

# RELATÓRIO ANUAL

## DE SUSTENTABILIDADE 2012



# SUMÁRIO

<b>VALORES E PROPÓSITOS</b>	<b>3</b>	<b>AMBIENTE</b>	<b>63</b>
Mensagem da administração	3	Governança climática	63
Mensagem do diretor-presidente	4	Impactos ambientais e ações mitigatórias	67
Missão, visão e práticas	6		
Ativos intangíveis	7	<b>GERAÇÃO DE VALOR</b>	<b>73</b>
Compromisso com a sustentabilidade	9	Contexto de mercado	73
Destaques de 2012	15	Estratégia e novos negócios	78
Prêmios e reconhecimentos	16	Desempenho financeiro e operacional	79
		Investimentos	97
<b>A OI</b>	<b>17</b>	Mercado de capitais e estrutura acionária	98
Perfil da empresa	17	Balanco patrimonial	100
História da Oi	20		
Governança corporativa	23	<b>ESTE RELATÓRIO</b>	<b>103</b>
Reorganização societária	23	Perfil do relatório/limites	103
Estrutura de governança	24	Painel de diálogo com <i>stakeholders</i>	105
Apoio à tomada de decisão	27	Índice remissivo GRI	107
Evolução constante	28	Informações corporativas	117
Auditoria Interna	30		
Gestão de riscos e controles internos	30		
Ética e combate à corrupção	32		
Segurança da informação	33		
Inovação e tecnologia	34		
Relações Institucionais	35		
<b>PESSOAS</b>	<b>38</b>		
Relação com colaboradores	38		
Relação com fornecedores	48		
Relação com clientes e consumidores	51		
Relação com a sociedade	56		
Oi futuro	57		
Balanco social anual	62		

## MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO [GRI 1.1]

O crescimento econômico e a consolidação de movimentos estratégicos caracterizaram o desempenho da Oi em 2012. Um dos marcos do ano foi a conclusão do processo de reorganização societária, com a simplificação da estrutura de capital, e desde abril a Companhia lista ações ordinárias e preferenciais no mercado por meio da Oi S.A., em dois mercados. Na BM&FBovespa, as ações são ofertadas por meio dos novos tickers OIBR3 e OIBR4, e na bolsa de valores de Nova York (Nyse), por meio do OIBR.C e OIBR.

O processo de reorganização teve início em 2011. Em fevereiro de 2012, as Assembleias Gerais da TMAR (Telemar Norte Leste S.A.), da Coari (Coari Participações S.A.) e da TNL (Tele Norte Leste Participações S.A.) aprovaram a incorporação das duas últimas e sua consequente extinção e sucessão a título universal pela Companhia. A TmarPart (Telemar Participações S.A.) passou a ser a controladora direta, e a TMAR, subsidiária integral.

Outra realização importante em 2012 foi a retomada do crescimento. As UGRs (unidades geradoras de receita) encerraram o ano em 74,34 milhões. A receita líquida pro forma do ano totalizou R\$ 28,14 bilhões, o EBITDA pro forma, R\$ 8,9 bilhões, e os investimentos somaram R\$ 6,56 bilhões<sup>1</sup>. Os resultados alcançados demonstram a assertividade da estratégia e a capacidade de execução em todos os segmentos de produtos (Residencial, Mobilidade Pessoal e Empresarial/Corporativo).

As ofertas *triple play* e *quadruple play*, que associam a telefonia fixa aos produtos de mobilidade, banda larga e TV por assinatura, alavancaram os resultados no segmento Residencial. No segmento Mobilidade Pessoal, o foco em clientes de alto valor impulsionou o bom desempenho, com crescimento dos planos pós-pagos e a ampliação significativa do *market share* nessa categoria. No Empresarial/Corporativo, o destaque foi para as ofertas de serviços fixos, móveis e de banda larga tanto a pequenas e médias empresas (PME) quanto a grandes corporações.

Ao longo do ano, a Companhia avançou em sua estratégia de inserir a sustentabilidade nos negócios, em um processo de amadurecimento contínuo. A solidez da gestão da sustentabilidade se reflete na permanência das ações nas principais carteiras ligadas ao tema na BM&FBovespa: ISE (Índice de Sustentabilidade Empresarial), pelo quinto ano consecutivo, e ICO2 (Índice de Carbono Eficiente), pelo terceiro ano. O Oi Futuro, que coordena as ações de responsabilidade social da Companhia, completou 11 anos de atuação, com o financiamento a importantes projetos nas áreas de cultura, educação e sustentabilidade.

Em todas as frentes, a Oi vem executando com sucesso a trajetória planejada, sempre alinhada aos interesses de seus clientes, acionistas, colaboradores e demais *stakeholders*. As realizações de 2012 conferem confiança à gestão e reforçam a crença no sucesso das ações, que visam assegurar o crescimento sustentável das operações.

<sup>1</sup> Em decorrência da conclusão da reorganização societária, em 27 de fevereiro de 2012, este relatório se baseia nos resultados da Oi S.A. (empresa remanescente e nova denominação da Brasil Telecom S.A.) ao fim de dezembro de 2012. No entanto, para facilitar o entendimento, são apresentados também os resultados consolidados pro forma equivalentes às informações da TNL (extinta) e de números físicos, receitas, custos e despesas (EBITDA), endividamento, investimentos e fluxo de caixa, como se as incorporações tivessem ocorrido em 1o de janeiro de 2011.

## MENSAGEM DO DIRETOR - PRESIDENTE [GRI 1.1]

O ano de 2012 foi de importantes conquistas da Oi para consolidar os pilares de um bom relacionamento com seus *stakeholders*. O processo de reorganização societária, consolidado ao longo do ano, tornou a Companhia ainda mais transparente e atraente para os investidores e ampliou o acesso ao mercado de capitais. Ingressamos no Nível 1 de Governança Corporativa da BM&FBovespa, e nossas ações passaram a compor o IGC (Índice de Ações com Governança Corporativa Diferenciada).

Na relação com os consumidores, procuramos melhorar a qualidade de nossos serviços, oferecendo a eles soluções simples. Avançamos na estratégia da convergência na oferta de serviços e conquistamos sólidos resultados. Alcançamos crescimento no pós-pago e rentabilização do pré-pago entre os clientes de telefonia móvel; aumentamos nossa participação no mercado, entregando soluções completas para os clientes do segmento Empresarial/Corporativo; e ampliamos a prestação de serviços de banda larga e TV por assinatura aos clientes do segmento Residencial. Assim, constatamos com satisfação que os resultados de 2012 vieram em linha com as expectativas e refletiram a capacidade e a eficácia de execução da Oi em seus segmentos de atuação.

Acreditamos que mais qualidade nas telecomunicações só pode existir se houver um compromisso com a inovação. Assim, fomos a primeira operadora de telecomunicações de grande porte do Brasil a lançar um serviço de *cloud computing* (computação em nuvem) e intensificamos nossas atividades de pesquisa e desenvolvimento. Por meio de programas como o Inova e o Programa de Incentivo à Inovação, fomentamos a criação de novas ideias, dentro e fora da Companhia, para embasar o desenvolvimento de produtos e serviços.

Investimos em qualidade, velocidade e alcance da rede, no aperfeiçoamento da programação, na

estrutura de pontos de venda e na capacitação das pessoas. Dessa forma, colocamos em prática nossa estratégia de crescimento, mantendo uma rentabilidade sustentada e prestando serviços de qualidade por meio de uma equipe integrada e comprometida.

Foi também um ano em que demos continuidade aos nossos compromissos públicos assumidos. Completamos três anos da adesão ao Pacto Global, das Nações Unidas. Por meio desta mensagem, reiteramos o apoio contínuo à iniciativa e o nosso comprometimento com os dez princípios que a compõem. As ações adotadas na Companhia ao longo do ano para colocá-los em prática estão descritas neste relatório.

No campo da responsabilidade social, o instituto Oi Futuro, que completou 11 anos em 2012, realizou sua missão de empregar novas tecnologias de comunicação e informação no desenvolvimento de projetos de educação, cultura, esporte, meio ambiente e desenvolvimento social – sempre visando democratizar o acesso ao conhecimento e reduzir distâncias geográficas e sociais, com especial atenção à população jovem.

Também estamos fazendo nossa parte para minimizar os impactos ambientais da nossa operação. Em uma iniciativa pioneira no setor de telecomunicações, estamos financiando a construção de cinco fábricas de reciclagem no País, em ação realizada em parceria com uma empresa de logística reversa especializada nos serviços de coleta, manejo de resíduos e reciclagem de produtos eletroeletrônicos. Queremos, dessa forma, contribuir para a implementação da Política Nacional de Resíduos Sólidos.

Como patrocinadora e fornecedora oficial da Rio+20 (Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável), a Oi teve a oportunidade de contribuir com um serviço de qualidade para o evento. Também pudemos colaborar em discussões sobre desenvolvimento sustentável e erradicação da pobreza, realizadas na conferência, assinando a carta-compromisso para a Rio+20, articulada por meio da rede brasileira do Pacto Global.

**[GRI DMA EC]** Dando continuidade às obrigações regulatórias, a Oi devolve à sociedade parte da riqueza gerada com as suas atividades no território brasileiro. Com o Programa Banda Larga nas Escolas – realizado em parceria com o Governo Federal –, promovemos a inclusão digital de mais de 30 milhões de alunos e conectamos mais de 51 mil escolas à internet. Por meio do Plano Nacional de Banda Larga, atendemos, em 2012, 2.440 cidades, participando do processo de popularização da internet no Brasil, ampliando o acesso à banda larga, promovendo o início da experiência digital e reduzindo as desigualdades sociais e regionais no País.

Essas iniciativas, e o avanço da sustentabilidade na estratégia da Companhia, contribuíram para a permanência da Oi em duas carteiras de ações ligadas ao tema na BM&FBovespa. Pelo quinto ano consecutivo, integramos o ISE (Índice de Sustentabilidade Empresarial), e pelo terceiro, o ICO2 (Índice de Carbono Eficiente). A manutenção de nossa posição nesses índices representa um desafio permanente para a Companhia, pois sabemos da importância de promover a melhoria contínua de nossas iniciativas.

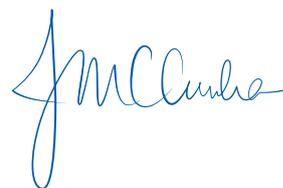
Ainda em 2012, outros avanços foram obtidos na busca por um resultado sustentável. Pela primeira vez em nossa história, realizamos um painel de diálogo com *stakeholders*, com o objetivo de conhecer a percepção de diferentes partes afetadas pela nossa atuação. A discussão também forneceu subsídios para definir os principais temas a tratar em nosso relatório de sustentabilidade, que, pelo segundo ano, segue as diretrizes internacionais da GRI (Global Reporting Initiative).

Ao avaliarmos as perspectivas para 2013, vislumbramos grandes oportunidades para aumentar e consolidar nosso *market share*, oferecendo serviços de alta qualidade aos nossos clientes. Planejamos continuar a implantação de nossos planos de marketing e as atualizações de nossas redes – buscando obter a eficiência em nossas operações –, bem como aumentar a oferta de serviços para atender às demandas de todos os nossos clientes.

Asseguramos aos nossos *stakeholders* que a Oi segue com sua estratégia focada no crescimento sustentável, na prestação de serviços de qualidade e na busca contínua por inovação e melhores práticas. Esses pilares continuarão definindo a estratégia da Companhia para os próximos anos.

Pensar em uma empresa ao longo do tempo, considerar impactos, mitigar riscos socioambientais e buscar satisfazer clientes a cada oportunidade de relacionamento são alicerces para o novo ciclo de crescimento, já iniciado. Ao longo deste relatório, você entenderá melhor cada iniciativa da Companhia na busca por esses objetivos.

Boa leitura.



**José Mauro Mettrau Carneiro da Cunha**

**Diretor-presidente**

## MISSÃO, VISÃO E PRÁTICAS [GRI 4.8]

# MISSÃO

Surpreender nossos Clientes, a cada dia, com soluções simples para comunicar e se relacionar.

# VISÃO

Ser a Telecom preferida dos Clientes, prestando serviços completos com excelência.

# PRÁTICAS

- Cliente no centro de tudo
- Gente que surpreende
- Fazer acontecer com excelência
- Resultado sustentável

# ATIVOS INTANGÍVEIS

## CAPITAL HUMANO

Com um público interno marcado pela diversidade e presente em todos os estados do País, a Oi considera o capital humano um dos ativos mais valiosos e relevantes para o sucesso do negócio e tem no foco nas pessoas uma das suas principais diretrizes. As melhores práticas do mercado orientam as políticas e práticas relacionadas a bem-estar dos colaboradores, gestão da saúde e segurança e desenvolvimento de competências.

Para saber mais sobre as estratégias de gestão e desenvolvimento de pessoas, [clique aqui](#).

## A MARCA E PRESENÇA NA INTERNET

Em 2012, a Oi reforçou a presença da marca no universo digital com ações de diferenciação dos concorrentes, como o aprimoramento dos canais de compra, atendimento e relacionamento.

A Companhia, que foi a primeira do setor a oferecer um aplicativo para atendimento via Facebook, estimulou o diálogo e investiu em ações de engajamento por meio de iniciativas como Ligados no Carnaval e Torpedos até o Fim. Sem recorrer a grandes investimentos em divulgação, conseguiu ampliar sua base de fãs na rede social de 3 mil para mais de 800 mil ao longo do ano. No Twitter, manteve o atendimento contínuo por meio do perfil @DigaOi.

Ao divulgar produtos e ofertas nos meios de comunicação, a Oi optou por formatos diferenciados e de maior impacto. O resultado foi o aumento da rentabilidade dos investimentos. A sinergia entre os meios *offline* e *online* assegurou maior eficiência à construção das mensagens. Em pesquisa com consumidores, realizada em parceria com um instituto especializado, a marca foi percebida pelo consumidor como “A Mais Completa” do segmento. Com novos investimentos em *links* patrocinados, a Companhia reconquistou presença em SEM (Search Engine Marketing) e SEO (Search Engine

Optimization) e reforçou os canais digitais de venda. A iniciativa foi complementada com a entrada na internet de teleagentes, que ajudaram a disseminar informações por meio de *hotsites*, redes de conteúdo e campanhas de *links* patrocinados.

A Companhia reforçou seu caráter inovador ao migrar para o meio digital o projeto Oi FM e manter a qualidade da programação, que fez da rádio um ativo importante para a marca. A evolução dos ambientes do Mundo Oi acompanhou as principais tendências de comunicação ao unir serviço e conteúdo engajador. Um exemplo é o Oi Aplicativos, que favorece o uso dos *smartphones* e *tablets* em todo o seu potencial.

Dentre as iniciativas de publicidade, destaca-se o “Orelhão Mágico”, realizado especialmente para a *web*. O vídeo foi o mais assistido no YouTube em dezembro de 2012 e conquistou a aprovação de 97% do público no canal. A repercussão ultrapassou as fronteiras do meio digital e gerou mídia espontânea e positiva para a marca em mais de 70 veículos, no Brasil e no mundo.

## PATROCÍNIOS

**Rio+20** – Em 2012, a Oi foi patrocinadora e prestadora oficial de serviços de telecomunicações e TI da Rio+20 (Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável), realizada no Rio de Janeiro. Nos dez dias do evento, a Companhia atendeu cerca de 50 mil pessoas nos fóruns oficiais, que tiveram lugar no Riocentro. A cobertura para a programação paralela de responsabilidade da sociedade civil e em hotéis e aeroportos ampliou o atendimento para outras 150 mil pessoas.

Pela alta qualidade dos serviços prestados, a Oi recebeu uma carta de agradecimento assinada pelo responsável pela área de tecnologia da Organização das Nações Unidas (ONU), Malcolm Chapman. A velocidade da internet *wi-fi* disponibilizada no evento também mereceu destaque em reportagem do jornal *The New York Times*.

Mais de 500 colaboradores se envolveram no projeto. Somente no Riocentro, as instalações incluíram cerca de 7 quilômetros de fibra ótica e 225 km de cabos de rede. Foram montados três sites de LTE (Long Term Evolution), que possibilitaram ao público conhecer e usar a tecnologia 4G durante o evento. Além da infraestrutura, a Oi lançou o aplicativo oficial da Rio+20 para *smartphones*, com informações úteis aos visitantes (hotéis, aeroportos, bancos, vistos etc.).

Com o patrocínio à Rio +20, a Companhia buscou contribuir para as discussões sobre o desenvolvimento sustentável. A iniciativa esteve alinhada à preocupação com a redução dos impactos ambientais do negócio. A Oi realizou inventário das emissões de carbono referentes às suas atividades durante a conferência e aplicou a logística reversa aos cabos e fios utilizados, que foram encaminhados ao fornecedor para tratamento e reciclagem.

Externamente, a Oi reafirmou seu posicionamento assinando a carta de compromisso para a Rio+20, que reuniu contribuições das empresas comprometidas com o desenvolvimento sustentável e a erradicação da pobreza.

**Oi Athina Onassis Horse Show** – O maior evento hípico da América Latina e uma importante plataforma de entretenimento aliado ao esporte chegou a sua sexta edição, em outubro, na Sociedade Hípica Brasileira, no Rio de Janeiro. Cerca de 15 mil pessoas participaram das atividades, impulsionando os setores de turismo e serviços, como hotéis, restaurantes e comércio. A programação foi transmitida para um público de mais de 300 milhões de pessoas, em 80 países.

**Lollapalooza Brasil** – O festival de rock que é sucesso há 20 anos nos Estados Unidos foi realizado pela primeira vez no Brasil, em abril de 2012, com o patrocínio da Oi. Bandas brasileiras consagradas e representantes da nova geração de artistas internacionais se revezaram em dois dias de festa no Jockey Club de São Paulo, com um público de cerca de 140 mil pessoas. A iniciativa foi alinhada à estratégia da empresa de apoiar a cultura e a música, especialmente a brasileira, e fortalecer a unidade cultural do País.

**Sogipa** – Desde 2003, a Oi patrocina a equipe de judô da Sogipa (Sociedade de Ginástica Porto Alegre), contribuindo para o desenvolvimento e a consolidação do esporte no Brasil. Nos Jogos Olímpicos de Londres, realizados em 2012, a equipe conquistou duas medalhas de bronze para o Brasil, com os atletas Felipe Kitadai e Mayara Aguiar.

## COMPROMISSO COM A SUSTENTABILIDADE

**[GRI 1.2]** Para a Oi, sustentabilidade significa mudar o jeito de fazer negócios e incluir, na gestão da empresa, ações de responsabilidade social, uso responsável dos recursos naturais e iniciativas para reduzir os impactos ambientais da operação, assegurando a rentabilidade econômica. A Política de Sustentabilidade da Oi, definida em 2009, orienta as ações da Companhia e seu compromisso para colocar em prática essa diretriz. Em 2012, também foram mantidas metas de sustentabilidade para diversas áreas internas, consolidando a importância do tema no seu modelo de gestão.

Para conhecer a Política de Sustentabilidade da Oi, [clique aqui](#).

Por meio da Trilha de Sustentabilidade, a Companhia busca difundir os conceitos de sustentabilidade entre os colaboradores e engajá-los em ações. Baseado em uma plataforma *online* de conhecimento, o programa forma líderes comprometidos e estimula a identificação de oportunidades corporativas e ações ligadas diretamente aos negócios. Ele é desenvolvido em etapas e inclui treinamentos *online*, fóruns, vídeos, infográficos, *game* e outras atividades interativas. No final de 2012, quando completou 2 anos de implantação, 16% dos colaboradores já haviam iniciado o treinamento.

### AMPLIAR O ALCANCE

Além de colocar em prática a sustentabilidade nos seus negócios, a Oi participa de iniciativas voluntárias que visam aprofundar as discussões sobre o tema e engajar novos agentes nas ações. O trabalho em rede amplia o alcance das iniciativas e multiplica os efeitos da sua busca por relações e modelos de negócios mais equilibrados.

**[GRI 4.12]** Desde 2011, a Oi integra a plataforma empresarial EPC (Empresas pelo Clima), que reúne empresas brasileiras na discussão das estratégias de

inovação e adaptação diante do desafio das mudanças climáticas.

No ISCV (Inovação e Sustentabilidade na Cadeia de Valor), desenvolvido pelo GVCes (Centro de Estudos em Sustentabilidade da Fundação Getúlio Vargas), a Companhia participa das ações que estimulam a inovação para a sustentabilidade. O trabalho é focado em pequenos e médios empreendimentos inseridos nas cadeias de valor das grandes empresas. Dentre os objetivos específicos do projeto, destacam-se: produzir conhecimento sobre o tema, estimular a troca de experiências e mobilizar grandes empresas para que adotem estratégias de sustentabilidade em suas cadeias produtivas.

A Oi também presta informações voluntariamente ao CDP (Carbon Disclosure Project), organização sem fins lucrativos de alcance mundial que busca reforçar a troca de informações entre empresas e acionistas sobre os impactos e oportunidades dos negócios nas mudanças climáticas.

Para promover o uso seguro da internet, a Oi aderiu, em 2008, ao Termo de Mútua Cooperação contra a Pedofilia, que reúne empresas de telecomunicações, o Ministério Público Federal, a Polícia Federal e a organização Safernet Brasil. Por meio da iniciativa, empresas, sociedade e governo unem esforços para prevenir e combater crimes contra crianças e adolescentes praticados com auxílio da internet.

Além de ações de educação e prevenção, o trabalho conjunto torna mais eficaz o rastreamento da origem das conexões à internet pelas quais os crimes são praticados. Para isso, a Companhia vem investindo na melhoria de sua rede e das técnicas de identificação dos autores de crimes contra crianças e adolescentes e em ações de comunicação para alertar pais, crianças e adolescentes sobre o uso seguro da internet.

Em 2012, a Oi divulgou mensagens educativas sobre o tema nas faturas do Oi Fixo, na *newsletter* dos assinantes e no telefone de atendimento da Oi TV e lançou cartões telefônicos com informações sobre os canais de denúncia. Também participou do Dia

Mundial da Internet Segura, um fórum realizado em mais de 65 países para discutir como prevenir os crimes de internet. Com ações como essas, a Oi incentiva a sociedade a denunciar a prática de crimes de pedofilia.

#### [GRI 4.12] PACTO GLOBAL

Em 2009, a Companhia aderiu ao Pacto Global, da Organização das Nações Unidas (ONU), que promove o diálogo multilateral entre empresas, organizações da sociedade civil, sindicatos e a própria ONU com o objetivo de construir um mercado mais inclusivo. Lançado no ano 2000, o pacto é, hoje, a maior iniciativa voluntária mundial no campo da sustentabilidade corporativa e conta com mais de 7 mil empresas signatárias. Está estruturado em dez princípios voltados aos aspectos de direitos humanos, trabalho, meio ambiente e combate à corrupção. No dia a dia da gestão, o compromisso da Oi com o

Pacto Global se traduz em ações concretas voltadas para implementação, divulgação e promoção dos princípios na operação, na cultura interna e nos processos decisórios da Administração. Anualmente, a Companhia presta contas em sua Comunicação de Progresso sobre os avanços alcançados nas práticas relacionados à iniciativa. As ações mais relevantes estão relacionadas na tabela a seguir e podem ser conhecidas em mais detalhes ao longo desta publicação.

Como signatária, a Oi participou das discussões promovidas pelo Comitê Brasileira do Pacto Global em 2012, que resultaram na carta-compromisso para a Rio+20. O documento, apresentado ao governo brasileiro, reuniu as contribuições de empresas comprometidas com o desenvolvimento sustentável e a erradicação da pobreza.

### COMUNICAÇÃO DE PROGRESSO

#### Correlação com os Princípios do Pacto Global



#### Correlação com os Objetivos do Milênio



Ações/Iniciativas	Correlação com os Princípios do Pacto Global										Correlação com os Objetivos do Milênio								Localização no Relatório Anual de Sustentabilidade 2012
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	2	3	4	5	6	7	8	
Programa Educação para Sustentabilidade (Trilha de Sustentabilidade).																			Valores e Propósitos > Compromisso Com A Sustentabilidade
Inserção do Módulo de Sustentabilidade no Programa Geração (Trainees e membros do PDA).																			Pessoas > Relação Com Colaboradores
Política de Sustentabilidade																			Valores e Propósitos > Compromisso com A Sustentabilidade
Código de Ética																			A Oi > Governança Corporativa > Gestão de Riscos e Controles Internos
Atuação dos Agentes de Ética																			A Oi > Governança Corporativa > Ética e Combate a Corrupção
Atuação do Comitê de Ética																			A Oi > Governança Corporativa > Ética e Combate a Corrupção
Treinamento online (e-learning) de Ética																			A Oi > Governança Corporativa > Ética e Combate a Corrupção
Sustentabilidade na Cadeia de Fornecedores																			Pessoas > Relação com Fornecedores
Oi Novos Brasis																			Pessoas > Relação com a Sociedade > Oi Futuro
Programa Oi de Patrocínios Culturais Incentivados																			Pessoas > Relação com a Sociedade > Oi Futuro
Atuação da Auditoria Interna																			Governança Corporativa > Auditoria Interna
Inventário de Emissões de GEEs (Gases do Efeito Estufa)																			Ambiente > Governança Climática
Programa de Voluntariado em associação com a Junior Achievement.																			Pessoas > Relação com Colaboradores
NAVE – Núcleo Avançado em Educação																			Pessoas > Relação com a Sociedade > Oi Futuro

Ações/Iniciativas	Correlação com os Princípios do Pacto Global										Correlação com os Objetivos do Milênio								Localização no Relatório Anual de Sustentabilidade 2012
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	2	3	4	5	6	7	8	
Patrocínio Esportivo Incentivado																			Pessoas > Relação com a Sociedade > Oi Futuro
Acordos Coletivos de Trabalho e Acordos de Jornada de Trabalho - 2010/2012																			Pessoas > Relação com Colaboradores
Oi Kabum! - Escolas de Arte e Tecnologia																			Pessoas > Relação com a Sociedade > Oi Futuro
Adesão à plataforma empresarial de Empresas pelo Clima (EPC).																			Valores e Propósitos > Compromisso com a Sustentabilidade
Gestão de resíduos																			Ambiente > Impactos Ambientais e Ações Mitigatórias > Gestão de Resíduos
Coleta seletiva nos principais prédios administrativos																			Ambiente > Impactos Ambientais e Ações Mitigatórias > Gestão de Resíduos
Parceria Rede Asta - Brindes Sustentáveis																			Ambiente > Impactos Ambientais e Ações Mitigatórias > Gestão de Resíduos
Canal de denúncias no website																			A Oi > Governança Corporativa > Estrutura de Governança
Livre associação a sindicatos e negociação coletiva																			Pessoas > Relação com Colaboradores > Livre Associação
Minha Oi																			Pessoas > Relação com Clientes e Consumidores
Ações para a redução de emissão de GEEs (Gases do Efeito Estufa)																			Ambiente > Governança Climática
Ações para redução do consumo de energia elétrica																			Ambiente > Governança Climática
Ações para redução do consumo de água																			Ambiente > Impactos Ambientais e Ações Mitigatórias
TI Verde																			Ambiente > Governança Climática

Ações/Iniciativas	Correlação com os Princípios do Pacto Global										Correlação com os Objetivos do Milênio								Localização no Relatório Anual de Sustentabilidade 2012
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	2	3	4	5	6	7	8	
Coleta e destinação especial para baterias e aparelhos telefônicos.																			Ambiente > Impactos Ambientais e Ações Mitigatórias
Projeto Renovação de Frota																			Ambiente > Governança Climática
Utilização de Envelopes Retornáveis																			Ambiente > Impactos Ambientais e Ações Mitigatórias
Utilização de sacolas em material reciclável																			Ambiente > Impactos Ambientais e Ações Mitigatórias
Programa Banda Larga nas Escolas																			Pessoas > Relação com a Sociedade > Inclusão Digital
Termo de Mútua Cooperação Contra a Pedofilia																			Valores E Propósitos > Compromisso com a Sustentabilidade
Acessibilidade para clientes																			Pessoas > Relação com Clientes e Consumidores
Patrocínio, fornecimento e ações nos eventos da Copa do Mundo da Fifa™ 2014																			A Oi > Relações Institucionais
Programa Inova																			A Oi > Inovação e Tecnologia
Programa de Incentivo a Inovação																			A Oi > Inovação e Tecnologia
Doação de listas telefônicas à ONG Doe seu Lixo																			Ambiente > Impactos Ambientais E Ações Mitigatórias
Utilização de videoconferência																			Ambiente > Governança Climática
Mapeamento dos riscos corporativos																			A Oi > Governança Corporativa > Gestão de Riscos e Controles Internos
Grupo Executivo de Sustentabilidade																			A Oi > Governança Corporativa
Programa de Medicamentos de Uso Contínuo																			Pessoas > Relação Com Colaboradores
Programa de Vida Saudável																			Pessoas > Relação Com Colaboradores
Atividades Preventivas (Exames Periódicos)																			Pessoas > Relação Com Colaboradores > Saúde e Segurança

Ações/Iniciativas	Correlação com os Princípios do Pacto Global										Correlação com os Objetivos do Milênio								Localização no Relatório Anual de Sustentabilidade 2012
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	2	3	4	5	6	7	8	
Convênio Marinha do Brasil - Base Antártica																			A Oi > Relações Intitucionais
Canal de Denúncias do Conselho Fiscal																			A Oi > Governança Corporativa > Estrutura de Governança
Ações do Programa JOIA - Jeito Oi de Atender e Aprender																			Pessoas > Relação Com Clientes e Consumidores
Centro de Exame de Qualificação Profissional (CEQUAL)																			Pessoas > Relação com Fornecedores
Conselho de Usuários																			Pessoas > Relação com Clientes e Consumidores
Ambiente de Controles internos adequado para a Certificação Sarbanes-Oxley																			A Oi > Governança Corporativa > Gestão De Riscos e Controles Internos
Gestão da Segurança da Informação																			A Oi > Governança Corporativa > Segurança da Informação
Museu das Telecomunicações e Exposições de Arte																			Pessoas > Oi Futuro > Cultura
Acesso à Informação em Áreas Remotas																			Pessoas > Relação com a Sociedade > Infraestrutura
Adesão ao ISCV																			Valores E Propósitos > Compromisso com a Sustentabilidade
Fábrica de Reciclagem																			Valores E Propósitos > Compromisso com a Sustentabilidade
Programas de Desenvolvimento de Colaborador																			Pessoas > Relação com Colaboradores

## DESTAQUES DE 2012

### ISE

Pelo quinto ano consecutivo, a Oi integra a carteira do ISE (Índice de Sustentabilidade Empresarial da BM&FBovespa), que destaca o desempenho em sustentabilidade nos aspectos de eficiência econômica, equilíbrio ambiental, justiça social e governança corporativa. Participam do ISE 40 empresas, selecionadas entre as emissoras das 200 ações mais líquidas negociadas. A nova carteira, que vigorará a partir de 2013, reúne 37 companhias de 16 setores.

### NÍVEL 1 DE GOVERNANÇA CORPORATIVA

Em dezembro de 2012, a Oi ingressou no Nível 1 de Governança Corporativa da BM&FBovespa, e suas ações passaram a compor o IGC (Índice de Ações com Governança Corporativa Diferenciada), que visa medir uma carteira teórica integrada por ações de empresas que apresentam bons níveis de governança.

### IR GLOBAL RANKINGS (IRGR)

A Oi recebeu três prêmios na edição de 2012 do IR Global Rankings, que reconhece as melhores práticas na área de Relações com Investidores (RI). Na América Latina, a Oi destacou-se como uma das cinco empresas com o melhor *website* de RI e conquistou o primeiro lugar em melhor evolução de relatório anual *online*, e seu diretor financeiro, Alex Zornig, foi eleito o melhor CFO da América Latina.

### RECICLAGEM DE ELETROELETRÔNICOS

Por meio de uma parceria estratégica com a empresa Descarte Certo, a Oi está financiando a construção de cinco fábricas de reciclagem no País, assegurando a correta gestão de resíduos sólidos em sua cadeia de produtos e serviços e nos demais processos operacionais e administrativos. A Descarte Certo integra o Grupo Ambipar e é especializada na coleta e no manejo de resíduos e na reciclagem de produtos eletroeletrônicos.

### MÍDIAS DIGITAIS

As adesões à área de relacionamento *online* Minha Oi cresceram 150% no ano, com 4,6 milhões de clientes cadastrados e a gestão de aproximadamente 11,2 milhões de terminais. A ampliação, impulsionada pela facilidade de uso e pela segurança das transações, reforçou a importância desse canal no relacionamento com o cliente. Os perfis oficiais da Oi no Facebook, no Twitter, no Google+ e no Orkut somaram 885 mil seguidores e 83 mil atendimentos.

### REORGANIZAÇÃO SOCIETÁRIA

Em 2012, a Companhia concluiu a reorganização e a simplificação societárias da Oi S.A. O processo teve início em 2011, com os objetivos de simplificar a estrutura de tomada de decisão e aumentar a liquidez.

### A MAIOR REDE WI-FI DA AMÉRICA LATINA

Em julho, a Oi integrou suas redes *wi-fi* em todo o território nacional. A ação reforça seu posicionamento como a mais completa provedora de acesso à internet do País e faz dela a maior rede *wi-fi* integrada da América Latina.

## PRÊMIOS E RECONHECIMENTOS [GRI 2.10]

- **ISE** – Índice de Sustentabilidade Empresarial – Quinto ano consecutivo.  
Realização: BM&FBovespa e GVces (Centro de Estudos em Sustentabilidade da Fundação Getulio Vargas)
- **ICO2** – Índice de Carbono Eficiente – Terceiro ano consecutivo.  
Realização: BM&FBovespa e BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social)
- **Empresas do Bem** – Considerada uma das 50 Empresas do Bem, destacou-se pela atuação nos campos social e cultural, sobretudo com programas desenvolvidos pelo Oi Futuro.  
Realização: *IstoÉ Dinheiro*
- **IR Global Rankings** – Categorias Cinco Melhores Companhias, com o melhor *website* de RI, Melhor Evolução de Relatório Anual *online* e Melhor CFO da América Latina.  
Realização: Global Rankings
- **18º Prêmio Abemd** – Reconhecimento especial Melhor dos Melhores em CRM/Database, concedido ao *case* “Inteligência nas Vendas de Banda Larga”.  
Realização: Associação Brasileira de Marketing Direto
- **7th Annual Hot Companies and Best Products Awards (7º Prêmio Empresas Quentes e Melhores Produtos)** – Vencedora na categoria Suitable for Latin America (Adequado para América Latina) pela solução de ultrabaixa latência entre as bolsas de valores de Nova York (Nyse) e do Brasil (BM&FBovespa).  
Realização: Network Products Guide
- **GTB Innovation Award (Prêmio de Inovação GTB)**– Categoria Wholesale Service Innovation (Inovação em Serviços de Atacado).  
Realização: Global Telecom Business
- **17º Prêmio Top of Mind BA** – 17ª colocação no segmento Operadora de Celular.  
Realização: Marketing Consultoria, em parceria com a Painel Brasil
- **6º Top of Mind Internet SP** – Eleita a marca mais lembrada pelos internautas na categoria Telefonia Celular/Operadora.  
Realização: Instituto Datafolha
- **17º Top of Mind MG Marcas de Sucesso de Minas Gerais** – Ficou em segundo lugar como a marca mais lembrada pelos mineiros na categoria Excelência (Operadora de Telefonia Fixa, Telefonia Celular e Banda Larga) e foi premiada na categoria Liderança (Operadora de Telefonia de Longa Distância).  
Realização: *Mercado Comum Revista Nacional de Economia e Negócios*
- **Top of Mind RS** – Vencedora nas categorias Banda larga e Telefonia fixa.  
Realização: Grupo Amanhã
- **Top of Mind RN** – Foi a empresa mais lembrada pelos consumidores na categoria Telefonia Celular.  
Realização: revista *Foco Nordeste*
- **12º Prêmio Top Correio** – Vencedora em duas categorias: Marca mais Lembrada pelos Sergipanos nos Serviços de Telefonia Fixa e Provedor de Internet (VeloX).  
Realização: jornal *Correio de Serviço*

## PERFIL DA EMPRESA

**[GRI 2.1, 2.2, 2.6, 2.7 e 2.8]** A Oi S.A. é a principal provedora de serviços de telecomunicações do Brasil e oferece um amplo leque de produtos convergentes (que podem ser oferecidos de forma associada a um mesmo cliente), que inclui serviços tradicionais de telefonia fixa e móvel, transmissão de dados, acesso à internet em banda larga, provedor de internet e TV. Atende usuários residenciais, corporativos de pequeno, médio e grande portes, entidades governamentais e empresas de telecomunicações. Na área de telefonia fixa, detém a concessão para operar em 25 estados do Brasil (todos, exceto São Paulo) e no Distrito Federal.

Com a aquisição do controle acionário da Brasil Telecom S.A., em 2009, a Oi consolidou sua presença nacional nos 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 aposta no desenvolvimento de ofertas convergentes como uma importante vantagem competitiva para fidelizar os clientes.

**[GRI 2.5]** Desde 2009, a Oi opera também a rede de cabos submarinos de fibra ótica da Globenet (controlada integral da Oi S.A.), que conecta Brasil, Colômbia, Venezuela, Bermudas e Estados Unidos. As redes das empresas Globenet e Metrored somam-se ao *backbone*<sup>2</sup> de dados da Oi, transformando-se na maior e mais capilar cobertura de dados do país. São mais de 176 mil quilômetros (23,3 mil quilômetros de *backbone* internacional da empresa Globenet, 32,6 mil quilômetros de *backbone* nacional e 120,3 mil quilômetros de redes estaduais e metropolitanas).

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. Em 2012, os serviços de TV por assinatura eram oferecidos ao Distrito Federal e aos Estados brasileiros, com exceção de São Paulo.

<sup>2</sup>Esquema de ligações centrais de um sistema mais amplo, tipicamente de elevado desempenho. Na internet, em uma rede de escala planetária, existem, hierarquicamente divididos, backbones de ligação intercontinental (internacionais) e nacionais.

#### [GRI 4.13] PARTICIPAÇÃO EM ASSOCIAÇÕES

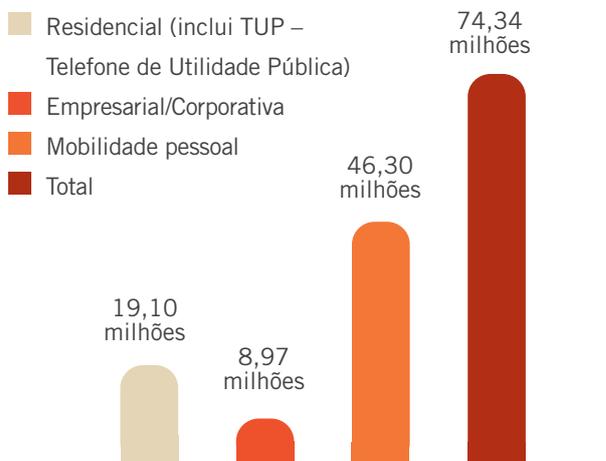
A Oi participa ativamente de diversas associações e organismos que discutem temas relevantes para a Companhia, sua área de negócios e o relacionamento com diferentes públicos. Entre eles, destacam-se:

- ABDTIC (Associação Brasileira de Direito da Tecnologia da Informação e das Comunicações);
- Abrasca (Associação Brasileira de Companhias Abertas);
- ABTA (Associação Brasileira de Televisão por Assinatura);
- Acieg (Associação Comercial e Industrial de Goiás);
- ACM (Associação Comercial do Maranhão);
- ADVB (Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil) – Bahia;
- ADVB (Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil) – Pará;
- ADVB (Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil) – Santa Catarina;
- AHCIET (Asociación Iberoamericana de Centros de Investigación y Empresas de Telecomunicaciones);
- Amcham (Câmara Americana de Comércio) – Bahia;
- Associação Comercial da Bahia;
- Associação Comercial de Maceió;
- Associação Comercial de Porto Alegre – Contribuição Diretiva/Contribuição Empresarial – Federasul;
- Associação Comercial de Vitória;
- Associação Comercial do Ceará;
- Associação Comercial e Empresarial de Sergipe;
- Centro das Indústrias do Estado do Rio Grande do Sul;
- Ciesp (Centro das Indústrias do Estado de São Paulo);
- Citel (Inter-American Telecommunication Commission);
- Federação das Indústrias do Estado de São Paulo – Instituto Roberto Simonsen;
- Federação das Indústrias do Mato Grosso;
- Fieb (Federação das Indústrias no Estado da Bahia);
- IBGC (Instituto Brasileiro de Governança Corporativa);
- Ibrac (Instituto Brasileiro de Estudos de Concorrência, Consumo e Comércio Internacional);
- Instituto Brasileiro de Executivos de Finanças (Espírito Santo);
- Movimento Empresarial Espírito Santo em Ação;
- Seta (Sindicato Nacional das Empresas Operadoras de Televisão por Assinatura e de Serviço de Acesso Condicionado);
- Sinditelebrasil (Sindicato Nacional das Empresas de Telefonia e de Serviço Móvel Celular e Pessoal);
- Telcomp (Associação Brasileiras das Prestadoras de Serviço de Telecomunicações Competitivas);
- Telebrasil (Associação Brasileira de Telecomunicações).

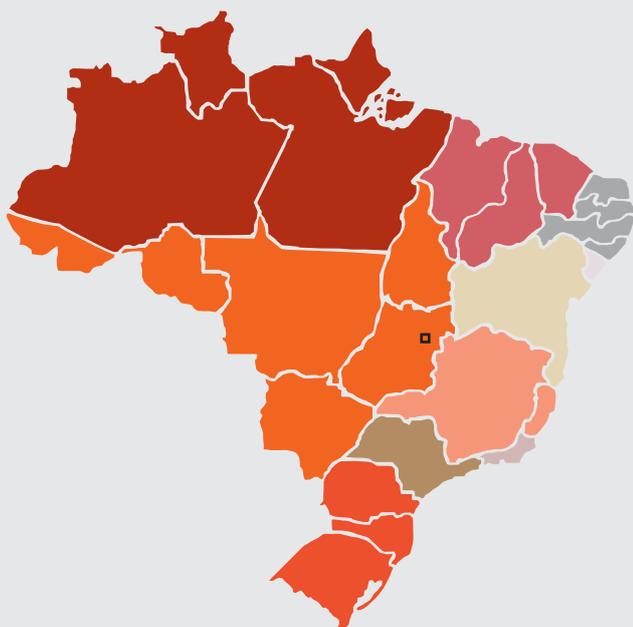
### [GRI 2.3 E 2.9] REGIONALIZAÇÃO

O modelo de gestão da Companhia foi aperfeiçoado em 2012 para dar suporte ao plano de crescimento 2012-2015. Entre as principais mudanças, está o processo de regionalização, com a divisão administrativa em nove regionais (*ver mapa*), que teve início em 2011. A descentralização fortalece a presença da Oi nas diversas regiões de atuação e reforça a proximidade com os clientes. Internamente, colabora para padronizar a atuação, além de tornar mais ágil o processo de tomada de decisão. Os resultados da mudança já puderam ser percebidos na prática, com o aumento da velocidade na troca de informação, ganho de tempo e maior integração.

### [GRI 2.8] UNIDADES GERADORAS DE RECEITA



### ÁREA DE ATUAÇÃO



- Regional Norte: Amazonas, Pará, Amapá e Roraima
- Regional Bahia: Bahia
- Regional Ceará: Ceará, Maranhão e Piauí
- Regional Centro-Oeste: Distrito Federal, Goiás, Tocantins, Mato Grosso do Sul, Mato Grosso, Acre e Rondônia
- Regional Minas Gerais: Minas Gerais e Espírito Santo
- Regional Pernambuco: Pernambuco, Alagoas, Paraíba e Rio Grande do Norte
- Regional Rio de Janeiro: Rio de Janeiro
- Regional Sul: Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná
- Regional São Paulo: São Paulo

### SERVIÇOS

- TELEFONIA FIXA E MÓVEL
- TRANSMISSÃO DE DADOS
- ACESSO À INTERNET EM BANDA LARGA
- PROVEDOR DE INTERNET
- TV POR ASSINATURA

## HISTÓRIA DA OI

1998

- Nasce a Telemar, com atuação em 64% do território nacional.
- Telemar inicia as participações na Bolsa de Valores de Nova York.
- Nasce a Brasil Telecom, com atuação em 30% do território nacional.

1999

- Lançamento dos códigos regionais de longa distância: 31 da Telemar e 14 da Brasil Telecom.
- Telemar constrói backbone digital com fibras óticas.

2000

- Entrada da Telemar no mercado de internet de alta velocidade.
- Nasce a Contax.
- Brasil Telecom sacramenta sociedade no iG.
- Brasil Telecom adquire e incorpora a CRT.
- Lançamento do Projeto Telemar de Educação (PTE) – primeira iniciativa de responsabilidade social da Companhia.

2001

- Telemar e Brasil Telecom lançam acesso em banda larga ADSL.
- Telemar expande a telefonia fixa para todas as localidades com mais de 600 habitantes em sua região.
- Brasil Telecom lista ações na Bolsa de Valores de Nova York.
- Telemar conclui o Programa de Antecipação de Metas (PAM).
- Criação do Instituto Telemar.

2002

- Nasce a Oi móvel.
- Telemar conquista autorização para operar serviços de longa distância nacional e internacional.
- Telemar inaugura CGR unificado no Rio de Janeiro (RJ).
- Brasil Telecom adquire sistemas de cabos de fibra ótica da Globenet e licenças para operar em telefonia móvel.

2003

- Telemar lança primeira oferta de serviços convergentes.
- Inauguração da Escola de Arte & Tecnologia Kabum!
- Brasil Telecom adquire Ibest e Metrored.

2004

- Oi atinge a marca de 5 milhões de clientes na telefonia móvel.
- Instituto Telemar firma parceria com estados e municípios para colocar banda larga nas escolas públicas.
- Unificação das operações móvel (Oi) e fixa (Telemar).
- Brasil Telecom adquire o iG.
- Brasil Telecom lança operação GSM.

2005

- Lançamento do provedor Oi Internet.

2006

- Grupo Telemar firma parceria para fornecer telefonia fixa, móvel e banda larga na Estação Antártica Comandante Ferraz.
- Grupo Telemar adquire Way TV.
- Lançamento do Oi Paggo.
- Brasil Telecom inaugura CGR unificado em Florianópolis (SC).
- Inauguração do Nave (Núcleo Avançado em Educação) em Recife.

2007

- Marca Única – unificação das marcas do Grupo Telemar embaixo da marca Oi.
- Lançamento da Oi TV e inauguração da Oi TV Móvel.
- Oi é fornecedora e patrocinadora oficial dos Jogos Pan-Americanos 2007.
- Oi Futuro inaugura o Museu das Telecomunicações, no Rio de Janeiro e em Belo Horizonte.
- Brasil Telecom lança IPTV.
- Brasil Telecom atinge a marca de 4 milhões de clientes na telefonia móvel.
- Oi adquire a Paggo Empreendimentos S.A.
- Operadoras de telefonia fixa concluem conversão de pulso para minuto.

2008

- Oi adquire Amazônia Celular.
- Brasil Telecom e Oi lançam 3G.
- Oi entra com telefonia móvel em São Paulo.
- Inauguração do Nave no Rio de Janeiro.
- Brasil Telecom cria subsidiária da Globenet na Colômbia.
- Oi passa a fazer parte do ISE (Índice de Sustentabilidade Empresarial) da BM&FBovespa.
- Operadoras de telefonia iniciam a portabilidade de numérica.

2009

- Oi assume controle da Brasil Telecom e passa a atuar em 100% do território nacional.
- Marca Oi presente em todo o Brasil.
- Lançamento da OiTV em DTH.
- Globenet amplia atuação na Colômbia.
- Oi assina Pacto Global e lança internamente as políticas e o Programa de Sustentabilidade.
- Oi atinge a marca de 60 milhões de clientes.

2010

- Anúncio da proposta de aliança estratégica com a Portugal Telecom.
- Oi torna-se fornecedora e patrocinadora oficial da Copa do Mundo da Fifa™ 2014.
- Oi firma parceria com Banco do Brasil e Cielo para oferecer serviços de pagamento através de celulares.
- IG comemora dez anos.
- Oi passa a fazer parte do ICO2 (Índice de Carbono Eficiente) da BM&FBovespa.
- Expansão da OiTV em DTH para 14 estados brasileiros.

2011

- Entrada da Portugal Telecom no capital da Oi.
- Oi amplia atuação internacional com aquisição de participação na Portugal Telecom.
- Oi inicia proposta de reorganização societária.
- Oi Futuro completa dez anos: além dos projetos de educação e dos patrocínios de esporte, cultura e a projetos de desenvolvimento social, o instituto lança edital para projetos de meio ambiente

2012

- Primeira operadora de telecomunicações de grande porte do Brasil a lançar um serviço de cloud computing, o Oi Smart Cloud.
- Implementação do novo sistema de gestão da Oi, o ICG (Itens de Controle de Gestão).
- Realização do 2º Oi Investor Day 2012, no Rio de Janeiro e em Nova York.
- Oi é patrocinadora e prestadora oficial de serviços de telecomunicações e TI da Rio+20.
- Inauguração da primeira loja-conceito (tecnologia ao alcance das mãos dos clientes) no País, no Shopping Iguatemi, em São Paulo.
- Lançamento da TV por assinatura via protocolo de internet (IPTV) e banda larga de até 200 Mbps, por meio de uma rede de fibra ótica que vai até a casa do cliente (FTTH).
- Oi adere ao Nível 1 de Governança Corporativa da BM&FBovespa.
- É realizada a reorganização societária do Grupo Oi.
- Oi realiza parceria estratégica para a construção de fábricas de reciclagem de lixo eletrônico.
- A Oi Kabum! recebe o prêmio Construindo a Nação, promovido pelo Instituto da Cidadania Brasil junto da CNI-Sesi, na categoria políticas públicas.

## GOVERNANÇA CORPORATIVA

O sistema institucional no qual a Oi está inserida engloba seu estatuto social, estruturas societária e organizacional e uma série de políticas, procedimentos e práticas que se interconectam e complementam, possibilitando o cumprimento dos objetivos sociais e a perenidade do negócio.

**[GRI 4.6]** Em 2012, a Companhia seguiu avançando no processo de aperfeiçoamento contínuo do marco institucional que orienta as operações e aprovou a Política de Transações com Partes Relacionadas e Situações Envolvendo Conflito de Interesses. Os objetivos são estabelecer regras e consolidar os procedimentos, preservando a transparência do processo. Dessa forma, as decisões serão tomadas no melhor interesse da Companhia, de seus administradores e de seus acionistas. No final do ano, a Oi aderiu ao Nível 1 de Governança Corporativa da BM&FBovespa, e suas ações passaram a integrar o IGC (Índice de Ações com Governança Corporativa Diferenciada). Adicionalmente, foi criada a Política de Remuneração dos Acionistas.

Além disso, houve a simplificação da estrutura societária, o que agregou valor aos acionistas e tornou a Companhia mais atraente para investidores e com maior acesso ao mercado de capitais.

### SUSTENTABILIDADE

As estruturas de gestão da sustentabilidade também passaram por mudanças em 2012. O Comitê de Governança, Divulgação e Sustentabilidade foi desmembrado e deu lugar ao Grupo Executivo de Sustentabilidade, formado por executivos das áreas de Tesouraria e Relações com Investidores, Patrimônio e Logística, Gente, Operações de Rede, Desenvolvimento e Engenharia de Rede, Comunicação Corporativa, Suprimentos e Oi Futuro.

A nova estrutura, subordinada ao Comitê Executivo, visa fomentar a sustentabilidade nos negócios. Suas principais atribuições são auxiliar a integração do tema ao direcionamento estratégico; avaliar a gestão dos riscos socioambientais; recomendar a permanência e/ou novas adesões a compromissos públicos; definir a estratégia de relacionamento com *stakeholders*; alavancar as ações de sustentabilidade e monitorar seu desempenho por meio do acompanhamento de indicadores; avaliar investimentos em sustentabilidade, como patrocínios, novos negócios, produtos e serviços; e manter atualizada a Política de Sustentabilidade.

### [GRI 2.9] REORGANIZAÇÃO SOCIETÁRIA

A Oi concluiu em 2012 o processo de reorganização iniciado em 2011, com o objetivo de simplificar a estrutura societária e a governança das Companhias Oi (como é denominado o conjunto das controladas TNL, Coari, BRT e TMAR), aumentando a liquidez para todos os acionistas. A reorganização incluiu dois grandes movimentos conjuntos e indissociados: a incorporação da Coari e da TNL pela BRT e a cisão parcial da TMAR, com a incorporação das suas ações pela Coari.

A BRT passou a concentrar todas as participações acionárias nas Companhias Oi e tornou-se a única delas listada em bolsa de valores, agora denominada Oi S.A. A manutenção do controle acionário da Oi exclusivamente pela TmarPart cumpriu as obrigações legais e regulatórias perante a Anatel (para a aprovação da reorganização). Coube à TmarPart e a seus acionistas diretos ou indiretos assegurarem a manutenção do controle e o cumprimento das obrigações legais, incluindo, potencialmente, a permuta de ações preferenciais que detinha por ações ordinárias de titularidade de seus acionistas diretos ou indiretos.

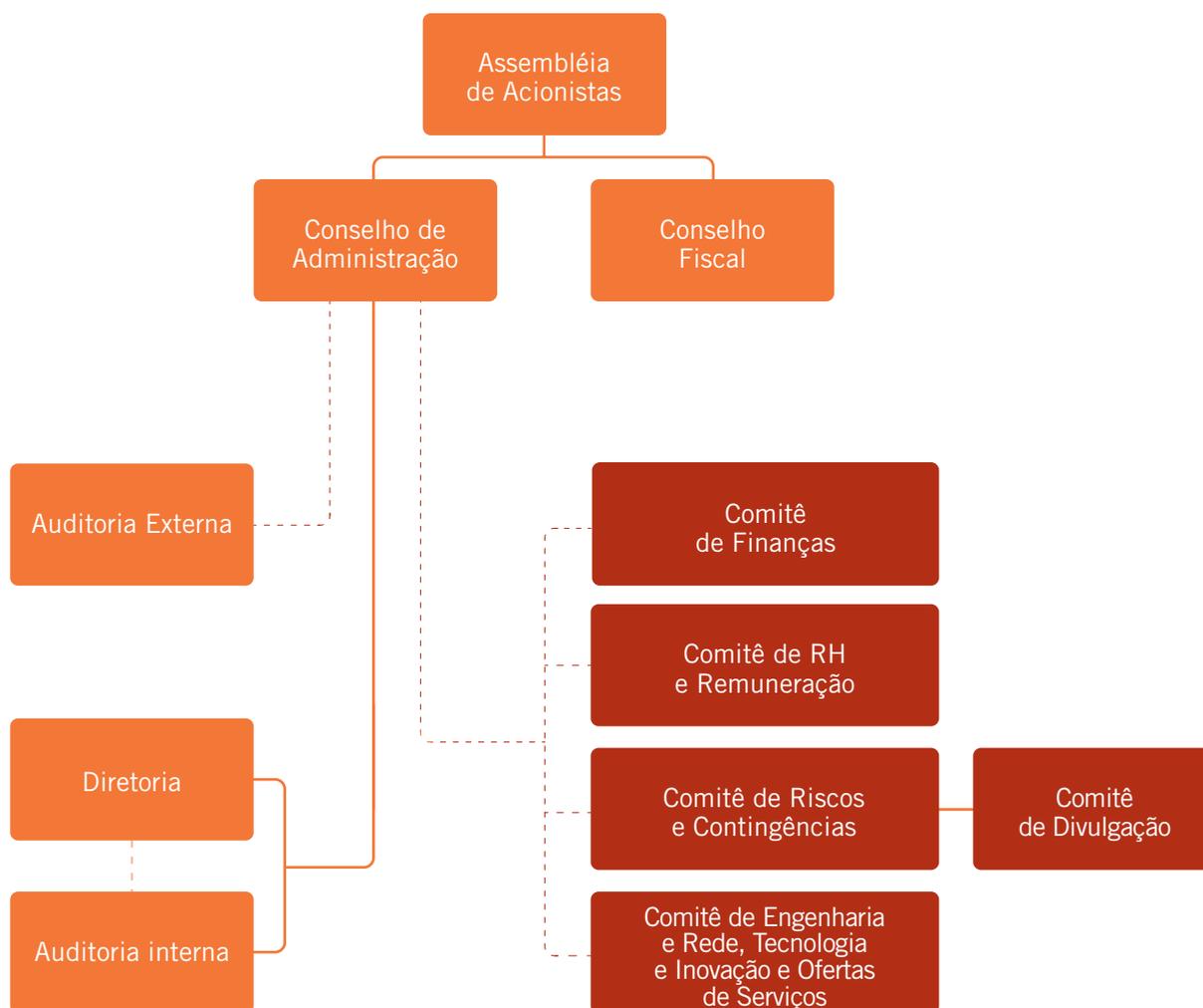
Em 27 de fevereiro, as Assembleias Gerais de Coari, BRT, TNL e TMAR aprovaram as operações da reorganização societária. Com isso, a TMAR foi parcialmente cindida e teve suas ações incorporadas pela Coari. A TNL e a Coari foram incorporadas pela BRT, extinguindo-se e sendo sucedidas, a título universal, pela BRT, que passou a se chamar Oi S.A. A Oi S.A é controlada diretamente pela TmarPart e tem na TMAR sua subsidiária integral.

Até 5 de abril de 2012, as ações de TMAR, TNL, Coari e Oi continuaram a ser negociadas em bolsa, sob os

códigos TMAR3, TMAR5, TMAR6, TNLP3, TNLP4, COAR3, COAR4, BRTO3 e BRTO4. A partir de 9 de abril, passaram a ser listadas na BM&FBovespa S.A. somente as ações ordinárias e preferenciais da Companhia (OIBR3 e OIBR4), e na bolsa de valores de Nova York (Nyse – New York Stock Exchange), somente ADSs (American Depositary Shares) representativas das ações da Oi, sob os códigos OIBR e OIBR.C.

Mais detalhes sobre o processo de reorganização societária podem ser acessados através do **Fato Relevante** no website de Relações com Investidores.

**[GRI 4.1] ESTRUTURA DE GOVERNANÇA**



**[GRI 4.9 e 4.10] Conselho de Administração:** aprova as diretrizes e estratégias e acompanha a evolução geral dos negócios em todas as suas dimensões, o plano estratégico, os orçamentos e as políticas financeiras. É composto de até 17 membros efetivos e igual número de suplentes, eleitos pelos acionistas reunidos em Assembleia Geral Ordinária. Os titulares das ações preferenciais têm direito de eleger, por votação em separado, um dos membros.

As atribuições do Conselho incluem autorizar investimentos em novos negócios e criar subsidiárias. Também cabe ao órgão aprovar decisões estratégicas, como a realização de investimentos e desinvestimentos no capital de outras sociedades em montante superior à alçada da Diretoria, a aquisição de bens para o ativo permanente e a celebração de contratos com valor individual superior à alçada da Diretoria; e a política de patrocínios da Companhia, bem como a realização de atos gratuitos em benefício dos empregados ou da comunidade, de acordo com a atuação de responsabilidade social da Oi.

Não há mecanismos de avaliação de desempenho do órgão, mas o regimento interno prevê sua autoavaliação anual.

**Conselho Fiscal:** é um órgão independente e atua em caráter permanente, conforme estabelece seu estatuto social. Suas principais responsabilidades são monitorar as atividades da administração, examinar as demonstrações financeiras e informar suas conclusões aos acionistas.

Os integrantes do Conselho realizam autoavaliação de desempenho, em cumprimento às disposições da lei norte-americana Sarbanes-Oxley, de forma a certificar a eficácia dos controles internos, a eficiência das operações e a conformidade com as leis e normas aplicáveis.

**[GRI 4.4]** Atendendo às exigências decorrentes do registro na SEC (Securities and Exchange Commission), o Conselho Fiscal também desempenha a função de Comitê de Auditoria, além de ser responsável pelo Canal de Denúncias, disponível no *website* da Companhia. Esse canal recebe denúncias relativas exclusivamente a contabilidade, controles internos contábeis ou assuntos de auditoria e relatos confidenciais e/ou anônimos de colaboradores da controladora ou de suas afiliadas sobre pontos questionáveis de contabilidade ou auditoria.

### CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO<sup>3</sup>

Titular	Suplente
José Mauro Mettrau Carneiro da Cunha <sup>4</sup> (presidente)	José Augusto da Gama Figueira
João Carlos de Almeida Gaspar	Antonio Cardoso dos Santos
Zeinal Abedin Mahomed Bava	Luis Miguel da Fonseca Pacheco de Melo
Shakhaf Wine	Abílio Cesário Lopes Martins
Armando Galhardo Nunes Guerra Junior	Paulo Márcio de Oliveira Monteiro
Sergio Franklin Quintella	Bruno Gonçalves Siqueira
Renato Torres de Faria	Carlos Fernando Horta Bretas
Rafael Cardoso Cordeiro	André Sant'anna Valladares de Andrade
Fernando Magalhães Portella	Carlos Jereissati
Alexandre Jereissati Legey	Carlos Francisco Ribeiro Jereissati
Pedro Jereissati	Cristina Anne Betts
Cristiano Yazbek Pereira	Erika Jereissati Zullo
Fernando Marques dos Santos	Laura Bedeschi Rego de Mattos
José Valdir Ribeiro dos Reis	Luciana Freitas Rodrigues
Carlos Fernando Costa	Marcelo Almeida de Souza
Carlos Augusto Borges	Alcinei Cardoso Rodrigues

#### [GRI 4.2 e 4.3]

<sup>3</sup> Todos os membros do Conselho de Administração não são executivos, ou seja, não integram a Diretoria Executiva nem exercem qualquer função na gestão direta da Companhia.

<sup>4</sup> Após reunião do Conselho de Administração em 22 de janeiro de 2013, José Mauro Mettrau Carneiro da Cunha passou a ocupar o cargo de diretor-presidente da Companhia e das empresas controladas, em substituição a Francisco Tosta Valim Filho. José Mauro Mettrau Carneiro da Cunha licenciou-se do cargo de presidente do Conselho de Administração, tendo sido indicado para assumir tal função seu suplente, José Augusto da Gama Figueira.

Para saber sobre a trajetória profissional dos membros do Conselho de Administração, [clique aqui](#).

### CONSELHO FISCAL

Titular	Suplente
Sidnei Nunes	Aparecido Carlos Correia Galdino
Allan Kardec de Melo Ferreira	Newton Brandão Ferraz Ramos
Ricardo Berretta Pavie	(Vago)
Marcos Duarte Santos	Peter Edward Cortes Marsden Wilson

## DIRETORIA

---

Francisco Tosta Valim Filho<sup>5</sup> (diretor-presidente)

---

Alex Waldemar Zornig (diretor de Finanças/diretor de Relações com Investidores)

---

Francis James Leahy Meaney

---

Pedro Santos Ripper

---

Julio Cesar Fonseca

---

Eurico de Jesus Teles Neto

---

João de Deus Pinheiro Macedo

---

Bayard de Paoli Gontijo

---

Tarso Rebello Dias

---

<sup>5</sup> Substituído por José Mauro Mettrau Carneiro da Cunha a partir de 22 de janeiro de 2013, em decisão do Conselho de Administração.

Para saber sobre a trajetória profissional dos integrantes da Diretoria, [clique aqui](#).

### [GRI 4.1] APOIO À TOMADA DE DECISÃO

Um conjunto de estruturas dá suporte ao processo de tomada de decisão pela alta governança da Companhia. Os principais são destacados a seguir.

**Comitê de Divulgação:** é composto pelos diretores administrativo e financeiro, da Tesouraria, de Relações com Investidores, de Comunicação Corporativa, da Controladoria, jurídico-societário e de Mercado de Títulos e tem caráter executivo. Dentre suas atribuições, destaca-se: aprovar e revisar a gestão de riscos e controles internos dos processos relevantes e o fluxo de divulgação de informações públicas, incluindo o Relatório Anual de Administração e os relatórios submetidos à CVM (Comissão de Valores Mobiliários), à SEC e à Anatel (Agência Nacional de Telecomunicações). O comitê supervisiona o cumprimento das normas legais e dos regulamentos pertinentes à divulgação e valida os *conference calls* e as análises acerca das indicações das agências de classificação de risco; assegura a correção e a confiabilidade dos dados gerenciais, financeiros e operacionais utilizados internamente, e que as informações divulgadas ou publicadas sejam corretas e confiáveis; e revisa os processos de emissão das certificações anuais exigidas por leis, dentre outras tarefas.

**Comitês do Conselho de Administração:** são quatro estruturas, que auxiliam o conselho a supervisionar diferentes aspectos do planejamento e da realização da estratégia.

O Comitê de Finanças, Monitoramento e Orçamento tem foco nos temas financeiros do planejamento estratégico, na estratégia financeira, no orçamento anual, no planejamento tributário e no desempenho do negócio.

O de Recursos Humanos e Remuneração auxilia a 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.

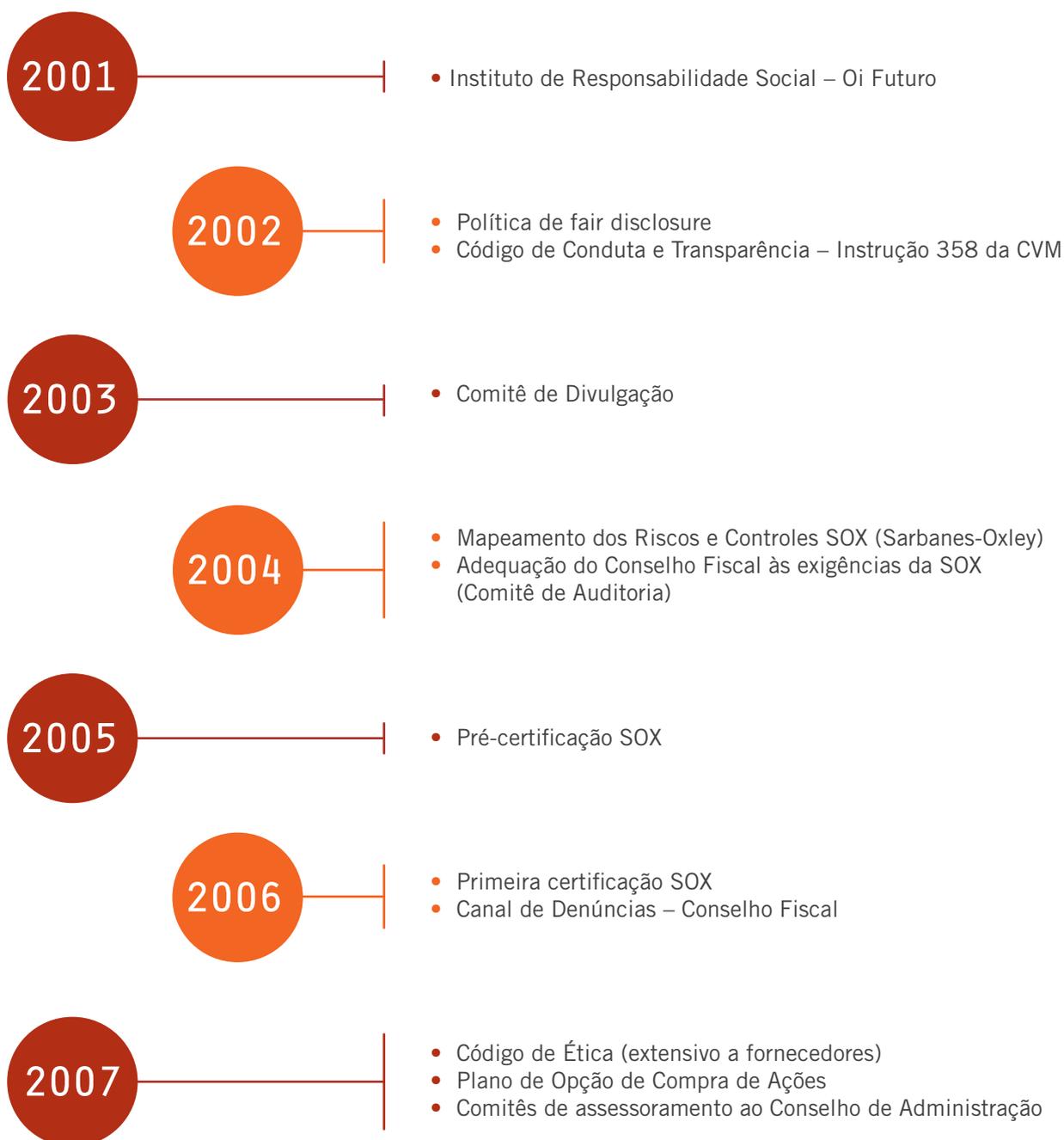
Para os temas relacionados a desempenho da Auditoria Interna, conformidade com leis, regulamentações, políticas e código de conduta, processo de divulgação de informações, gerenciamento dos riscos corporativos e gestão e controle de contingências, o conselho conta com o Comitê de Riscos e Contingências.

O trabalho do Comitê de Engenharia e Redes, Tecnologia e Inovação e Ofertas de Serviços está relacionado a aspectos operacionais do planejamento estratégico, posicionamento estratégico comercial das unidades de negócio, indicadores de qualidade operacional, ciclo de inovação e novos negócios, novas oportunidades de parcerias com fornecedores e outras entidades, estratégias de redes e plataformas, arquitetura de TI, oportunidades de colaboração e sinergias com o sócio operador.

## EVOLUÇÃO CONSTANTE

Alinhada às boas práticas do mercado, a Oi investe na melhoria contínua dos sistemas e das estruturas que dão

suporte à governança da Companhia. Os principais marcos da evolução registrados desde 2001 estão descritos a seguir.



2008

- Política de Segurança da Informação
- Ingresso no ISE (Índice de Sustentabilidade Empresarial), da BM&FBovespa

2009

- Comitê de Governança Corporativa, Divulgação e Sustentabilidade
- 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
- Portal de Governança
- Pacto Global das Nações Unidas (adesão)
- Política de Sustentabilidade

2010

- Inventário e divulgação de emissões de GEE (gases do efeito estufa)
- Programa GHG Protocol (adesão)
- Ingresso no ICO2 (Índice Carbono Eficiente), da BM&FBovespa

2011

- Criação do cargo de COO (chief operator officer)
- Fortalecimento do conselho com o ingresso de acionista estratégico (Portugal Telecom)
- Programa EPC – Empresas pelo Clima (adesão)
- Comitê de Engenharia e Redes, Tecnologia e Inovação e Oferta de Serviços (assessoramento ao Conselho de Administração)
- Programa de Educação para Sustentabilidade

2012

- Reorganização societária do Grupo
- Primeiro relatório de sustentabilidade nos padrões da GRI
- Política de Partes Relacionadas
- Sistema de Gestão de Continuidade de Negócio
- Código de Ética (nova versão)
- Ingresso no Nível 1 de Governança da BM&FBovespa
- Auditoria Interna passa a ser subordinada ao Conselho de Administração
- Política de Remuneração dos Acionistas

## AUDITORIA INTERNA

Está ligada diretamente ao Conselho de Administração e indiretamente ao diretor-presidente. Atua de forma independente da operação, com o objetivo de revisar os processos e sistemas e recomendar melhorias. Norteia-se pelos princípios e melhores práticas do Instituto dos Auditores Internos (Institute of Internal Auditors), organização baseada nos Estados Unidos e presente no Brasil que dita as normas da profissão de auditoria interna. Sua estrutura está dividida conforme a área de atuação – TI e Operações, Compliance e Processos e Negócios – e conta com uma área de apoio que utiliza técnicas sofisticadas de *data mining* (prospecção de dados) e programação com o objetivo de facilitar o trabalho dos auditores e maximizar os resultados dos trabalhos.

A atuação da área cobre um universo de auditoria abrangente que considera, inclusive, as dimensões de sustentabilidade e responsabilidade social. Seu plano anual de trabalho é aprovado pelo Conselho de Administração – por meio do Comitê de Riscos e Contingências – e pelo Conselho Fiscal, que tem provisão da SEC para atuar como Comitê de Auditoria.

## GESTÃO DE RISCOS E CONTROLES INTERNOS

O Modelo de Gestão de Riscos da Oi é aprimorado periodicamente e segue as boas práticas de mercado, como a Norma Brasileira de Gestão de Riscos (ABNT – NBR ISO 31000), o Internal Control – Integrated Framework, do Coso (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission), e o Cobit (Control Objectives for Information and Related Technology). Os processos da Oi passam por auditoria externa anual, de acordo com a representatividade das contas contábeis relacionadas. Paralelamente, a Auditoria Interna atua em todos os processos, independentemente da representatividade das contas contábeis.

**[GRI S02]** A metodologia da ISO 31000 dá base ao mapeamento dos riscos e aos controles relacionados a corrupção, fraude, conluio e ações indevidas. As análises de probabilidade e impacto realizadas de 2010 a 2012 orientaram ações de mitigação em 60 processos relacionados à certificação SOX (Lei Sarbanes-Oxley).

Para mitigar os riscos mapeados, a Oi desenha e implementa controles adequados ao seu negócio e monitora constantemente seu ambiente interno, visando prevenir perdas e preservar ativos. Além disso, o sistema corporativo de Gestão de Riscos reúne informações essenciais, confiáveis e atualizadas, oferecendo mais transparência e segurança à tomada de decisões.

Em 2012, a Companhia fortaleceu seus controles por meio da criação do Comitê de Continuidade de Negócios. A nova estrutura atua em conformidade com a norma ABNT – NBR ISO 15999 e adota uma abordagem ampla. Além do foco nos negócios, que visa preservar a integridade dos ativos pessoais, materiais e financeiros, observa e busca mitigar possíveis riscos à sociedade e ao meio ambiente.

Ao monitorar esse novo contexto de risco, a Oi alterou e tornou mais profundos os processos para identificar, analisar e tratar os riscos. Com o modelo de Gestão da Continuidade de Negócios adotado nos âmbitos estratégico, tático e operacional, a Oi visa aumentar a resiliência diante da materialização de riscos severos. Foram estabelecidas estratégias e planos de continuidade de negócios para os ativos que suportam os principais processos da Oi, visando à manutenção da disponibilidade de nossos serviços aos clientes.

A supervisão sistemática dos controles relacionados ao tratamento e à divulgação de informações financeiras tem proporcionado a adequada certificação de conformidade sobre a operação do ambiente de controles da Companhia.

## RISCOS FINANCEIROS

A gestão dos riscos financeiros considera a estrutura consolidada do Grupo Oi nos níveis estratégico, tático e operacional.

Na esfera estratégica, a Diretoria acorda com o Conselho de Administração a diretriz de risco a ser seguida em cada ano fiscal.

No nível tático, a supervisão cabe ao Comitê de Gestão de Riscos Financeiros, composto pelo diretor-presidente e pelos diretores financeiro, de Planejamento e Desempenho, de Controladoria, de Assuntos Regulatórios, jurídico, tributário e de Tesouraria. O comitê se reúne mensalmente e conta com a participação do diretor de Auditoria, como ouvinte.

O controle operacional é realizado pela Gerência de Riscos Financeiros, que monitora a aderência das operações financeiras à Política de Hedge. Aprovada em outubro de 2009, essa política contribui para o monitoramento dos riscos de liquidez, de crédito e de mercado, em conjunto com a Política de Investimentos.

**Política de Investimentos:** está alinhada aos objetivos estratégicos da Oi e tem foco no conservadorismo e na busca de liquidez e adequada rentabilidade. Controla os riscos de liquidez com o estabelecimento de carências máximas e alçadas de aprovação. Para mitigar riscos de crédito, estabelece os limites de concentração para as instituições financeiras e o *rating* de crédito mínimo. Com foco nos riscos de mercado, identifica os instrumentos elegíveis e os instrumentos não elegíveis.

**Política de Hedge:** fornece diretrizes para a gestão dos riscos financeiros relacionados ao mercado de capitais, formaliza a gestão de exposições a fatores de risco e determina os procedimentos e controles necessários para identificar, mensurar e minimizar os fatores de risco financeiro. O objetivo é assegurar um fluxo de caixa saudável, limitando os impactos da volatilidade do resultado financeiro aos níveis predeterminados.

Essa política está baseada em duas premissas: o real é a moeda funcional da Oi, e a Tesouraria deve contratar operações de derivativos com o intuito de limitar o risco indesejado e substituí-lo por um risco aceitável. As operações com derivativos têm a finalidade exclusiva de reduzir os riscos cambiais ou ligados às taxas de juros, não sendo permitida a alavancagem por meio dessas operações.

Na Política de Hedge, os riscos de crédito e de liquidez são controlados por meio de relatórios de estresse, nos quais os fatores de risco sofrem um choque favorável e desfavorável. A Companhia também observa os limites das contrapartes na realização dos contratos e da efetivação das operações, além de considerar os *ratings* dos envolvidos, as garantias oferecidas e os *thresholds* da operação financeira.

Com relação ao mercado, a identificação dos fatores de risco se baseia nas características das operações financeiras contratadas e a contratar em cada ano fiscal. A simulação de diferentes cenários por meio de modelos estatísticos serve de base para a mensuração de impactos sobre o resultado financeiro do Grupo. A análise orienta a diretriz de risco, aprovada anualmente pela Diretoria e pelo Conselho de Administração.

Para definir a diretriz de risco, a Companhia considera o pior impacto esperado do resultado financeiro sobre o lucro líquido do Grupo, com 95% de confiança. Dessa forma, a Política de Hedge busca assegurar, para cada ano fiscal, a despesa financeira líquida máxima do Grupo.

Para colocar em prática a diretriz de risco, a área de Tesouraria pode contratar instrumentos de proteção, incluindo aplicações financeiras e operações de derivativos, como *swaps*, termo de moedas e opções. Entre os principais instrumentos financeiros permitidos estão: *swaps* de taxas de juros (IRS – *interest rate swap*), *swap* cambial *plain vanilla* ou de fluxo de caixa (CCS – *cross currency swap*), *swaps* cambiais combinados (*series swaps*), NDFs (*non-deliverable forwards*) e a manutenção de caixa em dólar (*hedge natural*).

## ÉTICA E COMBATE À CORRUPÇÃO

**[GRI DMA HR e DMA S0]** A ética é um tema importante na gestão da Oi e orienta o padrão de conduta e relacionamento dentro da Companhia. O Código de Ética, lançado em 2007, foi reformulado em 2012 numa ação conjunta entre os Agentes de Ética, o Comitê de Ética e os representantes de diversas áreas da Companhia. Esta nova versão contemplou de forma abrangente temas atuais como conduta nas redes sociais, relacionamento digital, proteção da marca, *compliance* concorrencial, sustentabilidade e combate à corrupção.

**[GRI HR3 e S03]** Para reforçar os valores contidos no código, a Oi disponibilizou um treinamento online (*e-learning*) de Ética e Combate à Corrupção, contendo estudos de casos que abordam temas como responsabilidade socioambiental, combate à corrupção, relações com clientes e fornecedores, informações confidenciais, atitude, uso de recursos e aspectos de direitos humanos, combate à discriminação, ao trabalho escravo e à exploração de mão de obra infantil. Em 2012, 3.095 colaboradores concluíram o treinamento.

Os treinamentos em políticas e procedimentos relativos a direitos humanos e anticorrupção, incluindo plataformas online do Código de Ética e sustentabilidade, geraram, em 2012, 5.642 horas de estudo, para 28% do total de colaboradores da empresa. No que diz respeito à disseminação do tema Ética, 786 colaboradores participaram presencialmente desses treinamentos.

## MONITORAMENTO

O Comitê de Ética da Oi, formado por cinco diretores, acompanha o cumprimento das normas do código e analisa as denúncias de infração, recebidas por meio do Canal de Denúncias. O canal é aberto para todos os públicos no *site* da Companhia e também está disponível para os colaboradores na intranet. As denúncias podem ser feitas de forma anônima ou identificada, sendo garantida a confidencialidade.

**[GRI HR4 e S04]** Em 2012, o canal recebeu 11 denúncias tratadas como procedentes em relação a práticas de discriminação e corrupção. Todos os casos reportados foram analisados, e as medidas cabíveis foram tomadas. Essas medidas incluem demissão, advertência e comunicação às autoridades policiais, quando necessário.

A Oi repudia a prática da denúncia vazia, conspiratória e vingativa. As decisões do comitê são transparentes e publicadas para acompanhamento do público interno. Para tanto, a Companhia 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 de Ética.

O Comitê também define a nomeação dos Agentes de Ética, time voluntário de colaboradores que trabalha para disseminar internamente a cultura da ética e orientar os funcionários sobre as diretrizes do Código. O 1º Encontro Nacional de Agentes de Ética, realizado em janeiro, no Rio de Janeiro, marcou a posse de um novo grupo de agentes.

## CONFORMIDADE LEGAL

**[GRI DMA S0]** A Oi obedece às leis vigentes e respeita a livre concorrência na condução dos seus negócios. Repudia qualquer forma de violação de segredos comerciais ou obtenção imprópria de informações confidenciais sobre produtos e serviços, e seu Código de Ética proíbe qualquer tipo de comportamento que possa levar a sociedade a considerá-la antiética, anticompetitiva ou contrária às leis que regem o mercado.

**[GRI S07]** Em 2012, a Companhia respondia a três ações (duas relacionadas à concorrência desleal e uma a propaganda danosa à concorrência). Até o fim do ano, as ações permaneciam em tramitação, sem decisão final.

## SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO

**[GRI PR1]** As iniciativas para garantir a segurança das informações são aplicadas especialmente às áreas de Negócios, Tecnologia da Informação e Engenharia e visam apoiar o desenvolvimento de produtos e serviços, definir padrões tecnológicos para toda a rede e conscientizar as equipes sobre a importância do tema. O trabalho tem como referência as normas legais e as melhores e mais atuais práticas de controle.

Em 2012, o desafio foi intensificar a sinergia das ações voltadas à segurança com a estratégia, gestão e qualidade do atendimento para os clientes internos e externos. Os colaboradores da área de Segurança da Informação participaram do desenvolvimento de produtos lançados pela Oi, fazendo recomendações sobre controles de segurança e melhorias nos processos de desenvolvimento.

No ambiente externo, a gestão da segurança da informação orienta os serviços de segurança prestados a clientes *cyber* e corporativos.

Em 2012, a Oi foi a responsável por operar a rede de telecomunicação da Rio+20 (Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável). Para operar a rede de telecomunicação do evento, a Oi forneceu todo o seu aparato de segurança da informação, para proteger a rede de ataques de *hackers*.

A Companhia busca minimizar os riscos relacionados à definição dos parâmetros de segurança e detectar

e prevenir problemas, além de aplicar e monitorar as regras de negócio e os controles internos relacionados à SOX (Sarbanes-Oxley). Para proteger as informações internas em todo o ciclo de vida de produtos e serviços e evitar acessos indevidos, a Oi investe em ferramentas de segurança e na automação de processos e de concessão de acessos e garantia de acesso dos sistemas de *mainframe*.

Internamente, o controle do acesso a informações é igualmente rígido. Os sistemas de informação da área de BI (Business Intelligence) têm controle de acesso por senha pessoal e registro (*log*) das transações efetuadas. O acesso a relatórios que contenham dados pessoais de clientes demandam a autorização de um gestor, que atua sob as normas de termo de confidencialidade das informações. A área de BI também emite relatórios informacionais contendo dados de clientes, como CPF e histórico de chamadas, para a elaboração de análises de negócio e tomada de decisões.

Como todos os outros colaboradores da Companhia, os profissionais de Segurança da Informação se comprometem a cumprir o Código de Ética da Oi, que exige o tratamento confidencial dos dados dos clientes. Para reforçar a conscientização sobre o tema, em 2012 a Oi promoveu um treinamento buscando minimizar os possíveis impactos negativos a seus negócios e produtos, principalmente relacionados a fraudes.

## INOVAÇÃO E TECNOLOGIA

A revolução digital e a tecnologia são os grandes direcionadores do desenvolvimento no setor de telecomunicações. Para manter-se na liderança do mercado nacional, a Oi está atenta aos novos padrões e busca antecipar-se às demandas do mercado com pioneirismo e criatividade. No cotidiano da gestão, essa atitude se traduz em diversas iniciativas concretas que compõem o Ecossistema de Inovação da Companhia.

Em 2012, a prospecção de serviços e o foco em pesquisa e desenvolvimento na Oi ganharam um importante reforço com a criação do programa Inova, estruturado em três fábricas. A Incremental tem foco na melhoria contínua e no dia a dia da empresa; a Planejada é voltada ao médio prazo, com o desenvolvimento e a implantação de novos produtos e serviços; e a Exploratória busca aproximar a empresa de novos modelos de negócios, tendências e tecnologia, estabelecendo as bases para a evolução de longo prazo. Combinadas, as três frentes impulsionam a Companhia rumo ao futuro.

As dinâmicas desenvolvidas na Fábrica Incremental visam engajar o público interno nos processos de busca de soluções para os desafios cotidianos e está aberta a todos os colaboradores. Em uma dinâmica chamada Mercado de Ideias, cada profissional desenvolve sua “carteira” virtual de ideias, submetida à análise dos colegas em ciclos periódicos. Sempre que uma ideia é aprovada pela maioria dos integrantes da equipe, torna-se a vencedora

do ciclo e é encaminhada para análise no setor para o qual foi concebida. Recebendo o aval do responsável da área, é submetida à aprovação do Comitê de Inovação, que define a possibilidade de execução. A Fábrica concluiu seu primeiro ciclo em setembro de 2012, e 56 novas ideias foram recomendadas para análise.

### OUTRAS INICIATIVAS

Ao longo do ano, a Oi deu continuidade ao Programa de Incentivo à Inovação, que desde 2011 fornece apoio financeiro para pesquisas de tecnologia realizadas em parceria com ICTs (institutos de ciência e tecnologia), centros de pesquisa públicos ou privados e universidades. O trabalho conjunto aproxima as necessidades do mercado à visão de longo prazo e assegura ganhos para ambas as partes. A Oi se beneficia da expertise das instituições parceiras, e estas contam com o impulso econômico para desenvolver os trabalhos. Somente em 2012, foram aplicados R\$ 144 milhões, em 63 projetos.

Outro destaque do ano foi o lançamento do aplicativo para celular Oi Spot, que detecta problemas no uso da rede móvel e permite à Companhia captar a percepção dos usuários sobre os serviços de voz e internet via celular. Nos casos de dificuldade de completar ligações, obter sinal ou acessar a internet, o sistema identifica a localização geográfica do usuário e o tipo de ambiente em que ocorreu o problema, e as informações orientam a melhoria dos serviços.

Com foco na popularização do uso da internet, tiveram início os testes do projeto Oi Wifi, que vai possibilitar o uso de telefones públicos como hotspots, para acesso sem fio à internet. Em 2013, estão sendo testados seis protótipos.

# RELAÇÕES INSTITUCIONAIS

**[GRI DMA SO]** O setor de telecomunicações é uma importante alavanca para o desenvolvimento econômico e social do País e pode contribuir fortemente para a construção de uma sociedade mais sustentável ao ampliar o acesso à informação e reforçar as conexões interpessoais e a troca de conhecimento por meio da tecnologia. A Oi busca desempenhar esse papel com profissionalismo e transparência, atuando ativamente na discussão de políticas relevantes para a sociedade brasileira.

A área de Relações Institucionais da Companhia mantém diálogo permanente com diversas instâncias dos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, fóruns setoriais, agências reguladoras e organismos representativos de setores da sociedade. As atividades são orientadas por um conjunto de políticas internas, como o Guia de Relacionamento Institucional e o Código de Ética. Em 2012, esse sistema foi complementado pela criação da Política Oi de Relações Institucionais, baseada em oito eixos de atuação:

- Relações governamentais: aproxima a Companhia das instâncias de governo, gerando valor a longo prazo.
- Relacionamento com entidades: assegura uma participação direta e ativa em fóruns multissetoriais relevantes na discussão de temas setoriais, nas dimensões institucionais e governamentais.
- Articulação interna: compartilha com as estruturas internas o conhecimento técnico e de relacionamento com seus *stakeholders*.
- Sustentabilidade empresarial: dá visibilidade ao compromisso da empresa com a sustentabilidade empresarial.

- Relacionamento institucional corporativo: tem foco no respeito às políticas de atuação da Companhia e ao cumprimento das metas de negócios, gerando credibilidade em diferentes esferas corporativas.
- Cenário político, estratégico e institucional: analisa diferentes cenários e conjunturas, nas diferentes esferas.
- Ferramentas institucionais: consolida e amplia o ativo de relacionamento.
- Apoio às estratégias de negócios: analisa possibilidades de parcerias e identifica oportunidades de negócios entre a Oi e o público institucional.

## PROFISSIONALIZAÇÃO

Dentro da estratégia de profissionalização da equipe, todos os colaboradores que atuam na área de Relações Institucionais da Oi participaram, em 2012, de um curso de formação elaborado especialmente para atender às especificidades dessa atuação. Denominado de Academia RI, o curso Cenário e Atuação em Relações Institucionais foi composto por quatro áreas (comunicação, administração, ciências políticas e direito) e contou, respectivamente, com instituições de reconhecida competência: ESPM (Escola Superior de Propaganda e Marketing), IAG-PUC (Instituto de Administração e Gerência da PUC), Universidade Federal de Minas Gerais e Coordenadoria Geral de Especialização da PUC-SP. O curso tem mais de 400 horas/aula, e a metodologia utilizada, dada a pulverização da equipe em todos os estados, foi EaD (ensino a distância).

## PARCERIAS

**[GRI EC8]** Em 2012, a Companhia estreitou suas relações com os órgãos de defesa do consumidor. A intenção era fazer com que Procons e Ministérios Públicos dos estados conhecessem melhor seu perfil institucional e de negócios, bem como os trabalhos realizados pela Oi, munindo-os de informações úteis para as comunidades atendidas. Um dos projetos elaborados foi uma cartilha com as explicações dos direitos e deveres do consumidor.

Outra parceria importante foi realizada com o Ministério da Saúde, para produção de cartões telefônicos para uso em telefones públicos com mensagens informativas e de conscientização. Em 2012, o tema trabalhado pela Oi foi o combate à dengue.

Com a Marinha do Brasil, a Oi formalizou um acordo de cooperação para fornecer os serviços de telecomunicações da EACF (Estação Antártica Comandante Ferraz), em reconstrução após um incêndio no início do ano. Com isso, a Companhia reforça o compromisso de participar ativamente de projetos em benefício da sociedade brasileira e volta a atuar em parceria com a Marinha do Brasil na implantação e manutenção da nova infraestrutura de telecomunicações para serviços integrados de voz, dados, internet, mobilidade e solução para recepção de TV, fornecidos à base desde 2006.

## [GRI S05] DIÁLOGO E ARTICULAÇÃO

A Oi acompanha e analisa as propostas de mudanças na legislação nos âmbitos federal, estadual e municipal por meio do Caple (Comitê de Acompanhamento das Proposições Legislativas), que reúne membros das diretorias de Planejamento Executivo, Política Regulatória e Setorial, Jurídica, de Regulamentação, de Relações Governamentais e de Relações Institucionais. Em 2012, o Caple analisou 113 proposições, de um conjunto de 2.074 projetos de lei acompanhados. No diálogo com lideranças políticas, destacaram-se as discussões sobre os seguintes temas:

- propostas de lei de combate ao furto de cabos e baterias;
- leis restritivas à expansão da telefonia móvel;
- adesão ao Convênio 38/2009 do Confaz - Conselho Nacional de Política Fazendária para isenção de ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços) para internet de banda larga;
- projeto de lei federal PLS 293/12, sobre políticas associadas à instalação de infraestrutura de telecomunicações;
- projeto de lei federal 2.126/2011 (Marco Civil da Internet);
- projeto de lei federal 5.476/2001 (fim da assinatura básica);
- a medida provisória 563/12, sobre a desoneração tributária para telecom, transformada na lei 12.715/2012;
- a criação de leis de incentivo à cultura e ao esporte.

A Oi também participa das discussões do CGPID (Comitê Gestor do Programa de Inclusão Digital), em cumprimento ao que está estabelecido no Compromisso de adesão ao PNBL (Plano Nacional de Banda Larga), firmado com o Ministério das Comunicações e a Anatel.

**[GRI S06]** É importante destacar que todo o relacionamento com o governo está baseado no diálogo e na construção conjunta, não envolvendo contribuição financeira de nenhuma espécie. A Oi segue à risca o disposto na lei 9.504, de 30 de setembro de 1997, que veda aos concessionários de serviços públicos qualquer doação, direta ou indireta, a candidatos ou partidos.

## COPA DO MUNDO DA Fifa™

Por conta das intervenções urbanas em curso em diversos municípios brasileiros para preparar a Copa do Mundo da Fifa™ 2014, a Oi recebe solicitações de remanejamento e remoção da infraestrutura de telecomunicações. O mapeamento dos custos, impactos e riscos possibilita um diálogo transparente com os órgãos envolvidos e a busca conjunta de soluções.

Em 2012, a Secretaria Extraordinária da Copa do Mundo de 2014 (Secopa) do estado do Mato Grosso, por exemplo, solicitou a remoção de uma estação telefônica que atende à rede de dados do estado e que cobre os principais órgãos do governo estadual e serviços de telefonia fixa e/ou banda larga de organismos oficiais, escolas e estabelecimentos de varejo. A complexidade técnica da operação e o risco da suspensão temporária do serviço de importantes órgãos estaduais e federais, bem como de clientes corporativos e de varejo do estado e o alto custo envolvido, foram fatores importantes que direcionaram o diálogo e contribuíram para definir alternativas à remoção da estação telefônica.

## RELAÇÃO COM COLABORADORES

**[GRI DMA LA]** A Oi investe no desenvolvimento de seus colaboradores por meio de programas estruturados e dirigidos para diferentes níveis funcionais, com foco no aprimoramento de competências e na eficiência do atendimento. Da mesma forma, também conta com iniciativas para atrair e reter os melhores profissionais do mercado, além de buscar continuamente um ambiente de trabalho estimulante e motivador. Essas condições são fundamentais para o bom desempenho do negócio e para o cumprimento das metas e dos objetivos preestabelecidos, bem como para a melhoria contínua dos serviços prestados.

**[GRI 2.8 e LA1]** A Companhia encerrou o ano de 2012 com 15.146 colaboradores, o que representa uma expansão da força de trabalho da ordem de 15% em comparação com os 13.224 trabalhadores em 2011. Considerando a movimentação de pessoal, foram contratados 5.742 profissionais, enquanto 3.791 pessoas deixaram a empresa por desligamentos voluntários, demissões, afastamento por aposentadoria ou morte. A expansão líquida ficou em 1.951 novos postos de trabalho.

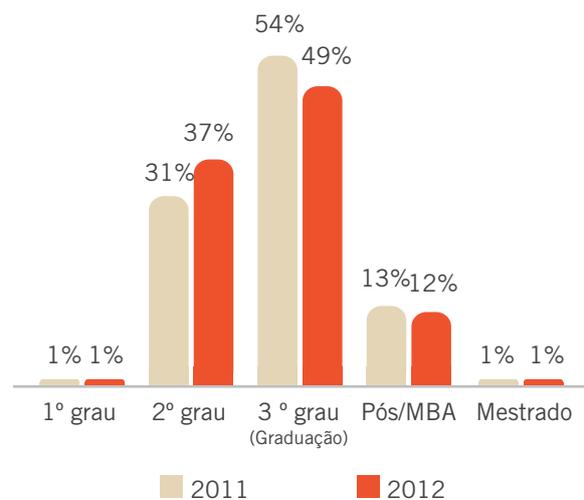
Além dos colaboradores de período integral, citados acima, integravam a Companhia 721 estagiários e 104 aprendizes, atuando em todos os estados e no Distrito Federal. Contava também com 166.253 trabalhadores terceirizados em funções específicas, como atendimento do call center, administração patrimonial, canais de vendas e operações de manutenção.

O ano de 2012 marcou a história da Oi com o lançamento de um novo plano estratégico, que

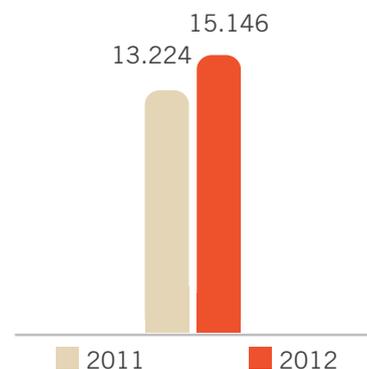
engloba ampliação dos investimentos em infraestrutura, melhoria de processos e atendimento aos clientes, a entrada em novos mercados e fortalecimento de segmentos consolidados. A companhia ampliou as equipes das nove unidades regionais e incrementou os canais de venda, com abertura de 127 lojas próprias, crescimento de unidades de franquias e expansão das vendas porta a porta, além de ter dado maior foco nos mercados empresarial e corporativo. A mobilização da companhia incluiu ainda o BPO de áreas internas de apoio, visando maior dedicação ao core business.

### [GRI LA1] PÚBLICO INTERNO - PERFIL

#### NÍVEL DE ESCOLARIDADE

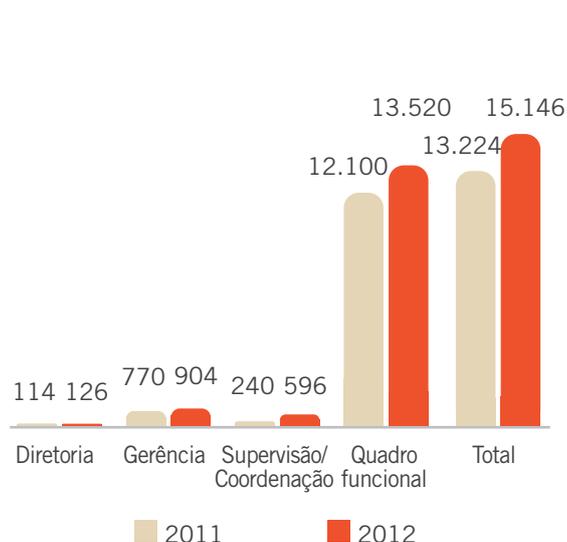


#### TOTAL DE COLABORADORES



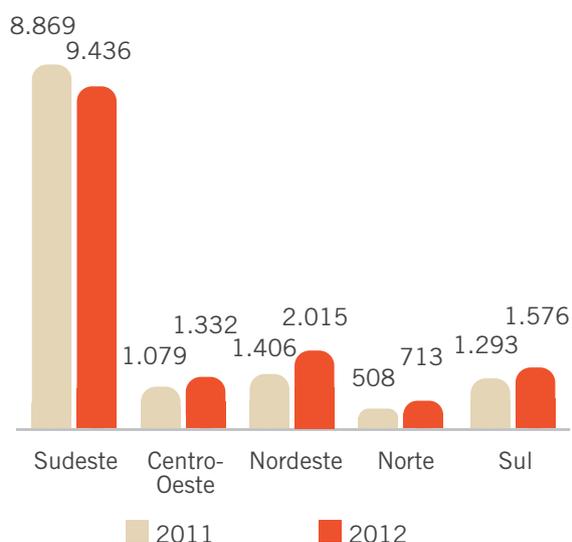
Nota: Os números relativos ao capítulo Relação com Colaboradores compreendem as empresas: Oi S/A, Telemar Norte Leste S/A, TNL PCS S/A, Paggo Administradora de Crédito, Brasil Telecom Celular S/A, Brasil Telecom Comunicação Multimídia Ltda, Brasil Telecom Cabos Submarinos Ltda e Globenet Internacional, em 31/12/2012.

## CATEGORIAS FUNCIONAIS



Nota: Composto por analistas, assistentes, advogados, especialistas, vendedores e técnicos.

## COLABORADORES POR REGIÃO



[GRI 2.5] Nota: Além dos colaboradores no Brasil, a Oi conta com 60 colaboradores nos EUA, cinco na Colômbia, dois nas Bermudas e sete na Venezuela.

## [GRI LA2] MOVIMENTAÇÃO DE PESSOAL

	Admissões 2011	Admissões 2012	Desligamentos 2011	Desligamentos 2012
<b>Por gênero</b>				
Homens	1.336	2.938	1.019	2.033
Mulheres	1.657	2.804	657	1.758
<b>Por faixa etária</b>				
Abaixo de 30 anos	1.787	3.469	563	1.761
Entre 30 e 50 anos	1.180	2.219	1.007	1.826
Acima de 50 anos	26	54	106	204
<b>Por região</b>				
Sul	313	631	139	347
Sudeste	2.177	3.493	1.185	2.835
Centro-Oeste	267	523	176	282
Nordeste	132	832	94	227
Norte	82	243	77	85
Estados Unidos	19	15	4	10
Colômbia	2	1	0	2
Bermudas	0	1	1	1
Venezuela	1	3	0	2

## ROTATIVIDADE POR GÊNERO

	2011	2012
Masculino	9,50%	17,64%
Feminino	9,40%	16,19%

## ROTATIVIDADE POR FAIXA ETÁRIA

	2011	2012
Menos de 30 anos	9,50%	18,56%
Entre 30 e 50 anos	8,90%	14,36%
Mais de 50 anos	0,50%	0,92%

Nota: (1) O cálculo da taxa de rotatividade na Oi utiliza a metodologia da ABRH (Associação Brasileira de Recursos Humanos), prática comum em empresas brasileiras, que viabiliza a comparação entre diferentes segmentos e setores.

(2) Os dados se limitam aos colaboradores internos. Não existem números oficiais sobre a taxa de rotatividade de pessoal das empresas terceirizadas e de fornecedores.

## DIVERSIDADE E INCLUSÃO

A Oi também tem parcerias com agências de recrutamento especializadas na inclusão de pessoas com deficiência, como a Soluções Sustentáveis e a AME. O objetivo é definir estratégias de contratação de profissionais, auxiliando a resposta a um dos grandes desafios de diversas empresas na atualidade. Um programa com a organização não governamental Centro de Vida Independente, por exemplo, facilitou a busca por profissionais com deficiência com o perfil desejado pela Oi. Após as contratações, estes colaboradores são capacitados por quatro meses para depois serem alocados em diversas áreas da Companhia. Mensalmente, também novos gestores participaram de oficinas de sensibilização sobre o tema.

Semanalmente, a Companhia divulga oportunidades de emprego no Sine-RJ e no site Deficiente Online. Ao longo do ano, montou estandes em locais públicos para receber currículos de profissionais. Na intranet, mantém um espaço para tratar de inclusão de pessoas com deficiência no dia a dia do trabalho.

**[GRI LA13]** Na Diretoria de Serviços de Gente, um profissional dedica-se exclusivamente ao recrutamento e à inclusão de pessoas com deficiência. Em 2011, a Oi contava com 265 colaboradores com deficiência e em 2012, o total chegou a 268 colaboradores.

## [GRI LA13] DIVERSIDADE NO QUADRO DE COLABORADORES E NA GOVERNANÇA

Gênero - Quadro geral	2011	2012
Homens	60%	58%
Mulheres	40%	42%

Gênero (%) - em Cada Linha: Homens+Mulheres = 100%	Mulheres	%	Homens	%
Conselho de Administração <sup>6</sup>	0	-	16	-
Diretoria	12	0,08%	114	0,75%
Gerência	244	1,61%	660	4,36%
Supervisão/coordenação	247	1,63%	349	2,30%
Quadro Funcional	5.826	38,47%	7.694	50,80%
<b>Total</b>	<b>6.329</b>	<b>41,79%</b>	<b>8.817</b>	<b>58,21%</b>

<sup>6</sup> O Conselho de Administração não está sendo considerado no quadro total.

<b>Mulheres em cargos executivos (%)</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
	25%	25%

<b>Faixa etária - Quadro geral</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
Até 30 anos	27%	28%
De 30 a 50 anos	62%	61%
Mais de 50 anos	12%	11%

% Faixa Etária	%	Conselho de Administração <sup>7</sup>	Diretoria	Gerência	Supervisão/Coordenação	Quadro Funcional
Até 30 anos	<b>28</b>	0%	0%	1%	29%	30%
30 - 50 anos	<b>61</b>	56%	69%	88%	66%	59%
Acima 50 anos	<b>11</b>	44%	31%	11%	5%	11%
Total	<b>100</b>	100%	100%	100%	100%	100%

<sup>7</sup> O Conselho de Administração não está sendo considerado no quadro total

## CAPACITAÇÃO

**[GRI LA11]** A Companhia investe na capacitação e no crescimento profissional de seus colaboradores. Dentre os programas voltados para todos os colaboradores, destacam-se Trilhas de Desenvolvimento de Competências Técnicas, treinamentos spots, desenvolvimento de liderança, e-learnings, treinamentos contratuais, treinamentos sob demanda, educação continuada e inglês online. Os treinamentos voltados para as competências técnicas e as ações de educação continuada somaram 311.550 horas em 2012.

Voltada aos gestores, a Academia de Liderança promove e consolida a cultura focada em serviços por meio de uma metodologia que trabalha as experiências do dia a dia da operação. Em 2012, 93% dos gestores foram treinados, totalizando 31.785 horas, um crescimento de 11% em relação ao ano anterior. Acredita-se que isso foi possível graças à oferta de programas específicos para os diferentes perfis de gestão da Oi.

Com o objetivo de alinhar a liderança às diretrizes estratégicas da Companhia, em 2012 92% dos gestores foram capacitados na utilização de uma ferramenta de gestão (ICG) que suporta o desdobramento de metas e baseia-se no princípio de melhoria contínua. A nova ferramenta facilita o

gerenciamento da rotina do dia a dia e contribui para um maior alinhamento de cada gestor com os integrantes das suas equipes, que passa a gerenciar os processos sob sua responsabilidade mais de perto e concentrar suas ações no tratamento da causa-raiz de desvios e na implantação de planos de ação estruturados para a melhoria de performance e atingimento dos resultados.

Programas oferecidos aos novos gestores:

- todos participaram do Boas Vindas para Gestores, processo admissional diferenciado e personalizado para os novos gestores admitidos;
- o Programa Liderança para Novos Gestores alcançou 65% dos gestores de time recém-contratados ou promovidos. O objetivo do programa é conscientizar novos líderes sobre seu papel, além de desenvolver aspectos comportamentais de gestão de pessoas e elucidá-los sobre os processos de gente da Oi.

Programas oferecidos aos gestores funcionais:

- Programa Impacto e Influência: potencializa as habilidades de comunicação, impacto e convencimento. Em 2012, alcançou 93% de favorabilidade.

- Programa Líder Oi – Pessoas: disponibiliza ferramentas de gestão e contou com turmas e conteúdos específicos para gestores de time, gestores de gestores e gestores funcionais. Cerca de 75% dos colaboradores elegíveis foram treinados, sendo que este também foi o primeiro programa disponibilizado nas regionais.

Como instrumento de gestão de carreira dos colaboradores, a Oi conta com um processo de

análise de desempenho que tem como objetivo avaliar os profissionais com foco no desenvolvimento. No que tange liderança, foi dada continuidade ao processo de desenvolvimento de carreira executiva com a realização de Reuniões Anuais de Gente onde foram tratados os seguintes temas: validação do mapeamento de competências de 120 executivos, identificação da prontidão de sucessores e definição de PDIs (Planos de Desenvolvimento Individuais) para cargos futuros.

[GRI 2.8 e GRI LA1]

### MÉDIA DE TREINAMENTO (H) POR COLABORADOR

Categoria	2010	2011	2012
Diretoria	18	29	30
Gerência	40	40	57
Supervisão/coordenação	-	-	57
Quadro funcional <sup>8</sup>	34	20	21
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>21</b>	<b>23</b>

<sup>8</sup> Composto por analistas, assistentes, advogados, especialistas, vendedores e técnicos.

Nota: Os colaboradores das empresas Globenet não são computados na apuração desse indicador

### MÉDIA DE TREINAMENTO (H) POR COLABORADOR

Categoria	2012
Aprendizes	6
Estagiários	15
<b>Total</b>	<b>14</b>

[GRI LA11] Os colaboradores contam ainda com o Programa de Educação Corporativa, que tem objetivo de alavancar a aprendizagem dos colaboradores, assegurando o mapeamento e a disseminação de conhecimentos-chave por meio de práticas e ações educacionais que estimulem criação, aquisição, difusão, utilização e compartilhamento do conhecimento, de modo a apoiar a empregabilidade dos colaboradores.

Por meio do Programa Seis Sigma, os colaboradores podem sugerir projetos com foco em ganhos de receita, redução de custo, melhoria de qualidade ou mitigação de risco. Tais projetos são analisados por um time central e pelos gestores responsáveis pelos processos

em questão e, uma vez aprovados, os colaboradores que os sugeriram são capacitados como Green ou Black Belts. Dessa forma, a Companhia oferece uma capacitação diferenciada aos seus colaboradores que têm a oportunidade de desenvolver profissionalmente e ao mesmo tempo implantar projetos relevantes para a organização, atacando principalmente causas raiz de problemas em processos. O programa cresceu de 24 projetos em 2011 para 174 em 2012 e foi expandido para abranger também projetos desenvolvidos em parceria com prestadoras de serviços, tendo trazido um retorno significativo de redução de custos.

Um total de 14.218 colaboradores passou por, pelo menos, um treinamento presencial ou online. Além

disso, 680 colaboradores foram contemplados com treinamentos não comportamentais, workshops, palestras, congressos ou eventos; 12 colaboradores possuíam bolsas de incentivo a graduação, seis possuíam bolsas de pós-graduação e um de idiomas.

Parte importante da consolidação da marca, as equipes das lojas próprias Oi recebem treinamentos específicos para atender o cliente. Representantes da Diretoria de Gente das regionais capacitam os gerentes em tópicos relevantes como conscientização sobre assédio moral, controle de frequência e liderança de equipe. Os vendedores recebem informações sobre oportunidades de carreira e aprendem sobre a importância de manter a motivação.

#### **[GRI 4.16] ENGAJAMENTO E RESPONSABILIDADE SOCIAL**

O Programa de Voluntariado Oi estimula seus colaboradores a valorizar o trabalho voluntário e compreender a importância de praticar boas ações. Em 2012, cerca de 400 profissionais participaram da iniciativa, que teve como tema “As vantagens de permanecer na escola”. Em todos os estados brasileiros, 4.500 alunos da rede pública de ensino, distribuídos em 55 turmas, receberam os colaboradores, que repassaram seus conhecimentos na sala de aula. Aproximadamente 3 mil horas de aulas foram ministradas. Iniciado em 2003, o Programa de Voluntariado Oi conta com a parceria da organização não governamental Junior Achievement do Brasil. A Oi libera as horas de expediente que Os colaboradores dedicam ao programa.

Em 2012, foram implementadas agendas nacionais e regionais de eventos e ações de relacionamento, baseadas em três pilares: alinhamento de lideranças, capilaridade nas regionais e transparência nas frentes de transformação do negócio.

Para a divulgação dos resultados da Companhia, acompanhamento das metas e reconhecimento das conquistas locais, realizou-se duas ondas de Conectas

Regionais, totalizando 17 eventos. A ação consiste em uma reunião de alinhamento com toda a regional (gestores, colaboradores e estagiários), conduzida pela liderança local com apoio da equipe de Gente, e conta com a presença de aproximadamente 85% dos colaboradores de cada regional, em média.

Ainda em relação ao engajamento e mobilização dos colaboradores, foram lançadas aproximadamente 130 campanhas internas em 2012. Mais de 630 peças foram produzidas entre e-mails marketing, banners e pop ups veiculados na intranet corporativa.

Para sustentar a mobilização interna direcionada aos resultados esperados do negócio, foram realizadas ações de disseminação e consolidação da Missão, Visão e Práticas adotadas pela Companhia. Uma campanha de comunicação convidou os colaboradores à adesão de um manifesto que trazia os comportamentos necessários para transformar a Oi na empresa de telecomunicações preferida dos clientes. Para reforçar os conceitos por trás das quatro Práticas – Cliente no Centro de Tudo, Fazer Acontecer com Excelência, Gente que Surpreende e Resultado Sustentável – foram divulgados vídeos explicativos de projetos que têm como base as atitudes presentes em cada uma das práticas, e desenvolvidos treinamentos online para facilitar a assimilação destes comportamentos.

#### **ESTRATÉGIAS DE REMUNERAÇÃO**

**[GRI DMA EC e GRI 4.5]** O plano de cargos e salários da Oi foi estruturado de acordo com a Metodologia Hay de avaliação de cargos e visa estabelecer tanto o equilíbrio interno, definindo níveis que agrupam funções similares de porte, complexidade e impacto no negócio, quanto possibilitar parâmetros precisos de comparação com o mercado. Os planos e programas de compensação visam garantir a competitividade da remuneração, de forma a viabilizar a atração e retenção de profissionais qualificados, para execução dos objetivos do negócio.

Além disso, a Oi possui o plano de participação nos resultados, instituído desde 1999 como forma de incentivo para os colaboradores cumprirem as metas estipuladas pela Companhia, alinhando os interesses dos executivos e colaboradores aos dos

acionistas. A participação nos resultados ocorre depois de alcançadas as metas de desempenho definidas anualmente pela Administração.

**[GRI LA14]** A política de cargos e salários da Oi não estabelece discriminação de gênero. Quando se observam as médias salariais por categoria funcional, no entanto, é possível verificar diferenças, justificadas pelo patamar de desenvolvimento e tempo de carreira dos profissionais. Em 2012, as diferenças se acentuaram em algumas categorias em função das novas contratações e da ampliação do número de mulheres em início de carreira ou recém promovidas no quadro funcional.

#### **PROPORÇÃO SALÁRIO-BASE HOMEM/MULHER**

	2011	2012
Diretoria	74%	70%
Gerência	93%	93%
Supervisão/Coordenação	100%	80%
Quadro funcional	91%	77%

Nota: Salário-base é o valor fixo mensal e mínimo pago a um colaborador pelo desempenho de suas tarefas. Não inclui remunerações adicionais, como horas extras, bônus, pagamento de benefícios ou auxílios adicionais.

**[GRI EC5]** Em 2012, o menor salário praticado pela Oi foi 13% maior que o mínimo nacional, enquanto no ano anterior esse percentual era de 17%. Essa redução pode ser observada na maioria dos estados graças ao aumento real do piso salarial do País durante o ano.

A remuneração dos colaboradores não se baseia em salários sujeitos a regras do salário-mínimo nacional. A tabela a seguir mostra a variação da proporção do salário mais baixo pago pela Companhia comparado ao salário-mínimo nacional em 2012, nos estados de atuação. Dessa forma, considerando que os salários-mínimos locais (estaduais), fixados apenas para cinco estados do Brasil, não são únicos dentro da própria região nem aplicáveis ao setor de atuação, para fins de apuração desse indicador foi utilizado o salário-mínimo nacional.

#### **[GRI EC5]**

#### **RELAÇÃO MENOR SALÁRIO OI/MÍNIMO NACIONAL**

	2011	2012
AC	176%	167%
AL	183%	158%
AM	150%	119%
AP	214%	113%
BA	135%	116%
CE	160%	119%
DF	128%	136%
ES	159%	123%
GO	128%	129%
MA	160%	119%
MG	128%	116%
MS	176%	136%
MT	176%	129%
PA	142%	119%
PB	150%	119%
PE	160%	116%
PI	160%	158%
PR	128%	129%
RJ	128%	113%
RN	150%	119%
RO	188%	175%
RR	191%	113%
RS	128%	129%
SC	117%	129%
SE	143%	119%
SP	128%	136%
TO	188%	175%

Nota: Para entender a tabela: se a relação indica, por exemplo, 150%, isso informa que o salário mais baixo é 50% maior do que o salário-mínimo nacional. Como a Oi atua em todo o País, não utiliza a classificação de "unidades importantes", e por esse motivo detalha a informação por estado.

## MOBILIDADE INTERNA

A Oi possui uma política de recrutamento e seleção que valoriza o reposicionamento do público interno. Grande parte das vagas é oferecida internamente. Para aumentar a agilidade das contratações, a Diretoria de Gente conta com uma equipe que tem a atribuição de buscar profissionais qualificados, principalmente para setores técnicos, que apresentam menos oferta de mão de obra.

Independentemente dessa orientação, para fazer parte do time de colaboradores da Oi o profissional deve atender aos pré-requisitos técnicos e comportamentais exigidos para a posição. Em 2012, 67,5% das vagas abertas para executivos foram preenchidas por candidatos internos, via assessment.

Para que todos os colaboradores estejam sempre cientes dos procedimentos da Companhia, na intranet estão disponíveis as informações sobre as políticas de Gente. Os colaboradores também têm à disposição os canais de atendimento telefônico, como o Gente Atende, que trabalha para sanar dúvidas e disseminar informações pertinentes aos profissionais. Essas ferramentas servem ainda para acompanhar processos cotidianos, como o controle e a assinatura de folha de ponto, a gestão de férias, o acesso e a elucidação sobre benefícios e programas de bem-estar e saúde.

## ATRAÇÃO DE TALENTOS

Outro foco da gestão de pessoas na Oi é a busca e manutenção dos melhores profissionais nas diferentes áreas de atuação. Para captar jovens e se posicionar como marca empregadora, a Companhia participou de 16 feiras universitárias, em seis Estados do Brasil, sempre com estandes diferenciados e atrativos. A Oi também oferece o Programa Geração, que tem o objetivo de suprir a necessidade de posições-chave na organização por meio de captação, identificação, desenvolvimento e retenção de talentos que se destaquem por seu alto potencial de aderência às Práticas Oi. O Programa Geração é segmentado em três grupos distintos: Geração Estágio, Geração Trainee e Geração PDA (Programa de Desenvolvimento Acelerado).

Em 2012, o Programa Geração Estágio foi ampliado com o retorno do Programa Geração Estágio Técnico, voltado para as diretorias de Engenharia e Operações.

Os Programas Geração Trainee Executivo, Expert, Recém-Formado e PDA, iniciados em 2010, foram finalizados em março de 2012. Dos 15 participantes aprovados no Programa Trainee Executivo, que visa desenvolver jovens talentos com perfil multifuncional para atuação em diferentes frentes do negócio, 93% permanecem na Companhia.

O Programa Trainee Expert, com foco no desenvolvimento de jovens talentos com habilidades técnicas para suportar a evolução e inovação tecnológica do negócio, aprovou 28 candidatos em 2010. Destes, 89% continuam na equipe.

Em relação ao Programa de Desenvolvimento Acelerado, iniciado em 2010 com 27 pessoas, o percentual de retenção foi de 78%. O objetivo dessa ação é desenvolver e fidelizar colaboradores com alto potencial e prepará-los para os desafios de suas áreas de atuação.

A Oi contempla, ainda, o Programa Trainee Recém-Formado, voltado para profissionais internos em estágio de carreira inicial.

As edições de 2011 e 2012 dos Programas Trainee Executivo e Trainee Expert (com foco nas Diretorias de Engenharia e TI), ainda em andamento, selecionaram um total de 64 pessoas, sendo que 97% delas permanecem na Oi. Essas edições terminarão em 2013 e 2014, respectivamente.

## BENEFÍCIOS E PREVIDÊNCIA

**[GRI LA3]** Todos os colaboradores, com exceção dos contratos de aprendiz e estágio, recebem benefícios como vale-alimentação, assistência médica e odontológica, auxílio-medicação, auxílio-creche, previdência privada e seguro de vida. A Companhia não conta com profissionais que trabalham meio período ou temporários em seu quadro interno.

**[GRI EC3]** A Oi também oferece um plano voluntário de previdência privada para todos os colaboradores, com base na contribuição variável, que contempla renda de aposentadoria, auxílio-doença e pensão por morte. A Companhia contribui com o mesmo valor depositado pelo colaborador, estipulado pela contribuição básica – equivalente a 2% do salário-base do participante do programa – e pela contribuição-padrão – 3% da diferença entre o salário-base e a parcela previdenciária.

Além disso, há a possibilidade de uma contribuição extraordinária adicional ou eventual, caso seja de interesse do colaborador. No entanto, a Companhia tem teto máximo de contribuição sobre o salário-base. Em caso de contribuições extras acima desse teto, a Oi não é obrigada a contribuir com a mesma quantia. O investimento do benefício é baseado nos recursos gerais da Companhia.

#### **[GRI DMA LA] SAÚDE E SEGURANÇA**

Saúde e segurança são prioridades para a gestão de pessoas na Oi. Os exames ocupacionais são detalhados e vão além do exigido pela legislação brasileira. Os colaboradores fazem exames periódicos, que servem de base para mini check-ups regulares. Além do exame clínico, todos os colaboradores realizam exames de sangue ou complementares se houver indicação médica. As mulheres devem apresentar o exame preventivo ginecológico e, se tiverem mais de 45 anos, mamografia e teste ergométrico. Os homens com mais de 45 anos apresentam o PSA e teste ergométrico.

A Oi entende que não basta oferecer um plano de assistência médica se não proporcionar ao seu colaborador a possibilidade de prevenção e manutenção de uma vida saudável. Por isso, oferece também saúde assistencial que integra parte médica, odontológica e medicamentos e, ainda, estende a cobertura do plano de saúde para os dependentes dos colaboradores conforme a política da empresa, em sistema de coparticipação.

**[GRI LA8]** Em 2012, o Programa de Vida Saudável ganhou novo fôlego. Os colaboradores e/ou dependentes legais cadastrados com doenças crônicas, têm seu estado de saúde acompanhado de forma permanente. Com auxílio de profissionais de saúde são traçadas metas para a redução dos fatores de risco e melhoria da qualidade de vida como, por exemplo, parada do tabagismo, prática de exercícios físicos e perda de peso. Em alguns casos, o programa oferece atendimento domiciliar sem custos adicionais e subsídio para compra das medicações específicas, sem coparticipação, por meio do Programa de Medicamentos de Uso Contínuo.

Os assistidos pelo programa contam também com uma central de atendimento 24 horas, em que profissionais qualificados orientam sobre dúvidas em casos de emergência. São algumas das metas do Programa de Vida Saudável: engajar o participante no processo de melhoria contínua de sua saúde; fortalecer a relação do paciente com seu médico; aumentar a adesão ao tratamento medicamentoso, quando indicado; promover a realização dos exames preventivos reconhecidamente indicados; proporcionar educação em saúde; e estimular a adoção e a prática de hábitos saudáveis.

**[GRI LA6]** Em relação à segurança no trabalho, a Oi mantém 36 Cipas (Comissões Internas de Prevenção de Acidentes) em todo o território brasileiro, nos prédios em que há mais de 50 colaboradores. Conforme determina a legislação, as Cipas representam 100% dos colaboradores das unidades onde estão instaladas. Integram as comissões 261 profissionais escolhidos em eleição aberta anual, que recebem treinamento para atuar na prevenção de acidentes do trabalho. As comissões se reúnem mensalmente e contam com o acompanhamento dos técnicos de segurança.

As Cipas ajudam a averiguar as condições de segurança dos locais de trabalho. Anualmente é realizada a SIPAT (Semana Interna de Prevenção e Acidentes) enfocando temas de relevância no que diz respeito à vida saudável, saúde e segurança no trabalho. Ao longo do ano também são realizados simulados de evacuação dos principais prédios habitados com participação das Cipas e das brigadas voluntárias.

Em 2012, a Oi capacitou 2.233 colaboradores em Noções Básicas de Segurança do Trabalho. Trata-se de um treinamento introdutório, onde os colaboradores podem conhecer os conceitos básicos de segurança no trabalho e prevenção de acidentes. Além desse, 1.026 colaboradores também realizaram o curso de “Direção Consciente e Preventiva”, reforçando a necessidade de conscientização na utilização de veículos, seja no trabalho ou não. Já o curso de Noções de Prevenção e Combate a Incêndio contou com 709 colaboradores, sendo que 276 colaboradores realizaram o curso prático para formação da Brigada de Incêndio Voluntária, estando aptos para atuarem em situações de emergência e abandono de prédio.

A Oi promoveu ainda o Workshop de Segurança do Trabalho nas regionais Rio de Janeiro, São Paulo, Sul, Centro-Oeste, Pernambuco, Minas, Ceará e Norte, com a participação de 269 representantes das principais empresas prestadoras de serviço. O evento tem por objetivo alinhar os padrões de segurança do trabalho em vigor na Companhia e às mudanças na legislação trabalhista.

#### **[GRI DMA LA] LIVRE ASSOCIAÇÃO**

**[GRI LA4 e LA5]** A Companhia respeita o direito de associação a sindicatos, e todos os colaboradores são abrangidos pelos acordos de negociação coletiva. Sempre que ocorrem mudanças operacionais significativas, os colaboradores e representantes sindicais são devidamente informados. No entanto, não é uma prática no País estipular formalmente, nos acordos, prazos mínimos para notificação de mudanças. Além disso, a Oi mantém seus colaboradores informados durante

o processo de negociação, que acontece anualmente, por meio de instrumentos de comunicação interna e reuniões pontuais.

**[GRI LA9]** Esses acordos coletivos cobrem questões relacionadas à jornada de trabalho, à saúde, segurança no trabalho e benefícios, tais como: assistência médica, hospitalar, odontológica, medicamentos, alimentação, entre outros; incluindo regras de elegibilidade e condições gerais de coparticipação. Os acordos de participação nos resultados também são negociados anualmente com os respectivos sindicatos.

**[GRI HR5]** Não existem operações em que os direitos dos colaboradores de exercerem liberdade de associação ou negociação coletiva possam estar sob risco.

#### **RECOLOCAÇÃO NO MERCADO**

**[GRI LA11]** Para apoiar a recolocação dos profissionais em casos selecionados por decisão interna, a Oi conta com um programa de *outplacement* que tem como objetivo facilitar a busca por uma nova atividade produtiva.

#### **CONFORMIDADE LEGAL**

**[GRI S08]** O corpo jurídico da Oi atua de forma preventiva para identificar potenciais riscos de processos judiciais trabalhistas. A Companhia procura acompanhar as atualizações da jurisprudência trabalhista, orientando seus colaboradores sobre eventuais mudanças de entendimento dos tribunais trabalhistas. Ao fim de 2012, a Oi possuía cerca de 44.100 processos judiciais trabalhistas, a maior parte deles referentes a reclamações sobre horas extras, equiparação salarial e reconhecimento da responsabilidade subsidiária (terceiros). Aproximadamente R\$ 1,5 bilhão estava provisionado para eventuais pagamentos decorrentes de decisões da Justiça do Trabalho.

## RELAÇÃO COM FORNECEDORES

**[GRI DMA HR]** O processo de seleção, contratação e avaliação dos fornecedores da Oi é baseado em critérios técnicos, profissionais e éticos rigorosos. Conduzido por procedimentos formalmente definidos, esse processo busca escolher os melhores parceiros de negócio, uma vez que a imagem e a reputação da Companhia também são diretamente influenciadas pela qualidade do trabalho desses parceiros. Por isso, a Oi mantém atenção permanente sobre o tema, a fim de garantir que eles estejam alinhados às suas diretrizes e aos seus objetivos.

A etapa de seleção inclui a avaliação econômico-financeira de cada fornecedor e contempla a observância de critérios socioambientais por meio de um questionário de sustentabilidade. O resultado da avaliação socioambiental é apresentado ao comprador da Oi juntamente com a avaliação de seu desempenho financeiro. Além de identificar o estágio de desenvolvimento do proponente, a ferramenta sinaliza aos fornecedores potenciais as diretrizes de sustentabilidade da Oi, enfatizando o que é relevante para a Companhia.

O fornecedor selecionado deve assinar, juntamente com o seu contrato, o Anexo Diretrizes Socioambientais para Empresas Contratadas – Requisitos Normativos Socioambientais. Tal documento possui cláusulas de responsabilidade socioambiental que incluem requisitos relacionados a proteção ambiental e não utilização de trabalho infantil, forçado ou compulsório.

Em 2012, foi incluída em todas as minutas-padrão da Oi uma cláusula que reforça o compromisso com o respeito aos direitos humanos. A mudança afetou os contratos vigentes e os novos, tanto os de investimento quanto os de fornecedores, independentemente de natureza ou porte. As empresas contratadas se comprometem a atuar de acordo com a Política de Sustentabilidade da Oi e suas diretrizes de desenvolvimento sustentável.

**[GRI HR1 e HR2]** No período, foram assinados 1.912 contratos com fornecedores de serviços ou produtos e 637 referentes a investimentos, e todos continham o conteúdo relacionado a não violação aos direitos humanos.

### ÍNDICE DE QUALIFICAÇÃO

**[GRI HR2]** Com o objetivo de avaliar a qualidade dos serviços prestados de acordo com o que é estabelecido em contrato, a Oi possui o IQF (Índice de Qualificação de Fornecedores). O processo possibilita estabelecer critérios objetivos e transparentes no acompanhamento da prestação de serviço, além de promover o desenvolvimento, criando condições para manter acordos contratuais de longa duração. O IQF é um processo formal, estruturado e regulamentado que avalia o fornecedor em cinco pilares: eficiência operacional, gestão do contrato, conformidade de processos, satisfação de clientes e gestão de recursos humanos.

No pilar gestão de recursos humanos, são analisados o cumprimento de itens de saúde e segurança do trabalho e da legislação trabalhista e previdenciária, dispositivos de acordos coletivos e um módulo referente à capacitação. Para viabilizar a atuação nacional da Oi e sua presença em todos os municípios do País, a terceirização dos serviços de operação torna-se essencial para a execução das atividades de instalação e manutenção de equipamentos. O IQF avalia os segmentos de engenharia, operação e manutenção da planta, entre outros. Em 2012, foram realizadas 74 avaliações do IQF em vários segmentos.

## AUDITORIA E MONITORAMENTO

Além dos processos de controle descritos acima, foram implementadas, em 2012, as auditorias do projeto Gestão de Sustentabilidade na Cadeia de Fornecedores. A iniciativa consiste na verificação de um checklist socioambiental, elaborado em parceria pelas gerências de Governança e Sustentabilidade, Benefícios, Saúde e Segurança e Gestão de Terceiros. A verificação visa monitorar a aplicação das cláusulas contratuais referentes a questões de meio ambiente e responsabilidade social nas atividades executadas por empresas prestadoras de serviço. A equipe de Saúde e Segurança recebeu treinamento para realizar as auditorias com base no checklist e iniciou o trabalho de verificação em campo. Foram auditadas 36 unidades, de 14 empresas distribuídas em vários estados do Brasil. O resultado dessa análise sinaliza à Oi e à empresa contratada o estágio de desenvolvimento do fornecedor nas questões relativas à sustentabilidade.

Os fornecedores precisam estar conscientes dos possíveis impactos socioambientais decorrentes de suas atividades. A Oi recomenda que os empregados terceirizados que atuam em nome da Companhia recebam treinamento para lidar com as possíveis situações de emergências e/ou acidentes ambientais associados à prestação dos serviços contratados.

**[GRI HR8]** Todos os profissionais que prestam serviços de segurança à Oi recebem treinamento sobre os procedimentos da Companhia relativos aos aspectos de direitos humanos, como ocorre nos cursos Perfil do Profissional Diferenciado, Excelência no Atendimento ao Cliente e Noções Básicas de Segurança Patrimonial Privada. Segundo a Política de Segurança, preocupada com a preservação da vida e o não uso da força, a Oi contrata serviços de vigilância desarmada. A exceção são os prédios cujas exigências contratuais de clientes impõem a vigilância armada.

**[GRI EC6]** De 2009 a 2012, os fornecedores locais representaram 99% das compras realizadas. Como está presente em todos os estados do País, a Oi define como fornecedor local qualquer empresa com sede estabelecida em território nacional.

### **[GRI 4.16] DISSEMINAR BOAS PRÁTICAS**

Para identificar novas oportunidades, desafios e melhores práticas, a área de Capacitação de Terceiros, criada em 2012, estreitou as relações com os departamentos de Recursos Humanos das parceiras, por meio de reuniões semanais que abordam temas como retenção de pessoal, iniciativas de capacitação, gestão de pessoas e habilidades de liderança.

### **[GRI 4.16] QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL**

Desde o ano 2000, a Oi opera o seu Cequal (Centro de Exame de Qualificação Profissional) o maior programa de certificação profissional do Brasil, cujo objetivo é garantir a excelência da qualidade do atendimento ao cliente realizado por meio de mão de obras prestadoras de serviços.

Esse programa já certificou mais de 18 mil profissionais que atendem os clientes nos serviços de instalação e reparo de linhas fixas, Velox e dados e abrange mais de 15 mil técnicos.

A Oi também está investindo na ampliação dos seus 16 laboratórios de certificação para 27, além de aumentar a quantidade de escolas homologadas. Em 2012 havia 47 escolas e em 2013 o objetivo é chegar a 57 em todo o país.

Em 2012, a Oi deu início ao programa Supervisor de Alta Performance, que visa aprimorar a atuação dos supervisores de empresas prestadoras de serviços na apuração e tratamento de falhas. O programa melhora o desempenho dos técnicos de campo, para que esses sejam mais assertivos na solução dos problemas dos clientes na primeira visita. Foram capacitados multiplicadores da Oi nas nove regionais, bem como 150 supervisores das prestadoras de serviços de rede, responsáveis por um universo de aproximadamente 2,5 mil técnicos. Em 2013, mais de 500 novos supervisores serão capacitados.

### COOPERAÇÃO TÉCNICA

A Oi assinou um Acordo de Cooperação Técnica com o MTE (Ministério do Trabalho e Emprego) em 2009, com o qual foi autorizada a aplicar a logomarca MTE na carteira de certificação e na divulgação das ações do Cequal. Desde então, está apta a desenvolver, em conjunto com o ministério, atividades de boas práticas com foco em qualificação e certificação profissional, alinhadas ao Plano Nacional de Qualificação do Governo Federal.

Em 2012, a Companhia renovou o conteúdo do CQA (Curso de Qualidade no Atendimento) e distribuiu a nova versão aos fornecedores de planta externa (PSR – Prestadores de Serviço de Rede), que possuem empregados na linha de frente do atendimento aos clientes. Grupos de multiplicadores, indicados pelas empresas fornecedoras, receberam o treinamento e foram incumbidos de repassá-lo às suas equipes. O conteúdo oferecido passou a compreender questões de sustentabilidade, ética e corrupção, além dos assuntos relativos ao estilo de atendimento desejado pela Oi para esses profissionais de campo.

## RELAÇÃO COM CLIENTES E CONSUMIDORES

A Oi é pioneira na oferta de soluções convergentes de telecomunicação. Para continuar a ser reconhecida como a operadora mais completa do mercado, a Companhia investe, de um lado, no aperfeiçoamento e na inovação do seu portfólio de produtos para atender às necessidades e expectativas do mercado; de outro, na melhoria contínua do relacionamento com os clientes, buscando estreitar o diálogo e o atendimento.

Operando em todo o País nos segmentos Residencial, Mobilidade Pessoal e Corporativo/Empresarial, a Oi atende públicos de diferentes perfis etários, de renda e de consumo. Mais do que um desafio, a heterogeneidade da base de clientes representa uma riqueza e estimula o desenvolvimento de novas soluções a partir do amplo leque de produtos e serviços oferecidos. Atuando com flexibilidade e rapidez, vem conquistando a confiança dos diversos segmentos.

Segundo uma pesquisa divulgada em 2012 pela associação de defesa do consumidor Proteste, a Oi oferece os melhores planos de internet móvel para três tipos de usuários – conectado, mediano e superconectado. Um levantamento das consultorias Pricez e Teleco revelou que, no segmento de telefonia celular, a Oi é a operadora mais competitiva nos diferentes perfis de consumo considerados pela pesquisa, tanto para os de médio e alto consumo quanto para os usuários de pré-pago de baixo consumo mensal (R\$ 20 a R\$ 30).

Em 2012, a Companhia segmentou sua base de clientes para entender as diferentes necessidades e identificar oportunidades de negócios em lacunas deixadas pelo mercado. A Oi está atenta ao crescimento econômico do Brasil e ao aumento do poder aquisitivo da população, e busca oferecer a mesma qualidade nas diferentes experiências de compra que proporciona.

Em um cenário de constante mudança e inovação, a Oi procura identificar tendências e antecipar-se às expectativas do mercado. Como a mais completa provedora de internet do Brasil, a Oi está preparada para atender ao crescente número de consumidores conectados via *notebooks*, *smartphones* e *tablets*.

### NOVO PADRÃO DE BANDA LARGA

A Oi participou da licitação para o uso da licença do serviço de telefonia móvel de quarta geração (4G). O novo padrão de tecnologia de banda larga móvel representa uma evolução ao 3G e oferece velocidade de até 100 Mbps no tráfego de dados. Isso abre oportunidades para desenvolver serviços que demandam alta velocidade de conexão, como videoconferências, jogos para celulares e tablets, transmissão de vídeo on demand e aplicativos para dispositivos móveis. A Oi montou testes da nova tecnologia no município do Rio de Janeiro. Até abril de 2013, as redes estarão disponíveis nas seis cidades-sede da Copa das Confederações.

### CANAIS DE RELACIONAMENTO

**[GRI 4.16]** Para a Oi, o cliente está no centro de tudo. A Companhia investe continuamente no aprimoramento e na diversificação dos seus canais de relacionamento e coloca à disposição diferentes meios e plataformas, como contato telefônico, *website*, *email*, redes sociais ou no próprio telefone, com o uso de aplicativos exclusivos.

As centrais de atendimento concentram a maior parte dos contatos. Sempre que necessário e quando o usuário prefere, o atendimento é feito via atendente, mas, atualmente, em metade das chamadas as dúvidas e solicitações são resolvidas eletronicamente por meio do sistema URA (Unidade de Resposta Audível). Com uma série de opções-padrão que cobrem as necessidades mais simples e comuns, a URA garante agilidade e rapidez ao atendimento.

Para melhorar o contato telefônico, a Oi começou a mudança da estrutura das centrais de atendimento

para a plataforma IP (Internet Protocol), que reduz o risco de uma chamada ser interrompida antes de o atendimento ser finalizado, impede que o atendente encerre intencionalmente a ligação e possibilita retornar a ligação no caso de interrupção. A nova estrutura permite a setorização do atendimento: as ligações podem ser transferidas para atendentes capazes de responder a dúvidas específicas. Outras vantagens do sistema são o menor custo e a possibilidade de adoção do atendimento remoto. O processo de migração será concluído em 2013.

**[GRI EN26]** No *site* [www.oi.com.br](http://www.oi.com.br), o cliente tem acesso à Minha Oi, área de autoatendimento personalizado que oferece informações sobre produtos contratados, recarga de celular e gerenciamento de seu consumo de dados em tempo real, visualização de contas e saldo e resgate do Oi Pontos, entre outros serviços. Também é possível aderir à conta *online* e cancelar o envio de faturas impressas. Com a opção, a Oi oferece ao cliente a oportunidade de contribuir para o esforço da Companhia em reduzir o consumo de recursos naturais. Em 2012, o serviço alcançou 448 mil faturas cadastradas, cerca de 3,5 vezes maior que o registrado no ano anterior. A área Minha Oi também está disponível por meio de um aplicativo desenvolvido para *smartphones*.

O serviço Fale Conosco, disponível no *site*, recebe consultas, reclamações e sugestões, que podem ser enviadas por e-mail ou carta.

A Companhia mantém perfis nas principais redes sociais (Facebook, Twitter, Orkut e Google+), por meio dos quais interage com seus clientes e os informa sobre produtos e serviços. Em 2012, os conteúdos publicados pela Oi nas redes sociais foram vistos por mais de 63 milhões de usuários.

### COMUNICAÇÃO HUMANIZADA

**[GRI DMA PR]** O respeito a seus *stakeholders* e à sociedade pauta toda a comunicação da Oi, e o relacionamento com o consumidor é humanizado. Mais do que meramente alavancar vendas, as ações têm por objetivo comunicar temas relevantes e esclarecer dúvidas da sociedade sobre iniciativas

desenvolvidas, como o acesso popular à banda larga, o atendimento a pessoas com deficiência auditiva, a coleta de resíduos sólidos, o uso das telecomunicações como ferramenta de educação com auxílio de serviços de telecomunicação, o incentivo ao esporte e o incentivo à cultura.

**[GRI PR6 e PR7]** Para comunicar-se com diferentes setores da sociedade, a Oi adota mensagem simples, sem jargões ou enfeites, sempre observando as regulamentações do Conar (Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária) e legislações aplicáveis. Apesar do cuidado na criação das peças publicitárias, a Companhia sofreu seis casos de penalidades impostas pelo Conar em 2012, com base em artigos do Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária. Cinco delas implicaram em alteração das peças publicitárias. Em um caso, o anúncio foi suspenso.

### FOCO NA QUALIDADE

A preocupação da Oi com a qualidade do atendimento se reflete no treinamento e na capacitação dos colaboradores que atuam nos *call centers*. De janeiro a dezembro de 2012, os profissionais passaram por uma média de 13 horas mensais de treinamento.

Para motivar as equipes das centrais de atendimento e engajá-las na cultura de excelência, a Oi criou o projeto Você É a Peça Principal para um Atendimento Completo, que avalia de forma qualitativa o desempenho do profissional com base na satisfação do cliente e na capacidade de resolução dos problemas. Ao final de cada atendimento, o usuário é convidado a responder a uma pesquisa de satisfação, e a *performance* de cada atendente é monitorada diariamente. Periodicamente, a Companhia premia os profissionais mais bem avaliados e encaminha para treinamentos de reciclagem os que apresentam maior incidência de avaliações negativas.

Outros dois programas, criados em 2012, complementam o trabalho de melhoria contínua.

No Bom Dia, Oi, o diretor-presidente se reúne semanalmente com diversas áreas, como TI, Logística, Faturação, Engenharia, Produto, Operações, Processos, Segmentos e Relacionamento com Clientes, para discutir problemas ocorridos durante a semana. Diariamente, as diretorias recebem a lista das razões que motivaram ligações de clientes; no dia seguinte, acompanham a evolução das situações e analisam as soluções encontradas e as medidas tomadas.

O Programa Rate tem foco na solução de problemas estruturais persistentes em várias frentes – contas, reparos, qualidade de venda, ofertas e atendimento – e busca reduzir o número de ligações relacionadas a eles no *call center*. O trabalho começa com a análise dos motivos das chamadas. Depois, em reuniões com as diversas áreas da Companhia, como Produtos, Serviços, Operações, Vendas, Logística, Faturamento e Rede, são discutidas as ações corretivas e se acompanham os impactos das iniciativas implantadas no *contact rate* (indicador que contabiliza as ligações realizadas pelo cliente para o *call center*). Entre os exemplos de ações sugeridas pelo Programa Rate em 2012 estão a duplicação da capacidade do autoatendimento para o cadastramento de usuários de celulares pré-pagos (que antes precisavam ligar para o *call center* para se cadastrar) e a oferta de migração de clientes do serviço pós-pago para pacotes de dados ilimitados, o que reduziu o número de ligações referentes a cobranças excedentes por uso de internet no celular.

## EMBAIXADORES DA MARCA

Com o programa Joia (Jeito Oi de Atender e Aprender), todos os colaboradores atuam como embaixadores da marca Oi, respondendo a solicitações ou reclamações recorrentes de amigos, conhecidos e familiares. O programa prevê o contato por meio de duas frentes. No Atendimento Joia, o colaborador entra em contato com o cliente pelo celular. Utilizando o Atalho Joia, o registro da reclamação é feito pela intranet corporativa. De segunda a sábado, a Ouvidoria mantém contato com o colaborador envolvido para mantê-lo atualizado sobre os desdobramentos da solicitação. Em 2012, 52.539 casos de clientes foram enviados por colaboradores pelo programa Joia. Destes, 31.701 utilizaram o Atalho Joia e 20.838 foram encaminhados pelo Atendimento Joia.

## SATISFAÇÃO

**[GRI PR5]** Para medir a satisfação dos clientes, a Oi realizou dois tipos de pesquisas em 2012: SGA (Satisfação Geral com o Atendimento), realizada a partir de uma seleção aleatória dos clientes que entram em contato com o *call center*, e SGC (Satisfação Geral dos Clientes), que considera aspectos mais amplos do relacionamento, como satisfação, fidelidade e recomendação. Os dados foram levantados por institutos externos especializados e subsidiam iniciativas para melhorar o atendimento e os serviços prestados.

Nas três edições da pesquisa SGA realizadas em 2012, a média geral de satisfação foi de 59,7 pontos. Na pesquisa SGC, a média de satisfação dos clientes foi de 72,3 no segmento Varejo e 65 no segmento Empresarial. Os resultados utilizam uma base que vai de 0 a 100 e indicam neutralidade.

## PROXIMIDADE

A Oi inaugurou 127 novas lojas próprias em 2012, atingindo um total de 187 unidades nesse modelo. As lojas próprias estão habilitadas para realizar todas as etapas do relacionamento – como atendimento, vendas e pós-vendas – e oferecem soluções completas de telecomunicações, que compreendem telefonia fixa, móvel, internet, Oi TV, 3G e *wi-fi*. O objetivo do formato é reforçar o posicionamento da Oi de estar cada vez mais próxima de seus clientes.

Em novembro de 2012 foi inaugurada, em São Paulo, a primeira *flagship* da marca, uma loja-

conceito que oferece o que há de mais inovador em tecnologia. Na *flagship*, os consumidores podem experimentar os serviços e aparelhos do portfólio da Oi. No centro da loja há uma mesa *touchscreen* com *smartphones* e *tablets* para teste. A criação da nova unidade está alinhada com os objetivos de redução de impacto ambiental da Companhia: toda a iluminação foi feita com LED (diodo emissor de luz), que consome menos energia, e a utilização de papel foi reduzida, como na simulação dos planos de oferta e na revista Oi Bazar, que têm seu conteúdo disponibilizado de forma digital.

## ATENDIMENTO A DEFICIENTES

Estruturas e serviços ajustados às necessidades de pessoas com deficiência aproximam esses clientes da Companhia. Para deficientes visuais, a Oi oferece a opção de contrato e contas em braile, e quem usa o serviço pós-pago recebe via áudio a informação de bônus.

Pessoas com deficiência auditiva e de fala podem utilizar o Plano Alternativo de Serviço, com a franquia mensal de mil torpedos (SMS), contribuindo para a sua comunicação e integração social. A ação atende à Resolução 477 da Anatel.

Nas lojas Oi Atende, os atendentes receberam treinamento de Libras (Língua Brasileira de Sinais) e há terminais adaptados para uso por surdos. Em boa parte das unidades, a estrutura física também foi adaptada para receber pessoas com mobilidade reduzida, em conformidade com a Resolução 426 da Anatel.

Este relatório, pelo terceiro ano consecutivo, também é acessível a portadores de deficiência visual, seguindo as recomendações do W3C, principal referência mundial de acessibilidade para a internet.

## RESPEITO AO CONSUMIDOR

[GRI DMA PR e GRI PR3] Em todos os serviços prestados, a Oi obedece à Lei Geral de Telecomunicações e às normas da Anatel, que dispõem sobre os direitos e deveres dos usuários e da prestadora. Entre os direitos dos usuários está o detalhamento em fatura dos serviços utilizados e dos valores de cobrança correspondentes, além da identificação, nas notas fiscais, dos impostos incidentes sobre os serviços. Dentre os deveres da prestadora, destaca-se o atendimento aos usuários via *call center*, internet e lojas próprias.

A cada ano, a Oi redesenha suas atividades de relacionamento com os órgãos de defesa do consumidor, ajudando na orientação que esses órgãos dão aos clientes que os procuram com reclamações. A relação com unidades do Procon (Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor), juizados e varas cíveis passou por mudanças em 2012, com a introdução de um sistema de *workflow* (fluxo de trabalho) dos casos. As reclamações encaminhadas por esses organismos passaram a ser identificadas com um protocolo interno, que permite à Companhia monitorar as providências adotadas para a solução.

Acompanhando o processo de regionalização, a Oi destacou colaboradores para estreitar o relacionamento com os Procons de todos os estados. Em uma ação preventiva, um grupo de trabalho também participa das reuniões que antecedem lançamentos de produtos, ofertas e campanhas, para conhecer melhor os produtos e serviços e identificar possíveis causas de reclamações.

## CONFORMIDADE

**[GRI PR9]** Em 2012, a Companhia desembolsou R\$ 3,84 milhões em multas por infrações aos direitos e garantias dos usuários. Em 2013, pretende reduzir o passivo de multas atuando internamente na resolução das questões geradoras das infrações, além de buscar acordos com a Anatel por meio da comprovação da solução do problema apontado.

Ainda existem alguns processos judiciais em tramitação, referentes a questionamentos sobre a legalidade e dosimetria de sanções administrativas aplicadas pela Anatel por suposto descumprimento de regulamentos.

A Oi, assim como outras operadoras de telecomunicações, teve a comercialização dos seus *chips* de planos pré-pagos interrompida pela Anatel no período de 23 de julho a 3 de agosto. A punição se baseou na quantidade e no grau de reclamação dos consumidores com relação aos serviços prestados. Todas as empresas afetadas, inclusive a Oi, apresentaram um plano de melhoria de rede e recuperaram a autorização de comercialização. A Companhia e a Anatel se reúnem trimestralmente para avaliar o cumprimento do plano com base em relatórios de resultados quinzenais e mensais.

## CERTIFICAÇÕES

A Companhia possui certificação ISO 9001:2000 para a atuação dos operadores de serviços a clientes. O cumprimento à norma atesta que a Oi detém os sistemas de gestão, conhecimentos e habilidades necessários à execução de serviços de telecomunicações. O processo de faturamento de telefonia fixa também é certificado, de acordo com o que exige a Resolução 426 da Anatel; a certificação

também foi concedida ao processo de faturamento da telefonia móvel, o que não é exigido pela regulamentação do setor.

Os processos de coleta, cálculo, consolidação e envio dos indicadores de qualidade para a Anatel têm certificações válidas para o SMP (Serviço Móvel Pessoal), para o STFC (Serviço Telefônico Fixo Comutado) e para o STVA (Serviço de TV por Assinatura), em atendimento às Resoluções 335, 417 e 411, respectivamente, conforme previsto no PGMQ (Plano Geral de Metas da Qualidade) da Anatel.

## CONSELHOS DE USUÁRIOS

Os Conselhos de Usuários do STFC (Serviço Telefônico Fixo Comutado) da Oi, regulamentados pela Resolução 490/2008 da Anatel, são compostos por usuários e associações ou entidades de defesa dos interesses do consumidor. Têm caráter consultivo e são voltados a orientação, análise e avaliação dos serviços e da qualidade do atendimento pela prestadora, bem como à formulação de sugestões e propostas de melhoria.

Em 2012, existiam na área de concessão da Companhia 31 Conselhos de Usuários constituídos (27 ativos no fim do ano), com um total de 158 membros (120 usuários e 38 entidades de defesa do consumidor).

As principais atividades desenvolvidas ao longo do ano foram: discussões sobre os serviços e o atendimento e sugestões de melhoria; desenvolvimento de material e realização de campanhas de educação para o consumo; visitas e acompanhamento do atendimento em lojas Oi Atende; visitas ao *call center* e a estações telefônicas; encontros e debates com entidades da sociedade; e envio de sugestões à Anatel.

Para saber mais sobre o Conselho de Usuários, acesse: <http://www.oi.com.br/conselhodeusuarios>.

## RELAÇÃO COM A SOCIEDADE

**[GRI DMA EC]** Com investimentos diretos ou realizados em parceria com outras organizações e a ativa participação em iniciativas coordenadas pelo poder público e pela sociedade, a Oi contribui para o desenvolvimento econômico e social das áreas onde atua e de todo o País. Apesar de não ser mensurada por estudos específicos, a influência econômica indireta dos negócios pode ser percebida em ações concretas. Em parcerias com as diversas instâncias de governo, a Companhia coloca sua alta capilaridade a serviço de iniciativas de interesse público.

Os projetos de responsabilidade social financiados ou conduzidos pelo instituto Oi Futuro, a oferta de internet a escolas públicas, a participação em programas do governo federal como o Plano Nacional de Banda Larga e a colaboração com diversas instâncias do poder público são algumas das principais iniciativas detalhadas nesta seção.

### **[GRI EC8 E EC9] INCLUSÃO DIGITAL**

A Oi integra o Programa Banda Larga nas Escolas, que em 2012 levou internet de alta velocidade a mais de 51 mil escolas públicas urbanas, em 4,7 mil municípios, alcançando a meta de cobertura definida pelo Governo Federal.

As bases do programa foram estabelecidas pelo Decreto Presidencial 6.424, de 2008, que resultou na mudança dos contratos de concessão com as operadoras fixas do STFC (Serviço Telefônico Fixo Comutado). Por meio dele, as operadoras assumiram o compromisso de implantar backhaul<sup>9</sup> nas prefeituras municipais e instalar conexão de alta velocidade (começando com 1 Mbps e, depois, ampliando para 2 Mbps) nas escolas públicas urbanas de ensinos fundamental e médio até 2010. Inicialmente, a meta era atingir 56 mil escolas, mas esse número foi

reduzido para 51 mil pelo Ministério da Educação. Os serviços serão prestados gratuitamente aos governos federal, estaduais e municipais, até 2025.

A Companhia também assinou, com os órgãos de educação nas esferas estaduais e municipais, 4.745 termos de adesão ao serviço de comunicação multimídia, com a doação de modems. De modo geral, foram investidos cerca de R\$ 20 milhões nas ações do Programa Banda Larga nas Escolas.

Também com foco na inclusão digital e na redução desigualdades sociais, a Oi firmou compromisso com o Ministério das Comunicações e a Anatel de contribuir para o Plano Nacional de Banda Larga. O PNBL foi criado pelo Governo Federal para garantir a oferta de internet rápida a preços acessíveis. O custo máximo para o usuário é de R\$ 35 por mês para velocidade de acesso de 1 Mbps, podendo ser reduzido para R\$ 29,90 nos estados em que o plano foi isentado de ICMS.

Em 2012, a Oi superou a meta prevista para o ano e completou 2.440 municípios com ofertas Oi Velox nos moldes do plano PNBL. Com esse resultado, atingiu 51% do total de municípios de sua área de atuação, que deverá ser integralmente coberta até 2014. Cerca de 40% das localidades atendidas estão nas regiões Norte e Nordeste. Até o fim do ano, a Oi havia investido cerca de R\$ 73 milhões. A Companhia continua no esforço de divulgar a iniciativa para que outros municípios participem.

A Oi negocia com diversas secretarias estaduais de Fazenda a ampliação da oferta da Banda Larga Popular. Esse diálogo vem contribuindo para que mais estados participem do convênio firmado com o Confaz (Conselho Nacional de Política Fazendária), que possibilita a publicação de legislação própria para isenção do ICMS no serviço, resultando em redução do preço de comercialização. Em 2012, os estados de Bahia, Espírito Santo, Goiás, Pará, Pernambuco e Rio de Janeiro contaram com ofertas da Oi de Banda Larga Popular, com velocidade de até 1 mega e *modem* gratuito.

<sup>9</sup>Infraestrutura de rede de suporte do Serviço Telefônico Fixo Comutado para conexão em banda larga, interligando as redes de acesso ao backbone da operadora.

A Companhia também vem contribuindo para a modernização de algumas secretarias estaduais e municipais, por meio do subsídio de *tablets* e *smartphones*. Essas iniciativas contribuem, principalmente, para o monitoramento e funcionamento das cidades, pois permitem a otimização das ações com o uso da tecnologia.

### INFRAESTRUTURA

Na Região Norte, a Oi integra um acordo de cooperação com governos locais para construir a infraestrutura que fornecerá à população de localidades remotas o acesso à internet por redes de fibra ótica. Em 2012, foram firmadas parcerias em Rondônia com DNIT (Departamento Nacional de Infraestrutura de Transportes), o Ibama (Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis), a Eletrobras, a CERR (Companhia Energética de Roraima), a Funai (Fundação Nacional do Índio), a Secretaria Estadual de Infraestrutura e a Femact (Fundação Estadual do Meio Ambiente, Ciência e Tecnologia). No Amapá, o diálogo envolveu a Funai, o Imap (Instituto do Meio Ambiente e de Ordenamento Territorial) e a Secretaria de Estado de Transportes.

Em parceria com o governo do Amapá, a Eletronorte/Telebras e a Guyacom (operadora de telecomunicações da Guiana Francesa), a Oi constrói uma rede que cruzará o estado e chegará até Fortaleza, passando pela Guiana. O projeto é parte do compromisso com a Anatel de levar internet em banda larga a todos os estados do País. A Companhia já investiu R\$ 32 milhões no projeto e contará com o incentivo de 50% do governado Amapá.

### UNIVERSALIZAÇÃO

Por meio do Plano Geral de Metas de Universalização, firmado com a Anatel, a Oi investiu mais de R\$ 16 milhões na implantação de TUP (Orelhão) em localidades com mais de cem habitantes, atingindo 418 novas cidades até o fim de 2012.

Ao longo de 2012, a Oi aderiu à oferta do Aice – Novo Telefone Popular, beneficiando mais de 60 mil pessoas, dentre os mais de 8 milhões elegíveis no Cadastro Único do MDES. De acordo com esse plano, o valor do acesso à linha de telefone é de R\$ 9,90 (sem impostos).

### [GRI EC9] OI FUTURO

A atuação da Oi na área de responsabilidade social corporativa se dá por meio do Oi Futuro, nome fantasia do Instituto Telemar, entidade sem fins lucrativos que detém a certificação de Oscip (Organização da Sociedade Civil de Interesse Público). Criado em 2001, o Oi Futuro tem como missão democratizar o acesso ao conhecimento para acelerar e promover o desenvolvimento humano, com projetos nas áreas de educação, cultura, sustentabilidade e esporte, em todo o território nacional. Por meio do Oi Futuro, a Oi exerce em sua plenitude seu papel de responsabilidade corporativa na construção de uma sociedade mais justa e solidária.

[GRI EC4] O valor dos investimentos do Oi Futuro em prol da sociedade totalizou R\$ 85,63 milhões em 2012. Desse montante, R\$ 65,34 milhões são provenientes de incentivos fiscais, e R\$ 20,29 milhões, da aplicação de recursos financeiros próprios.

### OI FUTURO –INVESTIMENTOS

	2011	2012
Investimento direto	R\$ 30.515.204,00	R\$ 20.290.628,00
Via incentivos fiscais	R\$ 82.910.732,00	R\$ 65.338.809,00
<b>Total</b>	<b>R\$ 113.425.936,00</b>	<b>R\$ 85.629.437,00</b>

## EDUCAÇÃO

O Oi Futuro apoia e desenvolve projetos educativos baseados nas novas tecnologias de comunicação e informação como forma de transformar o ambiente escolar e capacitar jovens para as profissões do futuro. Dentre as iniciativas, destacam-se os programas Nave (Núcleo Avançado em Educação) e Oi Kabum! Escola de Arte e Tecnologia.

O Nave é realizado em parceria com as secretarias de Educação do Rio de Janeiro e de Pernambuco e atende duas escolas públicas estaduais. Baseia-se em três pilares: Ensino Médio Integrado, com oferta de cursos técnicos profissionalizantes nas áreas de programação de jogos, elaboração de roteiros e multimídia; Pesquisa e Inovação; e Disseminação. Cerca de 850 alunos participam das aulas, ministradas por 80 professores. As atividades envolvem diversos parceiros, como o C.E.S.A.R. (Centro de Estudos e Sistemas Avançados do Recife), o VisionLab – laboratório de efeitos visuais da PUC-Rio – e o Planetapontocom, uma renomada organização na área de roteiros.

O programa visa contribuir para a qualidade e a inovação da educação no País. Propõe um novo modelo de ensino médio profissionalizante e a sistematização de boas práticas para replicação em outras escolas. No Nave, as tecnologias digitais servem de ferramentas de aprendizado para aproximar o jovem de suas áreas de interesse no ambiente escolar.

A iniciativa conta com diversos reconhecimentos. Desde 2009, o Nave integra o programa Escolas Inovadoras, da Microsoft. A unidade do Rio de Janeiro foi selecionada entre as 130 escolas mais inovadoras do mundo pelo programa e, em 2010, foi eleita Escola Mentora. Em 2012, foi a única escola no Brasil a integrar o seletivo grupo do programa World Tour, que promove visitas de intercâmbio de experiências entre escolas de excelência.

Os frutos vêm sendo colhidos também no Brasil: em 2012, o Governo do Estado de Rondônia assinou um termo de cooperação com o Oi Futuro, visando

à transferência da metodologia Nave para duas de suas escolas estaduais (em Porto Velho e Ariquemes); ao mesmo tempo, no Enem (Exame Nacional do Ensino Médio) de 2011, divulgado em 2012, o Colégio José Leite Lopes conquistou o primeiro lugar na classificação da SEEDUC/RJ e a Escola Técnica Estadual Cícero Dias obteve o primeiro lugar na SEEP (Secretaria de Educação do Estado de Pernambuco).

A Oi Kabum! Escola de Arte e Tecnologia oferece a jovens de comunidades populares urbanas formação em cursos de design gráfico, computação gráfica, vídeo, fotografia e *web design*. Participam estudantes ou ex-estudantes da rede pública com idades entre 16 e 21 anos. Os cursos duram um ano e meio e atendem 360 jovens nas unidades de Rio de Janeiro, Recife, Salvador e Belo Horizonte.

Após o curso, os formados têm a opção de seguir por um período de 6 a 18 meses em um segundo módulo de formação, no qual realizam trabalhos e projetos relacionados às linguagens das escolas. O objetivo é estimular a produção artística e cultural dos jovens, buscando a inserção deles no mercado de trabalho a partir de parcerias e articulações com instituições e empresas.

Em 2012, o programa recebeu o prêmio Construindo a Nação, concedido pelo Instituto da Cidadania Brasil, do CNI/Sesi (Confederação Nacional da Indústria/Serviço Social da Indústria), na categoria Políticas Públicas. A premiação reconhece iniciativas que estimulam as escolas públicas e privadas a desenvolver projetos de ação voltados à cidadania.

Outro destaque do programa Oi Kabum! em 2012 foi o engajamento de escolas na produção de *book trailers* dos vídeos dos livros finalistas do prêmio Portugal Telecom. A cerimônia de premiação foi em novembro, em São Paulo, com a presença e o agradecimento do presidente da Portugal Telecom, Zeinal Bava.

## SUSTENTABILIDADE

Por meio do programa Oi Novos Brasis e das doações aos Conselhos da Infância e da Adolescência, o Oi Futuro apoia financeiramente projetos socioambientais desenvolvidos por organizações sem fins lucrativos.

A seleção dos projetos financiados pelo Oi Novos Brasis está focada em três eixos de atuação: garantia de direitos, com iniciativas de inclusão social; trabalho e renda; e educação para a sustentabilidade, com foco nos temas ambientais. Entre os critérios de seleção estão: o caráter inovador da iniciativa, seu potencial de replicação e o uso de tecnologias de informação e comunicação para reduzir desigualdades e aproximar pessoas. O edital de convocação é publicado anualmente, e o financiamento tem prazo máximo de 15 meses.

De 2010 a 2012, 39 projetos receberam o apoio do instituto, com mais de 6 mil beneficiários diretos em todo o Brasil. Somente no edital 2012/2013, foram 17 iniciativas, listadas a seguir.

### ALAGOAS

**Guardiões do Vale do Jacuípe:** forma e engaja multiplicadores para a preservação do meio ambiente, a proteção à vida e a prevenção de enchentes, utilizando a mídia comunitária.

### BAHIA

**Aroeira – Centro de Diversidade:** visa criar uma unidade demonstrativa de práticas sustentáveis baseadas em princípios agroecológicos, fortalecendo a troca de conhecimento e a organização social de agricultores.

**Formação de Jovens Empresários Rurais:** tem foco na permanência dos jovens no campo por meio do fortalecimento da atividade agrícola familiar.

**Jóias do Quilombo:** proposta de geração de trabalho e renda para comunidades tradicionais e remanescentes quilombolas. Inclui a produção de bijuterias e ações de inclusão digital que estimulem a comercialização das peças.

### CEARÁ

**Rede de Jovens Empreendedores Rurais no Semiárido Cearense:** forma jovens empreendedores rurais na Microrregião do Médio Curu, visando ao aprimoramento das atividades produtivas em suas comunidades e ao aumento da produtividade e da rentabilidade na agricultura familiar.

### MINAS GERAIS

**Jogos do Vale – Fabriqueta de Jogos Digitais:** capacita jovens para a criação de jogos educativos digitais. Tem foco na capacitação profissional de jovens do Vale do Jequitinhonha e na disseminação de jogos educativos a educadores de todo o Brasil.

### MATO GROSSO DO SUL

**Oficina Panificadora:** prepara adolescentes para atuarem profissionalmente no setor de panificação.

### PARAÍBA

**Convivência com a Realidade Semiárida – Socializando Saberes:** visa à melhoria da qualidade de vida e ao desenvolvimento local por meio da construção de cisternas e do fortalecimento do conhecimento popular tradicional.

### PIAUÍ

**Um Olhar para a Cidadania:** capacita pessoas com deficiência visual para atuar no rádio e na internet e estimula a reflexão, nos meios de comunicação, sobre a cidadania do cego.

### PARANÁ

**Espaços de Juventude e Cidadania – Estreitando as Tramas da Rede Juvenil Chão de Sonhos:** fomenta o empreendedorismo social e econômico entre jovens de quatro regiões do Sul do Brasil, incentivando a relação por meio das redes sociais.

## RIO DE JANEIRO

**Audioteca Sal & Luz:** prevê a produção de audiolivros, periódicos e textos, e sua disponibilização para pessoas com deficiência visual e baixa visão.

### **Eco Rede – Rede Comunitária de Desenvolvimento**

**Socioambiental:** promove o desenvolvimento local das comunidades Cidade de Deus e Complexo da Maré, no Rio de Janeiro, por meio de iniciativas de educação ambiental e geração de trabalho e renda.

**Instituto de Aprendizagem Cidadania XXI:** inclusão digital e encaminhamento para o mercado de trabalho de jovens socialmente vulneráveis de São Gonçalo (RJ).

**Jovens Construtores:** forma jovens moradores do Complexo do Alemão, no Rio de Janeiro, para atuar em construção civil e estimula sua participação na construção de ativos comunitários acessíveis e sustentáveis.

## SERGIPE

**Conectado ao Brasil:** formação profissional de surdos e ouvintes em administração de redes, promovendo a inclusão social e a divulgação da Língua Brasileira de Sinais.

## SÃO PAULO

### **Construção Coletiva de Conhecimentos para a Sustentabilidade Socioambiental do Pontal do Paranapanema:**

promove seminários e encontros abertos para a capacitação de adolescentes para ações de conservação dos recursos hídricos, florestais e da biodiversidade na região do Pontal do Paranapanema.

### **O Bom Combate – Mapeamento Digital dos Diabéticos:**

desenvolvimento de portal *web* para disponibilizar mapa digital com leis, projetos de lei, protocolos clínicos, ações civis públicas e endereços de interesse dos portadores de diabetes.

Dois projetos aprovados no edital 2012/2013 receberam prêmios. O projeto Um Olhar para a Cidadania, apoiado no Piauí, que já havia sido premiado no estado, em 2012 recebeu novo reconhecimento por meio do prêmio da revista *A Rede*, na categoria 3º Setor – Acessibilidade. Assim como ele, o projeto Chão de Sonhos, desenvolvido no Rio Grande do Sul, de apoio a jovens empreendedores rurais, recebeu o prêmio Anu Dourado, da Cufa.

O edital 2012/2013 recebeu 578 inscrições de todo o Brasil. A lista selecionada será conhecida no segundo trimestre de 2013.

## **DIREITOS DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE**

Por meio de doações aos FIA (Fundos da Criança e do Adolescente), a Oi contribui para a realização dos planos decenais dos Conselhos Municipais e Estaduais de Direitos de Crianças e Adolescentes de todo o País. Em 2012, a Companhia apoiou 28 projetos de conselhos em 13 estados: Alagoas, Bahia, Ceará, Espírito Santo, Minas Gerais, Mato Grosso, Pará, Pernambuco, Paraná, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Sergipe e São Paulo.

## MEIO AMBIENTE

Em 2012, o Programa Oi de Projetos para o Meio Ambiente fundiu-se ao programa Oi Novos Brasis, com a manutenção do apoio aos 14 projetos ambientais selecionados no edital de 2010. As iniciativas, de abrangência nacional, beneficiaram mais de 9 mil pessoas, distribuídas em todos os biomas brasileiros (Amazônia, Caatinga, Cerrado, Mata Atlântica, Pampa, Pantanal e Zona Costeira), e públicos-alvo com as mais distintas particularidades.

## CULTURA

O Oi Futuro é o gestor do Programa Oi de Patrocínios Culturais Incentivados, que seleciona projetos de vanguarda nos campos de artes visuais, artes cênicas, tecnologia e novas mídias por meio de um edital público anual. Em 2012, o programa patrocinou 92 projetos.

O instituto também mantém três centros culturais próprios, em Belo Horizonte e no Rio de Janeiro. Com uma programação diversificada e de alta qualidade (*ver quadro*), os centros vêm conquistando a satisfação do público. Em pesquisa realizada entre setembro e outubro, pelo Ibope, com cem visitantes de cada centro, cerca de 90% dos respondentes classificaram com as maiores notas (8, 9 ou 10) o atendimento ao público nos locais. A qualidade da programação, o ambiente e a infraestrutura foram citados espontaneamente pela maioria dos respondentes como pontos positivos dos centros.

Outro espaço de cultura mantido pelo instituto é o Museu das Telecomunicações, criado em 2007. São duas unidades – no Rio de Janeiro e em Belo Horizonte –, que oferecem uma programação cultural de qualidade e marcada pela inovação. Durante o ano de 2012, o museu carioca recebeu 23 mil visitantes e, em Belo Horizonte, 17 mil, entre grupos agendados e público espontâneo.

## DESTAQUES DA PROGRAMAÇÃO

- Oi Futuro Flamengo: abrigou as mostras individuais inéditas no Brasil de Bill Lundberg e de Fabien Rigobert e as mostras coletivas High-Tech/Low-Tech e File Rio 2012, que reuniram nomes como Ricarda Roggan, Ali Kazma e Alex Rudolf. O centro também foi palco de dois dos “Dez melhores espetáculos teatrais do ano”, tradicional seleção publicada pelo jornal O Globo: A Arte e a Maneira de Abordar seu Chefe para Pedir um Aumento e Ficção. O projeto Nada, baseado na obra do poeta Manoel de Barros e criado especialmente para o centro cultural, foi indicado ao Prêmio Shell de Teatro.
- Oi Futuro Ipanema: firmou-se como importante espaço para a música contemporânea. O projeto Levada Oi Futuro apresentou shows de 20 artistas que, em minitemporadas, traçaram um painel das novas tendências musicais de todas as regiões do País. O Novas Frequências mostrou a vanguarda internacional.
- Oi Futuro Belo Horizonte: a mostra Pulso Iraniano apresentou, pela primeira vez ao público mineiro, a arte contemporânea do Irã. O centro também foi sede da primeira edição mineira do Festival Internacional É Tudo Verdade, a mais importante mostra de documentários da América Latina.

## ESPORTES

Desde 2007, o Oi Futuro faz a gestão do Programa Oi de Patrocínio Esportivo Incentivado, selecionando, anualmente, projetos esportivos e paradesportivos que sejam ferramenta de transformação social da população infantojuvenil.

Pelo terceiro ano consecutivo, a Oi recebeu do Ministério do Esporte o selo Empresário Amigo do Esporte, consolidando sua posição como importante patrocinador do esporte brasileiro. Na edição 2012, a Oi foi premiada com o terceiro lugar na categoria Melhor Amigo do Esporte em âmbito nacional e em segundo lugar na categoria Melhor Amigo do Esporte no estado de Tocantins.

# BALANÇO SOCIAL ANUAL

## PRINCIPAIS INDICADORES SOCIAIS 2012

<b>1 - Base de Cálculo</b>	<b>2012 Valor - Mil reais</b>			<b>2011 Valor - Mil reais</b>		
Receita Líquida (RL)	25.169.230			27.906.989		
EBITDA <sup>10</sup>	8.801.175			8.765.993		
Folha de pagamento bruta (FPB)	2.000.818			1.678.074		
<b>2 - 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	124.004	6,20%	0,49%	107.371	6,40%	0,38%
Encargos sociais compulsórios	367.600	18,37%	1,46%	395.659	23,58%	1,42%
Previdência privada	47.581	2,38%	0,19%	56.731	3,38%	0,20%
Saúde	79.977	4,00%	0,32%	71.631	4,27%	0,26%
Segurança e saúde no trabalho	8.262	0,41%	0,03%	7.664	0,46%	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	24.082	1,20%	0,10%	21.612	1,29%	0,08%
Creches ou auxílio-creche	8.866	0,44%	0,04%	7.438	0,44%	0,03%
Participação nos resultados - Provisionado	387.380	19,36%	1,54%	57.939	3,45%	0,21%
Outros	33.347	1,67%	0,13%	33.835	2,02%	0,12%
<b>Total - Indicadores sociais internos</b>	<b>1.081.099</b>	<b>54,03%</b>	<b>4,30%</b>	<b>759.880</b>	<b>45,28%</b>	<b>2,72%</b>
<b>3 - Indicadores Sociais Externos</b>	<b>Valor - Mil reais</b>	<b>% sobre EBITDA</b>	<b>% sobre RL</b>	<b>Valor - Mil reais</b>	<b>% sobre EBITDA</b>	<b>% sobre RL</b>
Educação	15.241	0,17%	0,06%	18.110	0,21%	0,06%
Sustentabilidade	5.992	0,07%	0,02%	7.840	0,09%	0,03%
Instituto Ethos	15,2	0,00%	0,00%	15,20	0,00%	0,00%
Cultura	46.942	0,53%	0,19%	71.948	0,82%	0,26%
Esporte	17.439	0,20%	0,07%	15.512	0,18%	0,06%
Total das contribuições para a sociedade <sup>11</sup>	85.629	0,97%	0,34%	113.426	1,29%	0,41%
Tributos (excluídos encargos sociais)	9.070.971	103,07%	36,04%	10.545.456	120,30%	37,79%
<b>Total - Indicadores sociais externos<sup>11</sup></b>	<b>9.070.971</b>	<b>103,07%</b>	<b>103,07%</b>	<b>10.658.882</b>	<b>121,59%</b>	<b>38,19%</b>
<b>4 - Indicadores do Corpo Funcional</b>						
N. de empregados(as) ao final do período	15.146			13.224		
N. de admissões durante o período	5.742			2.993		
N. de empregados terceirizados(as)	166.253			141.384		
N. de estagiários(as)	721			549		
N. de mulheres que trabalham na empresa	6.329			5.297		
% de cargos de chefia ocupados por mulheres	25%			25%		
N. de portadores de deficiência ou necessidades especiais	268			265		

Contador responsável pelas informações: Marcelo Antônio Leal Gomes (CRC-RJ 083.182)

<sup>10</sup> Foi utilizado o EBITDA para este cálculo, em decorrência da Reorganização Societária. Explicações sobre este processo são encontradas no capítulo Sobre o Relatório.

<sup>11</sup> Estes valores incluem os incentivos fiscais e doações para o Fundo para Infância e Adolescência - FIA

## GOVERNANÇA CLIMÁTICA

[GRI DMA EC eGRI 1.2 e EC2] Como parte de seu posicionamento em prol do desenvolvimento sustentável, a Oi está atenta às mudanças climáticas e aos seus potenciais impactos aos clientes e ao negócio. A gestão de riscos relacionada ao tema se organiza em categorias: operacionais, financeiros, estratégicos e de conformidade.

Os riscos operacionais incluem danos materiais, como a destruição de redes, centrais, torres, antenas de telecomunicações e prédios administrativos, e a interrupção ou o atraso nos serviços da Oi causado por chuvas, inundações, deslizamentos de terra, ventos, furacões, tornados ou descargas atmosféricas. Também são avaliados riscos ligados à redução da vida útil dos equipamentos por causa do aumento da umidade ou da salinidade do ar e a potencial queda na produtividade por conta do afastamento de colaboradores por doenças ou epidemias de origem climática.

Entre os riscos financeiros estão a falta de cobertura para determinados ativos e aumento de custos (relativo à contratação de seguros de equipamentos e instalações contra danos causados por fenômenos naturais) e o aumento no consumo de água e energia elétrica, em função da elevação das temperaturas médias nas regiões onde a Oi atua.

Os riscos estratégicos contemplam potencial perda de clientes ou danos à imagem corporativa decorrentes de atrasos, falhas ou interrupções nos serviços, com origem em fenômenos do clima. A possibilidade de uma crise no fornecimento de energia em função das alterações climáticas, o que poderia limitar o crescimento da Oi, também se enquadra nessa categoria.

O principal risco de conformidade é a possibilidade de a Companhia receber sanções regulatórias, como

multas ou suspensão de concessões, por descumprir as metas mínimas de qualidade e disponibilidade dos serviços prestados.

### OPORTUNIDADES

As alterações no panorama climático global não apresentam apenas riscos. A Oi acredita que pode desenvolver produtos e serviços adequados ao novo cenário e promover a melhoria contínua de suas operações para se adaptar às mudanças. A Oi trabalha continuamente, por meio de seus canais internos de comunicação, a conscientização dos colaboradores acerca das mudanças climáticas e dos riscos e oportunidades que elas oferecem. As comunicações informam sobre medidas de minimização dos impactos das alterações climáticas e otimização do uso e economia dos recursos internos da Companhia.

### GASES DO EFEITO ESTUFA

Desde 2009, a Oi identifica e contabiliza anualmente as emissões diretas e indiretas resultantes de suas atividades. O inventário de emissões de GEE (gases do efeito estufa) segue os padrões do programa brasileiro GHG Protocol, que fornece ferramentas para reporte e medição das emissões, com adaptação da metodologia desenvolvida pelo WRI (World Resources Institute). As informações são divulgadas, voluntariamente, no registro público de emissões do próprio Programa Brasileiro GHG Protocol e do CDP (Carbon Disclosure Project), iniciativa global de monitoramento de governança climática.

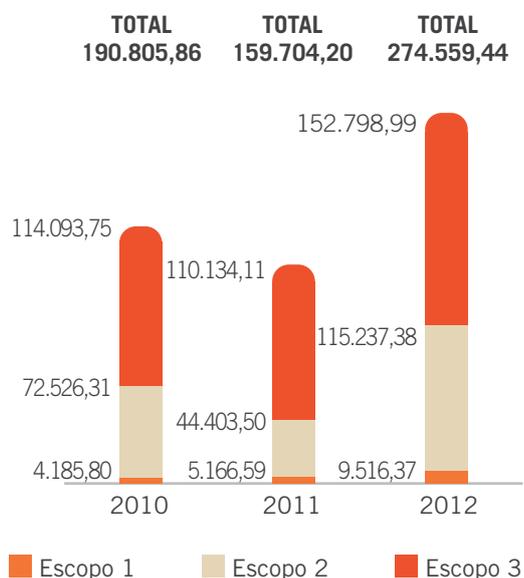
Além do foco na transparência no que se refere à comunicação das informações, a Companhia participa ativamente de debates e iniciativas referentes às mudanças climáticas. Para tanto,

integra a plataforma EPC (Empresas pelo Clima), fórum de propostas corporativas para reduzir as emissões de gases do efeito estufa das empresas e ajudar a transição da economia do País rumo a uma economia de baixo carbono, discutindo também soluções e contribuições à legislação sobre o tema.

Em 2012, a Oi integrou, pelo terceiro ano consecutivo, a carteira do ICO2 (Índice de Carbono Eficiente), da BM&FBovespa. O índice reúne ações de empresas que já deram o primeiro passo rumo a essa nova economia por meio do monitoramento e da divulgação das emissões.

Embora várias ações tenham sido realizadas com o intuito de reduzir as emissões da Companhia, em 2012 os números foram superiores em comparação aos anos anteriores. O incremento das emissões do Escopo 1 justifica-se com o aumento das atividades e do efetivo da SEREDE - empresa do grupo Oi que atua na manutenção da rede no estado do Rio de Janeiro e que absorveu parte das atividades realizadas por prestadores de serviços no passado. Nas emissões indiretas (Escopo 3), também o crescimento da rede, além dos esforços para melhorar a qualidade do atendimento ao cliente, resultaram no acréscimo do consumo de combustíveis devido ao aumento da frota das prestadoras de serviço de rede.

#### [GRI EN16 E EN17] EMISSÕES TOTAIS (tCO<sub>2</sub>e)



#### EMISSÕES FORA DO BRASIL 2012 (tCO<sub>2</sub>e)

País	Escopo 1	Escopo 2	Escopo 3
EUA	24,45	3.862,60	1.412,55
Venezuela	30,57	145,55	222,04
Colômbia	0	6,31	196,69
Bermudas	3,23	3.980,47	30,78
<b>Total</b>	<b>58,25</b>	<b>7.994,93</b>	<b>1.862,07</b>

O inventário da Oi referente às emissões de 2012 obteve o certificado de verificação externa, emitido pela *Way Carbon*.

Para conhecer o perfil de todas as emissões da Companhia, acesse o inventário completo [aqui](#).

#### [GRI EN18] TABELA DO ESCOPO 3 – POR CATEGORIA

Categoria - Escopo 3	tCO <sub>2</sub> e (2012)
Bens e Serviços comprados	124.297,04
Transporte e distribuição (upstream)	10.643,32
Viagens a negócios	8.656,09
Deslocamento de funcionários (casa-trabalho)	9.202,55
<b>Total</b>	<b>152.798,99</b>

#### [GRI EN19] TABELA DE GASES REFRIGERANTES - SDO (SUBSTÂNCIAS DESTRUIDORAS DA CAMADA DE OZÔNIO)

Gás	Toneladas	Equivalente CFC 11
HCFC 22	53,32	2,93
HCFC 141	4,09	0,45

### [GRI EN26] REDUÇÃO DAS EMISSÕES

O esforço da Companhia para reduzir as emissões de GEE relacionadas à operação envolve diversas frentes de ação. As principais estão detalhadas a seguir.

**Uso racional da energia** – A Oi realiza estudos para aferir o real consumo de cada unidade e adaptar os contratos sem que haja desperdício de dinheiro e energia. A Companhia implantou projetos de eficiência energética para reduzir o consumo de energia de lâmpadas e condicionadores de ar.

**[GRI EN3 e EN4]** A maior parte da energia elétrica consumida pela Oi é proveniente de concessionárias. Em 2012, o consumo alcançou 5.811.775 GJ (1.614.382 MWh). No mesmo ano, migrou 11 de suas unidades do mercado cativo para o mercado livre de energia. No mercado livre, a Oi entrou na categoria de clientes especiais, na qual a energia consumida é proveniente das PCHs (Pequenas Centrais Hidrelétricas), fontes incentivadas pelo governo, renováveis e de baixo impacto ambiental, pois não empregam reservatórios. A Oi consumiu também 128,538 GJ (35.705 MWh) de biocombustíveis de uma geradora do mercado livre.

**[GRI EN5]** O Projeto de Eficiência Energética, que trata da substituição de lâmpadas e sistemas de ar condicionado em 32 unidades da Oi, possibilitou uma redução de 56.746 GJ (15.763 MWh) em 2012.

**[GRI EN7] TI Verde** – A infraestrutura necessária para suportar as atividades relacionadas à tecnologia de informação é, por sua natureza, grande consumidora de energia. Portanto, uma das principais contribuições de TI para iniciativas de sustentabilidade é a otimização do consumo de energia. Dentre essas iniciativas, destacam-se:

- inclusão de requisito de eficiência energética em todos os processos de aquisição de equipamentos de TI;
- execução de projeto de atualização tecnológica e consolidação de 49 servidores Risc para 6, com redução de mais de 75% no consumo de energia;

- contratação de projeto de atualização tecnológica de 35 equipamentos de armazenamento, totalizando aproximadamente 1 PB. Essa atualização permitiu uma taxa de consolidação de 5:1 e uma economia de energia de mais de 80%;
- expansão da utilização de virtualização de servidores, com incremento de mais de 30% no número de servidores virtuais. A utilização de servidores virtuais permite otimização da utilização da infraestrutura, redução de servidores físicos e, conseqüentemente, redução do consumo de energia;
- expansão da iniciativa de reciclagem de cabeamento estruturado utilizado nos projetos da Oi, com a certificação do programa Green IT da Furukawa. Somente no projeto Rio+20 foram reciclados 7.743 kg de cabeamento;
- atualização tecnológica de mais de 7 mil monitores de *desktops*, representando uma economia de energia de mais de 70%;
- utilização de programações de desligamento automático de recursos, a fim de racionalizar o consumo de energia em todo o parque de microcomputadores.
- Nos próximos anos, a área de TI estará envolvida com diversos projetos estruturantes, que visam reduzir o número de sistemas utilizados e promover uma atualização tecnológica de sistemas e infraestrutura de TI. Um dos trabalhos será reduzir o consumo relativo de energia dos *data centers*, garantindo que o crescimento da capacidade instalada seja suportado pela menor quantidade de energia possível.

**[GRI EN26] Redução do consumo de combustíveis** – Para diminuir impactos ambientais e custos decorrentes de viagens aéreas, a Oi investe desde 2011 na ampliação do uso de videoconferências para reuniões. Foram criadas 13 novas salas de telepresença nas diretorias das filiais, o que também contribuiu para reforçar a integração entre as equipes de diversos estados. A relação média entre as reuniões presenciais e as reuniões realizadas a distância caiu em 2012 em relação aos anos anteriores. Em 2010, eram 4,56 viagens para cada videoconferência realizada. A relação caiu para 3,85 em 2011; e voltou a ser reduzida em 2012, alcançando 3,55.

**[GRI EN29 e EN26]** Com foco na gestão eficiente dos transportes, são realizados estudos para aumentar a eficiência operacional dos equipamentos externos (diminuindo a necessidade de visitas técnicas e a consequente emissão de CO<sub>2</sub>). Em 2012, os principais fornecedores de serviço de transporte se reuniram com a área de Logística, como parte da preparação para estabelecer indicadores de monitoramento de suas frotas.

Com o Projeto de Renovação de Frota, a Companhia busca de reduzir o consumo de combustível e, assim, emitir menos gases poluentes. Em 2012, a Oi substituiu seus carros com cinco ou mais anos de uso por veículos zero km, após realizar estudos no mercado para identificar especificações sobre economia e adequação ao trabalho. A substituição também reduziu a necessidade de manutenção, o que refletiu em menos volume de peças e componentes descartados a cada ida à oficina.

A Oi também realizou um estudo de redimensionamento da frota em 2012, que analisou diversos fatores, incluindo indicadores de produtividade, consumo de combustível e indicadores de cobertura espacial e de qualidade. Após a conclusão do projeto, foi possível reduzir a frota em 155 veículos. Apesar disso, atendendo a questões de estratégia, foram adquiridos mais 97 veículos para as áreas de Preposição, Canal de Vendas e Novos Negócios, encerrando 2012 com 1.012 veículos no total.

Mesmo com o aumento, os resultados obtidos com a renovação e o redimensionamento de frota possibilitaram uma redução de 5,63% no consumo de combustível, ou 106.842,30 litros. Isso significa que cada veículo deixou de consumir 105,57 litros de combustível em 2012, comparado a 2011.

Esses e outros projetos contribuem para que a Oi consiga o objetivo de reduzir o consumo de energia e, conseqüentemente, a emissão de gases de efeito estufa.

#### CONSUMO DE COMBUSTÍVEL

Tipo	2012
Diesel (l)	153.896,96
Etanol (l)	93.149,71
Gás Natural Veicular (m <sup>3</sup> )	1.155,58
Gasolina (l)	1.543.289,83

# IMPACTOS AMBIENTAIS E AÇÕES MITIGATÓRIAS

**[GRI DMA EN]** A atividade de telecomunicação não é considerada efetiva ou potencialmente poluidora, de acordo com a Resolução nº 237/1997, do Conama (Conselho Nacional do Meio Ambiente), que regulamenta as licenças ambientais. No entanto, a Oi está ciente dos impactos ambientais potenciais de suas atividades administrativas e das operações de instalação e manutenção de sua planta e busca minimizá-los com uma gestão efetiva.

Os principais temas monitorados são a geração de resíduos sólidos, a poluição do ar gerada por veículos automotores e geradores, a emissão de ruídos e a poluição visual das ERB (estações de rádio base) e antenas. A Oi trabalha para identificar esses riscos e seus impactos e acompanha a evolução das políticas públicas e leis que regulamentam a gestão ambiental corporativa.

A Companhia respeita as iniciativas normativas do órgão regulador do serviço de telefonia e de órgãos governamentais, visando incorporar os princípios e critérios de gestão ambiental na realização de suas atividades. A implantação de *sites* e novas instalações da Oi e o processo de licenciamento seguem as orientações dos órgãos competentes.

**[GRI S01]** Sempre que necessário, são realizados esclarecimentos à comunidade de entorno e desenvolvidos planos de comunicação social das operações. O processo consiste em divulgar

em jornais de grande circulação a informação do licenciamento para instalação de equipamentos, visando a melhorias no sistema de telecomunicações e de dados. Também são distribuídas cartilhas informativas sobre o que é o equipamento e sua relação com a saúde humana.

Por determinação do poder público, em alguns casos também são realizadas audiências públicas informativas, para as quais são convidadas as pessoas dos domicílios localizados em um raio de 500 metros do *site*. No caso específico de instalações em topo de prédio, é convocada uma reunião extraordinária de condomínio para apresentação do projeto e esclarecimentos gerais. Outra medida adotada é a distribuição de cartilhas em todas as localidades onde se detecta qualquer tipo de reação adversa por parte da população. Geralmente, tais cartilhas são entregues nas associações de bairros ou nas igrejas.

Quando o cedente de um *site* solicita a retirada de equipamentos, a Companhia promove os ajustes necessários para garantir a cobertura da área e a manutenção dos serviços. A decisão formal da saída da região também envolve o acordo prévio de recomposição da cobertura do solo, demolição de bases de concreto, retirada de cercas e portões, desativação de energia e retirada de medidor. Em alguns casos, é mantido algum elemento, como o medidor de energia da concessionária e o cercamento, sempre em comum acordo com o proprietário.

**[GRI EN30]** Em 2012, a Oi empregou mais de R\$ 6 milhões em proteção ambiental. Cerca de 75% desses gastos se concentram em licenciamento ambiental.

## INVESTIMENTOS E GASTOS COM PROTEÇÃO AMBIENTAL

Tipo	Total (R\$)
Licenciamento ambiental	4.855.000,00
Emissão de laudos radiométricos para monitorar a qualidade de emissão de sinais	988.500,00
Custos de transporte e armazenagem de resíduos sólidos	572.632,72
Consultoria Ambiental	69.570,45
<b>Total</b>	<b>6.446.123,17</b>

## [GRI EN22] GESTÃO DE RESÍDUOS

As iniciativas de redução de impacto ambiental das operações da Oi incluem o gerenciamento de material descartado. As baterias estacionárias são recompradas, em uma ação de logística reversa, e materiais de montagem e manutenção são encaminhados para reciclagem.

A Companhia exige que esses fornecedores estejam em conformidade com as normas ambientais vigentes e que realizem o monitoramento e a adoção de medidas corretivas ambientais necessárias. A partir de 2013, a Oi planeja monitorar todas as etapas do processo de reciclagem e descarte feito pelos prestadores de serviços de sua rede.

Em 2012, a Oi gerou mais de 6,7 mil toneladas e 312 mil itens de resíduos.

### RECICLAGEM DE RESÍDUOS (t)

Lista telefônica	126,03
Resíduos diversos – coleta seletiva	131,15
Venda de sucatas	4.234,48
Baterias estacionárias <sup>12</sup>	2.204,39

**Total (toneladas) 6.696,05**

### Reciclagem de resíduos (itens)

Aparelhos, baterias, seus acessórios e pilhas	43.782
Lâmpadas	14.981
Resíduos diversos vendidos para leilão	254.000

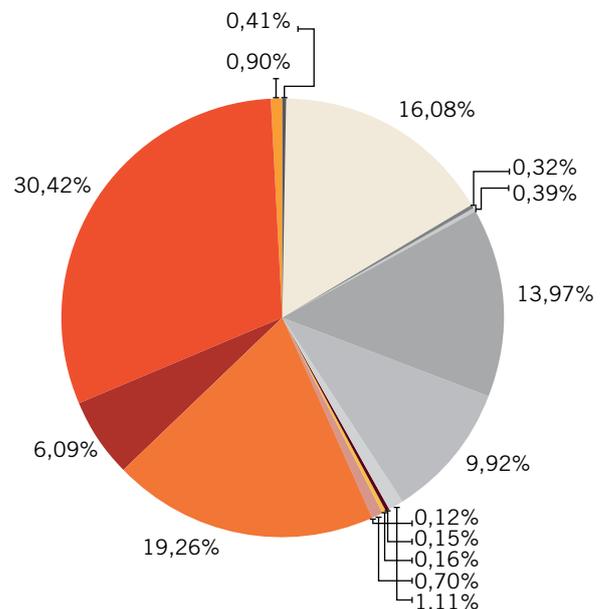
**Total (itens) 312.763**

Nota: Em função do sistema utilizado para gestão dos resíduos, não foi possível segmentar todos os itens entre perigosos e não perigosos.

<sup>12</sup> Resíduos considerados perigosos.

Em 2012, foram vendidas 4.234,48 toneladas de sucata para reciclagem, formadas por materiais de cobre, alumínio e ferro, cabos de fibra ótica, baterias, cabos telefônicos, sucatas de informática, fibra de vidro, partes de peças de telefones públicos vandalizados e sucatas de mobiliário, entre outros. Com a reciclagem desses materiais, é possível produzir vassouras de limpeza pública, sacos de lixo, polietileno e PVC reciclado.

## GESTÃO DE RESÍDUOS - VENDA POR TIPO DE MATERIAL



- Sucata de alumínio
- Sucata - cabo coaxial
- Sucata - cabo de cobre
- Sucata - cabo de fibra óptica
- Sucata - cabo revestido de chumbo
- Sucata de chumbo
- Sucata de cobre
- Sucata - componentes eletrônicos
- Sucata - cordoalha
- Sucata de cabo telefônico
- Sucata de fios diversos
- Sucata de ferro
- Sucata mista
- Sucata - placas eletrônicas
- Sucata de plástico

[GRI EN24] Com o intuito de garantir a destinação correta dos resíduos gerados por suas atividades, a Companhia promove a recompra das baterias estacionárias (utilizadas nas antenas) inservíveis, por fornecedor específico, certificado pelos órgãos nacionais competentes, que oferece tratamento adequado no manuseio, estocagem, coleta, transporte e reciclagem das baterias adquiridas. Também exige que o fornecedor esteja em conformidade com as normas ambientais vigentes, além de realizar o monitoramento e a adoção de medidas corretivas ambientais que se fizerem necessárias. Em 2012, 2.204,39 toneladas dessas baterias foram destinadas a recompra e a mesma quantidade de resíduo considerado perigoso foi transportado pela Oi até os almoxarifados dos estados, nos quais a recompra seria realizada.

A Oi oferece urnas coletoras em suas lojas para o recolhimento de aparelhos celulares, baterias e acessórios. Para estimular os consumidores a descartarem seu lixo eletrônico adequadamente,

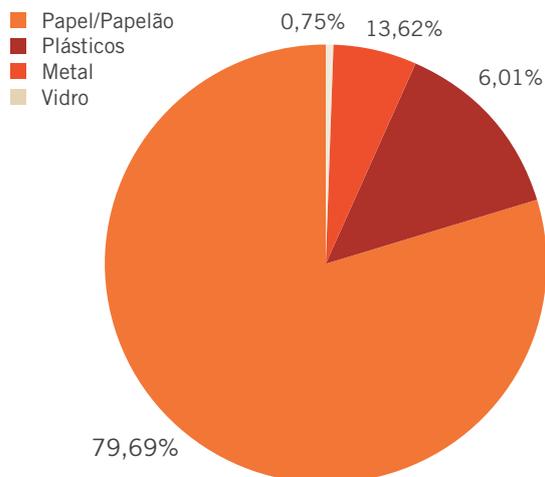
a Companhia realizou campanhas de comunicação por meio de anúncios em jornais, revistas, internet e *spots* em rádio. Além disso, mantém uma página em seu *website* com a relação dos pontos de coleta em todo o País. A Oi estende a iniciativa a seus colaboradores, disponibilizando urnas coletoras em cerca de 40 prédios administrativos e promovendo comunicações internas regulares sobre a importância de descartar corretamente os aparelhos celulares, acessórios, baterias e pilhas. Considerando prédios administrativos e lojas, foram destinados à reciclagem 43.782 mil itens em 2012.

Em relação a materiais como lâmpadas fluorescentes, vapor de mercúrio, luz mista, vapor de sódio e demais lâmpadas queimadas, a Oi se preocupa em realizar seu gerenciamento ambientalmente correto. Em 2012, foram aproximadamente 14,981 mil lâmpadas encaminhadas para empresa especializada no tratamento.

A Oi também realiza a venda (por meio de leilão) de outros resíduos, como mobiliário, material de informática, equipamentos de telefonia, aparelhos celulares fora de linha ou com defeitos, geradores e empilhadeiras. Em 2012, foram leiloados aproximadamente 254 mil itens.

Além de todas essas ações, é realizada internamente a coleta seletiva nos prédios administrativos, resultando no recolhimento de 131,15 toneladas, em 2012, de materiais recicláveis, entre papel/papelão, plástico, metal e vidro.

#### COLETA SELETIVA - POR TIPO DE MATERIAL



#### GESTÃO COMPLETA

Com a parceria estratégica firmada com a empresa Descarte Certo – do Grupo Ambipar – em 2012, a Oi tornou-se a primeira operadora de telefonia a apresentar uma estratégia para a administração completa da cadeia de resíduos sólidos, com foco em coleta, manejo de resíduos e reciclagem de produtos eletroeletrônicos. Cinco fábricas de reciclagem serão construídas, cabendo à Descarte Certo a prestação de serviços de coleta, manufatura reversa e destinação final de resíduos produzidos pela Companhia e por fornecedores, clientes e colaboradores, além da gestão de todo o processo. As fábricas vão gerar cerca de 5 mil empregos diretos e indiretos, com uma capacidade de processamento de 1.200 toneladas de resíduos por mês – praticamente dobrando a atual capacidade instalada de processamento de lixo eletroeletrônico.

## TRABALHO EM PARCERIA

Por meio de uma parceria com a Asta, rede de comércio justo que reúne cooperativas de costureiras e artesãos em todo o País, a Oi garante o reaproveitamento dos materiais utilizados em suas campanhas publicitárias. Camisetas, *banners*, faixas e vinis se transformam em *ecobags*, porta-lápis, capas para *tablets* e chaveiros, e voltam a ser utilizados em ações promocionais.

As listas telefônicas fora da vigência são repassadas à ONG Doe Seu Lixo. Em 2012, foram doadas 126,03 toneladas de listas com informações desatualizadas, além de outros documentos, como romaneios e comprovantes de entrega.

### [GRI EN1] CONSUMO DE MATERIAIS

#### Materiais Utilizados das Operações

Cabos metálicos (metros)	10.306.948
Cabos óticos (metros)	7.662.949
Fio (metros)	215.593.010
Terminais (unidades)	1.458.086
Conjunto emenda (unidades)	251.050
Outros (unidades)	56.155.697

#### Materiais para embalagens (unidades)

Sacolas	106.840
Flyers <sup>13</sup>	2.816.551
Envelope de papel	455.155
Caixas de papelão	588.400

#### Materiais gerais (unidades)

Envelope vai e vem	40.000
<i>Chips</i> para telefonia móvel	31.931.423
Cartões de recarga para telefonia móvel pré-paga	1.962.690
Cartões para TUP (telefone de utilidade pública)	40.726.177

<sup>13</sup> Envelopes dos Correios utilizados nos envios de alguns produtos, como chip, aparelhos, modem e pequenos equipamentos.

A Oi não fabrica produtos. O monitoramento dos materiais consumidos na operação se refere aos itens utilizados para a prestação dos seus serviços, como *chips*, cartões de recarga para celulares, cartões para TUP (telefone de utilidade pública), embalagens e itens utilizados nas operações.

[GRI EN2] Na gestão do consumo de materiais, a Oi adota medidas para evitar o consumo de novas matérias-primas. Todos os envelopes vai e vem, utilizados para correspondência interna, e sacolas utilizadas em todas as lojas da Oi são provenientes de reciclagem. Os envelopes vai e vem têm um *layout* diferenciado, com espaços para diversos remetentes e destinatários. Isso possibilita a utilização de um único envelope por 12 vezes antes do descarte, bem como a redução dos custos com impressão e quantidade de papel utilizado. Além de recicladas, as sacolas utilizadas nas lojas da Oi possuem impressão à base de água.

### OBRIGAÇÕES LEGAIS

[GRI DMA PR e GRI PR1] A Política de Sustentabilidade da Oi orienta o processo contínuo de melhorias e medidas preventivas em relação às ERBs, garantindo o alinhamento à legislação e à Política Nacional de Meio Ambiente e a minimização das interferências no meio ambiente.

A Lei 11.934, de 2009, estabelece os limites à exposição humana a campos elétricos, magnéticos e eletromagnéticos, baseada nos critérios da ICNIRP (Comissão Internacional de Proteção contra Radiação Não Ionizante), recomendados pela OMS (Organização Mundial de Saúde). É preciso ressaltar que não há uma definição unânime da comunidade científica internacional a respeito dos potenciais riscos da exposição ao eletromagnetismo. Todas as ERB da Oi estão adequadas à lei e, em comparação com as estações de rádio e TV, emitem níveis consideravelmente menores de radiação.

**[GRI 4.11]** As ERB da Oi têm raios de cobertura que variam de dezenas de metros até cerca de 5 quilômetros. As emissões eletromagnéticas e os níveis de ruído das estações são medidos continuamente para assegurar o respeito aos limites legais, que podem ser aferidos por fiscalização da Anatel. A Companhia também apresenta relatórios periódicos à Anatel sobre a intensidade dos campos de radiação não ionizante das ERB. Medidas para reduzir o nível de ruído das estações também são tomadas.

A operação está em conformidade com os parâmetros técnicos considerados seguros internacionalmente, definidos pela legislação federal e adotados pela Anatel. Em razão de conflitos de competência urbanística e ambiental entre as diversas instâncias governamentais, está sendo discutida, inclusive judicialmente, a possibilidade de estados e municípios estipularem regras de proteção adicionais ao parâmetro federal, com o objetivo de aplicar o princípio da precaução. O conceito, concebido durante a Eco 92, prevê a garantia contra os riscos potenciais que, de acordo com o estado atual do conhecimento, não podem ser ainda identificados. Para a Oi, o princípio já está amplamente contemplado nos critérios técnicos vigentes.

Por conta de um cenário normativo confuso e, muitas vezes, contraditório, a Companhia se vê obrigada a zelar por seu direito à prestação do serviço, seja por meio do ajuizamento de medidas judiciais acautelatórias, seja pelo exercício de seu direito de defesa em ações judiciais, nas quais figura como ré. Aguarda-se, porém, a edição de nova legislação federal que poderá melhorar esse cenário.

No final do ano, estava em discussão no Congresso Nacional um projeto de lei para regular a instalação de antenas em todo o País, com vigência prevista para 2013. Depois de definida a nova lei, a Oi avaliará seu impacto nas ações judiciais em tramitação, com vistas a buscar a extinção de algumas medidas em curso e a minimização do impacto das multas atribuídas em outras, por meio de acordos ou de cumprimento de obrigações possíveis.

**[GRI EN28 e PR2]** À falta de uma definição legal clara e definitiva, a Companhia opta por não tornar públicos neste relatório os valores referentes aos autos de infração que tramitavam em 2012, por considerar que a informação é estratégica. Divulgá-la em meio às mudanças da legislação seria um ato leviano e contrário à gestão responsável que caracteriza a Oi.

#### **[GRI EN13 e HR9] RECUPERAÇÃO DE ÁREAS**

Sistemas de geotecnologia permitem identificar a existência de ERB em unidades de conservação ambiental, para garantir a aderência à legislação ambiental específica de cada área de conservação. Em 2012, houve um caso específico que exigiu a realização de um Prad (Programa de Recuperação de Áreas Degradadas) no entorno da rodovia BR-147. A implantação do *backbone* (cabeamento ótico e implantação de rede ótica subterrânea) em trechos urbanos e interurbanos entre Manaus (AM) e Boa Vista (RR) estava prevista no pedido de licença de implantação e foi autorizada pelo Ibama.

Como a obra passaria pelas terras ocupadas por índios da etnia Waimiri Atroari, foi estabelecido o diálogo com as lideranças das reservas, supervisionado pela Funai. A Oi negociou antecipadamente a entrada nas terras indígenas e estabeleceu um acordo aprovado com todas as lideranças, comprometendo-se a realizar uma série de contrapartidas para a comunidade local. As contrapartidas incluíam o fornecimento de solução de telecomunicações de voz e internet via fibra ótica e satélite, além do fornecimento de sistemas de monitoramento e controle.

Todos os colaboradores envolvidos no projeto participaram de uma palestra ministrada pelos Waimiri Atroari para esclarecimentos de normas e procedimentos; além disso, todos passaram por um processo de triagem de saúde, conforme acordado. Numa segunda rodada de negociações com a Associação da Comunidade Waimiri Atroari (ACWA), foi firmado um Termo de Renegociação, que incluiu novas solicitações, atendidas pela Oi dentro das possibilidades técnicas. Sem qualquer atrito ou violação de direitos, as entregas previstas estão

em andamento. A Oi vem continuamente estabelecendo contato com a Funai para prestar esclarecimentos sobre o projeto.

Em parceria com uma consultoria, foi feito um mapeamento da vegetação em toda a extensão da intervenção. As análises fitossociológicas traçaram um panorama geral da área de intervenção e seu entorno, possibilitando a identificação de áreas com relevante importância ecológica.

O trabalho de recuperação foi realizado nos domínios da rodovia, na qual a caracterização dessas áreas é bem diversificada. O Projeto Backbone ocupou faixa de domínio da rodovia e uma área sob a rede de eletrificação. Constatou-se que se tratava de uma vegetação composta por gramíneas e com características de degradação, em função dos impactos sofridos pela rodovia. O programa de recuperação foi concluído e a licença de operação do trecho já foi emitida pelo Ibama.

#### [GRI EN8] ÁGUA

Em 2012, 95% do total consumido de água nos prédios administrativos foi proveniente de abastecimento municipal. Os outros 5% vieram por captação de água subterrânea, nas filiais do Rio Grande do Norte, de Sergipe, do Mato Grosso do Sul e de Rondônia.

#### CONSUMO DE ÁGUA

Fonte	Total (m3)
Água subterrânea	80.960
Abastecimento municipal ou outras empresas de abastecimento	1.562.026
<b>Total</b>	<b>1.642.986</b>

Com o objetivo de reduzir o consumo de água, a Oi promove ações como a instalação do sistema de telemetria, que faz o monitoramento mensal dos hidrômetros de 22 prédios, possibilitando detectar o consumo e possíveis problemas no abastecimento. A Companhia também instalou arejadores e redutores de consumo em torneiras e descargas, além de otimizar a orientação das equipes de limpeza na lavagem dos pátios.

Foi implantado, em 2012, um projeto de reaproveitamento de águas de chuva para abastecer as torres de arrefecimento de um prédio administrativo no Rio de Janeiro. Ainda não foi possível mensurar o volume de água reutilizada, por conta de algumas ações que precisam ser implementadas. Em 2013, será testado um projeto de autofiltração das águas usadas nas torres de arrefecimento de um prédio administrativo no Rio de Janeiro.

## CONTEXTO DE MERCADO

O cenário de 2012 foi marcado por maior volatilidade do que o ano anterior, fruto da expectativa em relação a uma eventual ruptura da zona do euro, à retomada da atividade econômica norte-americana e ao crescimento econômico chinês, importante motor da economia mundial. Recessão e desemprego na Europa, lenta recuperação econômica, eleições presidenciais e a expectativa de um abismo fiscal nos Estados Unidos, além de problemas climáticos impactando preços de *commodities* mundiais, marcaram o ano de 2012.

No Brasil, a redução da taxa Selic pelo Banco Central em 3,75 pontos percentuais em 2012, de 11% para 7,25% ao ano, bem como intervenções pontuais realizadas na economia, tendo o governo renovado sucessivamente uma série de benefícios a alguns setores da economia, não foram suficientes para dar suporte à retomada da atividade econômica do País. Os indicadores de atividade econômica e de PIB (produto interno bruto) mostraram-se continuamente abaixo das expectativas do mercado. O cenário externo de fraco crescimento econômico, de fato, representou um fator restritivo para a demanda agregada do País.

Ainda que o cenário seja de baixo crescimento econômico, com o mercado de trabalho aquecido, o desemprego a níveis historicamente baixos e a renda real da população em elevação, a inflação foi mantida em um patamar desconfortável para o governo. Apesar do IPCA ter apresentado redução em 2012 (5,84%) em relação a 2011 (6,5%), há que se lembrar de que esse número: (i) incorpora uma nova metodologia de cálculo (favorável); (ii) permanece acima da meta de inflação do Banco Central; e (iii) está acima da previsão inicial do mercado, que apontava para

5,27%, de acordo com a pesquisa Focus, do Banco Central, divulgada em 16 de março de 2012.

Quanto ao cenário prospectivo, o boletim Focus aponta para um cenário de retomada da atividade econômica brasileira, projetando crescimento do PIB de 3,2% em 2013 e de 3,6% em 2014. Contribuiu para isso a manutenção em 2013 da taxa Selic nos níveis atuais, de 7,25%. Segundo o boletim, o IPCA não irá convergir para o centro da meta, encerrando 2013 a 5,53% e 2014 a 5,5%, o que deverá contribuir para a necessidade de elevação da taxa Selic, em 2014, para 8,25%. No cenário cambial, o consenso de mercado prevê dólar a R\$ 2,07 em 2013 e R\$ 2,05 em 2014, diante de um fechamento de R\$ 2,0435 em 2012.

### O SETOR DE TELECOMUNICAÇÕES

No ano de 2012, o total de acesso dos serviços de telecomunicação no Brasil somou cerca de 339,1 milhões, representado por 43,7 milhões de linhas fixas em serviço, 262 milhões de usuários móveis, 19,2 milhões de acessos de internet em banda larga fixa e 16 milhões de usuários de TV por assinatura. A evolução de 10,2%, que corresponde a 31,6 milhões de acessos em relação a 2011, foi motivada principalmente pelas expressivas adições líquidas do segmento de mobilidade pessoal.

### TELEFONIA FIXA

O mercado brasileiro de telefonia fixa atingiu, em 2012<sup>14</sup>, 43,7 milhões de linhas em serviço, evolução de 2,7% sobre o ano anterior. O segmento se encontra maduro, com crescimentos apenas marginais, uma vez que existe uma tendência mundial de migração de tráfego da telefonia fixa para a telefonia móvel.

As concessionárias de telefonia fixa representavam 70% do total dos acessos fixos em serviço em 2012<sup>14</sup>.

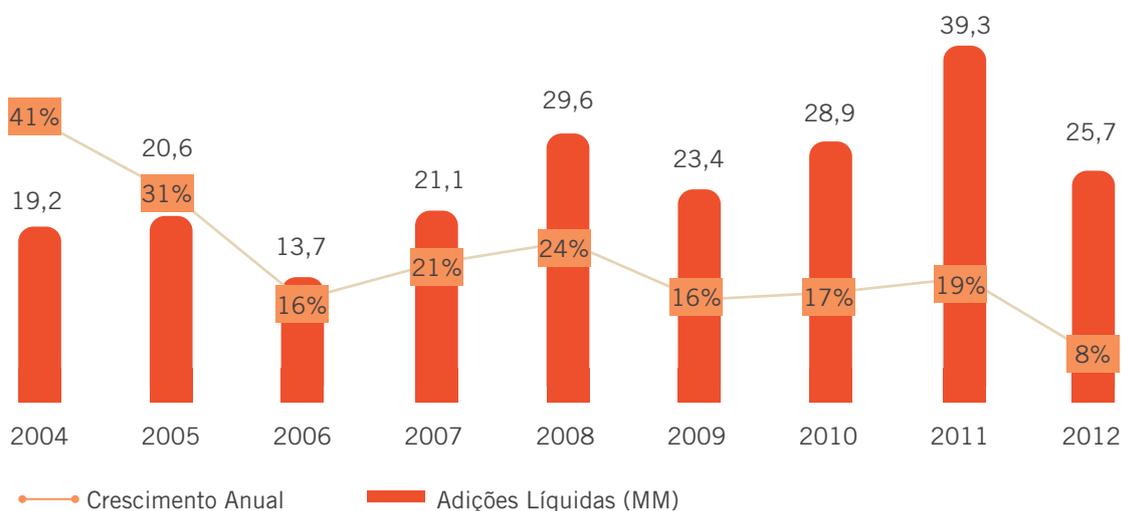
<sup>14</sup>Informação mais recente divulgada pela Anatel, relativa a setembro de 2012.

## TELEFONIA MÓVEL

Com 262 milhões de usuários em dezembro de 2012 e taxa de penetração de 132,7% sobre a população, o mercado de telefonia móvel brasileiro apresentou crescimento expressivo por mais um ano. As adições líquidas, em 2012, somaram 25,690 milhões de usuários, refletindo crescimento de 8,1% em relação ao ano anterior. O pré-pago representou 80,5% do total de usuários móveis em dezembro de 2012 (81,7% em 2011), enquanto no pós-pago os usuários representaram 19,5% do total da base móvel.

Cabe destacar a expressiva evolução dos acessos de banda larga móvel em 2012. Com mais de 1,2 milhão de novas adições de dezembro de 2011 a dezembro de 2012, os acessos de terceira geração (3G) somaram 6,7 milhões ao fim do ano. O significativo crescimento de 21,5% na base de acessos 3G evidencia o potencial desse mercado.

## CRESCIMENTO ANUAL DO MERCADO DE TELEFONIA MÓVEL



## BANDA LARGA FIXA

O mercado de acesso à internet por meio da banda larga fixa manteve-se como uma das alavancas de crescimento do setor em 2012. Ao fim de 2012<sup>15</sup>, a base de usuários atingiu cerca de 19,2 milhões de acessos, revelando crescimento de 16,7% em relação a 2011, o que representou 2,75 milhões de novos usuários. A penetração dos serviços de banda larga no País, considerando-se as tecnologias de acesso por cabo, ADSL e rádio, situava-se em 31,3% dos domicílios brasileiros, demonstrando que ainda existe grande potencial de expansão nesse mercado.

## TV POR ASSINATURA

Em dezembro de 2012, a base de usuários dos serviços de TV por assinatura mostrou uma evolução de 3,4 milhões, um crescimento de 27,03% no ano de 2012 (30,5% em 2011). Ao fim de 2012, os acessos de TV por assinatura totalizaram 16,2 milhões de assinantes.

Tal evolução, por mais um ano, foi impulsionada pelo crescimento dos pacotes voltados para as camadas de menor poder aquisitivo da população brasileira, na qual ainda existe forte demanda reprimida no País.

<sup>15</sup>Informação mais recente divulgada pela Anatel, relativa a novembro de 2012.

A taxa de penetração relativamente ao total de habitantes atingiu 27% (21,2 % em 2011), o que comprova o potencial de crescimento desse mercado.

Os acessos por meio da tecnologia DTH (Direct to Home) foram responsáveis por 61,7% dos novos usuários, seguido pela tecnologia a cabo, com 38,3%. Cabe ressaltar que as novas entrantes do mercado, dentre as quais a Oi, utilizam a tecnologia DTH.

### CENÁRIO REGULATÓRIO

A assinatura dos novos contratos de concessão ocorreu somente em 30 de junho de 2011, em virtude das discussões relativas à proposta de novo PGMU (Plano

Geral de Metas de Universalização), 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.

Ao completar dois anos, em outubro de 2010, previa-se a conclusão das ações de curto prazo previstas no PGR (Plano Geral de Atualização da Regulamentação), incluindo novos regulamentos sobre temas de grande importância para o setor. Nem todas essas ações foram finalizadas.

### STATUS DOS PRINCIPAIS TEMAS DA AGENDA

Regulamentos	Descrição
LTOG – Lista telefônica obrigatória e gratuita	Dispõe sobre regras para a distribuição da lista telefônica e oferta de serviço de auxílio à lista. Consulta pública (11/2010) já foi concluída, mas o regulamento ainda não foi publicado.
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). Consulta pública 13/2010 foi concluída e o regulamento, editado em dezembro de 2010. A numeração no CN 11 já passou para nove dígitos. Até dezembro de 2013 passarão a conter o nono dígito os demais CNs do estado de São Paulo (CNs 12 a 19). Em janeiro de 2014, entram os CNs iniciados pelo número 2, que abrangem os estados do Rio de Janeiro e do Espírito Santo. Até dezembro de 2014, o nono dígito será incluído na Região Norte, exceto Acre. Minas Gerais e Nordeste terão o nono dígito até 31 de dezembro de 2015. Por último, até 31 de dezembro de 2016, serão as regiões Sul e Centro-Oeste e o Acre.
Fiscalização e sanções administrativas (CP 21 e 22/2010)	Consultas públicas finalizadas e regulamentos publicados (Sanções – Resolução 589/2012 e Fiscalização – Resolução 596/2012). Os regulamentos permitiram a redução de multas e a possibilidade de acordos substitutivos (TAC – Termo de Ajuste de Conduta) e previram a elaboração de nova metodologia de multas.
Áreas locais (CP 23/2010)	Novo regulamento, publicado em janeiro de 2011 por meio da Resolução 560/2011, amplia a abrangência geográfica das áreas locais, provocando alteração do volume de chamadas de longa distância e na remuneração de redes associadas a essas chamadas.
Eild – Exploração industrial de linha dedicada	Novo regulamento foi submetido à CP 50/2010 no final de 2010 e aprovado, conforme Resolução 590/2012. O novo regulamento manteve a possibilidade de cobrança de Eild especial, mas reduziu os valores da tabela de referência da Anatel, em média, 17%, e incluiu a possibilidade de desconto por prazo e volume. Vale destacar ainda que há novas obrigações para a oferta de Eild em decorrência da aprovação do PGMC (Plano Geral de Metas de Competição – Resolução 600/12).
Revisão do regulamento do Aice – Acesso Individual Classe Especial	CP 11/2011 lançada em 1o de março de 2011, com regulamento publicado conforme a Resolução 586/2012, definindo as regras básicas, os requisitos de demanda e as características para oferta, tarifação, qualidade e forma de pagamento do Aice (do Serviço Telefônico Fixo Comutado - STFC), destinado ao uso do público em geral, prestado em regime público. Os beneficiados pelo Aice são os assinantes de baixa renda constantes no Cadastro Único para Programas Sociais do Governo Federal, que inclui as famílias com renda de até três salários-mínimos.

## STATUS DOS PRINCIPAIS TEMAS DA AGENDA

Regulamentos	Descrição
RGQ-STFC – Regulamento Geral de Qualidade das Prestadoras do Serviço Telefônico Fixo Comutado	Em substituição ao Plano Geral de Metas de Qualidade para o Serviço Telefônico Fixo Comutado, aprovado pela Resolução 341, de 20 de junho de 2003, e ao Regulamento de Indicadores de Qualidade do Serviço Telefônico Fixo Comutado, aprovado pela Resolução 417, de 17 de outubro de 2005, a CP 16/2011 foi lançada em 31 de março de 2011, mas o regulamento ainda não foi publicado. Propõe alterações relevantes nas condições de medições sobre a qualidade da prestação do STFC.
Critérios de reajuste das tarifas das chamadas do STFC, envolvendo acessos do SMP	CP 37/2011 lançada em 11 de outubro de 2011, com regulamento editado em 4 de novembro de 2011, estabelece os critérios de reajuste das tarifas das chamadas dos Planos Básicos das Concessionárias do STFC, envolvendo acessos do SMP, nas modalidades local e de longa distância nacional, em cumprimento ao art. 108 da LGT e à cláusula 12.3 dos contratos de concessão.
Norma da metodologia para cálculo do fator de transferência X, aplicado nos reajustes de tarifas do STFC	CP 39/2011 foi lançada em 18 de julho de 2011, mas o regulamento ainda não foi publicado, cujo objetivo é estabelecer os critérios e a metodologia de cálculo do fator de transferência X, previsto nas regras contratuais de reajuste de tarifas nas modalidades do STFC, conforme §2º da cláusula 12.1 dos contratos de concessão do STFC, vigentes a partir de 2 de maio de 2011, em cumprimento ao art. 7º, inciso II, do Decreto no 4.733, de 10 de junho de 2003.
Bens reversíveis	CP 52/2010 foi lançada no final de 2010, mas o regulamento ainda não foi publicado, que disciplina a concessão de anuência prévia para substituição, oneração e alienação de bens reversíveis. Também prevê condições mais rígidas para o controle dos bens da Concessionária.
<b>Outros Temas</b>	
MVNO – Mobile Virtual Network Operator	Aprovada em novembro de 2010, a Resolução 550 permite a prestação do SMP por operadoras virtuais (MVNO). Ainda não existem prestadoras de MVNO em parceria com a Oi. A Porto Seguro é a única operadora virtual, em parceria com a TIM.
Regulamento do SCM	CP 45/2011 foi lançada em 8 de agosto de 2011, mas o regulamento ainda não foi publicado. Dispõe sobre dotar a regulamentação do SCM de dispositivos que atendam ao princípio fundamental do PGR – Plano Geral de Atualização da Regulamentação das Telecomunicações no Brasil –, de massificação do acesso em banda larga, assim como atender ao disposto no item V.20 das metas de curto prazo do PGR.
RGQ-SCM – Regulamento de Gestão da Qualidade do SCM	CP 46/2011 foi lançada em 9 de agosto de 2011 e o regulamento foi editado em 31 de outubro de 2011, o qual estabelece as metas de qualidade e os critérios de avaliação, obtenção de dados e acompanhamento da qualidade das prestadoras do SCM.
SeAC – Serviço de acesso condicionado	CP 65/2011 foi lançada em 19 de dezembro de 2011 e o regulamento foi publicado, conforme Resolução 581/2012. O regulamento operacionaliza o disposto na Lei no 12.485, de 12 de setembro de 2011, quanto à comunicação audiovisual de acesso condicionado. Apresenta as regras para esse novo serviço (SeAC), incluindo disposições sobre serviço, instalação e licenciamento de estações, canais de programação de distribuição obrigatória e outros, no que se refere a reduzir possíveis barreiras à entrada de novos prestadores.
Gestão da Qualidade das Prestadoras dos Serviços de Televisão por Assinatura	CP 26/2011 foi lançada em 23 de maio de 2011, mas o regulamento ainda não foi publicado. Dispõe sobre a consolidação dos atuais indicadores e estabelece o IDA (Índice de Desempenho de Atendimento).

## STATUS DOS PRINCIPAIS TEMAS DA AGENDA

Regulamentos	Descrição
<b>Novos Regulamentos</b>	
Concatenação de chamadas do SMP	CP 34/2012 foi lançada em novembro de 2012 e o regulamento foi publicado no mesmo mês, de acordo com a Resolução no 604/2012, disciplinando a concatenação para todas as chamadas móveis com mesma origem e destino com menos de 120 segundos de intervalo entre elas.
Norma para uso de femtocélulas	CP 53/2012, lançada em 11 de dezembro de 2012, com prazo para contribuições até 25 de janeiro de 2013. A proposta, em consulta pública, visa melhorar e ampliar a cobertura móvel indoor e desafogar tráfego das ERB principais.
Modelagem de custos de telecomunicações	CP 26/2012 foi lançada em 4 de julho de 2012 e o regulamento ainda não foi aprovado. O modelo propõe compreender os custos dos serviços de atacado regulados no Brasil, incluindo interconexão fixa, interconexão móvel e linhas dedicadas (Eild).
Regulamento sobre prestação do STFC fora da ATB (STFC FATB)	CP 08/2012 foi lançada em 15 de fevereiro de 2012 e o regulamento ainda não está aprovado, que visa disciplinar as condições de atendimento do STFC em áreas rurais, tanto para acesso individual quanto coletivo, criando ofertas de planos de serviços em toda a área rural/FATB.
PGMC – Plano Geral de Metas de Competição	Previsto no PGR como ação de curto prazo, o regulamento do PGMC foi aprovado pela Resolução no 600/2012. O PGMC definiu os mercados relevantes para o setor de telecomunicações, as regras para identificação dos grupos empresariais que contêm empresas com PMS (poder de mercado significativo) e as obrigações destinadas a incentivar a competição.

## ESTRATÉGIA E NOVOS NEGÓCIOS

Os objetivos de consolidar e expandir sua posição no mercado, gerando sempre mais valor para seus acionistas, orientam a administração da Oi e de suas empresas controladas. A busca pela liderança do segmento, pelo aumento constante da competitividade e por um desempenho econômico cada vez melhor, com benefícios a colaboradores, acionistas, parceiros e demais *stakeholders*, pauta a estratégia da Companhia.

A convergência de produtos e serviços – telefonia fixa, móvel, banda larga e TV por assinatura – impõe-se como diferencial importante da Oi em relação à concorrência. É também o principal instrumento de fidelização do cliente e possibilita sinergias entre setores, gerando economia nas operações. A oferta de convergência e de produtos inovadores também oferece oportunidade de crescimento com rentabilidade e colabora para a consolidação da liderança nesse segmento de produtos. Essas vantagens, aliadas ao foco nos serviços e na venda de aparelhos, impulsionam o aumento da participação de mercado e a rentabilidade das operações. A Oi continuará a explorar a oferta de serviços de valor adicionado e novos produtos por meio da sua base de clientes, potencializando ainda mais a expansão de sua receita e rentabilidade.

Dentre esses produtos convergentes, a internet em banda larga é de interesse especial, por seu potencial de alavancar o crescimento da Companhia e seu papel estratégico no futuro dos serviços integrados de comunicação. A Oi possui a maior rede de acesso à banda larga fixa do País, com uma cobertura em mais de 4.600 municípios. Investe continuamente em novas tecnologias, na ampliação da oferta de acesso à internet em altas velocidades e na expansão das suas redes de banda larga fixa e móvel.

Possibilidades de novos negócios em telecomunicações e em segmentos adjacentes, como internet e TI, estão incorporadas à estratégia da Companhia, sempre com

foco na inovação e na oferta de novos negócios. Explorar 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. Periodicamente, são analisadas novas propostas de negócio que possam ter sinergia com suas atividades e capazes de alavancar novas fontes de receita e fortalecer o posicionamento no cenário nacional e internacional de telecomunicações.

Para aumentar a eficiência operacional e obter ganhos de escala, a Oi investe na melhoria dos processos internos e na redução de custos. O aperfeiçoamento constante do atendimento e da prestação de serviços é outra prioridade estratégica.

Com foco no curto prazo, a Companhia avalia diversos caminhos de desenvolvimento. No varejo móvel, a aquisição da licença de 2,5 GHz para prestação do serviço de quarta geração de telefonia móvel representa uma importante oportunidade. A ação está alinhada ao objetivo de reforçar o posicionamento em dados móveis, complementando o pacote de serviços convergentes e alinhando a estratégia ao futuro do mercado de telecomunicações, no qual a internet (fixa e móvel) será o *driver* principal. No varejo para residência, a Oi trabalha para complementar o pacote residencial de serviços. Investe em melhoria da qualidade da TV por assinatura, aumento da velocidade da banda larga fixa com evoluções da tecnologia xDSL (Digital Subscriber Line, meio de transmissão digital de dados que usa a própria rede de telefonia que chega à maioria das residências) e lançamento da fibra ótica.

No segmento Empresarial, destaca-se a estruturação da força de vendas específica para atender esse tipo de cliente. Os próximos passos serão a construção de produtos ainda mais ajustados ao segmento e a extensão do portfólio de TI. As ações visam reforçar o posicionamento da Oi como prestador integrado de serviços básicos e avançados de telecomunicações e TI.

O desempenho operacional apresentado em 2012 mostra que a Oi está no caminho das transformações necessárias, alavancando a criação de valor para todos os seus *stakeholders*.

## DESEMPENHO FINANCEIRO E OPERACIONAL

Com a aprovação da reestruturação societária, em 27 de fevereiro de 2012, os acionistas da TNL (Tele Norte Leste Participações S.A.), da Coari (Coari Participações S.A.) e da TMAR (Telemar Norte Leste S.A.) tornaram-se acionistas da Oi S.A., com a TNL e a Coari sendo extintas e a TMAR se transformando em uma subsidiária integral da Oi S.A. Com isso, o resultado apresentado neste relatório representa a Oi

S.A. (companhia remanescente e nova denominação da Brasil Telecom S.A.) ao fim de dezembro de 2012 em comparação ao fim de dezembro de 2011, quando não estavam incorporados os resultados das outras três empresas.

No entanto, para facilitar o entendimento do negócio, são apresentados os resultados consolidados pro forma, equivalentes às informações da antiga TNL, de números físicos, receitas, custos e despesas (EBITDA), endividamento, investimentos e fluxo de caixa, como se as incorporações tivessem ocorrido em 1º de janeiro de 2011.

### [GRI 2.8] RESULTADOS CONSOLIDADOS

Oi S.A. Pro-Forma	2012	2011	Δ ANO
<b>Unidades Geradoras de Receita - Mil</b>	<b>74.339</b>	<b>69.693</b>	<b>6,7%</b>
Residencial	18.337	17.810	3,0%
Mobilidade Pessoal	46.305	43.264	7,0%
Empresarial / Corporativo	8.971	7.848	14,3%
Telefones Públicos (TUP)	727	771	-5,7%
<b>Receita Líquida R\$ Milhões</b>	<b>28.142</b>	<b>27.907</b>	<b>0,8%</b>
Residencial	9.974	10.501	-5,0%
Mobilidade Pessoal	9.102	8.190	11,1%
Empresarial / Corporativo	8.510	8.470	0,5%
SVA e Outros	556	746	-25,5%
EBITDA - R\$ Milhões	8.873	8.766	1,2%
Margem EBITDA (%)	31,5%	31,4%	0,1%
Lucro Líquido - R\$ Milhões	1.785	1.006	77,4%
Dívida Líquida - R\$ Milhões	25.068	15.627	60,4%
Caixa Disponível - R\$ Milhões	7.804	14.092	-44,6%
CAPEX - R\$ Milhões	6.564	4.959	32,4%

Nota: o lucro líquido não é pro forma.

## RESULTADOS EM RELAÇÃO AO *GUIDANCE*

Em reunião do Conselho de Administração realizada em 16 de abril de 2012, a Oi aprovou alterações na Política de Divulgação de Ato ou Fato Relevante e de Negociação de Ações da Companhia, de forma a incluir uma seção prevendo a possibilidade de divulgação de Projeções de Desempenho Futuro (*guidance*).

**UGRs Residencial:** a Oi encerrou 2012 com 19,1 milhões de UGRs (unidades geradoras de receita) Residencial, compostos de 12,5 milhões de linhas de telefonia fixa, 5,1 milhões de acessos à banda larga e 757 mil clientes de TV por assinatura, além de 727 mil terminais de telefones públicos. Em função da redução da queda das linhas fixas em serviço e do aumento da base de banda larga e TV por assinatura, a Companhia registrou uma variação de 3% em relação ao *guidance* divulgado.

**UGRs Mobilidade Pessoal:** no fim de 2012, a Oi apresentou 46,3 milhões de UGRs Mobilidade Pessoal, sendo 39,8 milhões de clientes pré-pagos e 6,5 milhões de pós-pagos. O desempenho de cerca de 500 mil UGRs acima do *guidance* é explicado por maior capilaridade dos canais, simplificação das ofertas, criação das regionais para força de vendas e opção de subsídio de aparelho. Vale ressaltar que, enquanto a última iniciativa foi importante para atrair a atenção dos novos consumidores do pós-pago, a forte contribuição das iniciativas restantes amenizou a necessidade de estímulo ao subsídio de aparelhos.

**UGRs Empresarial/Corporativo:** com crescimento de quase 15% no ano, a Oi registrou, em dezembro, 9 milhões de UGRs nesse segmento. As iniciativas implementadas resultaram em uma variação de 3% em relação ao *guidance*.

**Receita Líquida:** o *guidance* para 2012 da receita líquida total de R\$ 28,9 bilhões era composto de R\$ 27,4 bilhões de receita líquida de serviço e de R\$ 1,5 bilhão para receita de aparelhos. Em relação a serviços, a Oi encerrou o ano com mais de R\$ 100 milhões acima do *guidance*. Já em relação à receita de aparelhos, o resultado ficou cerca de R\$ 900 milhões abaixo do orçado. É importante ressaltar que essa é uma notícia positiva, tanto do ponto de vista de mercado quanto do financeiro, já que demonstra que a Oi é atrativa pelos seus diferenciais de serviços e qualidade. Nessa ótica, a necessidade de estímulo ao subsídio de aparelhos foi amenizada pela boa resposta do mercado à política de simplificação de ofertas, à criação de regionais e à maior capilaridade dos canais de venda.

**EBITDA:** o EBITDA no exercício de 2012 ficou praticamente em linha com o *guidance*, em função da crescente evolução na receita e da gestão dos custos e despesas. Esse resultado também foi impactado por operações *non core*.

**Capex:** os investimentos totalizaram R\$ 6,6 bilhões em 2012, acima do *guidance*, principalmente por causa da aquisição da licença 4G. Tal resultado demonstra o comprometimento da Companhia em investir com o objetivo de ampliar sua capilaridade e capacidade da rede e melhorar a qualidade dos seus serviços.

**Dívida Líquida:** a Oi encerrou dezembro de 2012 com um total de aproximadamente R\$ 25 bilhões, em linha com o *guidance* divulgado.

Indicador	Guidance	Resultado 2012	Varição
<b>Unidades Geradoras de Receita (UGR) - Milhões</b>	<b>74,9</b>	<b>74,3</b>	<b>-0,8%</b>
UGRs Residenciais <sup>16</sup>	19,8	19,1	-3,5%
UGRs Mobilidade Pessoal	45,8	46,3	1,1%
UGRs Empresarial / Corporativo	9,3	9,0	-3,2%
<b>Receita Líquida – R\$ Bilhões</b>	<b>28,9</b>	<b>28,1</b>	<b>-2,8%</b>
Receita de Serviços	27,4	27,5	0,4%
Receita de Aparelhos	1,5	0,6	-60,0%
EBITDA – R\$ Bilhões	8,75	8,9	1,7%
Investimentos (CAPEX) – R\$ Bilhões	6,0	6,6	10,0%
Dívida Líquida – R\$ Bilhões	24,9	25,1	0,8%

<sup>16</sup> Nota: Inclui TUP (Telefone de Utilidade Pública)

### PROJEÇÕES PARA 2013

De acordo com a Política de Divulgação de Ato ou Fato Relevante e de Negociação de Ações da Oi S.A., que prevê a divulgação de Projeções de Desempenho Futuro (*guidance*), e conforme as melhores práticas de governança corporativa, a Companhia comunica a divulgação dos indicadores físicos e financeiros para o exercício de 2013, baseados em premissas razoáveis, as quais estão sujeitas a diversos fatores, muitos dos quais não estão, nem estarão, sob o controle da Companhia.

Parâmetros	2013
Unidades Geradoras de Receita (UGR) - R\$ Milhões	Intervalo entre 75,0 e 76,5
Receita Líquida de Serviço – R\$ Bilhões	Intervalo entre 28,0 e 29,0
EBITDA – R\$ Bilhões	Intervalo entre 9,0 e 9,8
Investimentos (CAPEX) – R\$ Bilhões	6,0
Dívida Líquida / EBITDA	Menor ou igual a 3x

Nota: foram utilizadas as seguintes premissas para a elaboração dos indicadores acima – Câmbio: USD médio de R\$ 2,02 em 2013; Selic: taxa média de 7,42% em 2013.

## RESIDENCIAL

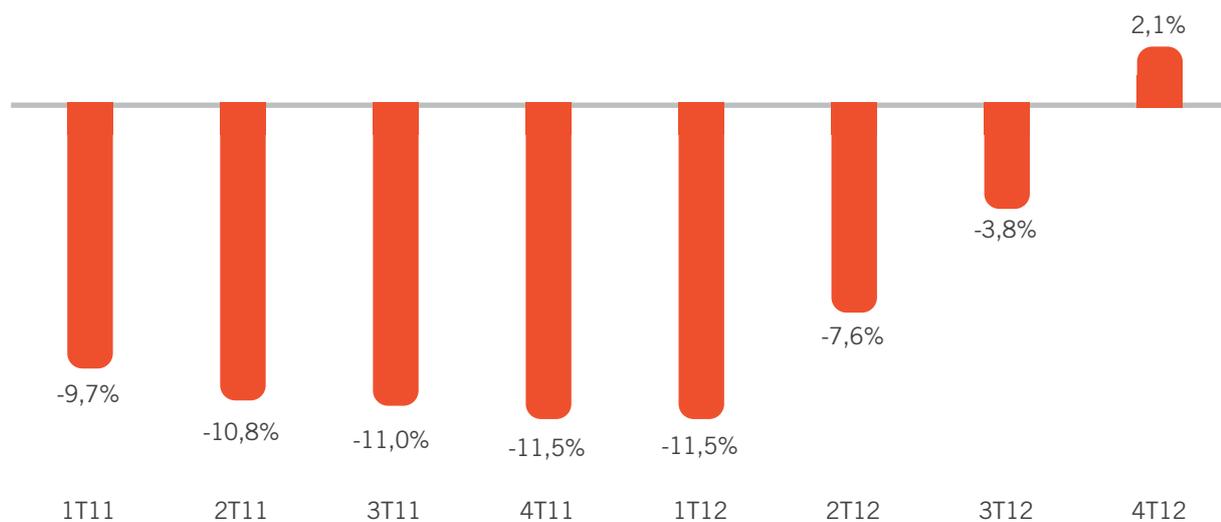
	2012	2011	Δ Ano
Receita Líquida - R\$ Milhões	9.974	10.539	-5,4%
<b>Unidades Geradoras de Receita (UGRs) - Mil</b>	<b>18.337</b>	<b>17.810</b>	<b>3,0%</b>
Linhas fixas em serviço	12.478	13.046	-4,4%
Banda Larga Fixa	5.102	4.412	15,6%
TV Paga	757	351	115,7%
ARPU - Residencial (R\$)	66.6	67.1	-0,7%

Nota: Os resultados de 2012 e 2011 são informações pro forma.

Em 2012, a receita líquida do segmento Residencial fechou em R\$ 9,97 bilhões, o que representa queda de 5% em relação a 2011. Esse resultado demonstra uma significativa evolução em relação à queda de 12% observada em 2011, quando

comparada a 2010. Isso é reflexo do crescimento pelo terceiro trimestre consecutivo de crescimento trimestral, confirmando a reversão da tendência de queda da receita desse segmento e o êxito da estratégia de focar serviços convergentes.

## VARIAÇÃO ANUAL DA RECEITA RESIDENCIAL



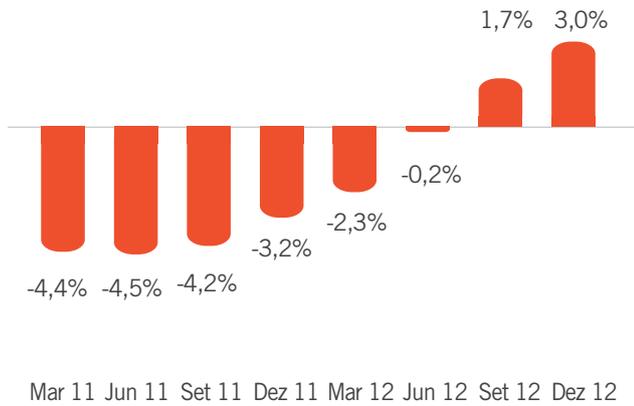
## CRESCIMENTO DE UGRs

A Oi encerrou o ano com 18,34 milhões de UGRs no segmento Residencial, um crescimento anual de 3%, impulsionado por consistente expansão da banda larga (16%), expressivo crescimento de TV por assinatura (116%) e forte desaceleração do *churn* das linhas fixas em serviço. Esse desempenho é explicado por iniciativas que visavam à diminuição do *churn*, por meio de retenção do cliente (convergência, reposicionamento do portfólio e fidelização) e à alavancagem das vendas de produtos residenciais, com forte atuação em expansão de canais, campanhas publicitárias e investimentos na ampliação de velocidade de banda larga.

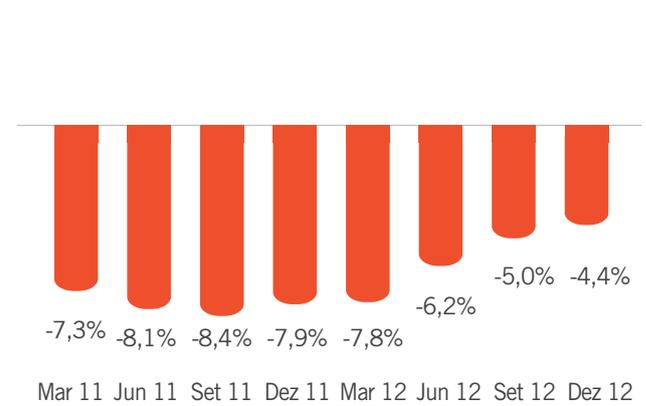
### DESTAQUE

A expansão da base de TV por assinatura – mais que dobrou em 2012 – levou a Oi a alcançar o terceiro lugar em market share por grupo econômico. A Companhia lançou a TV por assinatura via protocolo de internet (IPTV) e banda larga de até 200 Mbps, com uso de rede de fibra ótica.

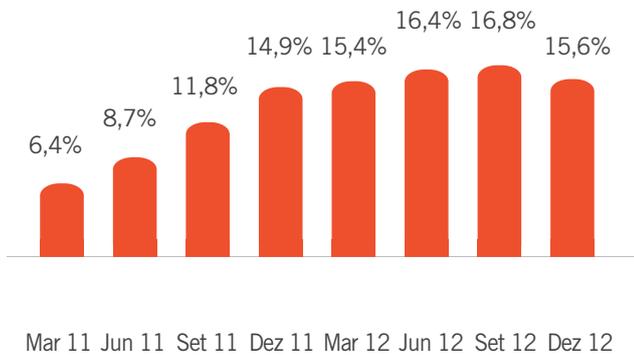
### VARIAÇÃO ANUAL DE UGRs RESIDENCIAIS (%)



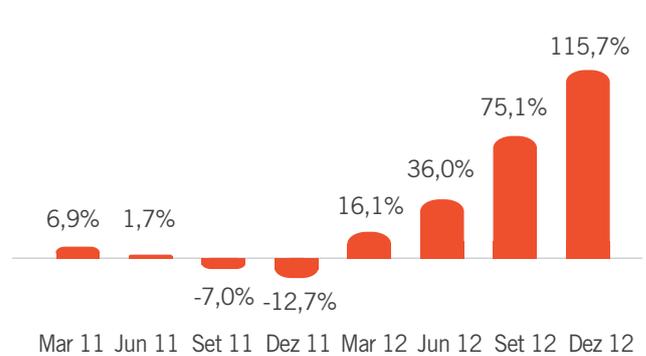
### VARIAÇÃO ANUAL DE UGRs FIXA RESIDENCIAL (%)



### VARIAÇÃO ANUAL DE UGRs BL FIXA RESIDENCIAL (%)



### VARIAÇÃO ANUAL DE UGRs TV PAGA (%)



A Oi encerrou 2012 com 5,10 milhões de clientes de banda larga no segmento Residencial, uma adição de 690 mil no ano (15,6%). Esse crescimento segue em linha com a estratégia da Companhia de alavancar o número de produtos por residência. Vale destacar que o percentual de residências com produtos da Oi que já possui banda larga subiu 6,7 pontos percentuais, atingindo 40,4% ao fim de 2012.

Esse resultado ocorreu principalmente em função de: (i) investimentos na expansão e na qualidade da rede, com consequente *upgrade* de velocidade da base; (ii) reposicionamento do produto e das ofertas do Oi Velox em determinados mercados; (iii) expansão de canais, tanto porta a porta como lojas próprias; e (iv) ações de fidelização (planos com desconto mensal da fatura em contrapartida da permanência por 12 meses).

Ao longo do ano, o percentual da base fidelizada praticamente dobrou, passando de cerca de 30% para 60% ao fim de 2012. A expansão desse

percentual se deve tanto pela entrada de novos clientes já nos planos fidelizados como pela migração dos existentes. Tal iniciativa visa à redução do *churn* e, portanto, à manutenção de altas taxas de crescimento.

Como resultado dessa estratégia, ao longo de 2012 a Oi manteve taxas de crescimento anual de banda larga residencial superiores a 15% em todos os trimestres, demonstrando um desempenho consistente e uma evolução expressiva na comparação com 2011.

#### DESTAQUE

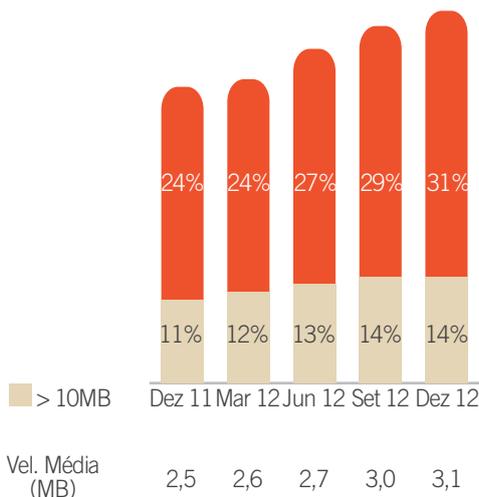
Os principais fatores que influenciaram o resultado em 2012 foram novas ofertas, fidelização, investimentos e a expansão de canais, promovendo crescimento anual de banda larga acima de 15%.

### INVESTIMENTOS EM REDE E AÇÕES DE *UPGRADE*

Ao longo de 2012, a Companhia realizou investimentos focados na expansão de disponibilidade de banda larga, com velocidades mais altas para o segmento Residencial, e também intensificou as iniciativas de *upgrade* e blindagem da base.

O percentual de clientes com velocidade igual ou superior a 5 Mb apresentou evolução sequencial ao longo do ano, mesmo com o significativo aumento da base total de atendimento com banda larga residencial. Em 2012, a expansão foi de 7 pontos percentuais, totalizando 31% da base (45% dessa parcela possui velocidade superior a 10 Mb).

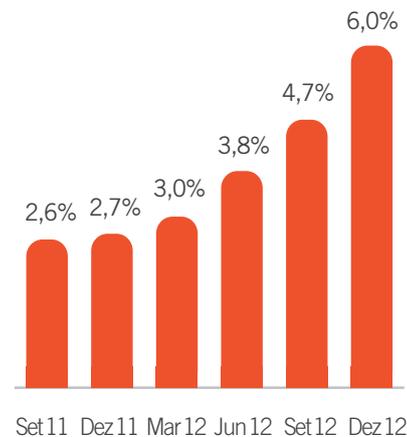
### UGRs DE BL FIXA RESIDENCIAL VELOCIDADE ACIMA DE 5 MB (%)



### CRESCIMENTO DA BASE DE TV POR ASSINATURA

Como um dos pilares da estratégia da Companhia, a expansão no segmento de TV por assinatura tem como objetivo alavancar o número de produtos por residência, provendo, assim, suporte para maior capacidade de retenção e fidelização do cliente e crescimento sustentável do ARPU residencial. Nesse sentido, a operação de TV por assinatura encerrou 2012 com 757 mil clientes, uma adição de 406 mil no ano (+115,7%), mantendo constante evolução ao longo de 2012. O percentual de residências com produtos da Oi que já possuem TV por assinatura também registrou expressiva melhoria, subindo 3,3 pontos percentuais, atingindo 6,0% ao término de 2012.

### PENETRAÇÃO DE OI TV POR RESIDÊNCIA (%)



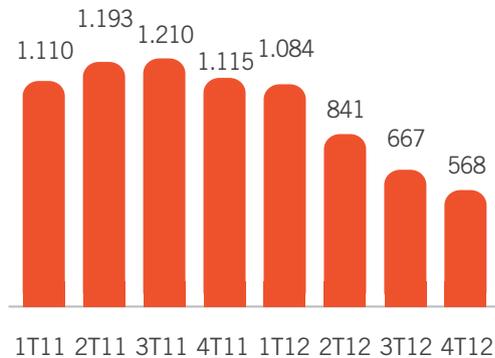
### LINHA FIXA: CONVERGÊNCIA E INICIATIVAS DE RETENÇÃO

A estratégia de convergência de produtos permeou a atuação da Oi no segmento Residencial em 2012. Além de agregar a oferta de TV por assinatura e banda larga ao fixo, o que reduz o *churn* desse produto, a Companhia reposicionou seu portfólio e focou nos pacotes de serviços com minutos ilimitados de uso. Tal estratégia torna o fixo mais atrativo para a base de novos clientes e, ao mesmo tempo, estimula a fidelização dos atuais.

A Oi encerrou 2012 com 12,48 milhões de consumidores de telefonia fixa no segmento Residencial, uma redução de 4,4% no ano. Esse resultado representa uma forte desaceleração da queda anual de UGRs desse produto. No ano de 2012, as desconexões líquidas totalizaram 568 mil, comparadas a 1.115 mil em 2011, representando praticamente 50% de queda. Para fins de comparação, em 2011 a redução foi de 7,9%.

Esse resultado ocorreu principalmente em função do reposicionamento do portfólio (convergência e franquias *flat-fee*), do aumento da capilaridade do canal porta a porta (PAP) e da intensificação das campanhas publicitárias ao longo do ano.

## DESCONEXÕES LÍQUIDAS NOS ÚLTIMOS 12M UGRs FIXA RESIDENCIAL (Milhares)



## OFERTA INOVADORA DE FTTH (FIBER-TO-THE-HOME)

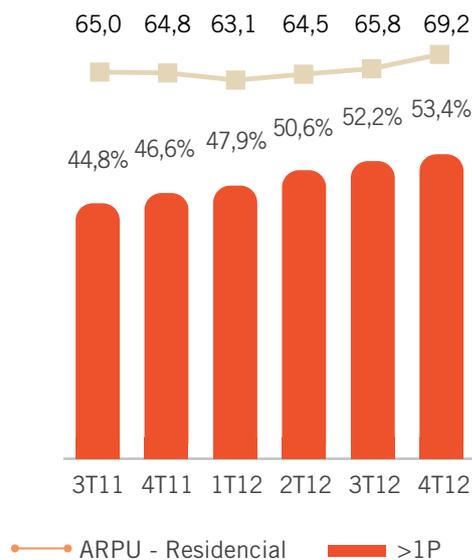
Mantendo a inovação constante no lançamento de ofertas e modelos de negócios e reforçando a liderança em convergência, a Oi vem investindo para levar a fibra óptica à casa do cliente, possibilitando o acesso a diversos serviços, como conexão à internet em altíssima velocidade e IPTV (TV por assinatura via protocolo de internet).

Os planos de IPTV e de ultrabanda larga de até 200 Mbps foram lançados em dezembro de 2012. O IPTV é uma solução diferenciada, que oferece maior velocidade na troca de canais, possibilidade de gravar a programação e assistir em qualquer cômodo da casa, “voltar no tempo” e ver um programa já transmitido, compartilhar conteúdo nas redes sociais, entre outras funcionalidades. Os usuários de IPTV da Oi ainda terão acesso à programação na TV, no *tablet* e no *smartphone*, além de poder conectar até 5 pontos gratuitos com canais básicos. O serviço está disponível em determinados bairros do Rio de Janeiro.

## CRESCIMENTO CONSISTENTE DO ARPU

Com contínuo foco no crescimento de residências com mais de um produto Oi (1P), a Companhia fechou 2012 com mais de 53% da base com mais de 1P, o que representa 6.744 mil sobre o total de 12.629 mil residências. Na comparação com 2011, o avanço foi de 6,8 pontos percentuais. Esse aumento é reflexo do contínuo esforço de alavancar a convergência pelos produtos de banda larga (fixa e móvel) e TV por assinatura, que tem como exemplo a campanha com conceito convergente “Iguais” (Oi Internet Total + Oi TV HD), que estimula a procura de pacotes 3P, atingindo um público proveniente de demais operadoras (*winback*).

## PERCENTUAL DAS RESIDÊNCIAS COM MAIS DE 1P E ARPU RESIDENCIAL (% eR\$)



## ARPU RESIDENCIAL

O ARPU residencial é calculado com base na receita total do segmento Residencial dividida pelo número de residências médias atendidas pela Oi. Essa receita é oriunda dos serviços de telefonia fixa, banda larga fixa e TV por assinatura.

Em linha com a estratégia da Companhia para o segmento Residencial, que tem como objetivo alavancar o ARPU por meio da convergência de serviços na residência, o ARPU residencial do ano de 2012 foi de R\$ 66,6, uma queda de 0,7% na comparação com 2011.

Tal movimento é devido à tendência de queda do mercado fixo, parcialmente compensado pelo aumento de residências com mais de um produto e pela alavancagem do produto de TV por assinatura e banda larga.

## FORTALECIMENTO DOS CANAIS DE VENDAS

Como pilar estratégico de atuação, os canais de venda têm sido aprimorados e apresentaram aumento de capilaridade ao longo do ano, com destaque tanto para lojas próprias, que atingiram 187 em dezembro de 2012, bem superior às 60 existentes no mesmo mês do ano anterior, quanto para o canal porta a porta, subindo de 4,1 mil em 2011 para 6,7 mil ao fim de 2012. Como consequência, observou-se o aumento das vendas de telefonia fixa, banda larga, TV e pacotes convergentes. Outra iniciativa importante foi o início da comercialização de produtos residenciais nas lojas (próprias e franquias), que trouxe resultados positivos no ano.

## MOBILIDADE PESSOAL

	2012	2011	Δ Ano
<b>Receita Líquida - R\$ Milhões</b>	<b>9.102</b>	<b>8.189</b>	<b>11,1%</b>
Serviços	6.276	5.755	9,1%
Uso de Rede	2.337	2.398	-2,5%
Material de Revenda	489	36	1.258,3%
<b>Unidades Geradoras de Receitas (UGRs) - Mil</b>	<b>46.305</b>	<b>43.264</b>	<b>7,0%</b>
Pré-Pago	39.832	37.978	4,9%
Pós-Pago	6.472	5.285	22,5%

Nota: (1) Os resultados de 2012 e 2011 são informações pro forma.

(2) Pós-pago inclui: Pós-pago de alto valor, Oi Controle, terminais móveis convergentes (Oi Conta Total e Oi Internet Total) e 3G (minimodem).

## FOCO NO CLIENTE DE ALTO VALOR

Ao longo de 2012, a Oi conduziu diversas iniciativas de natureza comercial e operacional ligadas à estratégia da Companhia com foco no segmento de alto valor e na maior penetração de dados e serviços de valor agregado (SVA) em sua base de consumidores. A execução bem-sucedida dessa estratégia resultou em um ano de expressivo crescimento do pós-pago, com reflexo na melhoria do perfil de receita (menor dependência da receita do pré-pago e de interconexão para maior contribuição do pós-pago, dados e SVA).

Em 2012, a receita líquida do segmento Mobilidade Pessoal totalizou R\$ 9,1 bilhões, 11,1% superior ao ano anterior. Esse desempenho é decorrente da maior receita com assinaturas e dados, associada ao aumento da base pós-paga, e de material de revenda atrelado às vendas de aparelhos celulares iniciadas em 2012.

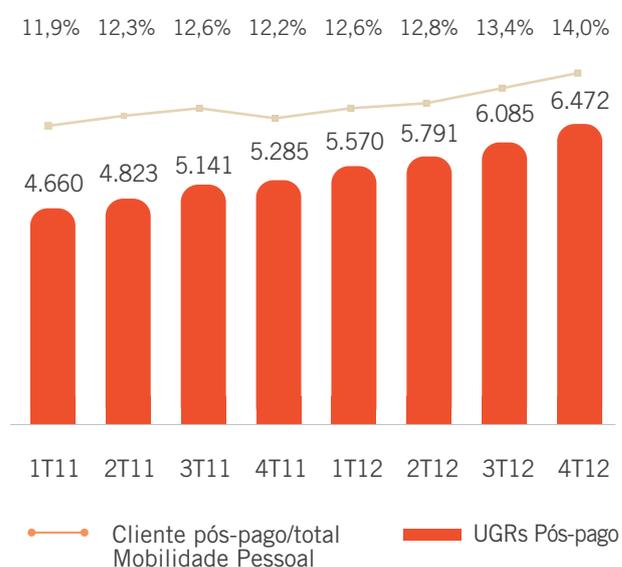
## TRAJETÓRIA DE CRESCIMENTO CONSISTENTE E RENTÁVEL

A Companhia encerrou o ano com 46.305 mil UGRs no segmento Mobilidade Pessoal, um crescimento anual de 7,0% impulsionado pela expansão significativa do pós-pago, que apresentou variação de 22,5% no mesmo período. O número de adições líquidas no segmento Mobilidade Pessoal atingiu 3.041 mil em 2012, sendo 1.187 mil de pós-pagos e 1.854 mil de pré-pagos.

### PÓS-PAGO

A Oi encerrou 2012 com 6,47 milhões de clientes, o que representa 14,0% da base de Mobilidade Pessoal (12,2% em 2011), sendo adicionado no ano 1,19 milhão de usuários pós-pagos, mais do que o triplo de 2011. Esse crescimento é explicado tanto por um aumento significativo do volume de adições brutas (remodelagem das ofertas e maior capilaridade dos canais), quanto pela redução do *churn* (proatividade na adequação de melhores planos, de acordo com a análise do perfil de consumo e fidelização da base).

## MOBILIDADE PESSOAL UGRs PÓS-PAGO (Milhares)



A simplificação dos planos pós-pagos, realizada em 2012, permitiu uma melhor comunicação pela força de vendas e fácil entendimento das ofertas por parte dos clientes. Os principais planos do portfólio são: Oi Conta, que oferece serviços ilimitados de voz local para Oi móvel e fixo de qualquer operadora, internet no celular, SMS e Oi WiFi; e Oi Smartphone, que oferece os mesmos serviços, com desconto para a compra de aparelhos para uso pós-pago.

Para os clientes que procuram uma solução convergente para serviços de telecom, a Oi possui os planos Oi Conta Total (OCT), que combinam telefonia fixa, móvel e banda larga, oferecendo opções de contratar serviços adicionais, como Oi TV, Oi Velox 3G, SMS ilimitados, DDD ilimitado e internet ilimitada para o celular.

## PRÉ-PAGO

A base de pré-pago totalizou 39,83 milhões de consumidores ao fim de 2012. O volume da recarga bruta continua crescendo consistentemente com a base, resultado da estratégia de crescimento com foco em rentabilização.

Como importantes alavancas para o crescimento do pré-pago, podem ser citados: simplificação das ofertas, elevada presença nos pontos de varejo nacional (grandes redes varejistas) e aumento da capilaridade de pontos de venda (PDV) de recarga e *chip*, trazendo mais conveniência e proximidade para os consumidores.

## CANAIS DE VENDAS E COBERTURA 3G

Dentro das iniciativas previstas para reforçar a presença da Oi no segmento de alto valor, a inauguração e a expansão de lojas próprias foram essenciais para:

- prover um atendimento de referência ao cliente de alto valor, aumentando a proximidade com o mercado;
- sustentar o retorno ao mercado de aparelhos;
- servir de modelo para a gestão operacional, política de comissionamento e alinhamento de padrões para as franquias.

Outro pilar estratégico do segmento de alto valor é a expansão da cobertura 3G. Tendo o foco no crescimento do segmento pós-pago e no aumento da penetração de dados e SVA na sua base, a Oi encerrou o ano com 692 municípios cobertos (ou 73% da população urbana), uma expansão de 420 municípios (30 milhões a mais de habitantes) na comparação com 2011. Isso permitiu um crescimento expressivo da receita de dados móveis e SVA da Oi, que em 2012 atingiu 14,9% da receita de serviços, com crescimento de 4,1 pontos percentuais em relação a 2011.

## DESTAQUE

A Oi encerrou 2012 com 187 lojas próprias, mais do que o triplo de dezembro de 2011.

## BASE MÓVEL TOTAL

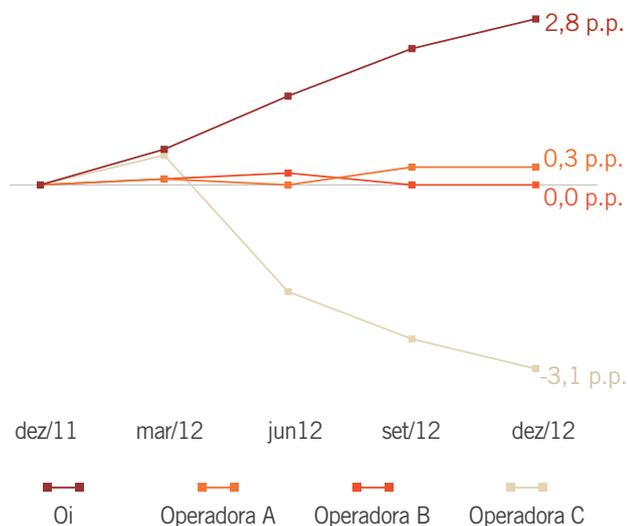
### Crescimento de *market share* do pós-pago

Ao término de 2012, a base de clientes móveis (Mobilidade Pessoal + Empresarial/Corporativo) totalizou 49,26 milhões de usuários, sendo 46,30 milhões de Mobilidade Pessoal e 2,95 milhões do segmento Empresarial/Corporativo.

O segmento pós-pago apresentou expressiva evolução em 2012. O foco em crescer no mercado de alto valor, em busca do *fair-share* no pós-pago, continua sendo sustentado pela crescente capilaridade de canais, simplificação dos planos, lançamento de ofertas com desconto no aparelho e intensificação de campanhas publicitárias.

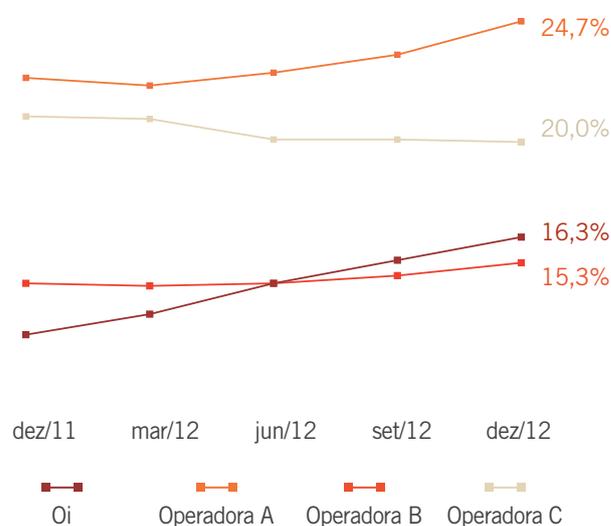
Em dezembro de 2012, a Oi se consolidou como a operadora com maior evolução em *market share* do mercado no segmento pós-pago, registrando crescimento de 2,8 pontos percentuais na comparação com dezembro de 2011. A Oi encerrou dezembro de 2012 com 16,3% de *mix* pós-pago, apresentando evolução significativa em relação a dezembro de 2011 (12,5%).

## EVOLUÇÃO DO MARKET SHARE PÓS-PAGO EM 2012 (p.p.)



Fonte Anatel

## EVOLUÇÃO DO MIX PÓS-PAGO SOBRE BASE EM 2012 (%)



Fonte Anatel

### ARPU MÓVEL

O ARPU móvel considera a receita total da móvel (Mobilidade Pessoal + Empresarial/Corporativo) na visão de Companhia móvel separada, ou seja, considera a receita oriunda do tráfego intercompany com a fixa. Da mesma forma, em conformidade com essa ótica, a receita de longa distância SMP (origem móvel) que pertence à licença do STFC (concessão) não está incluída no cálculo. Assim, esse valor é dividido pela base média para, então, chegar no ARPU móvel.

O ARPU móvel de 2012 ficou em R\$ 21,60, apresentando uma pequena redução, de 0,6%, com relação a 2011.

### EMPRESARIAL / CORPORATIVO

	2012	2011	Δ Ano
Receita Líquida (R\$ Milhões)	8.510	8.470	0,5%
<b>Unidades Geradoras de Receitas (UGRs) - Mil</b>	<b>8.971</b>	<b>7.848</b>	<b>14,3%</b>
Fixa	5.422	5.083	6,7%
Banda larga	594	523	13,6%
Móvel	2.955	2.242	31,8%

Nota: Os resultados de 2012 e 2011 são informações pro forma.

## REPOSICIONAMENTO ALAVANCA BASE DE CLIENTES

Em 2012, a receita alcançou R\$ 8,5 bilhões, R\$ 40 milhões superior em comparação ao ano anterior. Tal performance está fundamentada, principalmente, no aumento das receitas de dados nas telefonias móvel e fixa, que superou a queda de tráfego da telefonia fixa.

Em relação ao desempenho operacional, a Companhia encerrou 2012 com 8,97 milhões de UGRs, registrando um aumento de 14,3% na comparação com 2011, apresentando crescimento em todas as linhas.

## EMPRESARIAL

Em relação à telefonia fixa, houve manutenção do crescimento de UGRs, registrando aumento de 6,5% em comparação com o ano anterior, consolidando a reversão de queda de base observada até 2011. Em relação à banda larga, foi mantida a tendência de crescimento de UGRs, com aumento de 17,2% no ano.

Já no mercado de dados da telefonia fixa, as melhorias constantes nos processos de venda e de entregas, além dos investimentos em facilidades de redes e equipamentos, sustentaram o crescimento nas vendas e reduziram o cancelamento de circuitos. Os serviços de IP apresentaram expansão de 38% no ano. Em 2012, ampliaram-se as novas ativações de circuitos de dados, impactadas pelo investimento na formação de força de vendas dedicada e programas de treinamento.

É importante ressaltar o desenvolvimento de parcerias com grandes fornecedores de equipamentos e integradores de tecnologia, que proporcionam maior presença, com soluções sinérgicas e de alto valor.

No final de 2012, a Oi lançou o Oi Smart Cloud, um produto de *cloud computing* para o segmento Empresarial, já oferecido ao segmento Corporativo. Esse lançamento reforça a estratégia de estar cada vez mais presente em toda a cadeia de serviços de telecom e TI dos seus clientes.

## CORPORATIVO

No segmento Corporativo, voltado às grandes corporações, a Oi continua seguindo sua estratégia de apoiar os clientes a alavancar suas receitas e racionalizar seus custos, por meio do uso inovador da tecnologia.

Os principais destaques do desempenho operacional no ano se deram nas bases de pós-pago, com crescimento de 69,7%, e troncos digitais de telefonia fixa, com aumento de 40,0%. Além disso, o avanço de outros serviços, como formação de rede VPN e acesso à internet IP, contribuíram positivamente para o desempenho do segmento.

Vale mencionar o fechamento do contrato para o fornecimento de serviços de TI e telecom com a Arena Castelão – sede da Copa das Confederações e da Copa do Mundo da Fifa em Fortaleza (CE). A Companhia está levando à Arena Castelão o que o mercado tem de melhor em termos de tecnologia, compreendendo serviços de telecom (redes locais e telefonia) e de gestão e implementação da infraestrutura local (circuito fechado de TV, sinalização digital, controle de acesso, entre outros). Com isso, a Oi passa a ser a primeira operadora a ofertar esse tipo de serviço em estádios de futebol no País.

Outro destaque é o início da implantação do projeto PE Conectado para o governo do Estado de Pernambuco, referência mundial de convergência de serviços em uma única plataforma e considerado uma novidade no setor público. Esse projeto prevê a expansão de serviços de dados (capacidade de internet e acessos dedicados), telefonia (acesso fixo, móvel e 0800) e serviços complementares (videomonitoramento urbano e predial, entre outros).

Em dezembro, a Oi foi premiada pela Frost & Sullivan como tendo o portfólio de produtos de Tecnologia de Informação e Comunicação (TIC) mais inovador entre as operadoras brasileiras, com destaque para os produtos Oi Smart Cloud e Oi Gestão, lançados no primeiro e segundo trimestres, respectivamente.

## DESEMPENHO FINANCEIRO - CUSTOS E DESPESAS OPERACIONAIS

### Interconexão

Os custos de interconexão somaram R\$ 4,4 bilhões em 2012, 5,1% inferior ao registrado no ano anterior, decorrente basicamente da redução das tarifas de VU-M.

### Pessoal

Em 2012, as despesas com pessoal atingiram R\$ 2 bilhões, elevação de 7,0% em relação a 2011. Tal crescimento é explicado principalmente pelo aumento do quadro funcional em função dos canais próprios de vendas (lojas e porta a porta), criação de estruturas regionais e contratação de pessoal para a empresa de manutenção de rede externa da Oi.

### Custo de Aparelhos SMP e outros (CMV)

A Companhia encerrou 2012 com R\$ 542 milhões em custos de aparelhos e CMV. No comparativo com 2011, houve acréscimo de R\$ 310 milhões, principalmente por causa da retomada da venda de aparelhos em 2012, em linha com a estratégia do foco no segmento de alto valor.

### Serviços de Terceiros

No acumulado do ano de 2012, os custos de serviços de terceiros totalizaram R\$ 8,2 bilhões, um aumento

de 8,3% em comparação com o ano de 2011. Essa *performance* é reflexo de maiores gastos com manutenção da planta, despesas com comissões e vendas e aquisição do conteúdo contratado para a TV por assinatura.

### PDD (Provisões para Devedores Duvidosos)

No ano de 2012, a PDD atingiu R\$ 595 milhões, uma redução de 28,0% no comparativo com 2011. Tal desempenho está relacionado com a maior eficiência nas cobranças, principalmente no segmento Empresarial/Corporativo.

### Outras Despesas (Receitas) Operacionais

Outras Despesas Operacionais Líquidas totalizaram R\$ 1,02 bilhão em 2012. Essa linha de despesa foi positivamente impactada pela alienação da empresa subsidiária, detentora de aproximadamente 1.200 torres móveis não reversíveis. O valor total da transação, já recebido, foi de R\$ 516 milhões, cujo montante que transita no resultado é o valor da transação deduzido de seu valor contábil e de impostos. Essa operação está em linha com a estratégia da Oi de monetizar ativos não estratégicos, gerando recursos a serem aplicados na operação *core* da Companhia.

## COMPOSIÇÃO DOS CUSTOS E DESPESAS OPERACIONAIS (OI S.A. PRO FORMA)

Item - R\$ Milhões	2012	2011	Δ Ano
<b>Custos e Despesas Operacionais</b>			
Interconexão	4.414	4.651	-5,1%
Pessoal	2.016	1.884	7,0%
Materiais	156	191	-18,3%
Custo de Aparelhos SMP e outros (CMV)	542	232	133,6%
Serviços de Terceiros	8.236	7.607	8,3%
Publicidade e Propaganda	475	559	-15,0%
Aluguéis e Seguros	1.813	1.658	9,3%
PDD - Provisão para Devedores Duvidosos	595	826	-28,0%
Outras Desp. (Rec.) Operac.	1.021	1.532	-33,4%
<b>Total</b>	<b>19.269</b>	<b>19.141</b>	<b>0,7%</b>

Nota: Os resultados de 2012 e 2011 são números pro forma.

## DESTAQUE

Custos e despesas operacionais alcançaram R\$ 19,27 bilhões em 2012.

## DEMAIS ITENS DO RESULTADO

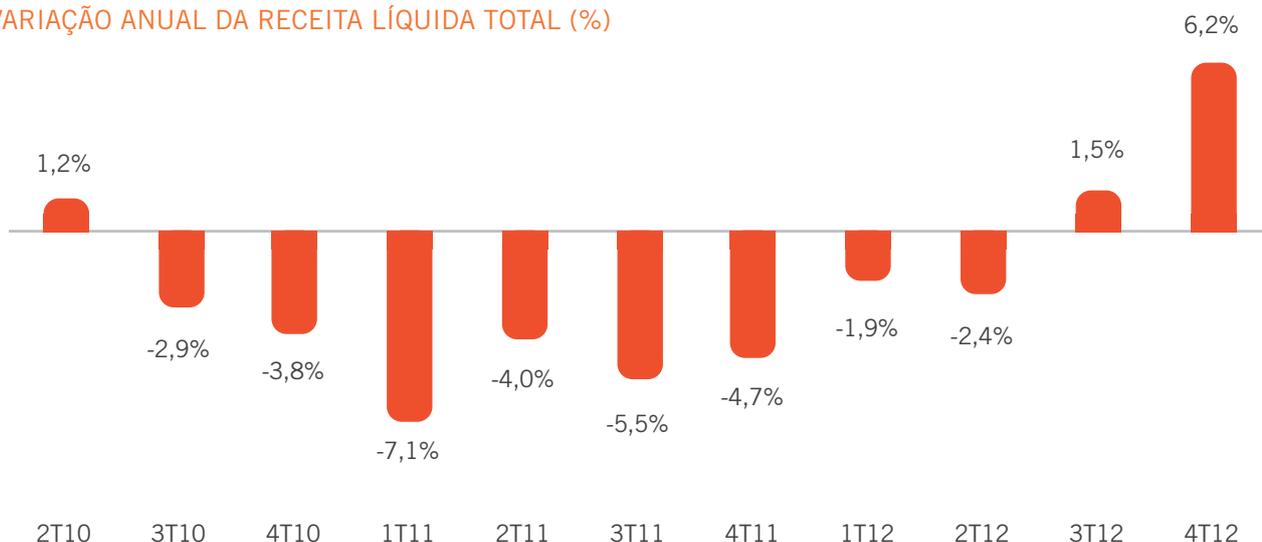
Em 2012, a receita líquida somou R\$ 28,1 bilhões, R\$ 235 milhões superior à de 2011, revertendo a trajetória de queda observada nos últimos anos. O aumento de 11,1% na receita do segmento Mobilidade Pessoal, associada à desaceleração da queda verificada no segmento Residencial, foram os principais fatores que influenciaram esse resultado.

## COMPOSIÇÃO DA RECEITA LÍQUIDA (OI S.A. - PRO FORMA) - R\$ Milhões

	Ano			%	
	2012	2011	Δ Ano	2012	2011
<b>Residencial</b>	<b>9.974</b>	<b>10.501</b>	<b>-5,0%</b>	<b>35,4%</b>	<b>37,6%</b>
<b>Mobilidade Pessoal</b>	<b>9.102</b>	<b>8.190</b>	<b>11,1%</b>	<b>32,3%</b>	<b>29,3%</b>
Serviços	6.276	5.757	9,0%	22,3%	20,6%
Uso de Rede	2.337	2.398	-2,5%	8,3%	8,6%
Material de Revenda	489	36	1258,3%	1,7%	0,1%
<b>Empresarial / Corporativo</b>	<b>8.510</b>	<b>8.470</b>	<b>0,5%</b>	<b>30,2%</b>	<b>30,3%</b>
<b>Outros serviços</b>	<b>556</b>	<b>746</b>	<b>-25,5%</b>	<b>2,0%</b>	<b>2,7%</b>
Telefones Públicos	79	194	-59,3%	0,3%	0,7%
Outros	476	552	-13,8%	1,7%	2,0%
<b>Receita Líquida Total</b>	<b>28.142</b>	<b>27.907</b>	<b>0,8%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Nota: Os resultados de 2012 e 2011 são informações pro forma.

## VARIAÇÃO ANUAL DA RECEITA LÍQUIDA TOTAL (%)



## EBITDA E MARGEM EBITDA

Oi S.A. Pro-Forma	2012	2011	Δ Ano
EBITDA (R\$ MM)	8.873	8.766	1,2%
Margem EBITDA (%)	31,5%	31,4%	0,1%
Oi S.A. Consolidado	2012	2011	Δ Ano
EBITDA (R\$ MM)	7.988	2.612	205,8%
Margem EBITDA (%)	31,7%	28,2%	3,5%

### DESTAQUE

A Oi alcançou R\$ 8,9 bilhões de EBITDA, praticamente estável em relação ao ano de 2011, mesmo considerando o resultado *non core* de 2012.

## RESULTADO FINANCEIRO & ENDIVIDAMENTO

Oi S.A. Consolidado - R\$ Milhões	2012	2011
Juros Líquido (s/ Aplicações Fin. e Emprést. e Financ.)	-1.551	-65
Resultado Cambial Líquido (s/ Aplicações Fin. e Emprést. e Financ.)	-484	-49
Outras Receitas / Despesas Financeiras	-180	42
<b>Resultado Financeiro Líquido Consolidado</b>	<b>-2.216</b>	<b>-72</b>

O resultado financeiro líquido consolidado da Oi S.A. não é comparável, tendo em vista que em 2011 o resultado financeiro se referia à antiga Brasil Telecom, que, naquela época, tinha posição de caixa líquido, em função de não consolidar o restante do grupo.

### ENDIVIDAMENTO E LIQUIDEZ

A dívida bruta consolidada da Companhia encerrou 2012 em R\$ 32,9 bilhões. A dívida líquida consolidada ficou em R\$ 25,1 bilhões no ano.

Quando comparada ao endividamento pro forma de dezembro de 2011, a dívida bruta consolidada evoluiu 10,6%, com destaque para as captações de mercado de capitais: *bond* 5,75% (US\$ 1,5 bilhão) e debêntures atreladas ao CDI (R\$ 400 milhões) e ao IPCA (R\$ 1,4 bilhão). Destaca-se, ainda, o desembolso realizado em dezembro junto ao BNDES (R\$ 2 bilhões).

A parcela da dívida em moeda estrangeira representava 39,1% do total da dívida ao fim do ano. Todavia, apenas 1,4% da dívida bruta (1,1% em dezembro de 2011), equivalente a R\$ 466 milhões, apresentava alguma exposição às flutuações cambiais. Vale ressaltar que as operações de derivativos contratadas, bem como o caixa mantido em moeda estrangeira, oferecem proteção cambial para essa parcela da dívida.

O custo efetivo da dívida manteve-se estável ao longo do ano. Ao término de 2012, o prazo médio da dívida ficou em cinco anos (4,5 em 2011), mantendo a tendência de alongamento dos últimos trimestres.

## ENDIVIDAMENTO (OI S.A. PRO FORMA) - R\$ Milhões

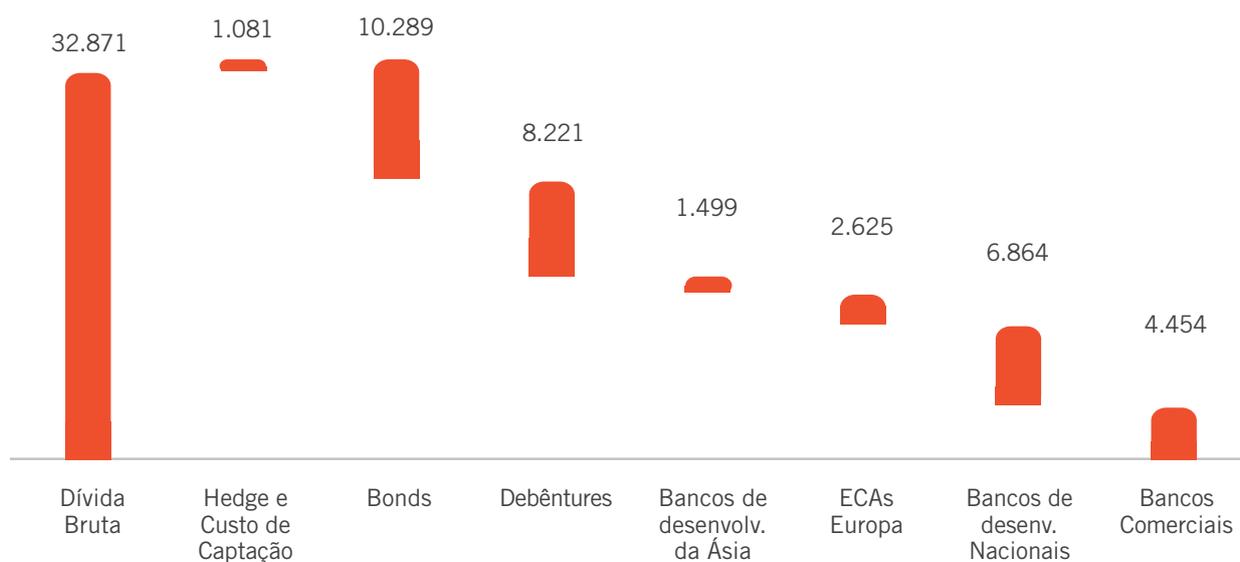
Endividamento	dez/12	dez/11	% Dívida Bruta
Curto Prazo	2.783	4.579	8,5%
Longo Prazo	30.088	25.140	91,5%
<b>Dívida Total</b>	<b>32.871</b>	<b>29.719</b>	<b>100,0%</b>
Em moeda nacional	20.497	21.120	62,4%
Em moeda estrangeira	12.849	8.648	39,1%
Swap	-475	-49	-1,4%
(-) Caixa	-7.804	-14.092	-23,7%
<b>(=) Dívida Líquida</b>	<b>25.068</b>	<b>15.627</b>	<b>76,3%</b>

Nota: Os resultados de 2011 são informações pro forma.

## CRONOGRAMA DE AMORTIZAÇÃO DA DÍVIDA BRUTA - R\$ Milhões

	2013	2014	2015	2016	2017	2018 Em Diante	Total
<b>Cronograma de Amortização da Dívida Bruta</b>							
Amortização da Dívida em Reais	2.438	3.093	1.554	3.675	3.974	5.764	20.497
Amortização da Dívida em moeda estrangeira + swap	345	705	921	855	2.310	7.237	12.374
<b>Amortização da Dívida Bruta</b>	<b>2.783</b>	<b>3.798</b>	<b>2.475</b>	<b>4.530</b>	<b>6.284</b>	<b>13.000</b>	<b>32.871</b>

## DISTRIBUIÇÃO DA DÍVIDA BRUTA (R\$ Milhões)



## RESULTADO LÍQUIDO

A Oi S.A. registrou um lucro líquido de R\$ 1,785 milhões em 2012.

O lucro líquido de 2012 não é comparável com o lucro de 2011 em função da conclusão da reorganização societária em 27 de fevereiro de 2012.

Vale ressaltar que os números do lucro líquido de 2012 já refletem o estorno da mais valia de ativos originada da aquisição de controle da Brasil Telecom S.A. em 2009. É importante mencionar que o estorno dessa mais valia não tem efeitos fiscais.

## LUCRO LÍQUIDO (OI S.A. CONSOLIDADO)

Lucro Líquido	2012	2011
Lucro Líquido (R\$ MM)	1.785	1.006
Margem Líquida	7,1%	10,9%
<b>Lucro Líquido por ação (R\$)</b>	<b>1.088</b>	<b>1.705</b>

Nota: Os resultados de 2011 referem-se ao resultado da antiga Brasil Telecom e não incluem os resultados da Telemar.

## FLUXO DE CAIXA (OI S.A. PRO FORMA) - R\$ Milhões

	2012
<b>Caixa Inicial</b>	<b>14.092</b>
Geração Operacional de Caixa (EBITDA)	8.873
Depósitos Judiciais	-1.753
Pagamento de Impostos	-1.153
Desembolso de Capex (Investimentos)	-6.258
Variação do Capital de Giro	-1.412
Distribuição de Proventos (Dividendos/JSCP/Bonificação)	-3.032
Desembolsos oriundos da Reestruturação Societária	-2.745
Venda de ativos Non Core	610
Captações líquidas de Pgto. de Juros e Principal	582
<b>Caixa Final</b>	<b>7.804</b>

Nota: Os resultados de 2012 são informações pro forma.

## [GRI DMA EC E EC1] VALOR ADICIONADO

Em 2012, a Oi gerou um valor adicionado consolidado de R\$ 17,83 bilhões, demonstrando sua capacidade para distribuir as riquezas geradas por

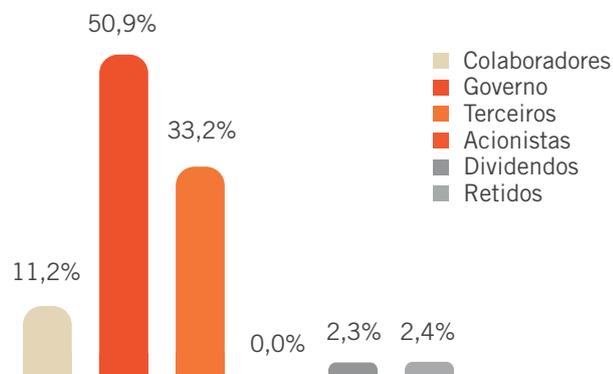
sua atividade. Do valor adicionado a distribuir, nada menos que 50,9% foram destinados aos cofres públicos, sob as mais diversas formas de tributos.

### OI S.A. CONSOLIDADO - R\$ milhões

Demonstração do Valor Adicionado	2012
<b>Receita Bruta</b>	<b>39.910</b>
Receita Bruta após deduções	34.002
Outras receitas e despesas	1.394
Insumos adquiridos de terceiros	-14.448
Valor Adicionado Bruto	20.948
Retenções	-5.394
Valor Adicionado Líquido Produzido	15.554
Valor Adicionado Recebido em transferência (Receita Financeira)	2.275

Demonstração do Valor Adicionado	2012	% TOTAL
<b>Valor Adicionado a Distribuir</b>	<b>17.829</b>	<b>100,00</b>
Pessoal e Encargos	2.001	11,2%
Impostos, Taxas e Contribuições	9.071	50,9%
Juros e Encargos Financeiros	4.318	24,2%
Aluguéis e Seguros	1.602	9,0%
Participações Minoritárias	0	0,0%
Participações dos Empregados	0	0,0%
Dividendos	417	2,3%
Lucros Retidos	421	2,4%

## DISTRIBUIÇÃO DO VALOR



Nota: Não há histórico do indicador para 2011 por conta do processo de reorganização societária durante o período.

## INVESTIMENTOS

Em 2012, os investimentos somaram R\$ 6,6 bilhões, um crescimento de 32,4% em comparação ao ano anterior. Esse desempenho é explicado pela expansão das redes 2G e 3G, adequação da rede de dados fixa e na melhoria e abrangência da Oi TV, além da otimização dos sistemas em TI, da licença 4G e do crescimento das lojas próprias. É importante destacar que mais de 70% dos investimentos de 2012 foram destinados à melhoria e à expansão da rede.

### INVESTIMENTOS - R\$ Milhões

	2012	2011	Δ Ano
Rede	4.772	3.890	22,7%
Serviços de TI	336	286	17,5%
Licença 4G + Outros	1.456	783	86,0%
<b>Total</b>	<b>6.564</b>	<b>4.959</b>	<b>32,4%</b>

Nota: (1) Os resultados de 2012 e 2011 são informações pro forma.

(2) Considera licença 4G.

## PESQUISA E DESENVOLVIMENTO

A Oi, desde a sua criação, vem procurando se diferenciar e se manter na liderança do mercado nacional por meio de suas ações e atitudes inovadoras. Para isso, faz investimentos significativos em Inovação e P&D. Somente em 2012, investiu um total de R\$ 144 milhões em 63 projetos.

Visando atingir seus objetivos de inovação, em 2012 a Oi intensificou o processo de prospecção de serviços inovadores e desenvolveu atividades de inovação, pesquisa e desenvolvimento, fomentando seu ecossistema de inovação por meio do Programa Inova, estruturado em três fábricas de inovação.

- **Fábrica Incremental:** para fomentar e desenvolver a inovação nos processos do dia a dia da Oi (foco no curto prazo).
- **Fábrica Planejada:** para desenvolver projetos para implementar produtos, serviços e processos inovadores na Oi (foco no médio prazo).
- **Fábrica Exploratória:** para avaliar e definir o posicionamento em novas tendências, tecnologias e modelos de negócio que possam ser implementados no longo prazo.

Para saber mais sobre Pesquisa e Inovação na Oi, consulte a seção [A Oi](#).

# MERCADO DE CAPITAIS E ESTRUTURA ACIONÁRIA

Ao fim de 2012, o capital da Companhia era representado por 1,797 bilhão de ações, sendo 599,0 milhões de ações ON e 1,198 bilhão de ações PN.

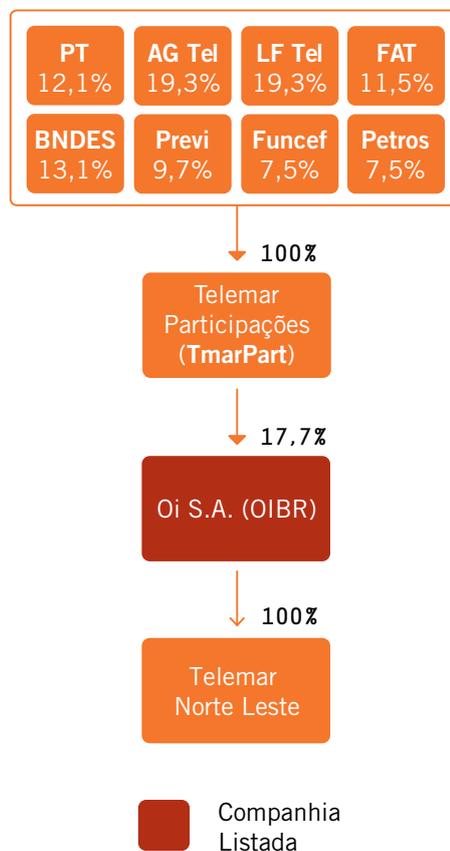
## POSIÇÃO ACIONÁRIA

	Ações do Capital Social	Em Tesouraria	TmarPart	Controladores Diretos <sup>17</sup>	Em circulação
Ordinárias	599.008.629	84.250.695	290.549.788	61.995.173	162.212.973
Preferenciais	1.198.077.775	72.808.066	0	441.556.694	683.713.015
<b>Total</b>	<b>1.797.086.404</b>	<b>157.058.761</b>	<b>290.549.788</b>	<b>503.551.867</b>	<b>845.925.988</b>

Nota: Posição acionária em 31/12/2012.

<sup>17</sup> AG Telecom, Andrade Gutierrez, BNDES, Bratel, Funcef, La Fonte Telecom, LF TEL, Petros e Previ.

## [GRI 2.3] ESTRUTURA ACIONÁRIA



Nota: (1) Inclui participações minoritárias da PT, AG, LF, FATL, BNDES e Fundos de Pensão

(2) ex-tesouraria

## AÇÕES<sup>18</sup>

Na BM&FBovespa, as ações da Oi encerraram 2012 cotadas a R\$ 9,16 (OiBR3) e a R\$ 8,32 (OiBR4), com valorização de 13,0% e 15,2%, respectivamente. O Ibovespa encerrou o mesmo período com alta de 7,4%.

Na Bolsa de Valores de Nova York (Nyse), os ADRs da Companhia tiveram valorização de 2,82% (OiBR) e 1,40% (OiBR.C) em 2012.

<sup>18</sup> Fonte: Economática.

## RELAÇÕES COM INVESTIDORES

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

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

Em 2012, ressalta-se a participação da equipe de RI em 17 conferências no Brasil e no exterior, tendo-se reunido com cerca de 1.300 investidores e analistas.

Em abril de 2012, a Companhia realizou, pela segunda vez em sua história, o Oi Investor Day. O evento foi realizado nas cidades do Rio de Janeiro e de Nova York, contando com a presença de representantes dos acionistas controladores e dos principais executivos da Oi. O objetivo principal foi apresentar ao mercado em geral o plano estratégico de longo prazo, que incluiu a divulgação das projeções de desempenho futuro (*guidance*) para o período de 2012-2015. Além disso, o Investor Day marcou também a divulgação da Política

de Dividendos para os próximos três anos e a apresentação das últimas novidades em termos de tecnologias desenvolvidas pela Oi. No Rio de Janeiro, estiveram presentes mais de 250 investidores, analistas e profissionais de mídia. Em Nova York, participaram mais de 150 pessoas. As emissões de gases do efeito estufa do evento foram neutralizadas.

**[GRI 4.4 e 4.16]** Os principais canais de comunicação para o relacionamento com investidores e/ou analistas estão disponíveis no *website* de RI ([www.oi.com.br/ri](http://www.oi.com.br/ri)). Informações sobre atendimento aos acionistas também podem ser encontradas no mesmo *website*.

## DIVIDENDOS

Em abril de 2012, em Assembleia Geral Ordinária, foram aprovados os pagamentos de dividendos relativos ao exercício social encerrado em 2011. O pagamento de dividendos foi efetuado em maio de 2012, no valor total de R\$ 2,0 bilhões, equivalente ao montante de R\$ 1,219487094508 por ação ordinária e preferencial.

Em agosto de 2012, foi aprovado em Assembleia Geral Extraordinária e efetuado o pagamento de dividendos no valor total de R\$ 507.715.614,95, equivalente ao montante de R\$ 0,309577473963 por ação ordinária e preferencial.

Além disso, houve o pagamento do resgate das ações preferenciais classes B e C emitidas em bonificação aos acionistas titulares de ações ordinárias e preferenciais da Companhia, pelo valor total de R\$ 492.284.385,05, equivalente ao montante de R\$ 0,300168346034 por ação ordinária e preferencial.

## BALANÇO PATRIMONIAL

OI S.A. CONSOLIDADO - R\$ Milhões

Demonstração do Resultado do Exercício	2012	2011
<b>Receita Operacional Líquida</b>	<b>25.169,2</b>	<b>9.245,3</b>
Custos e Despesas Operacionais	-17.181,0	-6.633,7
Custo de Serviços Prestados	-5.611,2	-2.009,4
Custo das Mercadorias Vendidas	-507,5	-23,8
Custos de Interconexão	-3.914,5	-1.711,2
Despesas de Comercialização	-4.737,8	-1.154,3
Despesas Gerais e Administrativas	-2.519,9	-1.249,0
Outras (Despesas) Receitas, Líquidas	109,9	-486,0
<b>EBITDA</b>	<b>7.988,2</b>	<b>2.611,5</b>
Margem %	31,7%	28,2%
Depreciações e Amortizações	-3.228,1	-1.044,2
EBIT	4.760,1	1.567,3
Despesas Financeiras	-4.490,9	-1.477,8
Receitas Financeiras	2.275,4	1.405,9
Lucro Antes dos Impostos e Particip.	2.544,6	1.495,4
Imposto de Renda e Contribuição Social	-759,7	-489,6
<b>Lucro Líquido do exercício</b>	<b>1.784,9</b>	<b>1.005,8</b>
Margem %	7,1%	10,9%
Quantidade de Ações em Mil (ex-tesouraria)	1.640.028	589.789
Lucro atribuído aos controladores por ação (R\$)	1,0883	1,7052

**OI S.A. CONSOLIDADO - R\$ Milhões**

<b>Balanco Patrimonial</b>	<b>31/12/12</b>	<b>31/12/11</b>
<b>Total do Ativo</b>	<b>69.150</b>	<b>31.664</b>
<b>Ativo Circulante</b>	<b>21.138</b>	<b>12.246</b>
Caixa e Equivalentes de Caixa	4.408	6.005
Aplicações Financeiras	2.426	1.084
Instrumentos Financeiros Derivativos	640	7
Contas a Receber	7.018	2.010
Tributos Correntes e a Recuperar	1.726	353
Outros Tributos	1.557	783
Estoques	385	13
Depósitos e Bloqueios Judiciais	2.068	1.651
Outros Ativos	909	339
<b>Ativo Não Circulante</b>	<b>48.012</b>	<b>19.418</b>
Realizável a Longo Prazo	20.534	12.531
Tributos Diferidos e a Recuperar	8.316	4.982
Outros Tributos	738	179
Aplicações Financeiras	64	13
Depósitos e Bloqueios Judiciais	9.723	4.955
Instrumentos Financeiros Derivativos	349	0
Ativos Financeiro Disponível para Venda	906	0
Outros Ativos	439	2.402
Investimentos	180	8
Imobilizado	23.103	5.794
Intangível	4.196	1.085

**OI S.A. CONSOLIDADO - R\$ Milhões**

<b>Balço Patrimonial</b>	<b>31/12/12</b>	<b>31/12/11</b>
<b>Total do Passivo</b>	<b>69.150</b>	<b>31.664</b>
<b>Passivo Circulante</b>	<b>17.093</b>	<b>8.619</b>
Fornecedores	4.658	1.841
Empréstimos e Financiamentos	3.114	1.144
Instrumentos Financeiros	310	26
Pessoal, Encargos Sociais e Benefícios	773	130
Provisões	1.569	1.283
Provisões para Fundo de Pensão	104	78
Tributos a Recolher e Diferidos	1.066	179
Outros Tributos	2.248	1.445
Dividendos e Juros sobre Capital Próprio	655	308
Autorizações e Concessões a Pagar	1.059	132
Outras Contas a Pagar	1.538	2.054
<b>Passivo Não Circulante</b>	<b>40.948</b>	<b>12.456</b>
Empréstimos e Financiamentos	30.232	6.962
Instrumento Financeiro	205	0
Outros Tributos	2.239	503
Provisões	4.850	3.132
Provisões para Fundo de Pensão	767	546
Autorizações e Concessões a Pagar	1.099	544
Outras Contas a Pagar	1.555	769
<b>Patrimônio Líquido</b>	<b>11.109</b>	<b>10.589</b>
Participação de Acionistas Controladores	11.109	10.589
Participação de Acionistas Não Controladores	0	0

# ESTE RELATÓRIO

“OS SERVIÇOS DE TELECOM PERMITEM O ACESSO DA SOCIEDADE À COMUNICAÇÃO E AO CONHECIMENTO. PORTANTO, NÃO É SÓ COMUNICAÇÃO DE VOZ. POIS VOCÊ TAMBÉM LEVA CONHECIMENTO, AO DAR ACESSIBILIDADE ÀS PESSOAS”

PARCEIROS COMERCIAIS

## PERFIL DO RELATÓRIO / LIMITES

[GRI 3.1, 3.3, 3.6 e 3.8] Este relatório reúne as informações econômico-financeiras, sociais e ambientais da operação da Oi no período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2012. O documento tem periodicidade anual e, pelo segundo ano consecutivo, foi elaborado com base nas diretrizes da GRI (Global Reporting Initiative), organização *multistakeholder* que

representa a principal referência mundial no relato da sustentabilidade.

[GRI 3.5] Para a seleção dos conteúdos a serem reportados, foram considerados os temas de maior relevância para o negócio e para as partes interessadas.

A Oi autodeclara que este relatório preenche os requisitos do Nível B de Aplicação da versão 3 das diretrizes GRI. O alcance ao nível B foi confirmado pela GRI em processo de verificação do nível de aplicação.



**[GRI 3.10 e 3.11]** As informações financeiras e operacionais consolidadas da Oi S.A. e de suas controladas diretas e indiretas têm por base a data de 31 de dezembro de 2012. Seguindo instrução da CVM (Comissão de Valores Mobiliários), a apresentação dos dados foi feita de acordo com as normas internacionais de contabilidade (IFRS).

Vale destacar que, por causa do processo de reestruturação societária concluído em 2012, foi necessário ajustar a apresentação de algumas informações para permitir o entendimento e a comparabilidade. Com a reestruturação, os acionistas da Tele Norte Leste Participações S.A. (TNL), da Coari Participações S.A. (Coari) e da Telemar Norte Leste S.A. (TMAR) tornaram-se acionistas da Oi S.A.; a TNL e a Coari foram extintas e a TMAR tornou-se subsidiária integral da Oi S.A. Dessa forma, o resultado apresentado neste relatório representa a Oi S.A. (empresa remanescente e nova denominação da Brasil Telecom S.A.) ao fim de dezembro de 2012.

A simples comparação dos dados com o panorama do fim de dezembro de 2011, quando a Companhia ainda não havia incorporado os resultados das outras três empresas, geraria distorções no entendimento. Para tornar a comunicação mais clara e transparente, a Oi optou por divulgar neste relatório os dados consolidados pro forma (Pro Forma), equivalentes às informações da antiga TNL, de números físicos, receitas, custos e despesas (EBITDA), endividamento, investimentos e fluxo de caixa, como se as incorporações tivessem ocorrido em 1º de janeiro de 2011.

As informações de caráter social e ambiental, em sua maioria, consolidam indicadores ao fim do ano das empresas: Oi S.A., TNL PCS S.A., Telemar Norte Leste S.A., Paggo Administradora de Crédito, 14 Brasil Telecom Celular S.A., Brasil Telecom Comunicação Multimídia Ltda., Brasil Telecom Cabos Submarinos Ltda. e Globenet Internacional. Os dados baseiam-se em padrões corporativos e passaram por verificação interna.

## PAINEL DE DIÁLOGO COM STAKEHOLDERS

**[GRI 4.16]** Em novembro de 2012, a Oi realizou um painel *multistakeholder* com o objetivo de avaliar como a organização vem atendendo às expectativas e às demandas dos seus públicos de relacionamento. A iniciativa, inédita na Companhia, foi uma importante oportunidade de diálogo.

**[GRI 4.14 e 4.15]** O encontro abordou diversos assuntos, possibilitando à Oi conhecer mais de perto a percepção de suas partes interessadas sobre as iniciativas que desenvolve e as sugestões de melhoria. O evento também serviu para identificar os temas considerados de maior relevância pelos públicos de relacionamento para a gestão e comunicação, além de apresentar oportunidades de melhoria para a gestão desses temas.

O encontro contou com a presença de 33 pessoas, entre representantes do público interno (5), clientes (2), fornecedores (5), prestadores de serviço/terceirizados (4), membros da sociedade civil organizada (4), parceiros comerciais (2), acionistas/investidores (4) e parceiros do Oi Futuro (7). Entre todas as partes interessadas com os quais a Companhia mantém relações, estes foram os considerados prioritários para participar desta primeira experiência de diálogo no formato de painel de discussões.

Tal representatividade possibilitou uma rica troca de percepções e experiências durante os debates. Alguns participantes ressaltaram a importância de ouvir as perspectivas de outros atores da sua cadeia de valor.

**[GRI 3.5]** O encontro foi mediado por uma consultoria especializada, que registrou comentários e contribuições que foram considerados na elaboração e comunicação deste relatório. Todo o processo foi desenvolvido com base na norma internacional AA 1000.

Para a Oi, o processo de engajamento é vital no esforço de garantir que expectativas desses públicos sejam consideradas no ciclo do planejamento estratégico de forma clara e transparente.

**[GRI 4.17]** A partir do encontro, foi definida uma lista de temas que mereceram atenção especial neste relatório:

- Incorporação da Sustentabilidade na gestão: assegurar a coerência entre o discurso da sustentabilidade e as práticas da Companhia.
- Gestão integrada: estabelecer diretrizes para inserir a sustentabilidade nos processos de tomada de decisão e nas ações cotidianas.
- Diálogo e comunicação entre equipes e representantes da cadeia: a gestão integrada pressupõe maior entrosamento entre a Oi e os representantes dos elos da cadeia de valor.
- Inovação: visando ao desenvolvimento de novas tecnologias, sistemas e materiais, especialmente no contexto de pensar a geração de resíduos e a eficiência operacional no contexto da sustentabilidade.
- Gestão de Resíduos: abordado por vários grupos de *stakeholders*, em especial pela natureza dos resíduos associados às tecnologias de comunicação, que tem grande potencial de impacto negativo para o meio ambiente, à sociedade e à saúde das pessoas.

- Qualidade do serviço e do atendimento: a necessidade de oferecer consistência de provimento, rapidez nas instalações, melhor cobertura em lugares afastados dos centros urbanos, comunicação clara e objetiva com consumidores e atendimento de qualidade.
- Investimento Social Privado: reconhecido como importante e relevante, deve abordar os impactos em comunidades carentes.
- Inclusão digital: ações para ampliar o acesso de toda a sociedade às novas tecnologias como forma de reforçar a integração social e o desenvolvimento.
- Geração de emprego e renda: papel da Companhia como geradora de empregos diretos e indiretos, por meio da comercialização de seus produtos e serviços.
- Investimentos em infraestrutura: instalação de serviços de telecomunicação da Oi pressupõe investimentos em infraestrutura local e regional, essenciais para o desenvolvimento do País e de comunidades distantes dos centros urbanos e de baixos recursos; propicia a criação de outros serviços básicos e contribui para a soberania do País.
- Agente multiplicador: potencial para disseminar as boas práticas em toda a sua cadeia de valor.

Como resultado deste processo de engajamento, a Companhia promoveu uma devolutiva aos participantes do evento, através de envio de e-mail, onde foram relatados os principais resultados do Painel Diálogo com Stakeholders. Este foi o primeiro passo dado pela Oi, que tem como objetivo criar um processo estruturado para o engajamento permanente com seus públicos.

# ÍNDICE REMISSIVO GRI [GRI 3.12]

## INFORMAÇÕES DE PERFIL

### Estratégia e análise

Item	Descrição	Página/Resposta
1.1	Mensagem do presidente	Valores e Propósito/Mensagem da Administração Valores e Propósitos/Mensagem do diretor-presidente
1.2	Descrição dos principais impactos, riscos e oportunidades	Valores e Propósitos/Compromisso com a sustentabilidade Ambiente/Governança climática

### Perfil organizacional

Item	Descrição	Página/Resposta
2.1	Nome da organização	A Oi/Perfil da empresa
2.2	Principais marcas, produtos e/ou serviços	A Oi/Perfil da empresa
2.3	Estrutura operacional da organização	A Oi/Perfil da Empresa/Regionalização Geração de Valor/Mercado de capitais e Estrutura Acionária/ Estrutura Acionária
2.4	Localização da sede da organização	Este relatório/Informações corporativas/Sede
2.5	Países em que a organização opera e em que suas principais operações estão localizadas	A Oi/Perfil da empresa Pessoas/Relação com colaboradores/Público interno – perfil
2.6	Tipo e natureza jurídica da propriedade	A Oi/Perfil da Empresa
2.7	Mercados atendidos	A Oi/Perfil da Empresa
2.8	Porte da organização	A Oi/Perfil da Empresa Geração de Valor/Desempenho financeiro e operacional/ Resultado consolidado Pessoas / Relação com Colaboradores
2.9	Principais mudanças durante o período coberto pelo relatório	A Oi/Perfil da Empresa/Regionalização A Oi/Governança Corporativa/Reorganização societária
2.10	Prêmios recebidos no período coberto pelo relatório	Valores e Propósitos/Prêmios e Reconhecimentos

### Parâmetros para o relatório

Item	Descrição	Página/Resposta
3.1	Período coberto pelo relatório para as informações apresentadas	Este relatório/Perfil do relatório/limites
3.2	Data do relatório anterior mais recente	O relatório de sustentabilidade anterior foi publicado no primeiro semestre de 2011 e referiu-se às operações do ano anterior.

<b>3.3</b>	Ciclo de emissão de relatórios	Este relatório/Perfil do relatório/limites
<b>3.4</b>	Dados para contato em caso de perguntas relativas ao relatório ou ao seu conteúdo	pp-sustentabilidade@oi.net.br invest@oi.net.br
<b>3.5</b>	Processo para definição do conteúdo do relatório	Este relatório/ Perfil do relatório/limites Este relatório/ Painel de Diálogo com Stakeholders
<b>3.6</b>	Limite do relatório	Este relatório/Perfil do relatório/limites
<b>3.7</b>	Declaração sobre quaisquer limitações específicas quanto ao escopo ou ao limite do relatório	As informações relatadas referem-se às operações da Oi, conforme descrito na sessão Perfil do Relatório/limites. Os casos em que não foi possível seguir este escopo por limitações específicas dos sistemas de gestão e monitoramento são exceções e estão claramente indicados nos textos correspondentes e notas explicativas.
<b>3.8</b>	Base para a elaboração do relatório	Este relatório/Perfil do relatório/limites
<b>3.9</b>	Técnicas de medição de dados e as bases de cálculos	As informações foram baseadas nos sistemas de monitoramento e gestão da Companhia. Os casos de estimativas são indicados claramente.
<b>3.10</b>	Reformulações de informações fornecidas em relatórios anteriores	Este relatório/Perfil do relatório/limites
<b>3.11</b>	Mudanças significativas de escopo, limite ou métodos de medição aplicados no relatório	Este relatório/Perfil do relatório/limites
<b>3.12</b>	Tabela que identifica a localização das informações no relatório	Este relatório/Índice Remissivo GRI
<b>3.13</b>	Política e prática atual relativa à busca de verificação externa para o relatório	A publicação não passou por processo de verificação externa.

### **Governança, compromissos e engajamento**

Item	Descrição	Página/Resposta
<b>4.1</b>	Estrutura de governança da organização, incluindo comitês do mais alto órgão de governança	A Oi/Governança Corporativa/Estrutura de governança A Oi/Governança Corporativa/Apoio à tomada de decisão
<b>4.2</b>	Presidência do mais alto órgão de governança	A Oi/Governança Corporativa/Estrutura de Governança
<b>4.3</b>	Membros independentes ou não executivos do mais alto órgão de governança	A Oi/Governança Corporativa/Estrutura de Governança
<b>4.4</b>	Mecanismos para que acionistas e empregados façam recomendações	Geração de Valor/Mercado de capitais e Estrutura Acionária/ Relação com investidores A Oi/Governança Corporativa/Estrutura de governança
<b>4.5</b>	Relação entre a remuneração e o desempenho da organização (incluindo social e ambiental)	Pessoas/Relação com colaboradores/ Estratégias de remuneração

4.6	Processos para assegurar que conflitos de interesse sejam evitados	A Oi/Governança Corporativa
4.7	Qualificações dos membros do mais alto órgão de governança	Os dados sobre a trajetória profissional dos membros do Conselho de Administração estão disponíveis no <a href="#">site</a> de Relações com Investidores da Companhia.
4.8	Declarações de missão e valores, códigos de conduta e princípios internos relevantes	Valores e Propósitos/Missão, Visão e Práticas
4.9	Responsabilidades pela implementação das políticas econômicas, ambientais e sociais	A Oi/Governança Corporativa/Estrutura de Governança
4.10	Processos para a autoavaliação do desempenho do mais alto órgão de governança	A Oi/Governança Corporativa/Estrutura de Governança
4.11	Explicação de se e como a organização aplica o princípio da precaução	Meio Ambiente/Impactos ambientais e ações mitigatórias/Obrigações legais
4.12	Cartas, princípios e outras iniciativas desenvolvidas externamente	Valores e Propósitos/Compromisso com a Sustentabilidade/ Ampliar o alcance Valores e Propósitos/Compromisso com a Sustentabilidade/ Pacto Global
4.13	Participação em associações e/ou organismos nacionais/internacionais	A Oi/Perfil da empresa/Participação em associações
4.14	Relação de grupos de stakeholders engajados pela organização	Este relatório/Painel de Diálogo com Stakeholders
4.15	Base para identificação e seleção de stakeholders com os quais se engajar	Este relatório/Painel de Diálogo com Stakeholders
4.16	Abordagens para o engajamento dos stakeholders	Este relatório/Painel de diálogo com Stakeholders Para saber mais sobre o contato com grupos específicos de stakeholders, consulte: investidores: Geração de Valor/Mercado de Capitais e Estrutura Acionária/Relacionamento com Investidores colaboradores: Pessoas/Relação com Colaboradores/Engajamento e Responsabilidade Social clientes: Pessoas/Relação com Clientes/Canais de Relacionamento fornecedores: Pessoas/Relação com Fornecedores/Disseminar boas práticas
4.17	Principais temas e preocupações levantados por meio do engajamento dos stakeholders	Este relatório/Painel de diálogo com Stakeholders

## INDICADORES DE DESEMPENHO

### Desempenho Econômico

Item	Descrição	Página/Resposta	Pacto Global
	Forma de gestão	Valores e Propósitos/ Mensagem do diretor presidente  Geração de Valor/Desempenho Financeiro e Operacional/Valor adicionado  Pessoas/Relação com Colaboradores/ Estratégias de remuneração  Pessoas/ Relação com a Sociedade  Ambiente/Governança climática	

### Desempenho econômico

Item	Descrição	Página/Resposta	Pacto Global
<b>EC1</b>	Valor econômico direto gerado e distribuído	Geração de Valor/Desempenho financeiro e operacional /Desempenho Financeiro/Valor Adicionado	-
<b>EC2</b>	Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades decorrentes de mudanças climáticas	Ambiente/Governança Climática	7
<b>EC3</b>	Cobertura das obrigações do plano de pensão de benefício	Pessoas/Relação com Colaboradores/ Benefícios e previdência	-
<b>EC4</b>	Ajuda financeira significativa recebida do governo	Pessoas/Relação com a Sociedade/ Oi Futuro	-

### Presença no mercado

Item	Descrição	Página/Resposta	Pacto Global
<b>EC5</b>	Variação da proporção do salário mais baixo comparado ao salário mínimo local, por gênero, em unidades operacionais importantes	Pessoas/Relação com Colaboradores/ Estratégias de remuneração	1
<b>EC6</b>	Políticas, práticas e proporção de gastos com fornecedores locais	Pessoas/Relação com Fornecedores/ Auditoria e monitoramento	-

### Impactos econômicos indiretos

Item	Descrição	Página/Resposta	Pacto Global
<b>EC8</b>	Impacto de investimentos em infraestrutura oferecidos para benefício público	A Oi/Relações institucionais/Parcerias  Pessoas/Relação com a Sociedade/ Inclusão digital	-
<b>EC9</b>	Descrição de impactos econômicos indiretos significativos	Pessoas/Relação com a Sociedade/ Inclusão digital  Pessoas/Relação com a Sociedade/ Oi Futuro	-

## Desempenho Ambiental

Item	Descrição	Página/Resposta	Pacto Global
	Forma de gestão	Ambiente/Impactos ambientais e ações mitigatórias	

## Materiais

Item	Descrição	Página/Resposta	Pacto Global
<b>EN1</b>	Materiais usados, por peso ou volume	Ambiente/Impactos ambientais e ações mitigatórias/Consumo de materiais	8
<b>EN2</b>	Percentual dos materiais usados provenientes de reciclagem	Ambiente/Impactos ambientais e ações mitigatórias/Consumo de materiais	8 e 9

## Energia

Item	Descrição	Página/Resposta	Pacto Global
<b>EN3</b>	Consumo de energia direta discriminado por fonte de energia primária	Ambiente/Governança Climática/Redução das Emissões	8
<b>EN4</b>	Consumo de energia indireta discriminado por fonte primária	Ambiente/Governança Climática/Redução das Emissões	8 e 9
<b>EN5</b>	Energia economizada por meio de melhorias em conservação e eficiência	Ambiente/Governança Climática/Redução das Emissões	8
<b>EN7</b>	Iniciativas para reduzir o consumo de energia indireta e as reduções obtidas	Ambiente/Governança Climática/TI Verde	-

## Água

Item	Descrição	Página/Resposta	Pacto Global
<b>EN8</b>	Total de água retirada por fonte	Ambiente/Impactos ambientais e ações mitigatórias/Água	8 e 9

## Biodiversidade

Item	Descrição	Página/Resposta	Pacto Global
<b>EN13</b>	Habitats protegidos ou restaurados	Ambiente/Impactos ambientais e ações mitigatórias/Recuperação de áreas	-

## Emissões, efluentes e resíduos

Item	Descrição	Página/Resposta	Pacto Global
<b>EN16</b>	Total de emissões diretas e indiretas de gases de efeito estufa	Ambiente/Governança Climática/Gases do efeito estufa	8
<b>EN17</b>	Outras emissões indiretas relevantes de gases de efeito estufa	Ambiente/Governança Climática/Gases do efeito estufa	8
<b>EN18</b>	Iniciativas para reduzir as emissões de gases de efeito estufa e as reduções obtidas	Ambiente/Governança Climática/Gases do efeito estufa	7, 8 e 9
<b>EN19</b>	Emissões de substâncias destruidoras da camada de ozônio	Ambiente/Governança Climática/Gases do efeito estufa	8
<b>EN22</b>	Peso total de resíduos, por tipo e método de disposição	Ambiente/Impactos ambientais e ações mitigatórias/Gestão de Resíduos	8
<b>EN24</b>	Peso de resíduos transportados considerados perigosos	Meio Ambiente/Impactos ambientais e ações mitigatórias/Gestão de Resíduos	-

## Produtos e serviços

Item	Descrição	Página/Resposta	Pacto Global
<b>EN26</b>	Iniciativas para mitigar os impactos ambientais	Pessoas/Relação de Clientes e Consumidores/Canais de relacionamento Ambiente/Governança Climática/Redução das emissões Ambiente/Governança Climática/Redução do consumo de combustíveis	7, 8 e 9

## Conformidade

Item	Descrição	Página/Resposta	Pacto Global
<b>EN28</b>	Valor de multas e número total de sanções resultantes de não conformidade com leis	Ambiente/Impactos ambientais e ações mitigatórias/Obrigações legais	8

## Transporte

Item	Descrição	Página/Resposta	Pacto Global
<b>EN29</b>	Impactos ambientais referentes ao transporte de produtos e de trabalhadores	Ambiente/Governança Climática/Redução do consumo de combustíveis	8

## Geral

Item	Descrição	Página/Resposta	Pacto Global
<b>EN30</b>	Total de investimentos e gastos em proteção ambiental	Ambiente/Impactos ambientais e ações mitigatórias	7, 8 e 9

## Desempenho Social – Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente

Item	Descrição	Página/Resposta	Pacto Global
	Forma de gestão	Pessoas/Relação com Colaboradores Pessoas/Relação com Colaboradores/Saúde e segurança Pessoas/Relacionamento com Colaboradores/Livre associação	

## Emprego

Item	Descrição	Página/Resposta	Pacto Global
<b>LA1</b>	Total de trabalhadores, por tipo de emprego, contrato de trabalho e região, discriminados por gênero	Pessoas/Relação com colaboradores Pessoas/Relação com colaboradores/Público interno – perfil	-
<b>LA2</b>	Número total e taxa de novas contratações de funcionários e de rotatividade de empregos, por faixa etária, gênero e região	Pessoas/Relação com colaboradores/Público Interno - Perfil	6
<b>LA3</b>	Benefícios oferecidos a empregados de tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou em regime de meio período, discriminados por unidades operacionais significativas	Pessoas/ Relação com colaboradores/Benefícios e previdência	-

## Relações entre os trabalhadores e a governança

Item	Descrição	Página/Resposta	Pacto Global
LA4	Percentual de empregados abrangidos por acordo de negociação coletiva	Pessoas/Relação com colaboradores/ Livre associação	1, 2 e 3
LA5	Descrição de notificações (prazos e procedimentos)	Pessoas/Relação com colaboradores/ Livre associação	-

## Saúde e segurança no trabalho

Item	Descrição	Página/Resposta	Pacto Global
LA6	Percentual dos empregados representados em comitês formais de segurança e saúde	Pessoas/Relação com colaboradores/ Saúde e Segurança	1, 2 e 3
LA8	Programas de educação, prevenção e controle de risco	Pessoas/Relação com colaboradores/ Saúde e segurança	1
LA9	Temas relativos a segurança e saúde cobertos por acordos formais com sindicatos	Pessoas/Relação com colaboradores/ Livre associação	1

## Treinamento e educação

Item	Descrição	Página/Resposta	Pacto Global
LA10	Média de horas de treinamento por ano, por funcionário, por gênero, discriminada por categoria funcional	Pessoas/Relação com colaboradores/ Capacitação	6
LA11	Programas para gestão de competências e aprendizagem contínua	Pessoas/Relação com colaboradores/ Capacitação  Pessoas/Relação com colaboradores/ Recolocação no mercado	-

## Diversidade e igualdade de oportunidade

Item	Descrição	Página/Resposta	Pacto Global
LA13	Composição dos grupos responsáveis pela governança corporativa e discriminação de empregados por categoria funcional, de acordo com gênero, faixa etária, minorias e outros indicadores de diversidade	Pessoas/Relação com colaboradores/ Diversidade e inclusão  Pessoas/Relação com colaboradores/ Diversidade no quadro de colaboradores e na governança	1 e 3
LA14	Proporção de salário-base e remuneração entre mulheres e homens, por categoria funcional, por unidades operacionais significativas	Pessoas/Relação com colaboradores/ Estratégias de remuneração	1, 2 e 3

## Desempenho Social –Direitos Humanos

Item	Descrição	Página/Resposta	Pacto Global
Forma de gestão		A Oi/Governança Corporativa/Ética e combate à corrupção  Pessoas/Relação com Fornecedores	

## Processo de compra

Item	Descrição	Página/Resposta	Pacto Global
<b>HR1</b>	Percentual e número total de acordos de investimentos e contratos significativos que incluem cláusulas de integração das preocupações com direitos humanos ou que tenham sido submetidos a avaliações referentes a direitos humanos	Pessoas/Relação com Fornecedores	-
<b>HR2</b>	Percentual de empresas contratadas, fornecedores significativos e outros parceiros de negócios que foram submetidos a avaliações referentes a direitos humanos, e as medidas tomadas	Pessoas/Relação com Fornecedores Pessoas/Relação com Fornecedores/Índice de Qualificação	1, 2, 3 e 4
<b>HR3</b>	Horas de treinamento para empregados em políticas e procedimentos relativos a direitos humanos, incluindo percentual de empregados treinados	A Oi/Governança Corporativa/Ética e combate à corrupção	-

## Não discriminação

Item	Descrição	Página/Resposta	Pacto Global
<b>HR4</b>	Número total de casos de discriminação e as medidas tomadas para corrigir e mitigar novos casos	A Oi/Governança Corporativa/Ética e combate à corrupção/Monitoramento	1, 2 e 3

## Liberdade de associação

Item	Descrição	Página/Resposta	Pacto Global
<b>HR5</b>	Operações e fornecedores significativos identificados em que o direito de exercer a liberdade de associação e negociação coletiva pode ter sido violado ou colocado em risco significativo, e as medidas tomadas para apoiar esse direito	Pessoas/Relação com colaboradores/Livre associação	1, 2 e 3

## Práticas de segurança

Item	Descrição	Página/Resposta	Pacto Global
<b>HR8</b>	Percentual do pessoal de segurança treinado em direitos humanos	Pessoas/Relação com Fornecedores/ Auditoria e Monitoramento	-

## Direitos indígenas

Item	Descrição	Página/Resposta	Pacto Global
<b>HR9</b>	Número total de casos de violação de direitos dos povos indígenas e as medidas tomadas	Ambiente/Impactos ambientais e ações mitigatórias/Recuperação de áreas	-

## Desempenho Social – Sociedade

Item	Descrição	Página/Resposta	Pacto Global
	Forma de gestão	A Oi/Governança Corporativa/Ética e combate à corrupção A Oi/Governança Corporativa/Ética e combate à corrupção/Conformidade legal A Oi/Relações institucionais	

## Comunidade

Item	Descrição	Página/Resposta	Pacto Global
<b>S01</b>	Percentual de operações com programas implementados nas comunidades locais de avaliação de impacto, desenvolvimento e engajamento	Ambiente/Impactos ambientais e ações mitigatórias	-

## Corrupção

Item	Descrição	Página/Resposta	Pacto Global
<b>S02</b>	Unidades submetidas a avaliações de riscos relacionados à corrupção	A Oi/Governança Corporativa/Gestão de riscos e Controles Internos	10
<b>S03</b>	Percentual de empregados treinados em políticas e procedimentos anticorrupção	A Oi/Governança Corporativa/Ética e combate à corrupção	10
<b>S04</b>	Medidas tomadas em resposta a casos de corrupção	A Oi/Governança Corporativa/Ética e combate à corrupção/Monitoramento	10

## Políticas públicas

Item	Descrição	Página/Resposta	Pacto Global
<b>S05</b>	Posições quanto a políticas públicas	A Oi/Relações institucionais/Diálogo e articulação	10
<b>S06</b>	Políticas de contribuições financeiras para partidos políticos, políticos ou instituições	A Oi/Relações institucionais/Diálogo e Articulação	10
<b>S07</b>	Número de ações judiciais por concorrência desleal	A Oi/Governança Corporativa/Ética e combate à corrupção/Conformidade legal	-

## Conformidade

Item	Descrição	Página/Resposta	Pacto Global
<b>S08</b>	Descrição de multas significativas e número total de sanções não monetárias	Pessoas/Relação com Colaboradores/Conformidade legal	-

## Desempenho Social –Responsabilidade sobre o Produto

Item	Descrição	Página/Resposta	Pacto Global
	Forma de gestão	Pessoas/ Relação com clientes e consumidores/ Comunicação humanizada; Pessoas/ Relação com clientes e consumidores / Respeito ao Consumidor Ambiente/Impactos Ambientais e Ações Mitigatórias/ Obrigações legais	

### Saúde e segurança do cliente

Item	Descrição	Página/Resposta	Pacto Global
<b>PR1</b>	Avaliação de impactos na saúde e segurança durante o ciclo de vida de produtos e serviços	A Oi/Governança Corporativa/Segurança da informação Ambiente/Impactos ambientais e ações mitigatórias/ Obrigações legais	1
<b>PR2</b>	Não conformidades relacionadas aos impactos causados por produtos e serviços	Ambiente/Impactos ambientais e ações mitigatórias/Obrigações legais	-

### Rotulagem de produtos e serviços

Item	Descrição	Página/Resposta	Pacto Global
<b>PR3</b>	Tipo de informação sobre produtos e serviços exigido por procedimentos de rotulagem	Pessoas/Relação com Clientes e Consumidores/Respeito ao consumidor	8
<b>PR5</b>	Práticas relacionadas à satisfação do cliente, incluindo resultados de pesquisas	Pessoas/Relação com Clientes e Consumidores/Satisfação	-

### Comunicação e marketing

Item	Descrição	Página/Resposta	Pacto Global
<b>PR6</b>	Programas de adesão a leis, normas e códigos voluntários	Pessoas/Relação com Clientes e Consumidores/Comunicação humanizada	-
<b>PR7</b>	Casos de não conformidade relacionados à comunicação de produtos e serviços	Pessoas/Relação com Clientes e Consumidores/Comunicação humanizada	-

### Compliance

Item	Descrição	Página/Resposta	Pacto Global
<b>PR9</b>	Multas por não conformidade relativas ao fornecimento e uso de produtos e serviços	Pessoas/Relação com Clientes e Consumidores/Conformidade	-

# INFORMAÇÕES CORPORATIVAS

## AGRADECIMENTOS

Agradecemos o apoio, o esforço e o comprometimento dos colaboradores das diversas áreas da Companhia que ajudaram a construir este relatório, bem como aos nossos públicos de interesse, que nos motivam constantemente a aprimorar este processo de elaboração.

## AVISO IMPORTANTE AOS ACIONISTAS

**I) 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 interesse, que atingir participação, direta ou indireta correspondente a 5% (cinco por cento) ou mais de espécie ou classe de ações representativas do capital de Companhia aberta, deverão comunicar esse fato à CVM e à Companhia, de acordo com os termos do artigo.

A Oi orienta seus acionistas quanto ao cumprimento dos termos do artigo 12 da Instrução CVM nº 358, porém não se responsabiliza pela divulgação, ou não, das informações sobre aquisição ou alienação, por terceiros, de participação que corresponda a 5% ou mais de espécie ou classe de ações representativas de seu capital ou de direitos sobre essas ações e demais valores mobiliários de sua emissão.

## POSIÇÃO ACIONÁRIA

	Ações do Capital Social	Em Tesouraria	TmarPart	Controladores Diretos <sup>19</sup>	Em circulação
Ordinárias	599.008.629	84.250.695	290.549.788	61.995.173	162.212.973
Preferenciais	1.198.077.775	72.808.066	0	441.556.694	683.713.015
<b>Total</b>	<b>1.797.086.404</b>	<b>157.058.761</b>	<b>290.549.788</b>	<b>503.551.867</b>	<b>845.925.988</b>

Nota: Posição acionária em 31/12/2012.

<sup>19</sup> AG Telecom, Andrade Gutierrez, BNDES, Bratel, Funcef, La Fonte Telecom, LF TEL, Petros e Previ.

#### **[GRI 2.4] SEDE**

Rua Humberto de Campos, 425  
22430-190 – Rio de Janeiro – RJ – Brasil  
Tel.: +55 (21) 3131-2918  
Fax: + 55 (21) 3131-1144  
<http://www.oi.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)

#### **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)

#### **BANCO DEPOSITÁRIO DOS ADRS**

The Bank of New York Mellon  
Oi S.A.  
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 31/12/2012)  
KPMG Auditores Independentes – SEC e CVM

#### **BOLSAS DE VALORES**

BM&FBovespa (Bolsa de Valores de São Paulo)  
Código das Ações:  
Oi S/A – OIBR3 e OIBR4  
(Posição em 31/12/2012)  
New York Stock Exchange (Nyse) nos EUA  
Código dos ADRs: OIBR e OIBR.C  
(Posição em 31/12/2012)

#### **[GRI 3.4] Contatos**

[pp-sustentabilidade@oi.net.br](mailto:pp-sustentabilidade@oi.net.br)  
[invest@oi.net.br](mailto:invest@oi.net.br)

#### **CRÉDITOS**

##### **COORDENAÇÃO E REDAÇÃO**

Diretoria de Tesouraria e Relações com Investidores  
Gerência de Relações com Investidores, Governança  
e Sustentabilidade  
Gerência de Governança e Sustentabilidade

##### **CONSULTORIA GRI, REDAÇÃO E EDIÇÃO**

Report Sustentabilidade

##### **REVISÃO**

Assertiva Produções Editoriais

##### **PROJETO GRÁFICO E WEB**

fmcom