 municípios, onde foram realizadas ações de comunicação com as instituições públicas locais e reposicionamento de preços – Banda Larga Popular – para incentivar o uso da internet pela população destas novas localidades.

Diariamente, a Oi procura atingir as metas de três indicadores operacionais cobrados pela Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) e colaborar na redução do volume de entradas das reclamações registradas na entidade. Ao final de cada mês, as conquistas diárias destes indicadores são ranqueadas pela Anatel, que gera o Índice de Desempenho do Atendimento (IDA), publicado também no website <http://www.anatel.gov.br>.

O IDA tem como finalidade incentivar as prestadoras a aperfeiçoar o tratamento de reclamações, tornando-as mais eficazes na resolução de problemas apontados pelos usuários dos serviços. As prestadoras partem da nota 100 e perdem pontos pelos desvios em relação às metas de desempenho previamente estabelecidas. O IDA é dinâmico: as metas serão progressivas, para buscar a excelência do atendimento.

O índice leva em consideração a capacidade da prestadora de atender as demandas no prazo de cinco dias, de diminuir a quantidade de reclamações, de reduzir pendências e de evitar reincidências. Assim, quanto melhor o desempenho no atendimento às metas estabelecidas pela Anatel, maior o índice obtido pela prestadora.

O IDA Oi em 2010 nas categorias telefonia fixa, telefonia móvel e ligações de longa distância nacional pode ser conferido abaixo:

SERVIÇO EM 2010		JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AUG	SET	OCT	NOV	DEZ
Região I	OI (Fixa)	89.73	92.98	77.03	72.35	74.95	80.93	82.2	87.27	89	89.55	89.83	87.25
Região I	OI (Móvel)	83.1	92.5	84.67	92.4	89.9	91.7	91.7	92.86	92.05	94.3	90.9	91.75
Região I	LDN (Longa Distância Nacional)	85.37	88.68	88.72	94.6	88.49	98.66	99	97.94	96.33	98	99	99.67
Região II	BRT (Fixa)	89.28	94.48	82.03	85.55	85.5	87.88	84.9	87.69	89.5	91.43	92.1	93.63
Região II	BRT GSM (Móvel)	78.13	89.55	77.9	84.65	81.1	79.85	78.15	77.27	85	87	85.65	86.15
Região II	LDN (Longa Distância Nacional)	87.29	100	100	100	87.77	94.18	100	91.66	100	100	100	100



Com o intuito de acompanhar a satisfação do cliente, a companhia realiza duas pesquisas de forma contínua e, por meio do monitoramento dos resultados, está constantemente em busca da melhoria dos indicadores. A pesquisa de Satisfação Geral dos Clientes mede a satisfação da base de clientes com a empresa, com os produtos que eles possuem e com os principais momentos de relacionamento do cliente com a empresa, além de determinar a incidência de clientes com problema, sua natureza e solução. Já a pesquisa de Satisfação Geral com o Atendimento mede a satisfação dos clientes que entraram em contato com a Central de Atendimento em relação a tempo de atendimento, URA (unidade de resposta audível), atendimento humano e solução do problema.

A pesquisa de satisfação está em constante processo de transformação e adaptação, a fim de sempre refletir a dinâmica atual do negócio da Oi e se adequar às necessidades das áreas internas, considerando a evolução dos processos, produtos e serviços da empresa. Assim, mudanças realizadas ao longo de 2010 possibilitaram um melhor detalhamento da experiência do cliente, visando resolver de modo cada vez mais assertivo suas solicitações.

\* Região I: compreende os Estados das regiões Sudeste (exceto São Paulo), Nordeste e Norte (exceto Rondônia e Acre).

\*\* Região III: compreende o Estado de São Paulo.

## DEFESA DO CONSUMIDOR

Em 2010, as áreas da companhia responsáveis pelas operações com os órgãos de defesa do consumidor estruturaram propostas de pautas, as quais foram alinhadas previamente entre os Tribunais de Justiça e a Diretoria Jurídica, resultando na realização de cadastro, apuração, representação e cumprimento das decisões judiciais e acordos realizados a partir delas. Estas pautas representam uma maior concentração de audiências num único dia. O principal objetivo dos Tribunais é de reduzir sua base de processos e dar maior celeridade a resolução das demandas judiciais. Esta iniciativa traz benefícios aos clientes, uma vez que o problema pode ser resolvido num prazo menor, pois as datas das audiências são antecipadas. A mesma operação também é realizada nos Procons (órgãos de defesa do consumidor).

Além disso, foi realizada uma reestruturação dos *Backoffices*, que tratam as reclamações dos órgãos de defesa do consumidor (Juízo Especial Cível, Anatel e Procons), a fim de melhorar a qualidade no tratamento das reclamações e au-

mentar a satisfação do cliente. Ações como revisão de processos, procedimentos e controles, melhoria no atendimento a prepostos e escritórios jurídicos, implantação de ferramentas de automatização, tratamento e controle das entradas de reclamações e automatização de painel de indicadores operacionais propiciam à empresa oportunidades de melhorias e o consequente alcance dos seus objetivos.

## LIBERDADE DO CONSUMIDOR

A Oi foi a única operadora do Brasil que, de forma inovadora e corajosa, aliou-se aos consumidores em defesa do desbloqueio de celulares. Desde o início de 2007, todos os aparelhos da operadora já saem desbloqueados das lojas. Além disso, a Oi foi a primeira operadora a abolir a multa contratual por fidelização, o que reforça a relação de respeito da companhia pelo cliente. Estas são algumas das iniciativas da companhia na luta pela liberdade total do consumidor. A Oi, por meio de suas campanhas veiculadas na mídia, sempre procurou reforçar esses direitos do consumidor.

Em março de 2010, a Anatel (Agência Nacional de Telecomunicações) confirmou o direito do consumidor ao adquirir seu aparelho móvel desbloqueado sem qualquer custo, a qualquer momento, inclusive na hora da compra.

## ATENDIMENTO ESPECIAL

A Oi adota iniciativas que reforçam seu compromisso com a acessibilidade dos portadores de deficiência, cuja realidade de atendimento foi mudada a partir de maio de 2008, iniciando-se pelos clientes das contas do “Oi Fixo” portadores de deficiência visual. Eles já podem solicitar o recebimento de suas contas do “Oi Móvel” e do contrato em braille (sistema de leitura com o tato).

Além disso, há o Plano Alternativo de Serviço, com a franquia de mil torpedos (SMS), o que contribuirá para a comunicação de portadores de deficiência auditiva e de fala. Este mecanismo foi especialmente desenvolvido para este público, atendendo inclusive à Resolução 477 da Anatel. A companhia adaptou boa parte das lojas “Oi Atende” para pessoas com mobilidade reduzida, o que também atende a Resolução 426 da Anatel. Tais lojas possuem terminais especiais adaptados para portadores de necessidades auditivas. Além disto, algumas delas oferecem atendimento em Libras (Linguagem Brasileira de Sinais), voltado para pessoas com deficiência auditiva.



Vale informar que, desde 2010, os clientes com deficiência visual dos planos pré-pago recebem seu saldo de bônus via áudio.

Este relatório, pela primeira vez, também é acessível para portadores de deficiência visual.

## QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL DO PARCEIRO

A Oi desenvolveu o Centro de Exame de Qualificação Profissional (CEQUAL), o maior programa de certificação profissional do Brasil, que tem por objetivo garantir a excelência da qualidade do atendimento ao cliente, por meio de mão de obra terceirizada.

Desde o início desse programa, em 2000, a Oi já avaliou e certificou mais de 17 mil profissionais, cujos técnicos têm contato direto com o cliente, quando do processo de atendimento dos serviços contratados, tais como a instalação ou o eventual reparo, por acreditar na importância dessa qualificação no adequado relacionamento com o cliente.

A Oi assinou um Acordo de Cooperação Técnica com o Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), em virtude do qual foi autorizada a aplicação da logomarca MTE na carteira de certificação e na divulgação dos cursos e demais ações do CEQUAL. Além disso, pode desenvolver, em conjunto com o MTE, atividades de boas práticas com foco em qualificação e certificação profissional, alinhadas ao Plano Nacional de Qualificação do Governo Federal.

## CERTIFICAÇÕES

A Oi mantém a ISO 9001:2000 no processo de certificação profissional para operadores de serviços a clientes, atestando os conhecimentos e habilidades para execução de serviços de telecomunicações desde 2001. A partir de 2009, a companhia obteve a certificação do seu processo de faturamento de telefonia fixa, em atendimento à Resolução 426 da Anatel. A companhia certificou inclusive o seu processo de faturamento da telefonia móvel, mesmo sem ser uma obrigação regulatória.

A Oi possui também a certificação dos processos de coleta, cálculo, consolidação e envio dos indicadores da qualidade para a Anatel. Esta certificação é válida para o Serviço Móvel Pessoal (SMP) e para o Serviço Telefônico Fixo Comutado (STFC), em atendimento às Resoluções 335 e 417, respectivamente, conforme previsto no Plano Geral de Metas da Qua-

lidade (PGMQ) da Anatel.

## CONSELHO DE USUÁRIOS

O Conselho de Usuários, de caráter consultivo, é um canal de relacionamento com a sociedade, por meio do qual é possível conhecer, internalizar e avaliar as suas sugestões, a fim de melhorar a qualidade dos serviços prestados e aumentar a satisfação dos clientes.

Esse Conselho é formado por clientes, associações e entidades que possuam características de defesa do consumidor, mas qualquer pessoa pode se inscrever, integrando o grupo de usuários, seja na condição de candidato a conselheiro ou de eleitor. Em junho de 2010, foram realizadas eleições para renovação de mandato de parte dos representantes dos Conselhos de Usuários da Oi.

Na Oi, o trabalho é desenvolvido por 31 Conselhos de Usuários, com aproximadamente 158 conselheiros que atuam em todos os Estados das Regiões I\* e II\*\*, realizando em média 150 reuniões por ano. Outra função deste conselho é aproximar a companhia dos órgãos de defesa do consumidor, facilitando o diálogo entre as partes.

Para saber mais sobre o Conselho de Usuários acesse: <http://www.oi.com.br> > Sobre a Empresa > Informações > Conselho de Usuários.

\* Região I: compreende os Estados das regiões Sudeste (exceto São Paulo), Nordeste e Norte (exceto Rondônia e Acre).

\*\* Região II: compreende os Estados das regiões Sul e Centro-Oeste, e os estados de Rondônia e Acre.

## COMUNICAÇÃO

### PRESENÇA NA INTERNET

Com o objetivo de se aproximar ainda mais das pessoas, a Oi intensificou sua presença na web durante o ano, tanto por meio de um reposicionamento de seus ambientes *on-line* quanto pela frequência mais expressiva e legítima nas redes sociais. Projetos como o Oi Moda, por exemplo, constam das mais diversas faces da internet: website, Twitter e Facebook.

O perfil @DigaOi mudou a forma de empresa se comunicar com o cliente, dando respostas, ajudando e indicando os melhores canais de atendimento. Com isto, está se transforman-



do, em pouco tempo, em referência para a solução de problemas dos clientes conectados no Twitter.

Quebrando a barreira entre o *on* e o *off-line*, eventos patrocinados pela Oi foram transmitidos pela web, principalmente por meio do “Oi Acontece”, *hub* de conteúdo gerado pelos nossos pilares. Das semanas de moda a eventos como o SWU, a Oi se consolidou como uma plataforma de consumo de conteúdo, levando aos usuários experiências que eles não puderam vivenciar presencialmente.

A criação do *brandchannel* da Oi no Youtube, onde os usuários podem encontrar desde entrevistas da OiFM a matérias do Oi Moda, bem como filmes mais explicativos dos produtos, auxilia na aproximação com o cliente e na divulgação web dos serviços da Oi.

---

## PATROCÍNIO DO SWU

A Oi patrocinou, em 2010, o *SWU – Starts With You* (Começa Com Você), evento que aconteceu em outubro, reunindo música, arte e fórum de discussões envolvendo questões de sustentabilidade.

O SWU é um movimento de conscientização em prol da sustentabilidade que tem o intuito de mobilizar o maior número possível de pessoas em torno da causa, mostrando que, por meio de pequenas ações, com simples atitudes individuais do seu dia a dia, é possível ajudar a construir um mundo melhor para se viver.

O SWU reuniu em três dias de evento, cerca de 164 mil pessoas, sendo que 3.000 participaram do Fórum Global de Sustentabilidade, que reuniu 44 personalidades nacionais e internacionais para uma agenda de debates em torno de soluções, oportunidades, ideias e experiências para um mundo mais sustentável.

Além disso, o SWU mobilizou um grande número de pessoas por meio de diversas mídias e ações em redes sociais, com o suporte de uma campanha de massa, com mensagens, informações e dicas de pequenas atitudes cotidianas que podem transformar realidades.

Como parte das ações em um evento com foco em Sustentabilidade pode ser destacada a “Celularia”, espaço criado para carregar telefones celulares por meio de placas de energia solar instaladas para abastecer esta área e também o “Oi Trocadores”, onde era possível trocar peças de roupas ou

acessórios usados por outros também deixados por alguém. O objetivo era dar uma nova identidade àquilo que não apresenta mais serventia.

Durante o evento foram recolhidas 30 toneladas de lixo destinadas à usina de reciclagem instalada no evento (separação e prensagem).

Além disso, dando apoio ao cenário da música independente, a Oi, por meio do palco “Oi Novo Som”, trouxe mais de 20 bandas nacionais e internacionais, que apresentaram seus sucessos, os quais foram transmitidos ao vivo por meio do site “Oi Acontece”.

A Oi também forneceu toda a infraestrutura de telecomunicações e internet sem fio (*wi-fi*) para o evento.

---

## PATROCÍNIO DO TEDx AMAZÔNIA

A Oi fez parte da 1ª edição do TEDx Amazônia, patrocinando este evento que, sob o tema “Qualidade de vida para todas as espécies”, pretende espalhar novas ideias e gerar ações que ajudem a construir um mundo melhor.

O TED (*Technology Entertainment and Design*), cujo slogan é *Ideas Worth Spreading* (Ideias que merecem ser espalhadas), é uma conferência anual, realizada na Califórnia (EUA), desde 1984. Já o TEDx, a exemplo do de São Paulo e da Amazônia, é um evento promovido de forma independente do TED, em vários lugares do mundo.

O TEDx Amazônia foi um encontro que reuniu, às margens do Rio Negro, mais de 50 pensadores de áreas diversas de atuação, como arte, tecnologia e negócios, que discutiram em curtas palestras, maneiras de melhorar a qualidade de vida das mais de 5 milhões de espécies do planeta.

Com o objetivo de reforçar a importância do debate em torno da Sustentabilidade, foi criada uma ferramenta no site “Oi Acontece” para levar o conteúdo das palestras do TEDx ao público em geral.

---

## PROGRAMA DE RELACIONAMENTO OI PONTOS

Lançado em 2010, o programa de relacionamento Oi Pontos está inserido na estratégia da Oi de oferecer produtos que conquistem o segmento Premium. Por meio dele, o cliente “Oi Móvel” Pós-Pago acumula pontos sempre que usar o “Oi Móvel” e demais produtos, como o “Oi Fixo”, “Oi Velox”, “Oi



Velox 3G”, “Oi Dados” ou fazendo DDD com o 31. A cada R\$ 1 em serviços Oi, o cliente ganha 1 ponto no Oi Pontos.

Com essa iniciativa, os clientes acumulam pontos e podem trocar por serviços da companhia ou por prêmios da Rede Multiplus Fidelidade, como diárias em hotéis e até passagens aéreas.

## PATROCÍNIO DA COPA DO MUNDO 2014

A Oi anunciou em 2010 o patrocínio oficial da Copa do Mundo de 2014, que acontecerá no Brasil. Além disso, a Oi também será a fornecedora oficial da FIFA dos serviços de telecomunicações do Mundial de 2014.

A Oi tem um longo histórico de apoio ao esporte, desde o lançamento de sua marca, pois acredita que o esporte é um importante fator de transformação social. Por isso, o instituto de responsabilidade social Oi Futuro incentiva projetos inseridos na Lei de Incentivo ao Esporte, do Ministério do Esporte.

Essa iniciativa também reforça a associação da marca Oi aos atributos positivos do esporte, como paixão, superação de limites e espírito de equipe.

## RESPONSABILIDADE SOCIAL

### OI FUTURO

A atuação da Oi em responsabilidade social se dá por meio do Oi Futuro, uma entidade sem fins lucrativos, pessoa jurídica independente, com estatuto, diretorias, objetivos e programas de ação próprios.

Criado em 2006, ocupando o papel até então desenvolvido pelo Instituto Telemar, que desde a virada do milênio vinha atuando para a abertura de novos horizontes nas áreas de educação e cultura, o Oi Futuro, em linha com a sua missão de democratizar o acesso ao conhecimento para acelerar e promover o desenvolvimento humano, encerrou a década com relevantes projetos nestas duas áreas.

Além disso, em 2010, ampliou o seu escopo de atuação. Passou a incentivar iniciativas também no segmento de esporte – recebendo o Prêmio “Empresário Amigo do Esporte”

– e no de meio ambiente, lançando os primeiros editais de apoio a projetos nestas duas áreas. A área de educação revisou o seu direcionamento estratégico e passou a dar mais ênfase na produção de conteúdo educacional para a melhoria da educação básica no país.

No ano, a abrangência geográfica da atuação do Oi Futuro também se expandiu e ganhou caráter nacional, refletindo a dimensão da Oi que, em 2009, ao incorporar a Brasil Telecom, começou a oferecer serviços em mais nove Estados e o Distrito Federal. Ao todo, mais de 4 milhões de pessoas são beneficiadas pelos projetos apoiados nas quatro áreas de atuação do Oi Futuro. Confira a seguir os principais destaques em cada uma delas:

### > CULTURA

O ano de 2010 foi o primeiro em que o Oi Futuro atuou efetivamente em todas as regiões do país, por meio da gestão do Programa Oi de Patrocínios Culturais Incentivados, que alcançou o número recorde de inscrições (5.444) e de projetos patrocinados (259) na história do programa. Este também foi um ano de consolidação dos novos espaços culturais em Ipanema e Belo Horizonte.

Uma importante novidade do ano foi a implantação do Centro de Preservação do Museu das Telecomunicações no Rio de Janeiro, criado dentro das mais modernas técnicas internacionais de acondicionamento, conservação de documentos e objetos museológicos.

### > OI FUTURO (CENTROS CULTURAIS)

Em 2010, o Oi Futuro foi indicado para um dos mais importantes prêmios brasileiros na área de cultura. Concedido pela Editora Abril, o 6o. Prêmio Bravo! Bradesco Prime de Cultura elegeu o Oi Futuro como um dos três melhores do Brasil na categoria “Programação”. O reconhecimento dessa excelência resultou em maior visibilidade nacional e internacional, demonstrada pelas exposições procedentes dos Estados Unidos, França, Irã e Itália, as quais estão programadas para os primeiros meses de 2011.

Com um dos mais potentes equipamentos sonoros da cidade, o Oi Futuro Ipanema conquistou músicos, público e crítica apresentando 24 grupos do Rio, São Paulo, Pernambuco, Pará e Distrito Federal. Já o Oi Futuro Flamengo completou cinco anos de atividades com uma programação especial em artes cênicas, incluindo algumas co-produções com ou-

tros países, e 13 mostras de grandes artistas visuais, consolidando sua posição de pólo irradiador de arte e tecnologia. O Oi Futuro Belo Horizonte, que abriga o Museu das Telecomunicações, o Teatro Oi Futuro Klauss Vianna e uma galeria de arte, atraiu um público de cerca de 55 mil pessoas que acompanharam uma programação de espetáculos, performances, exposições e debates sobre as mais diversas expressões artísticas, em permanente interface com as novas mídias.

O projeto musical *Multiplicidade*, que desde 2005 vem unindo num mesmo palco arte visual e sonoridade experimental em espetáculos multimídia, extrapolou os limites do Oi Futuro Flamengo e lotou o Oi Casa Grande com quatro apresentações especiais. A última do ano, com Eumir Deodato, eleito por críticos e pelo voto popular do jornal O Globo como um dos dez melhores espetáculos de 2010.

#### > MUSEU DAS TELECOMUNICAÇÕES

Em seu quarto ano de existência, o Museu das Telecomunicações – tanto no Rio de Janeiro quanto em Belo Horizonte (BH) – intensificou seu programa educativo, fortalecendo laços com as instituições e aprimorando as atividades complementares à visita. No Rio, 13 mil estudantes participaram de visitas orientadas e, em BH, 10 mil alunos. Nas duas cidades, o museu recebeu mais de 70 mil visitantes.

Neste primeiro ano de funcionamento da Reserva Técnica, já foram tratados mais de 4.000 itens de acervo, tais como: listas telefônicas, aparelhos e instrumentos de telefonia, coleção da Revista Sino Azul e catalogação de 90% do acervo de mobiliário. O ano foi marcado também pela implementação da MEDIATECA, que colocará todo arquivo histórico digitalizado à disposição dos pesquisadores.

#### > EDUCAÇÃO

O Oi Futuro investiga como a educação pode interagir com a experiência de um mundo marcado pela tecnologia da informação e da comunicação. Neste sentido, alguns programas já se tornaram emblemáticos da forma de atuação da companhia.

É o caso do *Oi Tonomundo*, que associa educação à tecnologia e utiliza laboratórios de informática instalados nas regiões mais distantes do país como centros de produção comunitária e universalização do conhecimento. O programa já recebeu mais de dez prêmios em sua trajetória e transfor-

mou-se em política pública para a inclusão digital nos Estados de Pernambuco, Espírito Santo e Sergipe e também nas escolas municipais de Fortaleza (CE), Natal (RN), Tiradentes (MG), Belém (PA) e Itaituba (PA).

A *Oi Kabum!* e suas escolas de arte e tecnologia onde jovens são formados em Design Gráfico, Web Design, Áudio Design, Computação Gráfica, Vídeo e Fotografia, também segue sua trajetória bem sucedida e obteve mais um reconhecimento, sendo o vencedor do Prêmio A Rede 2010, na categoria “Capacitação” da modalidade “Setor Privado”. Por ano, cerca de 400 jovens são formados nas unidades Oi Kabum! do Rio de Janeiro, Recife, Salvador e Belo Horizonte.

Com foco nas tecnologias de informação e comunicação, o *Nave – Núcleo Avançado em Educação* – um centro de pesquisa e desenvolvimento de soluções didáticas para o ensino médio que tem o objetivo de contribuir para a qualidade e a inovação da educação no Brasil, completou seu sexto ano de existência, sempre atuando por meio de parcerias com as secretarias estaduais de educação, a iniciativa privada e os organismos do terceiro setor. O projeto chamou a atenção da Microsoft que, em 2009, incluiu o Nave como umas das 130 escolas mais inovadoras do mundo e, em 2010, dentro do Programa “Escolas Inovadoras da Microsoft”, o elegeu como “Escola Mentora”.

O *Oi Conecta*, um programa em parceria com o Governo Federal, leva banda larga a mais de 40 mil escolas públicas, beneficiando cerca de 26 milhões de alunos. Informações detalhadas sobre estes projetos encontram-se disponíveis no site <http://www.oifuturo.org.br/educacao>.

Os resultados expressivos destes projetos fizeram com que, em 2010, o Oi Futuro definisse uma ampliação da estratégia de atuação para a área de educação, de forma a colocar mais ênfase na produção de conteúdo relevante para a melhoria da educação básica no Brasil. Foram desenvolvidos conteúdos para as disciplinas de português, matemática e sustentabilidade, que serão compartilhados, via internet, com escolas públicas de todo o país beneficiadas pela instalação de banda larga realizada pela Oi.

Em parceria com a Secretaria Municipal de Educação do Rio de Janeiro, o Oi Futuro desenvolveu a Educopedia, uma plataforma de aulas digitais de cada disciplina, com material de suporte aos professores, planos de aula, jogos pedagógicos e vídeos, com o objetivo de tornar o ensino mais atraente e mobilizador para crianças e adolescentes, além de instru-



mentalizar o professor. Além disso, a Educopedia é mais uma alternativa para o reforço escolar e para os alunos que faltaram às aulas ou que não compreenderam o conteúdo ensinado. As atividades da Educopedia incluem planos de aula de todas as disciplinas, de acordo com as orientações curriculares da Secretaria Municipal da Educação. O programa oferece uma opção rápida e fácil para professores que desejam integrar a tecnologia às suas aulas. As disciplinas estarão divididas em 32 aulas digitais, que correspondem às semanas do ano letivo.

O Oi Futuro realizou pesquisa inédita para entender a relação da comunidade escolar com a tecnologia, também em parceria com a Secretaria Municipal de Educação do Rio de Janeiro.

#### > SOCIAL

O Oi Futuro dá apoio técnico e financeiro a projetos sociais desenvolvidos por organizações sem fins lucrativos de todo o país. Anualmente, por meio do programa *Oi Novos Brasis*, são selecionados projetos que utilizam a tecnologia da informação e da comunicação para promoção do desenvolvimento humano.

Em 2010, a sétima edição do edital contou com 756 inscrições, um crescimento de 19% em relação ao ano anterior. Foram selecionados projetos em todas as regiões do país. Conheça os selecionados que serão executados em 2011:

#### AMAZONAS

**Organização:** OPIPAM – Organização do Povo Indígena Parintintin do Amazonas

Projeto: Escrevendo a Própria História

Objetivo: Promover a revitalização, o registro, a sistematização e a divulgação de aspectos específicos da cultura do povo indígena Parintintin, através de atividades nas escolas indígenas envolvendo estudantes e sábios detentores dos etnoconehecimentos da cultura Kagwahiva.

Local de Realização: Humaitá

#### BAHIA

**Organização:** COOPEREDE – Cooperativa Rede de Produtoras da Bahia

Projeto: Mulheres do Sertão: Mulheres em Rede

Objetivo: Contribuir para que mulheres rurais e seus grupos solidários tenham acesso a tecnologias de informação, possibilitando a sua organização cidadã, produtiva e comercial,

ao mesmo tempo ampliando sua geração de renda e qualidade de vida.

Local de Realização: Araci, Conceição do Coité, Feira de Santana, Retirolândia, Santaluz, Tucano, Valente e Serrinha  
<http://www.rededeprodutorasba.org.br>

**Organização:** SaferNet Brasil / Projeto: Multiplicando Direitos: oficinas para promoção do uso ético e seguro da internet através do Oi Kabum e projeto Nave

Objetivo: Potencializar o uso das tecnologias de comunicação para fortalecer a promoção do uso ético e seguro da internet, estimulando o cuidado e a cidadania on-line entre jovens internautas brasileiros.

Local de Realização: Salvador, Belo Horizonte, João Pessoa, Recife, Rio de Janeiro  
<http://www.safernet.org.br>

#### CEARÁ

**Organização:** IFAN – Instituto da Infância

Projeto: Navegando na Hora do Jogo

Objetivo: Contribuir para a melhoria da aprendizagem das crianças de 7 a 12 anos, nos aspectos sócio-afetivos, culturais e cognitivos. Local de  
Local de Realização: Aracoiaba e Ocara  
<http://www.ifan.com.br>

#### DISTRITO FEDERAL

**Organização:** Guaimbê – espaço e movimento criAtivo

Projeto: Rádio Griô

Objetivo: Implantar uma rádio para divulgação dos saberes e fazeres da tradição oral da Regional Nascentes & Veredas, com a participação ativa de mestres griôs, aprendizes, professores e alunos das escolas parceiras em cada localidade e comunidades envolvidas.

Local de Realização: Brasília, Alto Paraíso de Goiás, Cavalcante, Cocalzinho de Goiás, Colinas do Sul, Goiânia, Minaçu, Monte Alegre de Goiás, Pirenópolis, Rubiataba, Teresina de Goiás, Belo Horizonte, Belo Vale, Chapada Gaúcha, Congonhas, Ituiutaba, Nova Lima e Ribeirão das Neves  
<http://www.guaimbe.org.br>

#### MINAS GERAIS

**Organização:** CEDEFES – Centro de Documentação Eloy Ferreira da Silva

Projeto: Promoção e desenvolvimento de agentes quilombo-



las socioambientais no Médio Jequitinhonha

Objetivo: Capacitar e formar jovens quilombolas para atuarem como agentes socioambientais de suas regiões, a fim de promover a preservação turístico-patrimonial e a qualificação destes jovens para o mercado de trabalho.

Local de Realização: Araçuaí, Berilo, Chapada do Norte e Minas Novas

<http://www.cedefes.org.br>

### PARAÍBA

**Organização:** Centro Cidadania – Ação e Educação Socioambiental

Projeto: Inclusão Digital e Sustentabilidade Social no Semi-árido

Objetivo: Promover a inclusão social de jovens e suas famílias através da implantação de uma escola itinerante de informática, utilizando para a sustentabilidade desta o benefício da castanha-de-caju, criando as necessárias condições às comunidades pobres de gerar e ocupar postos de trabalho.

Local de Realização: Água Branca, Cacimbas, Desterro, Imaculada, Mãe d'Água, Maturéia, Teixeira e Brejinho

<http://www.centrocidadania.org>

### PIAUI

**Organização:** Comunicadores de Rádio – Fundação Dom Avelar Brandão Vilela

Projeto: Um Olhar para a Cidadania

Objetivo: Debater e apresentar soluções concretas que favoreçam a inclusão do deficiente visual no mundo dos com visão, através do rádio, utilizando a internet como plataforma.

Local de Realização: Todas as cidades do estado do Piauí  
<http://www.comunicadoresderadio.com.br>

### PARANÁ

**Organização:** Associação Outro Olhar – Associação de Cooperação Técnica para o Desenvolvimento Humano

Projeto: Oíndio: Cultura e Oportunidade na Rede

Objetivo: Oportunizar o uso das tecnologias de comunicação e da informação como ferramenta para a expressão da cultura e da realidade das comunidades indígenas dos estados de Santa Catarina e do Paraná.

Local de Realização: Chopinzinho, Diamante d'Oeste, Guaruava, Nova Laranjeiras, Entre Rios e Ipuçu.

### RIO DE JANEIRO

**Organização:** Mitra – Pastoral do Menor

Projeto: Passaporte da Cidadania

Objetivo: Contribuir para a articulação de atores estratégicos comprometidos com a garantia de direitos de crianças e adolescentes e a mobilização da sociedade, visando à integração social de crianças e adolescentes em situação de rua, conforme preceitua o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) e a Política de Atendimento Municipal.

Local de Realização: Rio de Janeiro

<http://www.pastoraldomenor.org.br>

**Organização:** AAJBRJ – Associação dos Amigos do Jardim Botânico

Projeto: Florescer-Famílias

Objetivo: Desenvolver atuação multidisciplinar com famílias, cujos filhos apresentem baixo rendimento escolar, de modo que a transformação da qualidade dos relacionamentos familiares estimule a participação dos pais na vida escolar dos filhos, alterando tais indicadores.

Local de Realização: Rio de Janeiro

<http://www.amigosjb.org.br>

**Organização:** Banco da Providência

Projeto: Agencia Jovem de Comunicação

Objetivo: Capacitar jovens para a utilização de tecnologias da comunicação e informação em favor do seu acesso ao mercado de trabalho e do desenvolvimento local de suas comunidades.

Local de Realização: Rio de Janeiro

<http://www.bancodaprovidencia.org.br>

**Organização:** Escola de Gente – Comunicação em Inclusão

Projeto: Agentes de Promoção da Acessibilidade

Objetivo: Formar jovens como Agentes de Promoção de Acessibilidade por meio de oficinas de mídias acessíveis com conteúdos e práticas inovadoras no Brasil para que multipliquem estas vivências e reflexões em suas comunidades.

Local de Realização: Rio de Janeiro

<http://www.escoladegente.org.br>

### RIO GRANDE DO SUL

**Organização:** CEDEJOR – Centro de Desenvolvimento do Jovem Rural



Projeto: Rede Juvenil Chão de Sonhos

Objetivo: Promover a formação de uma Rede de Jovens Rurais Chão de Sonhos dos Estados do Sul do Brasil com ênfase na difusão de empreendedorismo social e produtivo e de iniciativas culturais representativas do modo de vida desta população, por meio da utilização de tecnologias de informação e de comunicação.

Local de Realização: Sobradinho, Fernandes Pinheiro, Guamiranga, Imbituva, Inácio Martins, Ipiranga, Irati, Ivaí, Mallet, Paulo Frontin, Prudentópolis, Rebouças, Rio Azul, Teixeira Soares, Vera Cruz, Arroio do Tigre, Boqueirão do Leão, Cachoeira do Sul, Candelária, Encruzilhada do Sul, Gramado Xavier, Ibarama, Paraíso do Sul, Passa Sete, Rio Pardo, Santa Cruz do Sul, Segredo, Sinimbu, Tunas, Anitópolis, Braço do Norte, Grão Pará, Gravatal, Lauro Muller, Orleans, Rio Fortuna, São Ludgero, São Martinho, Siderópolis, Treviso, Urusanga e Santa Rosa de Lima.

<http://www.cedejor.org.br>

**Organização:** CUFA RS – Central Única das Favelas

Projeto: Transfotografia – um olhar para o futuro!

Objetivo: Realizar oficinas de fotografia como meio de inclusão social, buscando instigar o debate e a reflexão nas comunidades com os adolescentes, proporcionando maior interesse e valorização ao ensino formal e construindo novas relações junto à comunidade escolar.

Local de Realização: Alvorada, Cachoeira do Sul, Canoas, Cidreira, Eldorado do Sul, Frederico Westphalen, Guaíba, Montenegro, Pelotas, Porto Alegre, Rio Grande, Santa Cruz do Sul, Santa Maria e Sapucaia do Sul.

<http://www.cufars.org.br>

**Organização:** Esporte Clube Cidadão – Associação Cristã de Moços do Rio Grande do Sul Vila Restinga Olímpica

Projeto: Transformando Realidades através da Tecnologia da Informação e Comunicação

Objetivo: Oportunizar e qualificar jovens em diferentes tecnologias de informação e comunicação, bem como em tecnologias sociais, contribuindo para a formação do cidadão crítico e participativo, por meio da capacitação e qualificação, favorecendo o desenvolvimento de comunidades de baixa renda.

Local de Realização: Porto Alegre

<http://www.acm-rs.com.br>

**Organização:** CIRANDAR – Centro de Integração de Redes Sociais e Culturas Locais

Projeto: GRAVAÊH! Estúdio Móvel

Objetivo: Promover, articular e divulgar os músicos e bandas de todos os segmentos e estilos, em um estúdio móvel de gravação tecnologicamente equipado, descobrindo talentos.

Local de Realização: Caxias do Sul, Gramado, Porto Alegre, Rio Grande, Santa Maria, Torres e Uruguaiana.

<http://www.cirandar.org.br/gravaeh>

## RORAIMA

**Organização:** M2H RR – Movimento Hip Hop de Roraima

Projeto: Minha Comunidade, Nosso Lugar

Objetivo: Capacitar jovens em curso em áudio visual e web-design e produção cultural, para que desenvolvam em suas comunidades a valorização de ações sócio-culturais reproduzidas por jovens da própria comunidade.

Local de Realização: Boa Vista, Bonfim, Caracaraí, Iracema, Mucajá e Pacaraima

<http://www.hiphop-roraima.blogspot.com>

## SÃO PAULO

**Organização:** Associação Educacional e Assistencial Casa do Zezinho

Projeto: Agência WEB 2.0

Objetivo: Criar uma agência digital para capacitar jovens da Casa do Zezinho visando atuação no mercado de comunicação e marketing digital.

Local de Realização: São Paulo

<http://www.casadozezinho.org.br>

**Organização:** ONG JD – ONG Pró Crianças e Jovens Diabéticos

Projeto: O Bom Combate – Mapeamento Digital dos Direitos dos Portadores de Diabetes

Objetivo: Disponibilizar na web legislação vigente de interesse dos diabéticos, possibilitando a manutenção de um banco de dados atualizado que possa ser facilmente consultado.

Local de Realização: Âmbito Nacional

<http://www.prodiabeticos.org.br>

## TOCANTINS

**Organização:** Instituto Ecológica Palmas

Projeto: Disseminando a Inclusão Digital e Profissional no Tocantins



**Objetivo:** Promover a inclusão de jovens no mercado de trabalho através da disseminação e replicação do conhecimento adquirido sobre design gráfico, tendo os participantes acesso livre à internet.

**Local de Realização:** Pium / <http://www.ecologica.org.br>

Além disso, a companhia apoiou 27 projetos dos Fundos Públicos da Infância e da Adolescência (FIA), por meio de parceria com os Conselhos Estaduais e Municipais de Defesa dos Direitos da Criança e do Adolescente de São Paulo, Alagoas, Bahia, Ceará, Distrito Federal, Espírito Santo, Goiás, Maranhão, Minas Gerais, Pará, Paraná, Rio de Janeiro, Rio Grande do Norte, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Sergipe, Pernambuco e Mato Grosso.

#### > ESPORTES

Na área de esportes, a Oi, por meio do Oi Futuro, foi a primeira empresa de telecomunicações a apostar nos projetos sócio-esportivos inseridos na Lei Federal de Incentivo ao Esporte. Em 2010, o Oi Futuro lançou seu primeiro edital de Patrocínio Esportivo Incentivado, selecionando 20 projetos de diversas regiões do país, que receberão o investimento de R\$ 3 milhões. O programa, destinado a projetos de desporto e paradesporto, busca apoiar e fomentar o esporte brasileiro através do desenvolvimento de novas tecnologias e de ações esportivas inovadoras e sustentáveis, que possam ser aplicadas em diferentes comunidades. A atuação da Oi na área de esportes já começou a render reconhecimentos e, em 2010, a empresa recebeu do Ministério do Esporte o selo “Empresário Amigo do Esporte”.

#### > MEIO AMBIENTE

O ano marcou também o lançamento do primeiro edital da Oi para a seleção de projetos voltados para a temática ambiental. O Programa Oi de Projetos para o Meio Ambiente 2010 busca apoiar, em todo o país, iniciativas de efeito multiplicador com o objetivo de construir uma nova realidade para as diferentes comunidades, desde as grandes metrópoles até os pontos mais distantes do Brasil, selecionando projetos de conservação e preservação ambiental nas áreas de: financiamento de novos empreendimentos, integrando sustentabilidade e conservação ambiental; implementação/fortalecimento de tecnologias sociais que promovam o desenvolvimento sustentável e a conservação do meio ambiente; uso de novas tecnologias para a preservação ambiental e educação para a sustentabilidade.

#### AFROREGGAE

Desde 2010, a Oi é parceira institucional de uma das ONGs mais atuantes do país, o Grupo Cultural AfroReggae. Com núcleos em cinco comunidades do Rio de Janeiro, 14 grupos artísticos e projetos especiais em todo o país e no exterior, o AfroReggae tornou-se referência em gestão sociocultural, com grande êxito na retirada de jovens da criminalidade por meio da arte e da cultura. Atualmente, cerca de 7 mil jovens são beneficiados direta ou indiretamente pela instituição.

A parceria tem o objetivo de contribuir para a disseminação de valores sustentáveis que incentivem a ética, o bem-estar social e ações para o equilíbrio ambiental, em favor do desenvolvimento da sociedade.

O patrocínio da companhia ao AfroReggae contempla as produções artísticas do grupo, os projetos de inclusão social, oficinas de música e arte e demais atividades culturais e educacionais. Estando mais próxima das áreas em que o AfroReggae atua, a companhia quer levar sua oferta de produtos e serviços para essas comunidades, promovendo cidadania por meio da informação e incentivando o desenvolvimento sustentável.

A Oi também patrocinou a terceira temporada do programa televisivo Conexões Urbanas, uma das atividades culturais de maior força e visibilidade do grupo cultural.

É por meio de iniciativas como essas que a companhia pretende ampliar a integração social, intensificar a conexão entre as pessoas e promover transformações, alavancadas pelos mais diversos movimentos coletivos.

#### OUTRAS AÇÕES (PARCERIAS, INSTITUCIONAIS)

##### > PROGRAMA BANDA LARGA NAS ESCOLAS

O Decreto Presidencial 6.424 de 2008 refletiu o processo de negociação que resultou na mudança dos contratos de concessão com as operadoras fixas, do Serviço Telefônico Fixo Comutado (STFC). As operadoras assumiram os seguintes compromissos: implantar *backhails*\* em todas as sedes municipais brasileiras e instalar conexão de 1 Mbps em cada uma das 56 mil escolas públicas urbanas de ensino médio e fundamental até 2010. O MEC atualizou a lista corrigida para as escolas públicas elegíveis e são cerca de 51 mil escolas que devem ter acesso à internet banda larga. Em am-





Em todos os casos, sem custos para os governos federal, estaduais e municipais até 2025.

Até dezembro de 2010, a Oi levou o acesso ao serviço de conexão de internet de alta velocidade a mais de 4.600 municípios, em 46.800 escolas públicas urbanas. Este número representa o cumprimento de mais de 100% do compromisso inicial. Além disso, assinou, com os órgãos da esfera estadual e municipal, 3.015 termos de adesão ao serviço de comunicação multimídia, realizando inclusive a doação de modems.

O sucesso do Programa Banda Larga nas Escolas comprova a capacidade e eficiência da companhia de implantar projetos em benefício da sociedade. É um orgulho para a Oi, em parceria com o governo federal, ter implantado, em menos de três anos, um programa de inclusão digital de escolas públicas que poucos países do mundo podem contar. Desta forma, a partir do acesso à informação, propiciado pelo uso da internet em banda larga, os estudantes garantem a sua inserção no mercado de trabalho futuro e acesso à cidadania.

\* Infraestrutura de rede de suporte do Serviço Telefônico Fixo Comutado para conexão em banda larga, interligando as redes de acesso ao backbone da operadora.

#### > FRONTEIRA INTEGRADA

O Projeto Fronteira Integrada levará 25 pontos de atendimento eletrônico do Banco do Brasil (BB) ao Estado do Amazonas, na divisa com a Colômbia, beneficiando cerca de 7 mil pessoas em diversos municípios, incluindo alguns locais no interior da floresta onde só é possível chegar por transporte fluvial ou em aviões das Forças Armadas. A chegada do BB estimula o desenvolvimento local, com crescimento do comércio e recolhimento de impostos.

Grande parte dos habitantes destas localidades são indígenas, ribeirinhos e militares que levavam até 14 horas de barco para sacar o salário ou a aposentadoria na agência bancária mais próxima. O projeto contribui para a estratégia do Governo de ocupar e garantir a soberania nacional nas regiões de fronteira, principalmente na Amazônia.

Com o Fronteira Integrada, soldados do Exército estão sendo treinados para auxiliar a população a buscar novos negócios com linhas de crédito voltadas à agricultura familiar sustentável. O projeto modifica uma realidade marcada pela negociação por meio de escambo (troca de bens ou serviços) ou de moeda estrangeira.

Ao todo, foram instalados sete pontos prioritários, dos quais quatro em 2010: Palmeira, Javari, Estirão do Equador, Maturacá e Barcelos.

#### > PRESENÇA NA ANTÁRTICA

Desde março de 2006, os serviços de telecomunicações da Estação Antártica Comandante Ferraz (EACF) são realizados exclusivamente pela rede da Oi, em virtude de convênio firmado com a Comissão Interministerial para os Recursos do Mar (CIRM), coordenada pela Marinha do Brasil. Desde então, a atuação da Oi na Antártica tem sido essencial para viabilizar a comunicação entre os pesquisadores e militares que atuam na EACF com as universidades, centros de pesquisa, órgãos de governo e familiares no Brasil e no resto do mundo.

Em 2009, foi realizada a modernização e atualização dos equipamentos de telecomunicações e reestruturado o site da Oi na Antártica. Além disso, a companhia doou ao Programa Antártico Brasileiro (Proantar) recursos para aquisição de embarcação adaptada para operar nas condições climáticas do continente antártico com vistas a suportar a logística de embarque e desembarque de materiais dos navios para a EACF.

A Oi realiza anualmente treinamento dos militares que passam 13 meses no continente, por meio de um programa especial de capacitação sobre conceitos da rede, transmissão via satélite, telefonia móvel, englobando operação e manutenção e uma visão sistêmica da infraestrutura montada na base brasileira da Antártica, a fim de que os militares estejam aptos e seguros para agir em situações emergenciais, preparando-os para as adversidades que envolvem energia e congelamento de antenas e também para reiniciar equipamentos, o que não é possível executar remotamente do Brasil.

Em 2011, durante a operação de manutenção preventiva dos equipamentos de telecomunicações na EACF, serão instalados modernos equipamentos e artefatos de proteção às antenas em operação, garantindo melhor funcionamento e durabilidade naquelas condições climáticas.

#### > PONTOS DE PRESENÇA DO EXÉRCITO BRASILEIRO

Em cumprimento às exigências da Anatel, relativas ao processo de aquisição da Brasil Telecom, a Oi conectou 49 pontos de presença do Exército Brasileiro: 25 destacamentos e pelotões de fronteira, três companhias de fronteira, oito batalhões, seis regimentos de cavalaria mecanizada, seis hospi-



tais militares e um campo de instrução.

Em 2011, serão conectados mais 16 pontos de fronteira, que ficam isolados na região amazônica e cuja implantação está aguardando disponibilidade de transporte do Exército. A Oi também conectará o contingente militar brasileiro no Haiti, em atendimento ao pleito do Exército realizado em 2010.

Em cada um destes pontos, a Oi fornece 1 Mbps para transmissão de dados, três computadores portáteis (*laptops*) e 20 ramais telefônicos. Não há ônus para o Exército. Os custos do projeto com instalação, manutenção e conta mensal serão arcados integralmente pela Oi até 2025.

Além da conexão dos pontos de presença, a Oi equipou uma sala de treinamento no Comando Militar da Amazônia, em Manaus, e ministrou treinamento para os militares indicados pelo Exército, capacitando-os para a operação da rede e para a manutenção preventiva e corretiva dos equipamentos instalados. O projeto contribui para uma significativa melhoria das comunicações nestes pontos de presença. Em muitos deles, a internet está chegando pela primeira vez. Isto permite a conectividade dos militares lotados nestes locais com o mundo e possibilita que o Exército use as ferramentas da tecnologia da informação para diversos fins, como, por exemplo, para tornar mais efetivo o controle das áreas de fronteira e para potencializar os recursos dos hospitais militares com aplicações em gestão e serviços de saúde.

#### > APOIO ÀS VÍTIMAS DAS ENCHENTES NO NORDESTE

Para auxiliar a população atingida pelas fortes chuvas ocorridas em 2010, nos Estados de Alagoas e Pernambuco, a Oi realizou uma campanha de fornecimento de donativos, por meio de mensagens de texto via celular, encaminhadas aos seus clientes do plano pós-pago, bem como disponibilizou espaços em seus prédios, em todas as capitais do Brasil, para o recolhimento e transporte de todo o material entregue e destinado às vítimas.

#### > SOLUÇÕES EM TECNOLOGIA APLICADAS AO GOVERNO

A Oi dedicou-se nos últimos anos a desenvolver soluções de Telecomunicações e Tecnologia da Informação, visando à melhoria dos indicadores públicos de educação, saúde e segurança, e contribuindo para a autonomia local, a decisão política, a ação técnica e o atendimento de suas respectivas demandas.

O Oi Giga (Guia de integração, gestão e administração pública baseada em tecnologia) é a concretização desse trabalho, o que torna a companhia um provedor único ao combinar seu portfólio com soluções customizadas de acordo com a necessidade dos governos municipais, estaduais e federal.

#### > ELEIÇÕES 2010

A Oi teve um papel fundamental no processo eleitoral brasileiro em 2010.

A companhia proveu a rede de comunicação de dados, para interligar os TREs (Tribunais Regionais Eleitorais) de cada Estado aos seus respectivos cartórios eleitorais, além de ter atendido serviços solicitados especificamente para o dia da votação, como terminais telefônicos, acesso à internet banda larga e circuito de dados.

É a terceira vez que a Oi atua em eleições majoritárias, oferecendo rede de dados. Esta escolha foi resultado de uma licitação conduzida pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE), que permitiu à companhia marcar presença em todo o Brasil (exceto o Estado de São Paulo).

As eleições foram observadas por mais de 150 representantes governamentais e não-governamentais de diversas partes do mundo. Eles vieram ao Brasil acompanhar o processo eleitoral, considerado um dos mais avançados atualmente. Um dos principais elogios é em relação à rapidez proporcionada pela rede de transmissão e pela urna eletrônica tanto no momento da votação quanto na própria apuração dos votos.

#### > VOZ NO CAMPO

A Oi tem atuado em parceria com o Governo do Espírito Santo no Novo Plano Estratégico de Desenvolvimento da Agricultura Capixaba (Novo Pedeag).

O programa tem por objetivo disponibilizar ao agricultor uma moderna rede de telecomunicações, com transmissão de voz e de dados, além de acesso à internet, possibilitando aumentar o poder de barganha dos agricultores frente ao mercado de produtos e insumos. Além disso, cria condições para elevar o padrão de bem-estar das famílias rurais situadas em localidades fora do perfil do PGMU (Plano Geral de Metas de Universalização).

O papel da Oi vai além de ser um parceiro estratégico nas ações que buscam o desenvolvimento sustentável do Espírito Santo. Sua atuação na parceria tem sido prestar consultoria em relação à estrutura de telecomunicações a ser montada,



administrar, operar e manter a rede construída, garantindo a continuidade da prestação do serviço.

#### > PARCERIAS EM CAMPANHAS SOCIAIS

Ciente do seu papel social, a Oi apoiou a Campanha de envio de SMS (*short message service*) para o Ministério da Saúde estimulando a vacinação dos clientes contra gripe (H1N1) e a campanha do Ministério Público da Bahia contra a violência sexual. Desenvolveu ainda mais de 15 estampas de cartão de telefonia pública em parceria com as Forças Armadas, órgãos públicos e associações e entidades sem fins lucrativos. As estampas contribuem com a divulgação para todo o Brasil das belezas, eventos, ações socioculturais e institucionais de cada Estado estimulando o turismo e apoiando as campanhas de conscientização.

#### > EXPRESSINHOS NA JUSTIÇA

Para simplificar e dar agilidade às soluções de questões que chegam ao Judiciário, a Oi deu continuidade ao projeto Expressinhos na Justiça, em parceria com Tribunais Estaduais de Justiça. São 31 unidades espalhadas por todo o Brasil, cumprindo o objetivo de realizar conciliações.

#### > TERMO DE MÚTUA COOPERAÇÃO CONTRA A PEDOFILIA

A Oi está cada vez mais empenhada em cumprir o seu papel social no país. E, por isto, tem se envolvido em projetos que visam conscientizar a população sobre assuntos de grande importância, como por exemplo, o combate aos crimes praticados contra crianças e adolescentes na internet. A empresa tem adotado diversas iniciativas, dentre as quais ações de comunicação para alertar pais, crianças e adolescentes nas faturas telefônicas do “Oi Fixo”, além do informativo no website.

Esse posicionamento é resultado do Termo de Mútua Cooperação Contra a Pedofilia, que a Oi firmou em parceria com a SaferNet Brasil (entidade de defesa do acesso seguro à internet), órgãos governamentais e outras operadoras de telecomunicações.

O Termo foi criado em 2008 para atender a necessidade de aumentar a efetividade do rastreamento da origem das conexões à internet pelas quais os crimes eram praticados, além de engajar mais entidades nas ações de educação e prevenção. A Oi foi a primeira operadora a assinar o documento e tem feito grandes investimentos em sua rede de internet, a fim de oferecer informações cada vez mais detalhadas e precisas acerca da identificação dos responsáveis.



INDICADORES SOCIAIS 2010

	2010			2009		
	Valor (Mil reais)	% sobre FPB	% sobre RL	Valor (Mil reais)	% sobre FPB	% sobre RL
<b>Base de Cálculo</b>						
Receita Líquida (RL)	29.479.382			29.996.832		
Resultado operacional (RO)	1.665.687			5.420.507		
Folha de pagamento bruta (FPB)	1.967.099			2.054.600		
<b>Indicadores Sociais Internos</b>	<b>Valor (Mil reais)</b>	<b>% sobre FPB</b>	<b>% sobre RL</b>	<b>Valor (Mil reais)</b>	<b>% sobre FPB</b>	<b>% sobre RL</b>
Alimentação Food	103.725	5,27%	0,35%	105.021	5,11%	0,35%
Encargos sociais compulsórios	338.562	17,21%	1,15%	411.368	20,02%	1,37%
Previdência privada	50.889	2,59%	0,17%	57.215	2,78%	0,19%
Saúde	68.587	3,49%	0,23%	68.054	3,31%	0,23%
Segurança e saúde no trabalho	6.525	0,33%	0,02%	8.058	0,39%	0,03%
Educação	0	0,00%	0,00%	0	0,00%	0,00%
Cultura	0	0,00%	0,00%	0	0,00%	0,00%
Capacitação e desenvolvimento profissional	11.809	0,60%	0,04%	16.308	0,79%	0,05%
Creches ou auxílio-creche	6.897	0,35%	0,02%	6.535	0,32%	0,02%
Participação nos lucros ou resultados	318.322	16,18%	1,08%	114.092	5,55%	0,38%
Outros	26.313	1,34%	0,09%	64.274	3,13%	0,21%
Total - Indicadores sociais internos	931.628	47,36%	3,16%	850.925	41,42%	2,84%
<b>Indicadores Sociais Externos</b>	<b>Valor (Mil reais)</b>	<b>% sobre RO</b>	<b>% sobre RL</b>	<b>Valor (Mil reais)</b>	<b>% sobre RO</b>	<b>% sobre RL</b>
Educação	24.065	1,44%	0,08%	22.815	0,42%	0,08%
Cultura	66.156	3,97%	0,22%	52.496	0,97%	0,18%
Esporte	8.476	0,51%	0,03%	5.398	0,10%	0,02%
Total das contribuições para a sociedade*	98.697	5,93%	0,33%	80.709	1,49%	0,27%
Tributos (excluídos encargos sociais)	10.596.090	636,14%	35,94%	11.196.694	206,56%	37,33%
Total - Indicadores sociais externos	10.694.787	642,06%	36,28%	11.277.403	208,05%	37,60%
<b>Indicadores do Corpo Funcional</b>						
Número de empregados(as) ao final do período			11.819			12.372
Número de admissões durante o período			1.525			1.838
Número de empregados terceirizados(as)			128.216			145.405
Número de estagiários(as)			417			251
Número de mulheres que trabalham na empresa			4.573			4.707
% de cargos de chefia ocupados por mulheres			24%			24%
Número de portadores de deficiência ou necessidades especiais			272			297
<b>Outras informações:</b> Contador responsável pelas informações – Piero Carbone (CRC-RJ 059672) CPF: 528.180.477-49						
*Estes valores incluem os incentivos fiscais e doações para o Fundo para Infância e Adolescência - FIA						



## RESPONSABILIDADE AMBIENTAL

### RISCOS E OPORTUNIDADES ADVINDOS DAS MUDANÇAS CLIMÁTICAS

A Oi está atenta ao cenário de mudanças climáticas que se configura no planeta, bem como aos impactos que essas alterações podem trazer aos seus clientes. Inclusive por isto, gerencia sistematicamente os principais riscos e oportunidades associados a este tema.

Os riscos da companhia, decorrentes das mudanças do clima global, podem ser caracterizados como operacionais, financeiros, estratégicos ou de conformidade.

Entre os riscos operacionais, destacam-se:

- Danos materiais às redes, centrais, torres, antenas de telecomunicações e prédios administrativos causados por fortes chuvas, inundações, deslizamentos de terra, ventos, furacões, tornados ou descargas atmosféricas;
- Diminuição da vida útil de equipamentos, em razão da possibilidade de aumento da umidade e da salinidade do ar;
- Atrasos ou interrupções do serviço da companhia, em razão da possibilidade de danos e falhas de rede ou equipamentos devido a fenômenos naturais;
- Diminuição da produtividade em processos da companhia, em virtude da possibilidade de afastamento de colaboradores afetados por doenças ou epidemias com origem climática.

No tocante aos seus riscos financeiros, destacam-se a possibilidade de aumento dos custos relativos à contratação de seguros para cobrir danos em equipamentos e instalações causados por fenômenos naturais, bem como ao consumo de água e de energia elétrica decorrente do aumento médio da temperatura nas regiões onde a empresa atua.

Dentre os riscos estratégicos, está a possibilidade de perda de clientes, bem como de danos à imagem da companhia em razão de defeitos, atrasos e interrupções de serviço originados por fenômenos climáticos. Além disso, existe a possibili-

dade de limitação de desenvolvimento e expansão da rede da Oi, caso se estabeleça uma escassez de energia em virtude de mudanças climáticas.

No que se refere aos riscos de conformidade, destaca-se a possibilidade de recebimento de expressivas sanções regulatórias (incluindo multas ou perda da concessão), por descumprimento das metas mínimas de qualidade e disponibilidade do serviço prestado aos clientes.

No ano de 2010, a Oi, assim como milhares de pessoas, sofreu os efeitos devastadores do aumento significativo de volume e intensidade das chuvas em diferentes regiões do Brasil. Em razão destes eventos, a materialização de impactos na rede de telefonia foi inevitável e, por isso, mereceu destaque o empenho das equipes técnicas da companhia no sentido de recuperar os danos sofridos e restabelecer os serviços da Oi afetados dentro de um período de tempo satisfatório.

Esse trabalho não para por aí. A frequência dos eventos climáticos e seus impactos trazem para a Oi a oportunidade de melhoria contínua na sua resiliência operacional, assim como a possibilidade de desenvolver novos produtos e serviços para atender a um novo cenário mundial.

Por outro lado, a Oi vem fazendo a sua parte no intuito de minimizar esses impactos sobre a natureza. Neste sentido, vem desenvolvendo ações que visam à reavaliação da sua logística (otimização de itinerários, substituição de combustíveis etc.), à redução de viagens com uso de videoconferência, à aquisição de equipamentos de TI verde, bem como a implementação de programas de eficiência energética. Todas estas iniciativas podem contribuir para reduzir os efeitos relacionados ao aquecimento global.

Além disso, a Oi, com o objetivo de aumentar a conscientização dos colaboradores, vem realizando campanhas educativas de comunicação, a fim de sensibilizá-los e engajá-los na prevenção das mudanças climáticas, de forma a contribuir para a otimização do uso dos recursos internos da companhia, a fim de que esta possa oferecer progressivamente serviços adequados a essa nova realidade mundial.

### INVENTÁRIO DE EMISSÕES DE GASES DO EFEITO ESTUFA

A Oi realiza, anualmente, o seu inventário de emissões de Gases do Efeito Estufa (GEE), a partir do qual é possível identificar e contabilizar as emissões provenientes da companhia,



resultantes da sua atividade econômica. Além disto, a Oi integra o ICO2 (Índice de Carbono Eficiente) da BM&FBovespa e divulga os resultados do seu inventário no CDP (Carbon Disclosure Project), no Programa Brasileiro GHG Protocol e no website da companhia.

Na elaboração do inventário, foi utilizada a metodologia do Programa Brasileiro GHG Protocol contemplando os três escopos. Enquanto o escopo 1 se refere às emissões diretas que, no caso da Oi, leva em consideração aquelas provenientes do consumo de combustível da frota própria ou locada para uso exclusivo dos colaboradores, os escopos 2 e 3 se referem às emissões indiretas, sendo o 2 relativo ao consumo de energia elétrica e o 3 às emissões provenientes de serviços de terceiros (manutenção predial, manutenção das plantas interna e externa, logística, etc) e transporte de colaboradores (utilização de vans e táxis, viagens aéreas à negócios e os deslocamentos diários realizados em automóveis particulares). O inventário da Oi, referente às emissões do ano de 2010, obteve o certificado de verificação externa emitido pela ICF International.

Existe uma série de ações em andamento na companhia, como parte do mencionado programa corporativo, entre as quais está o desenvolvimento de iniciativas visando à gestão das emissões de gases de efeito estufa, para que seja possível no futuro adotar metas de redução.

Veja abaixo o quadro com as emissões totais da Oi, expressas em toneladas de CO2 equivalente:

ANO	ESCOPO 1	ESCOPO 2	ESCOPO 3	TOTAL
2009	2.720,32	31.667,03	123.566,41	157.953,76
2010	4.185,80	72.526,31	114.093,75	190.805,86

O inventário completo de emissões da companhia pode ser acessado através de <http://www.oi.com.br/sustentabilidade>.

## INSTALAÇÃO DE ESTAÇÕES RÁDIO BASE (ERBS)

A Oi vem progressivamente buscando a excelência em seus processos de implantação e manutenção de suas estações rádio base, desenvolvendo estudos que possibilitam tal objetivo.

Alinhada à legislação e à Política Nacional de Meio Ambiente, a Oi vem ampliando e melhorando a qualidade de sua rede, de modo a minimizar as interferências no meio ambiente.

A companhia também cumpre as exigências da Anatel com relação aos limites de radiofrequência para a telefonia móvel, apresentando relatórios referentes à intensidade de campo de radiação não ionizante das ERBs. Além disso, adota medidas para reduzir o nível de ruído dos equipamentos em suas instalações. A Oi utiliza também sistemas de geotecnologia que possibilitam identificar a existência de ERBs em áreas de preservação e conservação ambiental, permitindo que sejam revisados todos os licenciamentos ambientais da rede móvel, a partir do mapeamento de coordenadas geográficas, para garantir total aderência à legislação ambiental vigente específica de cada área de conservação.

A busca constante por melhorias na qualidade dos serviços é reflexo da Política de Sustentabilidade da Oi, que prevê o respeito ao meio ambiente no desenvolvimento tecnológico, utilizando de forma racional os recursos disponíveis e renováveis. Estes aspectos, alinhados ao cumprimento das obrigações junto aos órgãos gestores e fiscalizadores de nossas atividades, demonstram o comprometimento da empresa com o desenvolvimento sustentável.

## ENERGIA ELÉTRICA E EFICIÊNCIA ENERGÉTICA

Dentre as ações implementadas pela empresa, em suas principais instalações, para reduzir o consumo de energia elétrica, destacam-se:

- a substituição dos sistemas de climatização, em fim de vida útil, e adequação de ambientes;
- a aquisição de equipamentos de suprimento de energia estabilizada de alto desempenho e eficiência;
- a utilização de sistema fotovoltaico (painéis solares) em sites que não podem ser atendidos com energia comercial;
- a automação dos sistemas de climatização;
- a troca dos sistemas de iluminação.

Essas ações auxiliaram na economia de 18,74 GWh de energia elétrica, em 2010, na companhia. Além disso, cerca de 12% do consumo de energia elétrica da Oi é suprido por fontes incentivadas (pequenas centrais hidrelétricas – PCH e usinas de biomassa), contribuindo para o uso de energias renováveis.

**TI VERDE**

As atividades relativas à TI (Tecnologia de Informação) consomem uma quantidade significativa de energia. Portanto, uma das principais formas de contribuir para a estratégia de sustentabilidade da companhia é utilizar a energia de forma mais eficiente. A quantidade total de energia consumida nos *data centers* não é restrita aos equipamentos de TI propriamente ditos. Conforme dados de mercado, a cada *watt* consumido por equipamentos de TI, corresponde a mesma quantidade adicional consumida por outros equipamentos do *data center*.

Dentre as principais iniciativas da Oi, visando a utilização eficiente de recursos, destacam-se duas grandes frentes relativas a energia:

- Redução do consumo de energia dos equipamentos de TI: aquisição de equipamentos com maior eficiência energética, projeto de migração e virtualização de servidores, atualização tecnológica das soluções de armazenamento (*storage*) e projeto onda verde, que visa remover equipamentos ineficientes ou subutilizados nos *data centers*;
- Aumento da eficiência energética dos *data centers*, por meio da implementação de obras de infraestrutura.

O maior desafio da infraestrutura de TI da Oi é reduzir o consumo relativo de energia dos *data centers*, garantindo que o crescimento da capacidade instalada seja suportado pela menor quantidade de energia possível.

**ÁGUA**

A Oi vem continuamente desenvolvendo ações para reduzir o consumo de água, dentre as quais se destacam:

- O monitoramento periódico dos hidrômetros;
- A utilização de arejadores e redutores de consumo em torneiras, chuveiros e descargas;
- A reativação de poços nas filiais Piauí, Ceará, Pernambuco, Pará, Minas Gerais para reutilizar a água em algumas atividades;
- Orientação das equipes de limpeza na lavagem dos pátios.

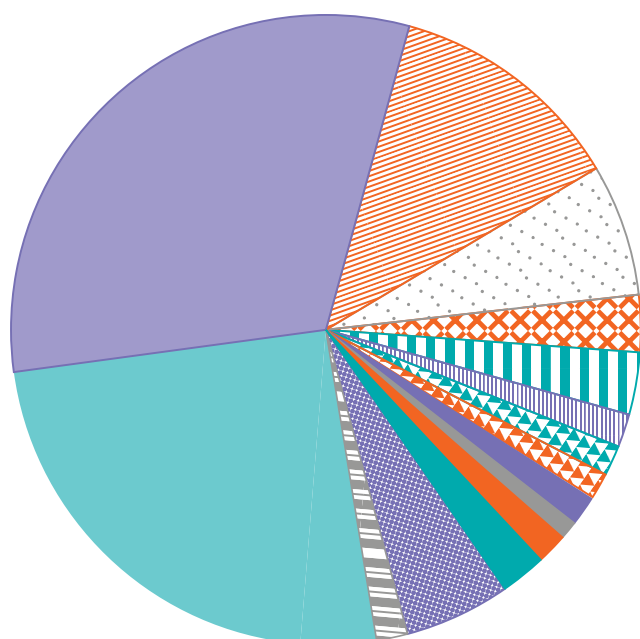
**GESTÃO DE RESÍDUOS**

A Oi faz o gerenciamento do material descartado (sucatas) junto aos prestadores de serviços, e a venda é efetuada a empresas de reciclagem homologadas pelos órgãos ambientais.

Em 2010, foram vendidas 3.981,88 toneladas de sucata para reciclagem, formadas por materiais de cobre, alumínio e fer-

ro, cabos de fibra óptica e cobre, baterias, cabos telefônicos, sucatas de informática, fibra de vidro, partes de peças de telefones públicos vandalizados, sucatas de mobiliário. A partir da reciclagem destes materiais, é possível produzir vassouras de limpeza pública, sacos de lixo, polietileno e PVC reciclado.

**% EM PESO POR TIPO DE MATERIAL**



34.77%	SUCATA BATERIA
21.81%	SUCATA FERRO
13.22%	SUCATA CABO COBRE SD
10.10%	SUCATA DE CABO TELEFÔNICO
6.87%	SUCATA FIOS DIVERSOS
3.90%	SUCATA PLASTICO
3.58%	SUCATA CABO FIBRA OPTICA
1.75%	SUCATA CABO REVESTIDO CHUMBO
1.13%	SUCATA CORDOALHA
0.92%	SUCATA ALUMINIO
0.85%	SUCATA COMPONENTES ELETRONICOS
0.69%	SUCATA FIBRA VIDRO DIVERSOS
0.09%	SUCATA CABO COAXIAL
0.09%	SUCATA CHUMBO
0.01%	SUCATA COBRE

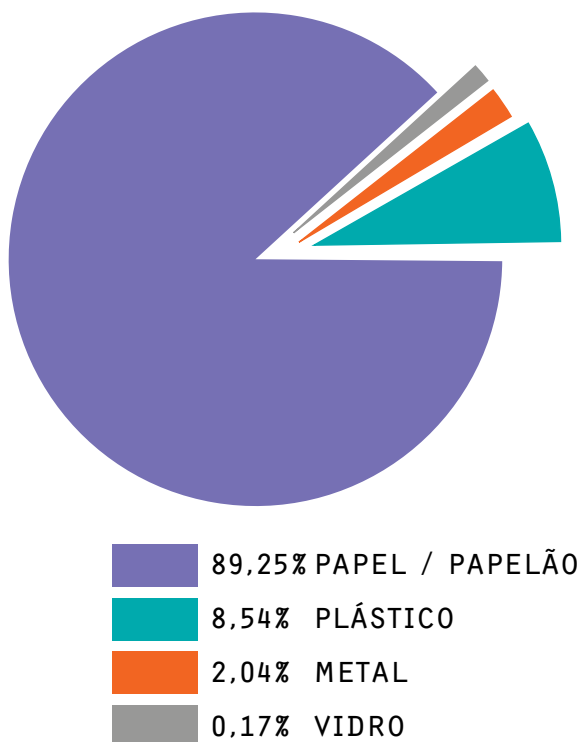


## COLETA SELETIVA

A luta pela conservação do meio ambiente e a própria sobrevivência do ser humano no planeta estão diretamente relacionadas com a questão do lixo gerado diariamente. Logo, esta problemática do lixo é também responsabilidade do setor empresarial, que busca alternativas para gerenciar os resíduos que produz.

Reduzir, reutilizar e reciclar os resíduos sempre que possível é uma das diretrizes da Política de Sustentabilidade da Oi. Neste sentido, a companhia vem realizando a coleta seletiva nos seus principais prédios administrativos, pelo terceiro ano consecutivo desde a sua implantação, que resultou no recolhimento de 201,73 toneladas de materiais recicláveis, conforme gráfico a seguir:

### % EM PESO POR TIPO DE MATERIAL



A coleta seletiva da Oi beneficia não só o meio ambiente, mas também a vida da comunidade, gerando renda para cooperativas de catadores de materiais recicláveis, cuja parceria também é firmada com o poder público local e com empresas privadas de reciclagem.

## DESCARTE DE BATERIAS E TELEFONES MÓVEIS

A Oi disponibiliza urnas coletoras em suas lojas e franquias, proporcionando o recolhimento de aparelhos telefônicos celulares, baterias e respectivos acessórios, no intuito de contribuir para a preservação ambiental e cumprir a regulamentação federal aplicada em virtude da Resolução 401/08 do Conselho Nacional do Meio Ambiente (CONAMA).

Em 2010, houve a ampliação dos pontos de coleta em todo o Brasil, bem como foram realizadas campanhas de comunicação externa visando estimular os consumidores a descartarem seu lixo eletrônico nas lojas da Oi e nos seus agentes exclusivos. A Oi também estendeu esta iniciativa a seus colaboradores, por meio da disponibilização de urnas coletoras em 42 prédios administrativos, bem como promove comunicações internas regulares visando à sua conscientização sobre a importância de descartar corretamente os aparelhos telefônicos móveis e seus acessórios, baterias e pilhas. Com isto, considerando apenas estes prédios, os colaboradores se mobilizaram e destinaram à reciclagem mais de 14.000 itens em 2010.

Essa coleta é efetuada em parceria com empresa de logística reversa especializada, que realiza o descarte ambientalmente correto dos itens coletados.

## OUTRAS AÇÕES

Com o objetivo de contribuir com o meio ambiente e visando à redução de custos, a Oi ampliou o seu número de salas de videoconferência, em substituição à parte de suas viagens corporativas. Em 2010, comparado a 2009, houve um aumento de cerca de 10% na utilização das videoconferências pelos colaboradores.

A empresa deu continuidade à redução de sua frota corporativa, que diminuiu 4% em relação ao ano anterior, bem como ampliou a realização da lavagem a seco em outros Estados, cujo processo utiliza produtos biodegradáveis, reduzindo o consumo de água e evitando a geração de resíduos ou detritos poluentes.

A padronização das impressoras utilizadas pela empresa para impressão frente e verso, propiciou no último ano uma economia de papel de 13 mil resmas. Foi promovida a substituição do modelo de contas do "Oi Móvel", que migrou do envelopado para o autoenvelopado, cuja ação reduziu signifi-





cativamente os custos de emissão de fatura, bem como contribuiu para uma economia de 350 toneladas de papel no ano. Estas mudanças mostram mais uma prática da companhia, relacionada às diretrizes corporativas de Sustentabilidade, que beneficiam inclusive a redução de custos operacionais. Além disso, desde 2010, as contas dos colaboradores são disponibilizadas no site da Oi em formato digital.

Dentro do propósito de Educação para Sustentabilidade de seus colaboradores, a companhia criou o hotsite “Responsabilidade no dia a dia”, na intranet corporativa, dando maior visibilidade aos principais indicadores de consumo da companhia relacionados aos aspectos ambientais, tais como água, energia elétrica, coleta seletiva, viagens, entre outros.

O projeto de reaproveitamento de águas pluviais foi concluído no final do ano, e está em fase de testes, assim como o projeto de iluminação sustentável, que propiciou uma redução de 50% na quantidade de lâmpadas utilizadas, equivalentes a 430.730 KW/h. A utilização destes equipamentos ou mecanismos ecoeficientes permite aos usuários a melhora do desempenho óptico, aumentando o nível de iluminação e diminuindo o consumo de energia.

A Oi realiza o descarte e o gerenciamento ambientalmente adequado de materiais, que consiste na coleta, tratamento e disposição final adequada de lâmpadas fluorescentes, vapor de mercúrio, luz mista, vapor de sódio e demais lâmpadas queimadas. Em 2010, foram aproximadamente 150 mil lâmpadas encaminhadas para empresa especializada no tratamento destas.

Ainda em 2010, a Oi efetuou a digitalização de cerca de 125.400 processos de natureza cível societária do Plano de Expansão da companhia, equivalentes a 115 milhões de páginas. Com a implantação desta medida, a Oi decidiu eliminar o gerenciamento destes processos por meio físico, restringindo-os ao meio digital. Tal iniciativa permitiu a redução de espaço para armazenamento e papel, bem como o aumento da eficiência na gestão destes processos, pois, além da digitalização, foi efetuado o procedimento de OCR (*Optical Character Recognition*) que permite pesquisar palavras ou frases dentro do documento digitalizado. Outro aspecto importante é que não houve a geração de fotocópias, uma vez que os processos originais foram devolvidos aos cartórios e as cópias aos escritórios de advocacia.

Enumera-se ainda e abaixo outras iniciativas importantes, com foco em responsabilidade ambiental, implementadas pela companhia em 2010, que merecem destaque. São elas:

- a aquisição de novos climatizadores com fluidos frigoríficos de baixa agressão à camada de ozônio;
- a utilização de tratamento de água de condensação nos sistemas de ar condicionado, com utilização e sistema físico, sem uso de elementos químicos que agredam o lençol freático;
- a utilização de fluido para combate a incêndio do tipo gás inerte FE-227 com baixa agressão à camada de ozônio;
- a retirada e transporte das baterias estacionárias inoperantes por empresas de reciclagem certificadas pelo Conselho Nacional de Meio Ambiente (CONAMA);
- o descarte do óleo lubrificante dos geradores de energia elétrica por empresas de coleta certificadas pelo CONAMA.

Para 2011, está prevista a implantação do projeto, de iniciativa de colaboradores, o qual foi selecionado por meio da Inovativa (uma plataforma de colaboração web), que consiste na adoção de envelopes reutilizáveis para correspondências internas. Estes envelopes reutilizáveis possuem layout com espaço para diversos remetentes e destinatários, podendo ser usados de dez a 20 vezes, reduzindo os custos com impressão de etiquetas, bem como atende à questão de Sustentabilidade, pois reduz a quantidade de papel utilizado.

Além disso, a Oi preocupada com as questões ambientais amplamente discutidas pela sociedade e buscando a democratização do acesso a estas informações por seus colaboradores, elaborou um Manual de Boas Práticas Ambientais. Esta cartilha de orientação jurídica enumera os principais ordenamentos aplicáveis a licenciamento e boas práticas ambientais no âmbito dos serviços de telecomunicações.



## INFORMAÇÕES CORPORATIVAS

### AUDITORIA EXTERNA

Nos termos da Instrução CVM no 381/2003, informamos que a Tele Norte Leste Participações e suas controladas contrataram a Deloitte Touche Tohmatsu Auditores Independentes para a prestação de serviços de auditoria de suas demonstrações financeiras, preparadas de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil. Adicionalmente, a Deloitte prestou serviços de revisão de bases tributárias cujos honorários não excederam a 5% da remuneração fixada para os serviços de auditoria externa.

A política da companhia, quanto à contratação de serviços não relacionados aos de auditoria junto à Tele Norte Leste Participações, fundamenta-se nos princípios de independência e transparência do auditor externo. Estes princípios consistem em: (a) o auditor não deve auditar o seu próprio trabalho, (b) o auditor não deve exercer funções gerenciais no seu cliente e (c) o auditor não deve promover os interesses de seu cliente.

### AVISO IMPORTANTE AOS ACIONISTAS

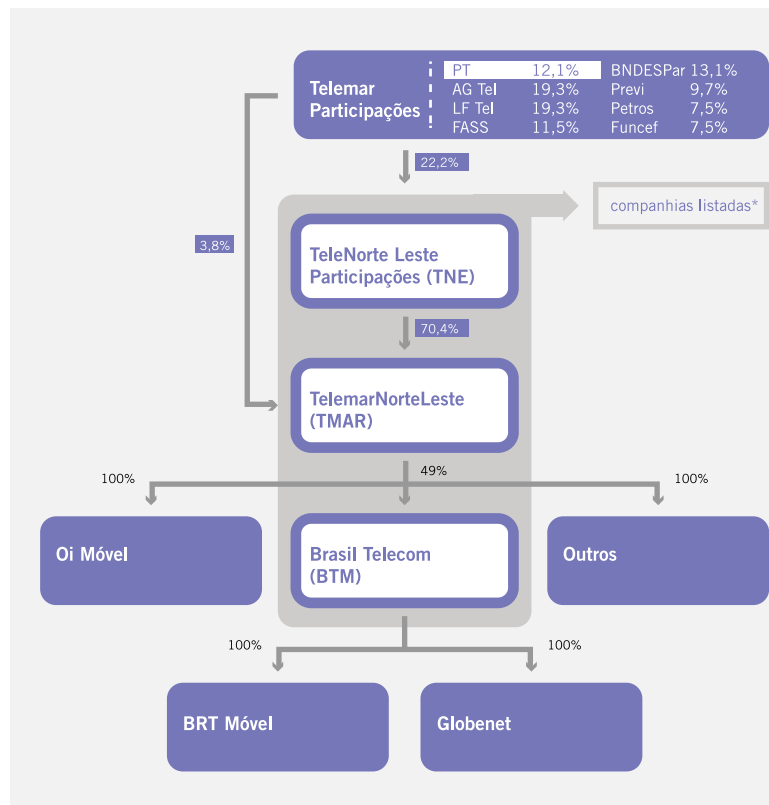
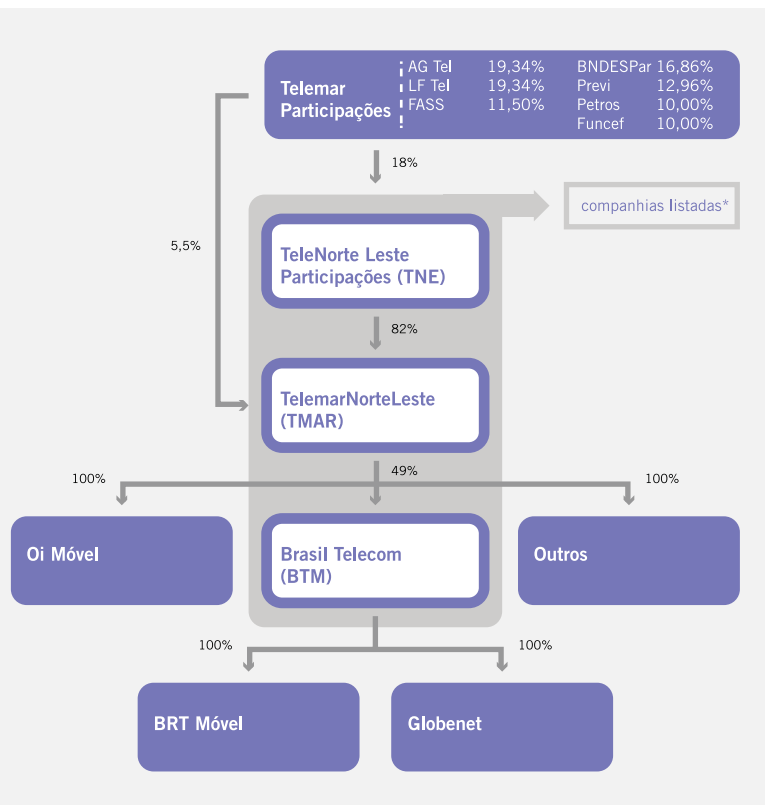
Instrução CVM no 358, art. 12: Os acionistas controladores, diretos ou indiretos, e os acionistas que elegerem membros do Conselho de Administração ou do Conselho Fiscal, bem como qualquer pessoa natural ou jurídica, ou grupo de pessoas, agindo em conjunto ou representando um mesmo inte-

resse, que atingir participação, direta ou indireta, que corresponda a 5% (cinco por cento) ou mais de espécie ou classe de ações representativas do capital de companhia aberta deverão comunicar à CVM e à companhia, de acordo com os termos do artigo.

	AÇÕES DO CAP. SOCIAL	EM TESOURARIA	COM CONTROLADOR	EM CIRCULAÇÃO
<b>Ações TNL</b>				
Ordinárias	130.611.732	3.020.880	68.504.187	59.086.665
Preferenciais	261.223.463	6.166.566	0	255.056.897
<b>Total</b>	<b>391.835.195</b>	<b>9.187.446</b>	<b>68.504.187</b>	<b>314.143.562</b>
<b>Ações TMAR</b>				
Ordinárias	107.063.093	1	104.227.873	2.835.219
Preferenciais (A)	130.703.927	223.5	104.329.417	26.151.010
Preferenciais (B)	1.063.967	0	6	1.063.961
<b>Total</b>	<b>238.830.987</b>	<b>223.501</b>	<b>208.557.296</b>	<b>30.050.190</b>
<b>Ações BRTO</b>				
Ordinárias	203.423.176	0	161.990.002	41.433.174
Preferenciais	399.597.370	13.231.556	128.675.049	257.690.765
<b>Total</b>	<b>603.020.546</b>	<b>13.231.556</b>	<b>290.665.051</b>	<b>299.123.939</b>

**ESTRUTURA ACIONÁRIA (POSIÇÃO EM 31/12/2010)**

**ESTRUTURA ACIONÁRIA ATUAL (POSIÇÃO EM 31/03/2011)**



**SEDE**

Rua Humberto de Campos, 425  
 Rio de Janeiro – RJ – Brasil  
 Cep: 22430-190  
 Tel.: +55 (21) 3131-1211  
 Fax: + 55 (21) 3131-1144  
<http://www.oi.com.br/ri>

**SERVIÇOS DE AÇÕES ESCRITURAIAS**

**Banco do Brasil S.A**  
 Rua Professor Lelio Gama, 105/38º andar – Centro  
 20031-900 – Rio de Janeiro – RJ  
 Tel.: +55 (21) 3808-3715  
 Fax: + 55 (21) 3808-6088  
 E-mail: [aescriturais@bb.com.br](mailto:aescriturais@bb.com.br)

**CONSULTORIA INTERNACIONAL DE RELAÇÕES COM INVESTIDORES**

**Grayling**  
 22 Cortlandt Street  
 New York, NY 10007 USA  
 Phone: +1 646 284-9426  
 Fax: +1 646 284-9494  
 E-mail: [lucia.domville@us.grayling.com](mailto:lucia.domville@us.grayling.com)

**BANCO DEPOSITÁRIO DOS ADRS**

**The Bank of New York Mellon**  
 Tele Norte Leste Participacoes  
 c/o BNY Mellon Shareowner Services  
 P.O. Box 358016  
 Pittsburgh, PA 15252-8016  
 Phone (Toll Free): 1-888-BNY-ADRS (269-2377)  
 Phone (International): +1 201-680-6825  
 E-mail: [shrrelations@bnymellon.com](mailto:shrrelations@bnymellon.com)

---

## AUDITORES INDEPENDENTES

(Em 31/12/2010)

Deloitte Touche Tohmatsu Auditores Independentes – SEC e CVM

---

## BOLSA DE VALORES

**Bolsa de Valores de São Paulo** (BMF&Bovespa)

Código das Ações: Tele Norte Leste Participações S.A.

– **TNLP3 e TNLP4** Telemar Norte Leste S.A. – **TMAR3,**

**TMAR5 e TMAR6** Brasil Telecom S.A. – **BRT04 e BRT03**

**New York Stock Exchange (NYSE) nos EUA**

Código dos ADRs: **TNE** (Tele Norte Leste Participações S.A.)

e **BTM** e **BTM/C** (Brasil Telecom S.A.)

---

## CONTATOS

pp-sustentabilidade@oi.net.br

invest@oi.net.br

---

## CRÉDITOS

**Coordenação Geral, Produção e Edição**

Christiano Calvet (Arterial)

**Diretoria de Relações com Investidores**

**Gerência de Governança Corporativa e Sustentabilidade**

**Design: Arterial**

Christiano Calvet + Marcos Leme

Assistentes: Ricardo Pitanga + Juliana Carro

**Fotos** Lucas Zappa (IZP) + Acervo de imagens

Oi e Oi Futuro

**Desenvolvimento** Luciano Bonachela + Leo Favre