

# **CARDS 2006**

**NOVOS NEGÓCIOS NA  
INDÚSTRIA DE CARTÕES:  
OPORTUNIDADES E DESAFIOS**

**A EXPERIÊNCIA EMPRESARIAL DA  
TELLCARD TELECOMUNICAÇÕES**

# Resumo

- Rápido panorama atualizado do mercado brasileiro de telefonia celular.
- Destaque na experiência empresarial de mais de 5 anos da Telocard Telecomunicações na área de distribuição / arrecadação de cartões pré pagos de telefonia celular no Estado de São Paulo.
- Dentro do conceito BPO – Business Process Optimization e foco no relacionamento e capilaridade de mais de 8000 PDV's ativos distribuídos em 220 municípios paulistas.
- Desafios encontrados e superados e as novas oportunidades de negócios para 2006 / 2007.

# BRASIL torna-se pólo de celulares

- **88 milhões** de aparelhos celulares ativos, em fevereiro/2006.
- Divisão do mercado brasileiro por plano:
  - **Pré-Pago -> 81%**
  - **Pós-Pago -> 19%**
- Projeção 2008: **112 / 120 milhões** de aparelhos.
- **Aumento** progressivo de compra de celulares Pré-Pagos nas faixas de consumo de baixa renda, classes C e D.

# O mapa do CELULAR

S SEM-TELEFONE: Serviço hoje atende 88 milhões de u

## O mapa do celular

Número de linhas no BRASIL **88 milhões**

VEJA ALGUNS EXEMPLOS DA COBERTURA POR ESTADO

Estado	Municípios atendidos	Total de municípios	Atendido
GOIÁS	148	246	60,16%
TOCANTINS	35	139	25,18%
MARANHÃO	57	217	26,27%
PIAUÍ	37	223	16,59%
ACRE	13	22	59,09%

SÃO PAULO

Municípios atendidos **638**

Total de municípios **645**

Atendido **98,91%**

Atendido **71,96%** Atendido **100%**

Fonte: Anuário Brasileiro de Telecomunicações, Anatel e BCE

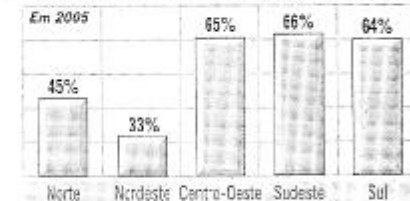
### A CONCORRÊNCIA NO SETOR

Número de cidades atendidas

	Em 2004	Em 2005
Por nenhuma operadora	2.788	2.603
Por uma operadora	695	576
Por duas operadoras	443	413
Por três operadoras	862	993
Por quatro operadoras	737	930
Por cinco operadoras	39	46

Em fevereiro de 2006, o número de municípios sem cobertura de telefonia celular diminuiu para 2.443. Ainda assim, 43,9% dos municípios brasileiros ainda não têm cobertura.

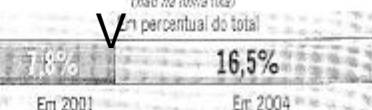
Percentual de municípios atendidos em cada região



Domicílios brasileiros onde há celular



Domicílios brasileiros onde há apenas celular (não há linha fixa)



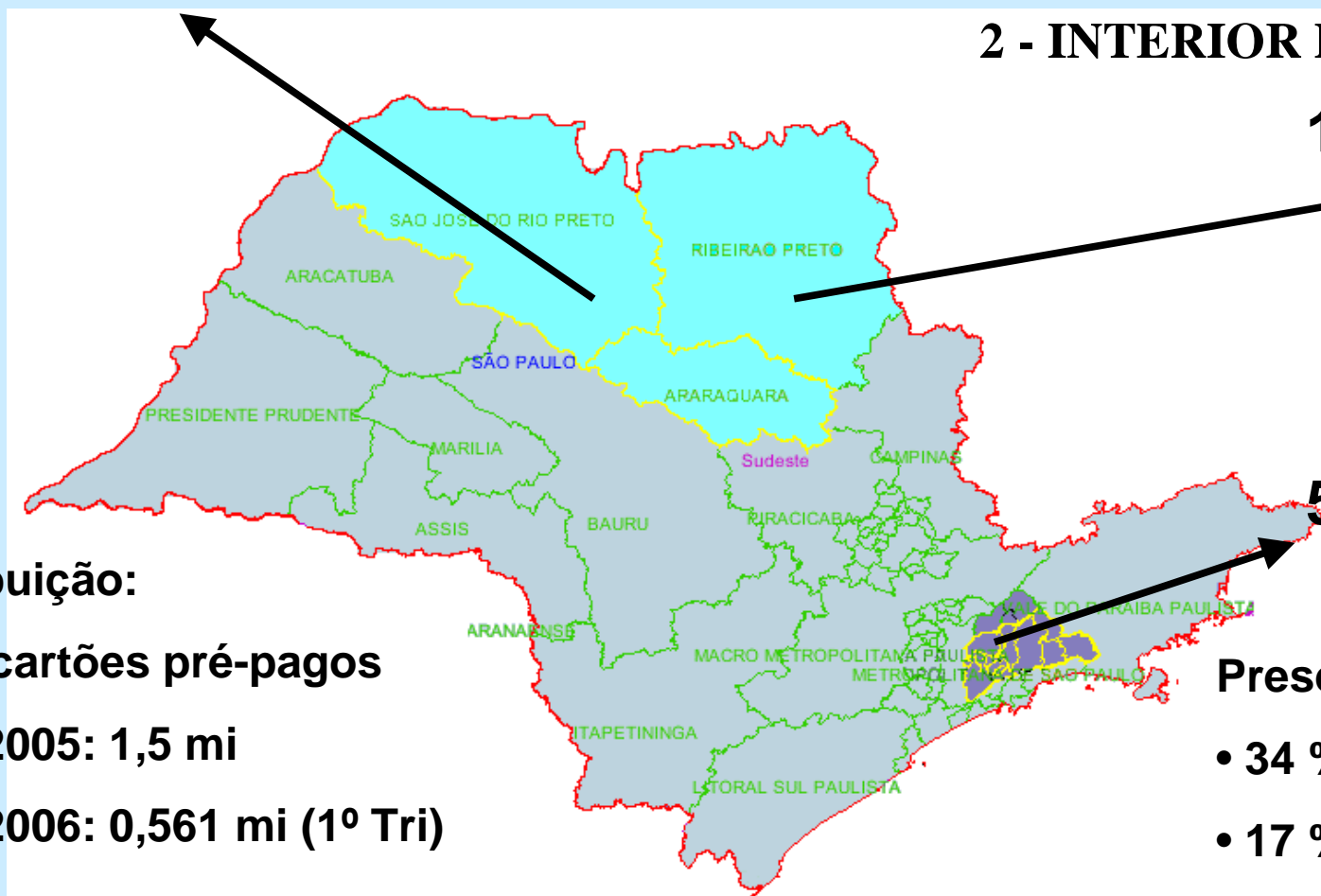
# Áreas de Atuação da TELLCARD

**1500 PDV's**

**SMC – 1 - REGIÃO METROPOLITANA DE SÃO PAULO**

**2 - INTERIOR DO ESTADO**

**1500 PDV's**



**5000 PDV's**

**Distribuição:**

**Nº de cartões pré-pagos**

- 2005: 1,5 mi
- 2006: 0,561 mi (1º Tri)

**Presente em:**

- 34 % PIB SP
- 17 % PIB Nacional

# ÁREAS DE ATUAÇÃO - RMSP -

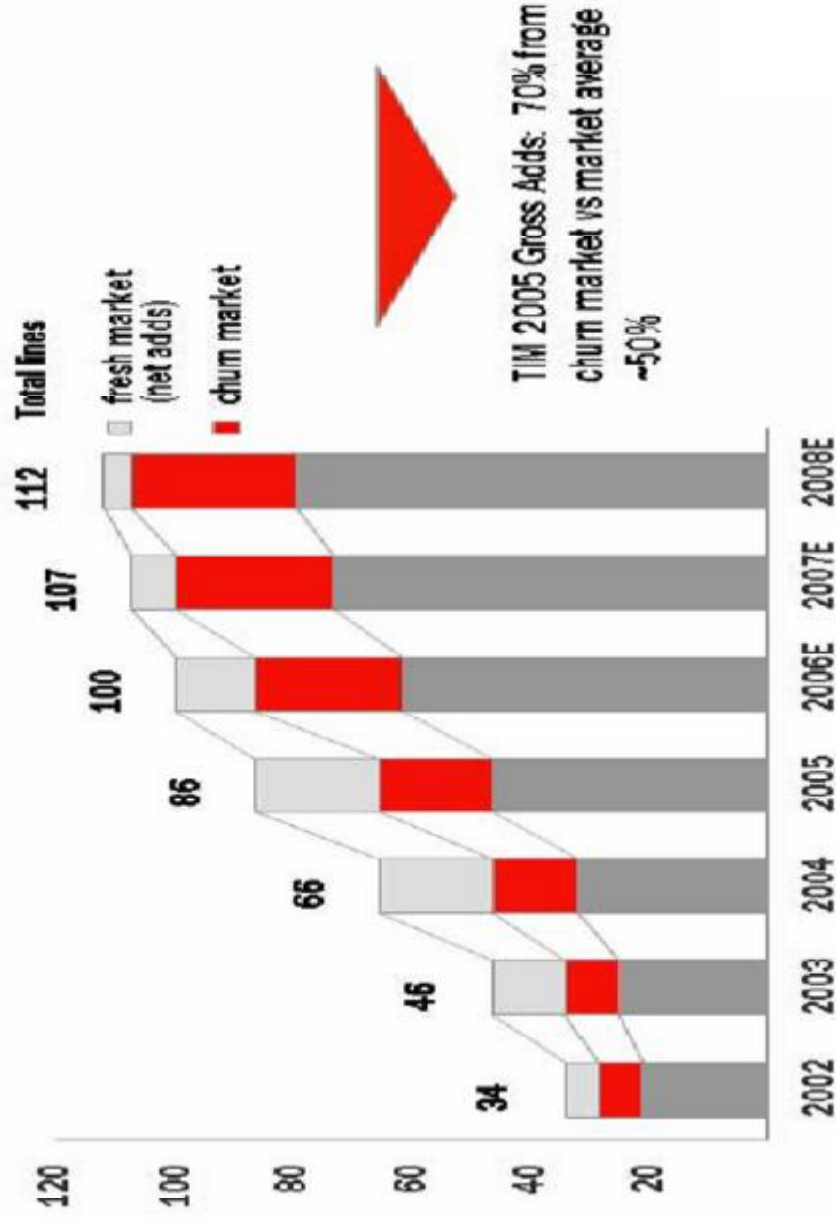




Meeting with the Financial Community 2006

Continuing market growth with increasing share of churn on gross adds...

...which is TIM's target!



SOURCE: TIM INTERNAL FORECAST  
 CONSENSUS ON MARKET GROWTH: 2008 FROM 110 TO 150 Lines mth

# Modelo de Distribuição Atual

**Toda a garantia financeira da operação é dada pelo Distribuidor.**



**O Distribuidor arca com a arrecadação e os prejuízos relativos à operação.**

Bancas – 28%

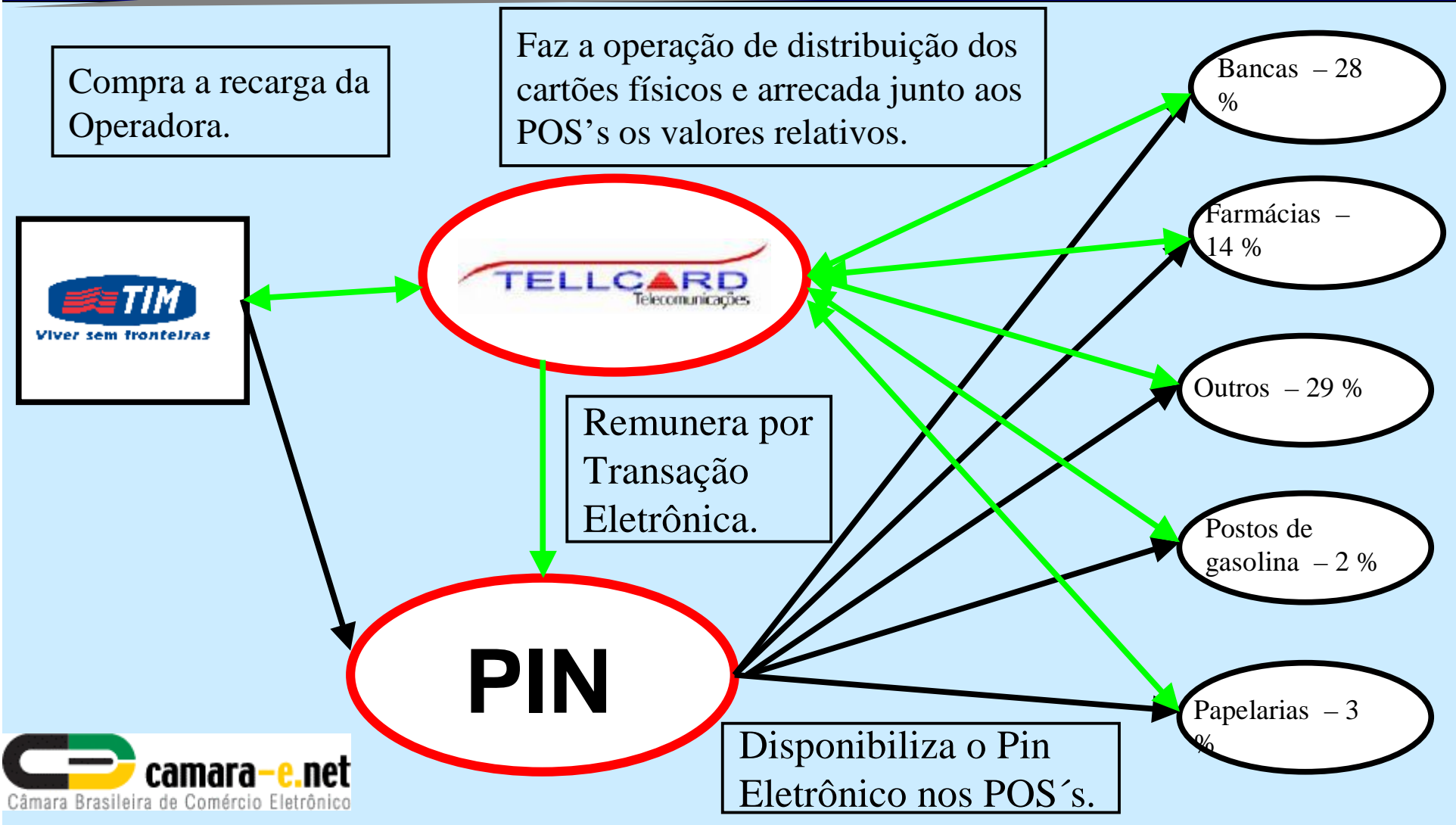
Farmácias – 22%

Outros – 33%

Postos de gasolina – 6%

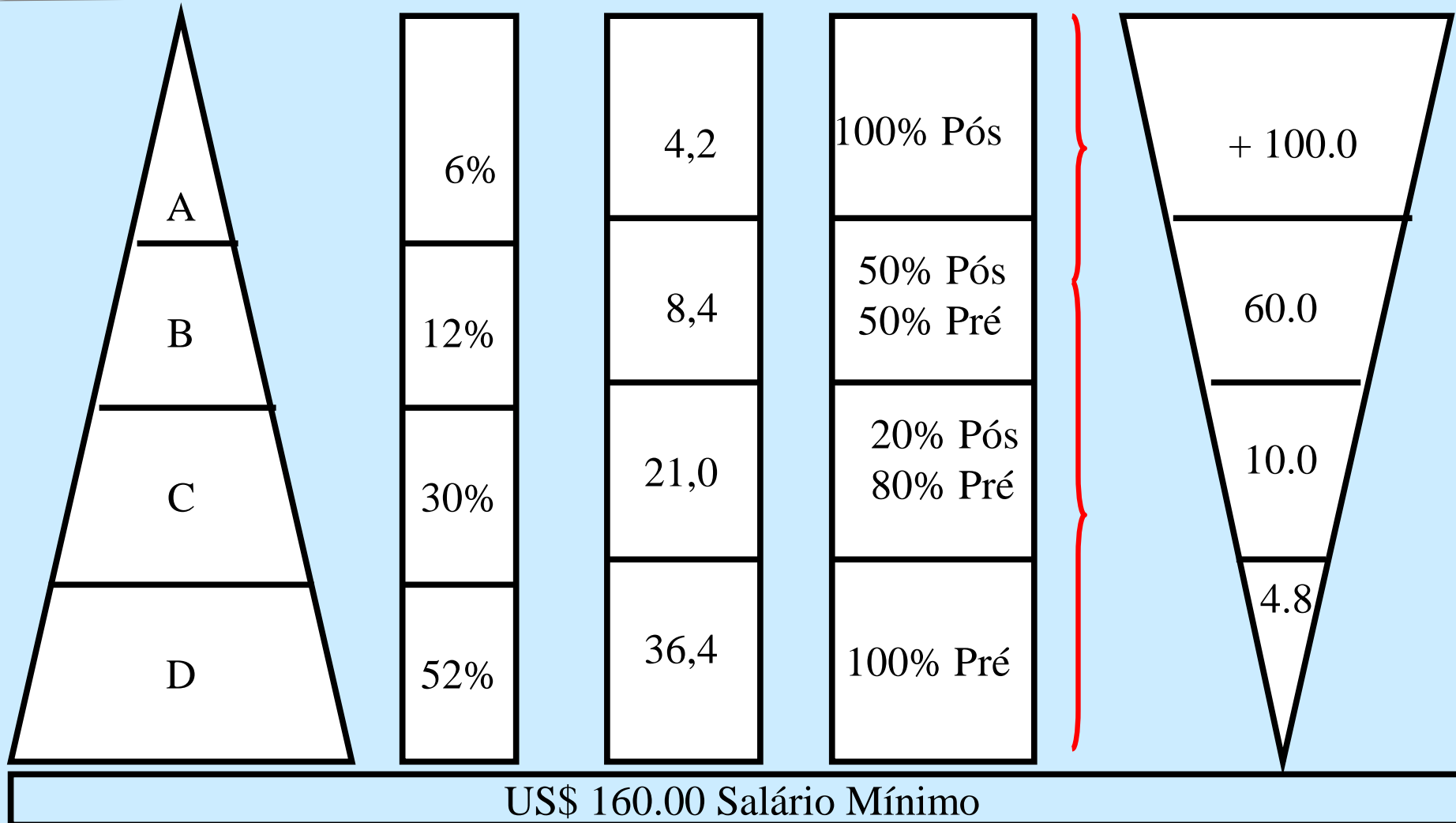
Papelarias – 7%

# Modelo de Negócio



# Modelo de Receita

Classes Sociais    % Participação    Usuários (milhões)    ARPU US\$ (monthly)



# Telcard Telecomunicações

- **Estrutura Empresarial**
  - **Canal de Recarga – 04 Gerentes**
    - 05 Supervisores**
    - 06 Administrativos**
    - 35 Vendedores**
  - **Canal de Lojas – 04 Gerentes**
    - 07 Caixas**
    - 15 Vendedores**

# Telcard Telecomunicações

- **Estrutura Empresarial (Continuação)**
  - **Canal Corporativo – 02 Gerentes**
    - 04 Supervisores
    - 03 Administrativos
    - 30 Vendedores
  - **Canal VIP –**
    - 01 Gerentes
    - 02 Caixas
    - 18 Vendedores

# Telcard Telecomunicações

- BPO -> Business Process Optimization
  - **Parceria forte com TIM.**
  - **Velocidade de Implementação (Ex.: Ribeirão Preto).**
  - **Capilaridade: + 8000 PDV's em 220 cidades.**
  - **Tecnologia: PIN Eletrônico, Smart Cards, Segurança;**
  - **Experiência no atendimento ao Cliente de Baixa Renda (Classes C/D)**

# Projeções

- **Projeção de Crescimento do PIB Nacional (FEBRABAN 3/2006)**
  - PIB Total em 2006 – 3,54%
  - PIB Total em 2007 – 3,66%
  - PIB Serviços em 2006 – 2,92%
- **Operações de Crédito para pessoa Físicas (FEBRABAN 3/2006)**
  - Variação Anual 2006 – 24,99%
- **Operações de Crédito para pessoa Jurídicas (FEBRABAN 3/2006)**
  - Variação Anual 2006 – 15,79%

# Projeções

- **+ 25% de Crédito para Pessoa Física no Brasil**
  - Ø Mais R\$ para compra de Celular
  - Ø Mais R\$ para Recarga via Cartão Físico/PIN

# Desafios

- Desafio 1: Aumentar a Capilaridade da Tellcard
  - Ø Entrada da Tellcard em outros Estados: MG e SC
- Desafio 2: Modelo Eletrônico (Novas Tecnologias)
  - Ø Crédito Eletrônico
  - Ø Smart Card
  - Ø Transações Eletrônicas
  - Ø Segurança

# Desafios

- Desafio 1+ Desafio 2= Desafio 3
  - Ø Novas Plataformas para os PDV'S;
  - Ø Melhorar a **Rentabilidade** do PDV;
  - Ø Agilização na Utilização dos meios Eletrônicos;
  - Ø Maior **Segurança** nas Transações;
  - Ø Assegurar **Mobilidade** do PDV;
  - Ø Garantir o **Meio Arrecadatório** das Transações;
  - Ø Atingir a “**Última Milha**” (Capilaridade).

**OBRIGADO**

Contato: [abf@tellcardtelecomunicacoes.com.br](mailto:abf@tellcardtelecomunicacoes.com.br) ou [abf@tellcard.com.br](mailto:abf@tellcard.com.br)