



**Relatório Anual do Grupo Abril 2004**

# Relatório Anual do Grupo Abril 2004



- Mensagem da Presidência
  - Conselho de Administração
  - Comitê Executivo
  - A virada do Grupo Abril
  - Perfil corporativo
  - O mercado da comunicação no Brasil
  - Revistas, tradição de excelência
  - TVA: TV e Internet para toda a família
  - MTV: TV segmentada de qualidade para os jovens
  - Ática e Scipione: livros que ensinam e educam
  - O valor do cliente
  - Excelência em serviços compartilhados
  - Nós
  - Zelo pela qualidade editorial e reputação
  - Estrutura e governança corporativa
  - Finanças e controle
  - Endereços, créditos e organograma
- 
- Demonstrações Financeiras (Condensadas) 2004
    - Fundação Victor Civita

## Abril num piscar de olhos

- Margem Ebitda em 2004: 20%
- Receita líquida: R\$ 2,1 bilhões
- Funcionários: 6 mil
- Títulos de revistas regulares: 90
- Circulação anual: 170 milhões de exemplares de revistas
- Mais de 40 sites de revistas
- Operações de televisão (MTV e TVA)
- Provedor de internet banda larga
- 56 milhões de livros escolares
- Maior parque gráfico da América Latina

# Mensagem da Presidência

**É** com muito orgulho que apresentamos o **Relatório Anual do Grupo Abril 2004**. Ele conta a história de um grupo de comunicação que fez, nos últimos cinco anos, uma importante virada em seus negócios. Plantada em São Paulo em 1950, a árvore da Abril cresceu e prosperou no fértil solo do mercado editorial brasileiro durante meio século. Mas, após investir pesadamente em novas tecnologias na década de noventa, a Empresa foi colhida pela desvalorização cambial de 1999, viu seu endividamento subir dramaticamente e o custo correspondente explodir.

Fizemos, a partir de então, o que empresas briosas fazem sob essas circunstâncias: contando com a garra e o talento de milhares de Abrilianos, cortamos custos, aumentamos muito a produtividade, imprimimos uma disciplina de austeridade em todas as áreas e finalmente, a partir de 2002, começamos a virar o jogo, com um expressivo e progressivo aumento de rentabilidade. Esse processo culminou com a entrada de um novo sócio, a Capital International, que, em junho do ano passado, injetou R\$ 150 milhões na Empresa em troca de 13,8% do capital. Finalmente, em abril de 2005, assinamos o reperfilamento da dívida do Grupo para pagá-la em melhores condições ao longo dos próximos quatro anos. Com tantas iniciativas regeneradoras de nossos negócios, aprendemos a pensar e a agir desde já como empresa aberta. Temos orgulho e prazer, com trabalhos como este, em ser ainda mais transparentes na elaboração e divulgação de nossas informações operacionais e financeiras.

Fizemos isto sempre levando em conta o compromisso permanente com a integridade e a excelência e o nosso desejo de continuar contribuindo para a construção de um país cada vez mais desenvolvido, mais justo e mais bem informado.

Cremos acima de tudo que, enquanto houver um público ansioso por conteúdos de qualidade, haverá espaço e futuro para empresas como a nossa. Assim, continuaremos produzindo as melhores e maiores revistas e sites do mercado brasileiro, a melhor programação segmentada para os jovens, com a MTV, uma TV por assinatura de qualidade, com a TVA, e os melhores livros escolares do Brasil, com a Ática e a Scipione. E pretendemos continuar crescendo – agora mais rapidamente.

**Roberto Civita**

Presidente do Conselho  
de Administração e Editor

**Maurizio Mauro**

Presidente Executivo e CEO

# Conselho de Administração

**Roberto Civita**  
Presidente

**Maurizio Mauro**  
Conselheiro

**Thomaz Souto Corrêa**  
Conselheiro

**Guilherme Lins**  
Conselheiro

**Marcel Telles**  
Conselheiro

**Giancarlo Civita**  
Vice-Presidente

**Fabio Barbosa**  
Conselheiro

**José Augusto Moreira**  
Conselheiro

**Claudio Haddad**  
Conselheiro

**William Bannister-Parker**  
Conselheiro



# Comitê Executivo

DIRETOR EDITORIAL DO GRUPO DE NEGÓCIOS VEJA/EXAME

**Tales Alvarenga**

DIRETOR DE AUDITORIA

**Douglas de Oliveira**

DIRETOR-GERAL DO GRUPO DE NEGÓCIOS VEJA/EXAME

**Mauro Calliari**

DIRETOR-GERAL DE MÍDIA ELETRÔNICA (MTV)

**André Mantovani**

DIRETOR-GERAL DO GRUPO DE NEGÓCIOS INTERESSES

**Jairo Leal**

DIRETOR SECRETÁRIO EDITORIAL E DE RELAÇÕES INSTITUCIONAIS

**Sidnei Basile**

ASSESSORA EXECUTIVA DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

**Cleide Rovai Castellan**

VICE-PRESIDENTE DE RECURSOS HUMANOS E DESENVOLVIMENTO ORGANIZACIONAL

**José Wilson Armani Paschoal**

DIRETORA-GERAL DA TVA

**Leila Loria**

VICE-PRESIDENTE DE FINANÇAS E CONTROLE E DIRETOR DE RELAÇÕES COM INVESTIDORES

**Emílio Carazzai**

DIRETOR-GERAL DA ABRIL EDUCAÇÃO (ÁTICA E SCIPIONE)

**João Arinos**

PRESIDENTE EXECUTIVO E CEO

**Maurizio Mauro**

VICE-PRESIDENTE COMERCIAL E DE MARKETING

**Deborah Wright**

DIRETOR JURÍDICO

**Arnaldo Tibyriçá**

VICE-PRESIDENTE DE SERVIÇOS COMPARTILHADOS

**Valter Pasquini**

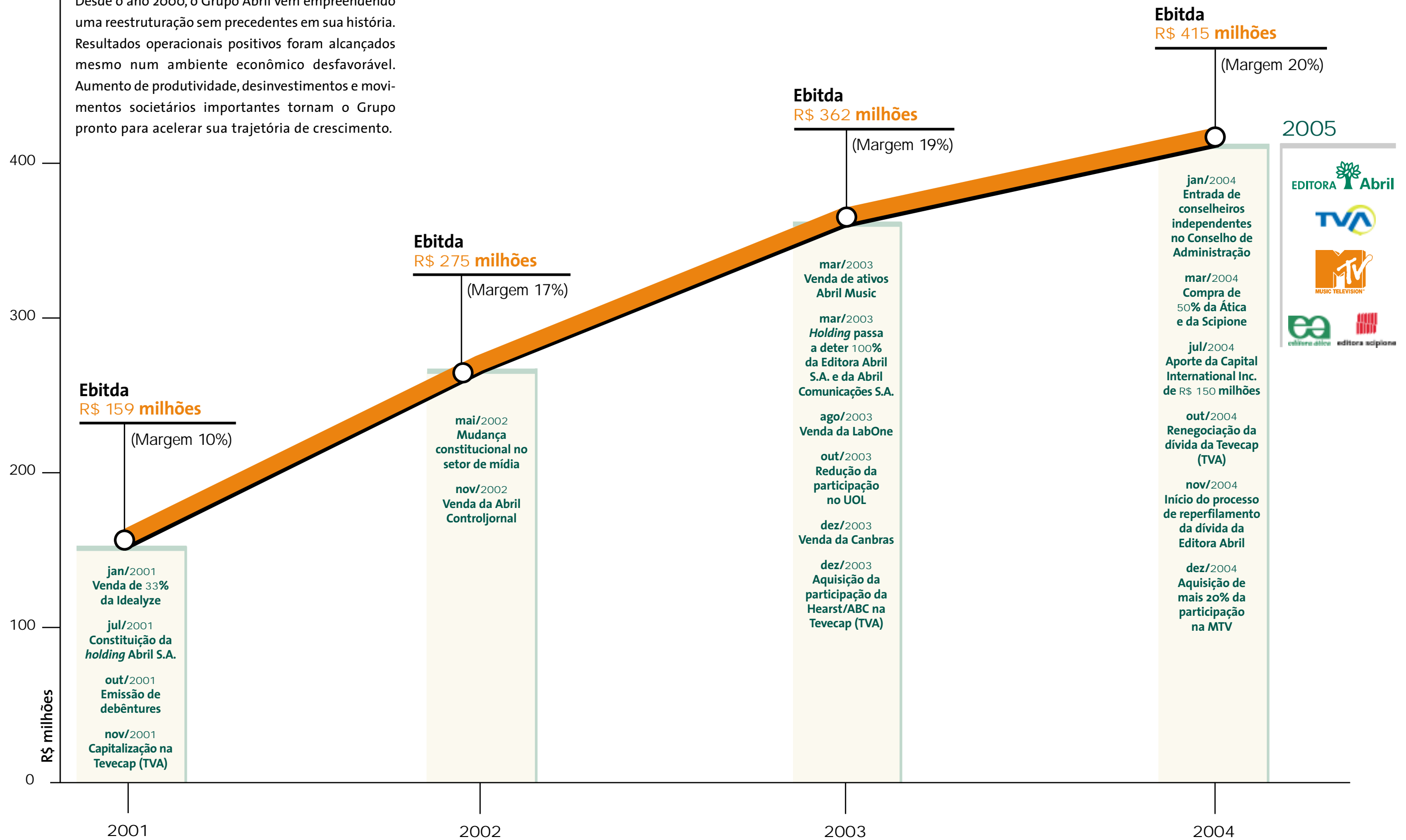


# A virada do Grupo Abril

Turnaround com resultados

## Evolução do Ebitda

Desde o ano 2000, o Grupo Abril vem empreendendo uma reestruturação sem precedentes em sua história. Resultados operacionais positivos foram alcançados mesmo num ambiente econômico desfavorável. Aumento de produtividade, desinvestimentos e movimentos societários importantes tornam o Grupo pronto para acelerar sua trajetória de crescimento.



# Perfil corporativo

O Grupo Abril é composto pelas seguintes empresas:

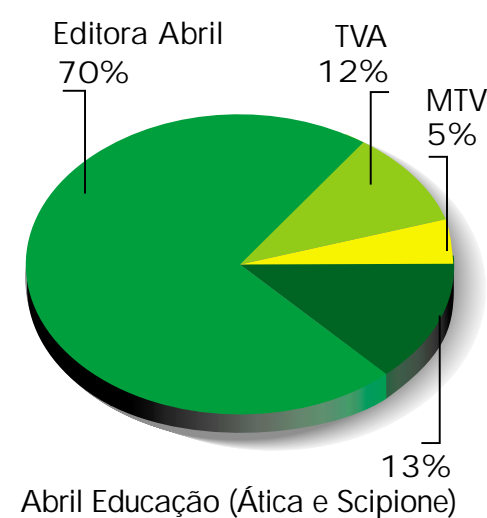
- Editora Abril (revistas)
- TVA (TV paga e internet banda larga)
- MTV (TV segmentada)
- Editoras Ática e Scipione (Abril Educação)

O Grupo Abril é um dos maiores e mais influentes grupos de comunicação da América Latina. Publica um total de 90 títulos regulares, entre os quais *Veja*, a quarta maior revista semanal de informação do mundo. Controla a TVA, pioneira em TV por assinatura e internet em banda larga, e a MTV, TV segmentada de qualidade para os jovens. Comercializa ainda 50 milhões de livros escolares por meio das editoras Ática e Scipione.

Atua segundo o conceito de multiplataformas e **há 55 anos faz parte da vida de milhões de brasileiros todos os dias**, oferecendo informação, cultura, educação e entretenimento de qualidade. Liderança e pioneirismo são marcas registradas da Abril. Suas revistas são líderes em circulação, assinaturas e publicidade. O grupo é o primeiro no mercado editorial de livros escolares e sua TV por assinatura foi pioneira em oferecer tecnologia digital e VoIP (Voice over Internet Protocol, comunicação de voz via internet). A gráfica da Abril é a maior da América Latina e a única na região a utilizar a rotogravura – processo de impressão recomendado para tiragens superiores a 300 mil exemplares.

**Relacionamentos internacionais sempre marcaram a trajetória do Grupo.** Desde 1950, com a publicação de *O Pato Donald*, da Disney, a Editora Abril tem trazido para o Brasil diversos títulos de sucesso no exterior, como *Cosmopolitan (Nova)*, *Elle*, *Muy Interessante (Superinteressante)*, *Playboy* e *National Geographic*, bem como canais de televisão, tanto diretamente, no caso da MTV, como por meio da TVA. A Empresa encerrou 2004 com cerca de 6 mil funcionários, receita líquida de R\$ 2,1 bilhões, Ebitda (geração operacional de caixa) de R\$ 415 milhões e margem Ebitda de 20%.

Receitas 2004



**PRINCÍPIOS DA ABRIL:**

- Foco no Cliente
- Rentabilidade
- Competitividade

## Missão

A Abril está empenhada em contribuir para a difusão de informação, cultura e entretenimento, para o progresso da educação, a melhoria da qualidade de vida, o desenvolvimento da livre iniciativa e o fortalecimento das instituições democráticas do país.

## Visão estratégica

Ser a companhia líder em multimídia integrada, atendendo aos segmentos mais rentáveis e de maior crescimento dos mercados de comunicação e educação no Brasil.

## Valores da Abril

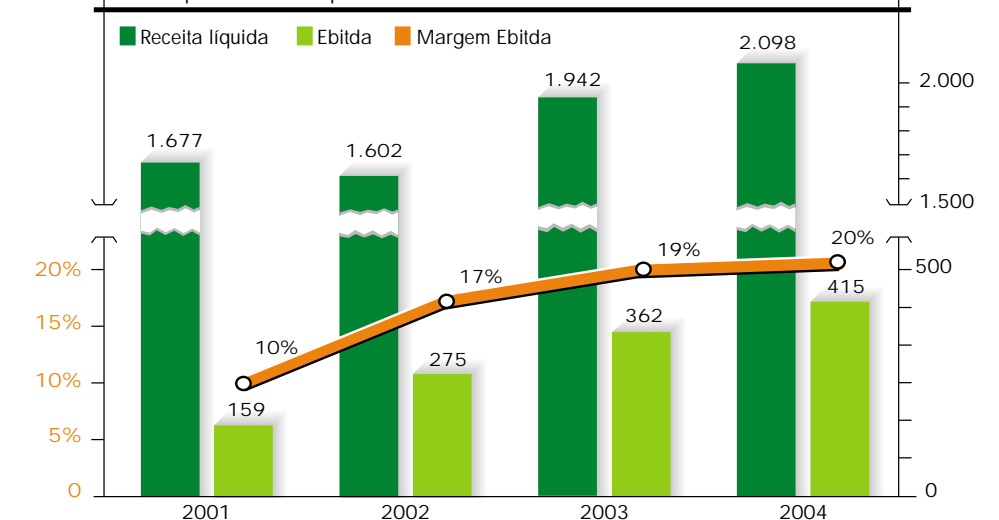
Excelência, Integridade, Pioneirismo e Valorização das Pessoas.

## Premiações corporativas

As publicações da Abril criaram prêmios que reconhecem as boas práticas empresariais e as pessoas que fazem a diferença na sociedade.



Desempenho do Grupo Abril (em R\$ milhões)



# O mercado da comunicação no Brasil

A Abril é a maior empresa latino-americana de publishing

O país encerrou 2004 como a 12ª maior economia mundial e a maior da América Latina

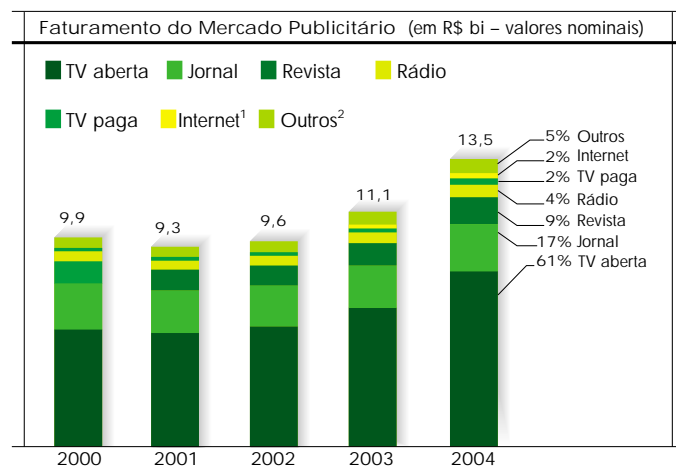
O Brasil possui um enorme potencial de crescimento na área da comunicação, diretamente relacionado à expansão da renda e dos níveis de educação da população brasileira. Seja em TV, internet ou revistas, o público atingido ainda é baixo, principalmente quando comparado a países desenvolvidos, o que se traduz em oportunidades de desenvolvimento para as empresas do setor.

Potencial para o crescimento da comunicação no país	Brasil	Argentina	México	EUA
População (em milhões) <sup>1</sup>	181,5	38,6	104,6	290,3
População maior de 20 anos (em milhões)	112,8	25,0	78,9 <sup>2</sup>	209,7
PIB (US\$ bilhões)	601,5	129,7**	626,1**	11.004
Total de domicílios (em milhões)	48,5	10,07*	26,3	111,6
Domicílios com TV (em milhões)	44,0	9,9	24,1	108,4
Domicílios com TV paga (em milhões)	3,5	5,4	5,0	97,9
Penetração de TV paga nos domicílios com TV (%)	7,9	54,5	20,7	90,3
Domicílios com internet (em milhões)	5,6	0,91*	2,3	67,2
Domicílios com internet banda larga (em milhões)	2,2	2,2	n.d.	33,6
Domicílios com computador (em milhões)	7,4	2,06*	4,7	70,8
Utilização de internet (em milhões de usuários)	19,9	4,0**	12,9	207,0
Revistas per capita	2,0 <sup>3</sup>	3,0 <sup>4</sup>	6,0 <sup>4</sup>	32,0 <sup>5</sup>

Fontes: Veronis 2003 e 2004, IVC 2004, Indec, Inegi, IBGE 2003, Internet World Stats 2004, UIT 2003, Bureau de Publicidad en Cable e Internet, Bureau of Labor Statistic e Zenith Media (entre outros); \* 2001, \*\* 2003  
<sup>1</sup> Estimativa do IBGE (Brasil), julho de 2004/Projeção Indec (Argentina), 2005/Inegi (México), 2000/US Census Bureau (EUA), 2004; <sup>2</sup> População maior de 12 anos; <sup>3</sup> Circulação Total IVC/população alfabetizada; <sup>4</sup> População adulta/FIPP; <sup>5</sup> População adulta/Veronis.

## Venda de publicidade

A retomada do crescimento econômico em 2004 refletiu positivamente no mercado publicitário brasileiro, que saiu da estagnação vivida nos anos anteriores. As verbas investidas cresceram 22%, totalizando um faturamento bruto de R\$ 13,5 bilhões. Os maiores crescimentos de audiência e frequência ocorreram na internet e na TV paga.

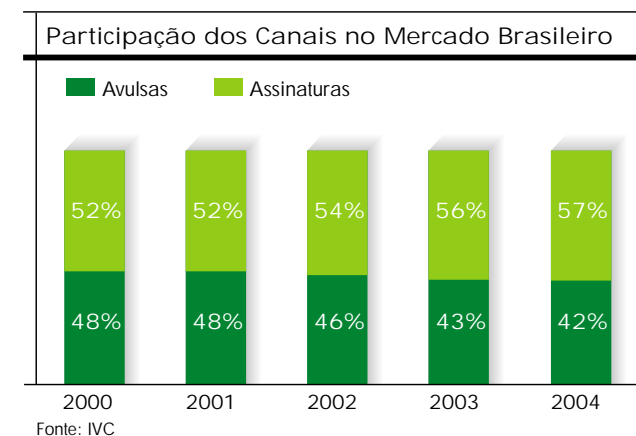


Notas: (1) Valores de Internet apenas a partir de 2003; (2) "Outros" inclui outdoor, exterior e mobiliário urbano. Fonte: Intermeios

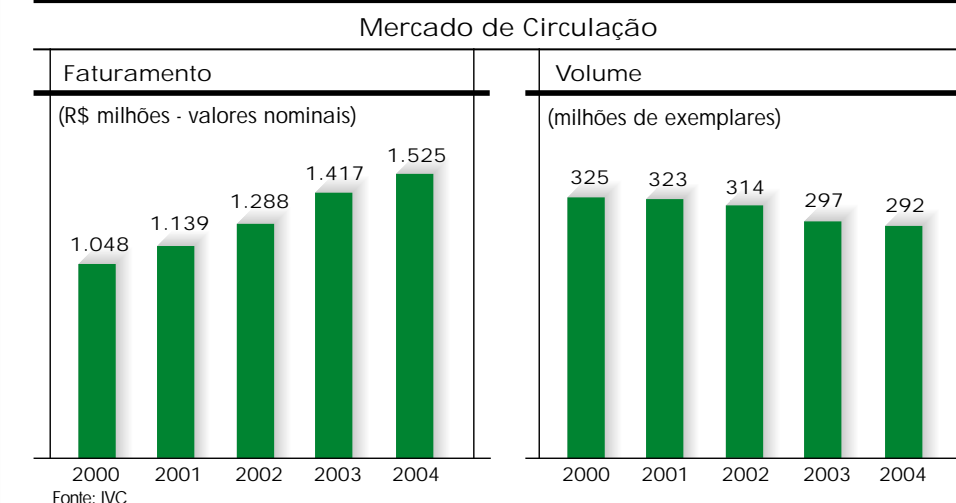
Isso mostra que os anunciantes estão aprendendo a utilizar as mídias segmentadas, com planos de comunicação cada vez mais específicos. O investimento publicitário direcionado para revistas somou R\$ 708,7 milhões, 11,1% superior a 2003, e a participação de mercado da Abril foi de 61,2% do total do meio, estável em relação ao ano anterior, segundo dados da Intermeios.

## Receitas do consumidor

Nos últimos cinco anos, de 2000 a 2004, o faturamento com circulação de revistas no Brasil cresceu em média 9,9% ao ano, movido principalmente pelo incremento de 14,5% no faturamento com assinaturas. Por outro lado, o total de exemplares vendidos decresceu 2,6% no mesmo período, principalmente no segmento de avulsas, que caiu 5,7% no mesmo período. A queda no volume se explica pela recessão vivida no país no início desta década, que impactou diretamente o poder de compra das famílias.



Em 2004, de acordo com dados do IVC (Instituto Verificador de Circulação), o mercado brasileiro de revistas como um todo sofreu uma redução de 1,6% em relação a 2003, enquanto que o faturamento subiu 7,9%.





# Revistas, tradição de excelência

Sete dos dez maiores títulos do país são da Editora Abril. Desde 1950, com o lançamento de sua primeira revista, *O Pato Donald*, a Empresa, sempre atenta à sociedade e a seus movimentos, vem produzindo publicações que acompanham todos os estágios da vida do leitor. Especializadas em levar comunicação de qualidade para públicos específicos, as revistas são, definitivamente, os melhores veículos de mídia segmentada. Em casa, no trabalho, na escola, no trânsito ou pela web, atendem a necessidade de informação, entretenimento e educação. Revistas têm opinião, são companheiras e amigas, e estabelecem um relacionamento de respeito e de longo prazo com seus leitores. As publicações da Abril são líderes e cinco delas estão entre os 30 veículos mais admirados do país.

**Mauro Calliari**  
DIRETOR-GERAL DO GRUPO  
DE NEGÓCIOS VEJA/EXAME

**Jairo Leal**  
DIRETOR-GERAL DO GRUPO  
DE NEGÓCIOS INTERESSES



# Veja

Com uma equipe que sabe perguntar o que todos querem saber, *Veja* é parte indispensável do cotidiano de quem precisa estar sempre bem informado

Carro-chefe da Editora Abril, a revista *Veja* é uma poderosa operação de *publishing*, com uma equipe experiente e comprometida com o leitor. Mais do que resumir os eventos importantes da semana, o papel de uma publicação semanal de informação é analisar e interpretar os acontecimentos. E opiniões bem fundamentadas só são obtidas com conhecimento profundo dos fatos e das fontes de informação certas. Todas essas características são reconhecidas: *Veja* atingiu em 2004 sua melhor taxa de renovação de assinaturas dos últimos oito anos, o que comprova a fidelidade de sua base de assinantes. Sua participação publicitária no mercado de revistas semanais de informação é de 69%.

## A quarta maior revista semanal entre as mais influentes do mundo (2,5 vezes maior que sua concorrente mais próxima no Brasil)



Time (EUA)  
4.100.000



Newsweek (EUA)  
3.100.000



U.S. News (EUA)  
2.000.000



Veja (Brasil)  
1.100.000

Fonte: FIPP - Anuário 2004/2005. Base dados consolidados 2003. ABC Julho/Dez. 2004.



The Economist (EUA)  
1.000.000

Além disso, *Veja* vem colecionando inúmeros prêmios ao longo de seus 36 anos de vida. Um destaque é sua participação na pesquisa anual Veículos Mais Admirados: o Prestígio da Marca, realizada desde 2000 pelo jornal *Meio & Mensagem* — em todas as edições, *Veja* esteve entre os primeiros colocados.

Já no início de 2005, todos os assinantes e bancas da Grande São Paulo recebiam *Veja* até as 21 horas de sábado, por meio do projeto 100% *Veja* Sábado. Viabilizar esse plano de entrega só foi possível graças à sinergia entre as diversas áreas do Grupo Abril.

DIRETOR-GERAL DO GRUPO DE NEGÓCIOS VEJA/EXAME  
Mauro Calliari

### Tales Alvarenga

DIRETOR EDITORIAL DO GRUPO DE NEGÓCIOS VEJA/EXAME

• VEJA  
DIRETOR DE REDAÇÃO  
Euripedes Alcântara

• VEJA SÃO PAULO  
Carlos Maranhão  
• VEJA RIO  
Fábio Rodrigues

A maior e mais influente revista semanal de informação do Brasil



O Espaço Cultural *Veja* São Paulo recebeu em média 200 mil visitantes e foi prestigiado por grandes anunciantes.

### O MELHOR DA CIDADE

Em 2004, *Veja* trouxe os melhores endereços gastronômicos em 11 cidades.

O primeiro passo de *Veja* rumo à regionalização se deu por meio de *Veja São Paulo*, em 1985. Hoje são mais de 30 edições especiais regionais trazendo informações sobre entretenimento e serviços. *Veja São Paulo* já é o segundo maior faturamento publicitário da Editora Abril.



- Circulação semanal: 1.114.932
- Assinantes: 916.354 (82%)
- Leitores: 9.664.000
- Páginas de anúncios: 10.080 no ano
- **Market share:**  
69% de participação publicitária no mercado de revistas semanais de informação; 58% do *share* de circulação entre as mesmas revistas

Fontes: IVC Média 2004, TGI (Março-Agosto/2004), IBOPE



### VEJA ON-LINE

- 10,8 milhões de *page views* por mês
- 1,2 milhão de pessoas navegam pelo site por mês

Fonte: W. usage/2004



Edições especiais: assuntos da atualidade analisados em profundidade.

## Negócios

Informações decisivas para os líderes empresariais do presente e do futuro



A Career Fair – workshop de dois dias, que reúne grandes pensadores na área de desenvolvimento pessoal e profissional – e a publicação do ranking de MBAs são grandes sucessos da marca *Você S/A*.

DIRETOR-GERAL DO GRUPO DE NEGÓCIOS VEJA/EXAME  
Mauro Calliari

DIRETOR EDITORIAL DO GRUPO DE NEGÓCIOS VEJA/EXAME  
Tales Alvarenga

- Circulação mensal: 174.000
- Assinantes: 121.000
- Leitores: 545.000

O Grupo Abril é líder em publicações de negócios no Brasil, com os títulos *Exame* e *Você S/A*. Voltadas para o público corporativo – empresários, funcionários buscando aperfeiçoamento e mesmo profissionais liberais –, essas revistas fornecem informações obrigatórias para quem quer estar bem informado e posicionado no mercado empresarial. *Exame* é a segunda e *Você S/A* é a sexta revista mais admirada do país, de acordo com pesquisa de *Meio & Mensagem* realizada em 2004.

Credibilidade foi citada como o ponto forte de *Exame*, enquanto inovação é o diferencial de *Você S/A*.

*Exame* desenvolveu publicações e premiações que se tornaram referência ao articularem aspirações de comunidades, unidas por interesses comuns. Entre elas estão *Melhores & Maiores*, *Guia de Fundos* e *Guia Exame de Boa Cidadania Corporativa*. Todas trazem várias oportunidades de relacionamento com anunciantes. Sempre inovando, *Exame* lançou em 2004 a primeira edição do *Anuário de Infra-Estrutura*, a maior e mais bem organizada publicação sobre o setor de infra-estrutura do país, que circulou com 340 páginas, das quais cerca de 1/3 de publicidade.

Uma parceria entre *Exame* e *Você S/A* rendeu um dos maiores sucessos editoriais da Abril: *As Melhores Empresas para Você Trabalhar*. Figurar neste guia já se tornou objeto de desejo entre as empresas brasileiras.

- EXAME  
Cláudia Vassallo
- VOCÊ S/A  
Maria Tereza Gomes



*Você S/A*, apesar de ter apenas 7 anos de vida, já está entre os 30 veículos mais admirados do país e também entre as 50 maiores revistas de finanças, negócios e notícias do mundo.

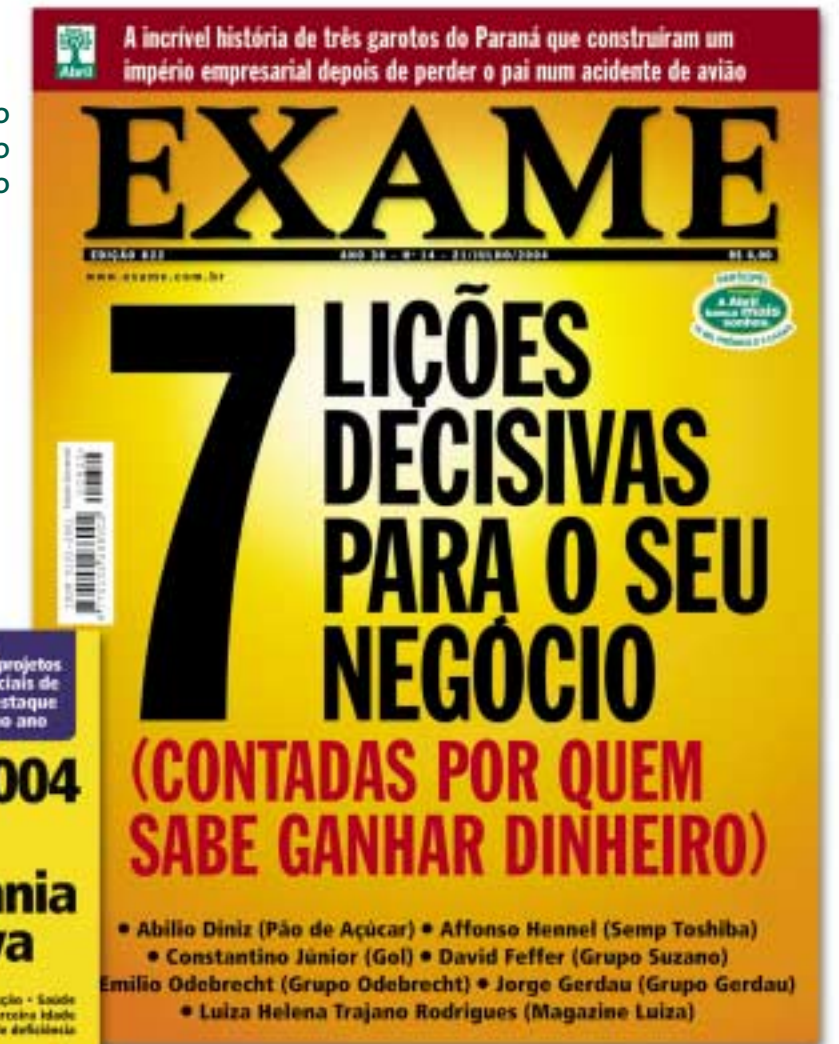


- Circulação quinzenal: 152.000
- Assinantes: 124.000
- Leitores: 1.139.000

A maior publicação de negócios do Brasil



Uma análise das empresas que estão no topo da lista das 500 maiores do Brasil é um espelho do que ocorre com a economia do país. *Melhores & Maiores* faz essa análise há mais de 30 anos, o que possibilitou à Editora Abril desenvolver um dos maiores e mais completos bancos de dados sobre o desempenho das empresas brasileiras.



O ano de 2004 marcou o início de uma fase de reformulação editorial em *Exame*. Com novo enfoque editorial e novo *layout*, a revista está mais dinâmica, moderna e agradável de ler. O site de *Exame* está entre os mais visitados da Abril, e a receita de publicidade na web cresceu 239% no período.



EXAME ON-LINE  
• 2,5 milhões de page views por mês  
• 234 mil pessoas por mês navegando pelo site

VOCÊ S/A ON-LINE  
• 830.200 page views por mês  
• 161,2 mil pessoas por mês navegando pelo site

## Consumo/Comportamento

Para as leitoras que buscam uma vida mais completa e requintada

### Núcleo Comportamento

A mulher que vive no século 21 enfrenta desafios que nenhuma outra, em épocas passadas, enfrentou: estuda, trabalha, batalha, cresce, cuida da casa, dos filhos, da beleza. Quer estar bem arrumada, bem informada e bem-humorada. As revistas do Núcleo Comportamento – *Claudia* e *Nova* – são direcionadas a essas mulheres. Apesar de estarem voltadas para a mesma faixa etária e perfil socioeconômico, as linhas editoriais das duas publicações são bem distintas: as leitoras de *Claudia*, como todas as mulheres, desejam ser amadas e valorizadas, têm opiniões firmes e gostam de dividir suas histórias e angústias. Já as leitoras de *Nova* procuram sempre superar seus próprios limites e querem saber mais sobre sexo, carreira, beleza e amor.



Marca licenciada da *Cosmopolitan* americana, *Nova* teve uma tiragem média em 2004 de 265.000 exemplares mensais, dos quais 50% assinaturas e 50%, avulsas.



A revista da mulher à frente do seu tempo publica diversas edições especiais voltadas para a mulher que quer explorar as possibilidades de se tornar mais bela.

DIRETOR-GERAL DO GRUPO DE NEGÓCIOS INTERESSES  
Jairo Leal

Elda Müller  
DIRETORA SUPERINTENDENTE DA UNIDADE DE NEGÓCIOS CONSUMO/COMPORTAMENTO



**CLAUDIA ON-LINE**  
• 1,6 milhão de page views por mês  
• 119 mil pessoas por mês navegam pelo site

**NOVA ON-LINE**  
• 642 mil page views por mês  
• 162 mil pessoas por mês navegam pelo site

**NÚCLEO COMPORTAMENTO**  
Elda Müller  
• CLAUDIA Marcia Neder  
• NOVA Cynthia Greiner

**NÚCLEO BEM-ESTAR**  
Alda Palma  
• BONS FLUIDOS Elizabeth Volpi  
• SAÚDE Lúcia Helena de Oliveira  
• VIDA SIMPLES Rodrigo Vergara

**NÚCLEO CONSUMO**  
Claudio Ferreira  
• BOA FORMA Cecília Reis  
• ELLE Lenita Assef  
• ESTILO Dulce Pickersgill  
• MANEQUIM Ana Célia Aschenbach

A revista feminina de maior circulação há mais de 40 anos

A circulação média de *Claudia* em 2004 foi de 380 mil exemplares mensais, dos quais 74% eram assinaturas e 26%, avulsas.



A revista que mais entende de mulheres cria diversas edições especiais voltadas para ajudá-las em casa e com sua família.



As revistas têm um importante papel na aproximação entre os anunciantes e os assinantes do segmento. O evento Casa da Beleza é um ótimo exemplo dessa integração.



O Prêmio *Claudia* foi criado em 1996 para reconhecer o trabalho de mulheres que fazem a diferença na vida dos brasileiros.

# Consumo/Comportamento

## Núcleo Bem-Estar

Cada vez mais as pessoas saem em busca de alternativas saudáveis e naturais para lidar com a rotina estressante e agitada dos dias atuais. As revistas do Núcleo Bem-Estar são dirigidas a essas pessoas, oferecendo-lhes **reportagens sobre qualidade de vida, equilíbrio da mente e das emoções, e corpo saudável.** Com os títulos *Saúde*, *Bons Fluidos* e *Vida Simples*, o núcleo trata de assuntos como o bem-estar físico e mental de toda a família, autoconhecimento e relacionamento, incluindo dicas de como morar, comer e comprar bem, e principalmente de como se conhecer melhor. Traz também edições especiais que aprofundam temas como ioga e feng-shui, entre outros.



Concerto Bons Fluidos: um grande evento musical para assinantes, personalidades e o mercado da comunicação, em comemoração ao aniversário da revista.



A revista *Saúde* publica edições especiais sobre assuntos relativos ao tema, bem como compilações em formato de CD-ROM.



O site de *Bons Fluidos* tem dicas para uma vida cada vez melhor em casa.



O site de *Saúde* traz testes e modelos para avaliação da forma física e informações sobre 140 doenças, seus sintomas, tratamento e prevenção.

## Núcleo Consumo

As revistas deste núcleo tratam de moda e beleza de forma completa e abrangente, retratando a variedade de estilos, comportamentos e necessidades do público feminino. São quatro títulos que trazem as tendências nacionais e internacionais de moda e beleza. *Elle* é a revista para a mulher jovem que quer estar antenada e bem vestida. *Boa Forma* trata da beleza como um todo e propõe a suas leitoras um estilo de vida mais saudável. *Manequim* é pautada pela diversidade regional do Brasil e aborda, além de moda, assuntos de casa e saúde, numa ampla variedade de estilos, marcas e preços. *Estilo*, licenciada da *In Stile*, se inspira no modo de vida das celebridades e é uma referência de consumo para as leitoras.



As leitoras do Núcleo Consumo são mulheres modernas, versáteis, seguras e inteligentes, que trabalham, amam, cuidam da família, viajam e se destacam em tudo que fazem.

As leitoras podem se cadastrar nos sites das revistas para receber suas newsletters, com informações em primeira-mão sobre novas reportagens e promoções exclusivas.

## Cultura/Jovem

Publicações produzidas com o jeito Abril de fazer revista – textos envolventes, produção gráfica impecável e informação de primeira

A leitora de *Capricho* pode consultar horóscopo, paquerar e fazer amigos pelo celular, nas salas de bate-papo via WAP.



DIRETOR-GERAL DO GRUPO DE NEGÓCIOS INTERESSES  
Jairo Leal

Luiz Felipe d'Ávila  
DIRETOR SUPERINTENDENTE DA UNIDADE DE NEGÓCIOS CULTURA/JOVEM

### Núcleo Jovem

A equipe envolvida nas publicações do Núcleo Jovem da Abril concentra grande *expertise* nesse segmento, tanto na linguagem como no conteúdo produzido para esse público. O melhor exemplo é a revista *Capricho*, líder entre as adolescentes, que trata de temas como paquera, compras, ídolos, passeios e informações sobre produtos e serviços. *Superinteressante* revela o mundo do conhecimento de forma instrutiva, divertida, dinâmica e envolvente. É a maior revista jovem do país. *Mundo Estranho* é a melhor revista de curiosidades do Brasil. Ela é feita para jovens de 13 a 18 anos e aborda os mais diversos e intrigantes assuntos. Nasceu como uma edição especial e se tornou uma revista mensal de grande sucesso. O núcleo produz ainda o site *SuperSurf*, que acompanha o maior campeonato de surf do país.

Com foco total nas adolescentes que se interessam por tudo que é novo, *Capricho* é a linha direta com a garota que está definindo sua personalidade e construindo seu perfil de comportamento, orientada para boas decisões de consumo.



Superinteressante é a maior revista jovem do país, com 3,1 milhões de leitores



Em 2004 *Super* consolidou sua presença no mercado: lançou 127 produtos com sua marca, sendo 20 deles DVDs.



Promovido pela *Superinteressante*, o prêmio Especial Super Ecologia homenageia os melhores projetos de empresas, governos e ONGs na área de preservação e recuperação ambiental.



Sites para quem ama o conhecimento, trazem material exclusivo com recursos de animação, vídeos, depoimentos, *games* e *quizzes*.



Site do Circuito Brasileiro de Surfe Profissional, o *SuperSurf* mostra tudo sobre o esporte, inclusive vídeos e fotos incríveis de manobras.

NÚCLEO JOVEM  
Adriano Silva

- CAPRICHO  
Brenda Fucuta
- MUNDO ESTRANHO  
Fabio Volpe
- SUPERINTERESSANTE  
Denis Russo
- SUPERSURF  
Evandro Abreu

NÚCLEO INFANTIL  
René Agostinho

- DISNEY  
Sérgio Figueiredo
- RECREIO  
Gisleine Carvalho

NÚCLEO CULTURA  
Helena Bagnoli

- ALMANAQUE ABRIL/  
GUIA DO ESTUDANTE  
Claudia Giudice
- AVENTURAS NA HISTÓRIA  
Celso Miranda
- BRAVO!  
Michel Laub
- REVISTA DAS RELIGIÕES  
Maria Fernanda Vomero

## Núcleo Infantil

O público infantil deste início de século é dominado por mídias como a TV e a internet. Nesse cenário, editar revistas de qualidade é um desafio que a Editora Abril resolveu abraçar. *Recreio* é uma revista semanal dirigida a crianças de 6 a 11 anos, reconhecida pelos pais como entretenimento educativo de qualidade. O núcleo também publica títulos *Disney – Witch, Princesas e Moster Allergy*, revistas de atividades, álbuns e quadrinhos que, além de entreter, estimulam a coordenação motora da criança e contribuem para seu desenvolvimento intelectual.

Revistas que colaboram com o aprendizado infantil



Sucesso em mais de 60 países, *Witch* virou mania entre as meninas de 10 a 14 anos.



Sempre trazendo personagens conhecidos da infância, os álbuns de figurinhas e as revistas de atividades foram um grande sucesso em 2004.



Os quadrinhos da Disney, sucesso no Brasil desde 1950, são publicados com exclusividade pela Editora Abril.



## Núcleo Cultura

As publicações deste núcleo estão divididas em obras de consulta e referência e de curiosidade intelectual. No primeiro grupo estão os guias do estudante e o *Almanaque Abril*, disponível na versão impressa e em CD-ROM. No segundo, as revistas *Aventuras na História*, *Revista das Religiões* e *Bravo!*, a maior e mais importante revista cultural do país.



Nascidas como edição especial de *Superinteressante*, as revistas *Aventuras na História* e *Revista das Religiões* completam o Núcleo Cultura.



O *Almanaque Abril* oferece durante o ano edições especiais que tratam de fatos e assuntos de relevância para o estudante.



*Bravo!*, a revista para quem gosta de cultura, traz em todas as edições o melhor do cinema, literatura, teatro e artes em geral.



A família de publicações *Guia do Estudante* tem como foco assistir o estudante em todas as etapas decisivas para a escolha da carreira profissional.



## Turismo/Tecnologia

Revistas líderes que, pela alta qualidade das matérias e credibilidade das informações, são referência para seu público

### Núcleo Homem

Fontes de informação e entretenimento para o homem – essas são as características das publicações deste núcleo. A revista **VIP** é bem-humorada e irreverente, uma referência para o leitor moderno e inteligente em relação a comportamento, moda e beleza. **Playboy** é a parceira ideal do homem de bom gosto, que quer desfrutar das melhores coisas da vida, incluindo o consumo sofisticado e mulheres bonitas. **Placar**, a publicação mais confiável do futebol brasileiro, é voltada para o público que vive e respira futebol, sejam torcedores apaixonados ou profissionais da área. **Quatro Rodas**, é a maior e mais respeitada publicação brasileira do segmento automobilístico.



Bola de Prata Placar, o mais importante prêmio do futebol brasileiro, uma espécie de Oscar do esporte.



### QUATRO RODAS DESIGN

Quatro Rodas realiza pesquisas e dá prêmios que agitam o competitivo mercado de automóveis.



Sites que trazem notícias e informações em tempo real de algumas das paixões dos brasileiros: carros e futebol.

DIRETOR-GERAL DO GRUPO DE NEGÓCIOS INTERESSES  
Jairo Leal

Paulo Nogueira  
DIRETOR SUPERINTENDENTE DA UNIDADE DE NEGÓCIOS TURISMO/TECNOLOGIA

#### NÚCLEO HOMEM Paulo Nogueira

- PLACAR Sérgio Xavier
- PLAYBOY Rodrigo Veloso
- QUATRO RODAS Alfredo Ogawa
- VIP Felipe Zobaran

#### NÚCLEO TECNOLOGIA Alexandre Caldini

- INFO Sandra Carvalho
- INFO CORPORATE Katia Militello

#### NÚCLEO TURISMO Caco de Paula

- GUIA QUATRO RODAS Antonio Campos
- NATIONAL GEOGRAPHIC Matthew Shirts
- VIAGEM E TURISMO Kiko Nogueira

VIP foi eleita, em 2004, "A revista do ano" no Prêmio Abril de Jornalismo



O site de VIP publica edições especiais sobre assuntos do universo masculino, coletâneas de fotos, guias das melhores baladas e dicas de estilo. Seus usuários podem ainda acessar seções da revista pelo celular, via tecnologia WAP.

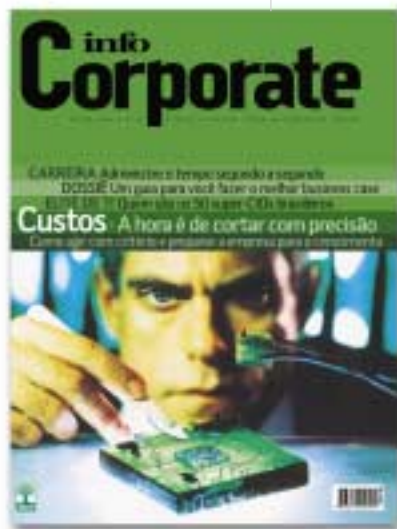


Playboy é o site masculino mais acessado do Brasil, com fotos das mulheres mais desejadas, as melhores entrevistas, três salas de bate-papo, acesso ao Guia da Balada Playboy e ainda serviços via WAP.



## Núcleo Tecnologia

As publicações *Info* e *Info Corporate* são dirigidas aos profissionais que lidam com o mundo da tecnologia, seus produtos e negócios, e precisam estar sempre atualizados para ter eficiência e sucesso em seu trabalho. *Info* é a principal referência em tecnologia da informação (TI) no Brasil. Voltada para *heavy users* e empresas, aborda de maneira independente e em qualquer plataforma assuntos de computação, internet e telecom. *Info Corporate* se dirige aos altos executivos de TI do país, trazendo as últimas informações e atualizações desse mercado.



*Info Corporate* revela um panorama abrangente das tendências do mercado de TI aos mais importantes CIOs do Brasil.



Evento sobre TI realizado pelas revistas, o Info CIO Meeting já se consagrou como o mais influente do setor.



A fonte mais competente sobre o mundo da tecnologia traz as últimas novidades da revolução digital, da computação e da internet. Cerca de 20 mil usuários recebem semanalmente as newsletters exclusivas do site.

As maiores e mais reconhecidas publicações do segmento de turismo

## Núcleo Turismo

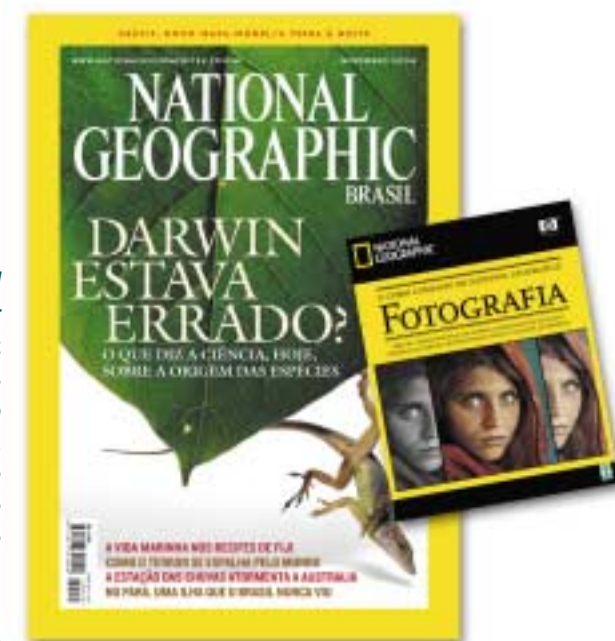
Revistas e guias voltados para o público que gosta de viajar, conhecer lugares e culturas e estar bem assessorado, com informações importantes como mapas e guias de ruas e de estradas. *Viagem e Turismo* é a melhor publicação brasileira com foco no turista, oferecendo uma leitura inteligente e prazerosa, com informações detalhadas e descrições de roteiros. A revista realiza anualmente o prêmio O Melhor de Viagem e Turismo, um evento prestigiado por influentes personalidades ligadas ao segmento. As publicações do *Guia Quatro Rodas* são as maiores autoridades brasileiras em informação sobre hotéis, estradas, ruas, restaurantes e atrações turísticas. Com surpreendentes imagens da natureza, *National Geographic Brasil* é voltada para o leitor que gosta de viagens de exploração e de estar em contato com outras culturas e civilizações.



O *Guia Quatro Rodas Brasil* é o mais consultado, tradicional e respeitado guia de viagens do país.



O melhor do Brasil e do mundo nos sites do Núcleo Turismo, com muita interatividade e inovação.



*National Geographic Brasil* traz para os leitores brasileiros o conhecimento, a diversidade de assuntos e a beleza de uma revista reconhecida mundialmente.

## Casa/Semanais

Títulos tradicionais e populares, produzidos por quem entende do assunto

Referência na cobertura da vida das celebridades



O Prêmio Contigo! celebra o sucesso das produções brasileiras e reconhece o talento das equipes que fazem chegar ao público telenovelas de excelente qualidade.

DIRETOR-GERAL DO GRUPO DE NEGÓCIOS INTERESSES  
Jairo Leal

Laurentino Gomes  
DIRETOR SUPERINTENDENTE DA UNIDADE DE NEGÓCIOS CASA/SEMANAIS

## Núcleo Celebridades

Publicação do segmento de jornalismo de celebridades, a revista *Contigo!* tem o compromisso de mostrar semanalmente o mundo de eventos, festas e looks dos famosos, com reportagens, entrevistas e perfis das personalidades brasileiras. Traz ainda uma cobertura completa da programação da TV, personagens e bastidores dos programas, antecipando tudo o que acontece no universo da televisão brasileira e do cinema nacional e internacional.



O site de *Contigo!* traz vídeos com entrevistas exclusivas. Seções da revista também podem ser acessadas pelo celular, via tecnologia WAP.

## Núcleo Semanais

São revistas femininas focadas em atualidades, serviço e entretenimento. *Ana Maria* oferece informações relevantes que mantêm a mulher atualizada, em sintonia com as grandes questões do momento em torno do mundo feminino e da família. *Minha Novela* informa em primeira mão o que vai acontecer nas telenovelas e aproxima a leitora do sonho das celebridades. *Tititi* é voltada para o público feminino jovem, alegre e otimista, que gosta de estar atento a tudo que ocorre no mundo da TV. *Viva Mais!* traz matérias sobre carreira, moda, saúde e beleza, além de dicas de cursos profissionalizantes e idéias para prosperar no trabalho e na vida pessoal.



A Abril entende profundamente de comunicação segmentada com a classe C.



*Viva Mais!* ajuda a leitora a desenvolver sua vida e carreira.



A Abril contribui ainda com a profissionalização de seus leitores com o projeto Tempo de Fazer, que oferece cursos gratuitos em todo o país.

NÚCLEO CELEBRIDADES  
Laurentino Gomes

- CONTIGO!  
Edson Rossi

NÚCLEO SEMANAIS  
Cynthia de Almeida

- ANA MARIA/ VIVA MAIS!  
Kaïke Nanne
- TITITI/MINHA NOVELA  
Felix Fassone

NÚCLEO CASA E CONSTRUÇÃO  
Angelo Derenze

- ARQUITETURA & CONSTRUÇÃO  
Livia Pedreira
- CASA CLAUDIA  
Sílvia Farias
- CLAUDIA COZINHA  
Gisela Tognella

## Casa/Semanais

### Núcleo Casa

As publicações do Núcleo Casa trazem informações **para o leitor que dá valor ao local onde vive e tem na cozinha um de seus principais hobbies.** Enquanto *Casa Claudia* apresenta belas e práticas idéias de decoração, *Claudia Cozinha* é a revista para quem aprecia comer bem, com praticidade e economia. Já *Arquitetura & Construção* é a revista certa para o leitor que precisa conduzir e planejar obras e reformas em sua própria casa, uma fonte de consulta fundamental desde a escolha do projeto até o acabamento da construção.



*Claudia Cozinha* e suas edições especiais trazem receitas de forma didática e dão dicas sobre os mais diversos aspectos que envolvem o ato de cozinhar.



A Cozinha Experimental testa todas as receitas publicadas e oferece aulas de culinária para leitoras. Promove também o concurso anual Jovens Talentos da Culinária.

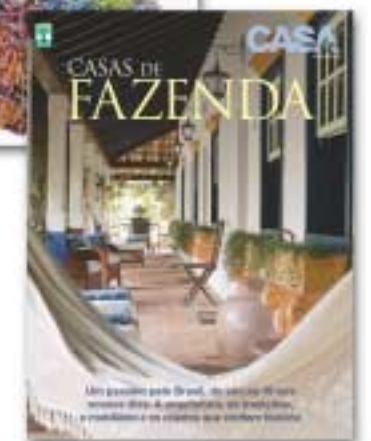
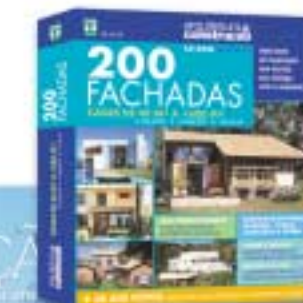


Além do conteúdo impresso, os internautas encontram produtos exclusivos *on-line*, vídeos e dicas de cursos e palestras selecionadas por segmento.

Referência obrigatória para quem quer construir e decorar com bom gosto e estilo

### Planeta CASA

O Prêmio Planeta Casa estimula o consumo sustentável e divulga ações empresariais e projetos arquitetônicos ambientalmente corretos e socialmente justos.



Projetos especiais nos mais diversos formatos, com informações e dicas exclusivas, são sucesso garantido, muito utilizados para consultas futuras pelos profissionais do setor.

# Conteúdo em multiplataformas – Internet/Abril Sem Fio

Falar com diversos públicos de maneira segmentada é uma característica única do Grupo Abril

O Grupo Abril acompanha de perto o constante crescimento do número de internautas e de usuários dos serviços *wireless* no Brasil. Assim, o Grupo amplia sua atuação, utilizando – e potencializando – as plataformas e tecnologias disponíveis para se aproximar de seu público. Seus mais de 40 sites de revistas são importante ferramenta de valorização de clientes e apresentam três principais níveis de navegação, que garantem o acesso a conteúdos diferenciados: todos os usuários podem navegar pelos conteúdos abertos para degustação; os compradores de revistas em banca também podem acessar os conteúdos complementares à edição atual da publicação em seu respectivo site; e os assinantes navegam por todas as áreas, inclusive as de conteúdos exclusivos. Além disso, alguns sites já apresentam conteúdos *premium*,

de alto valor agregado, que podem ser adquiridos por meio de assinaturas digitais.

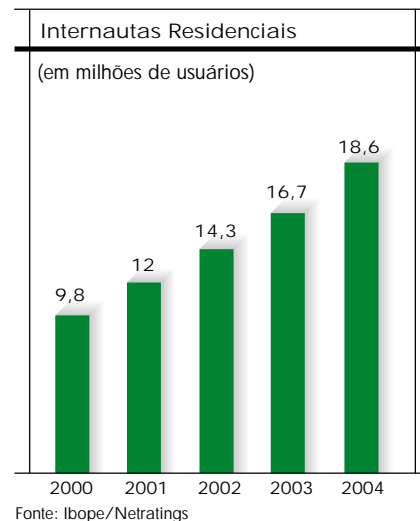
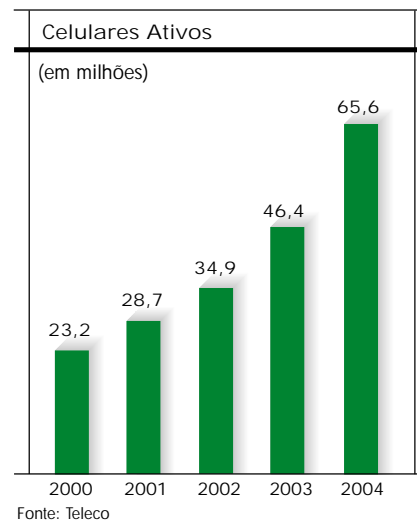
Essa forma de atuação mostra resultados positivos. Em 2004, os visitantes únicos dos sites somaram a média mensal de cerca 11 milhões de internautas. Até dezembro, mais de 3 milhões de usuários fizeram seus cadastros nos veículos *on-line* da Abril, permitindo que o Grupo tivesse um maior conhecimento sobre seu público.

O número de assinaturas de revistas feitas pela web cresceu mais de 50% em relação ao ano anterior. Com esses resultados, a Abril aposta na utilização de diferentes plataformas para a ampliação de sua audiência, que hoje é atendida por meio das revistas, da web e da tecnologia *wireless*.

A *Abril Sem Fio*, pioneira em serviços *wireless* desde 2000, é a unidade responsável pela distribuição de conteúdos selecionados para celulares digitais, computadores de mão e sistemas ativados por voz, por meio de serviços como mensagens de texto (SMS), sites WAP, aplicativos e jogos para *download*, mensagens multimídias (MMS), Portal de Voz, vídeos, protetores de tela e papéis de parede. Entre as marcas disponíveis estão *Capricho*, *Claudia*, *Contigo!*, *Info*, *Nitro*, *Placar*, *Playboy*, *Quatro Rodas*, *Saúde!*, *Superinteressante*, *TVA*, *Veja*, *Veja Rio*, *Veja São Paulo* e *VIP*.

Em parceria com as principais operadoras brasileiras de telefonia celular, a *Abril Sem Fio* marca presença no Brasil inteiro.

Fora do país, a unidade de conteúdo *wireless* do Grupo Abril conta ainda com assinantes brasileiros residentes no Japão, que acessam diariamente – via celular – os conteúdos especiais de *Placar* e *Contigo!*.



Veja on-line

Abril: mais de 40 sites de revistas, 200 milhões de page views e 11 milhões de unique visitors por mês

# TV e Internet para toda a família

A TV por assinatura foi implantada no Brasil em 1991. Das primeiras transmissões via cabo analógico à TV digital, internet banda larga e VoIP (comunicação de voz via internet), o setor passou por grandes desafios e transformações. A TVA foi a pioneira em todos os movimentos do mercado, desde o lançamento do serviço no país até a implementação do atual conceito *triple play* – vídeo, dados e voz. O setor de TV paga atinge 8% dos domicílios com TV num país que possui 55 milhões de aparelhos de televisão. A TVA está estruturada operacional e tecnicamente para atender as necessidades de seus clientes em entretenimento, informação e serviços, e conta hoje com uma base de 325 mil assinantes de TV e internet nas cidades em que atua.



# TVA

Lazer, cultura e informação 24 horas por dia

Pioneira em TV por assinatura, internet em banda larga e TV a cabo digital

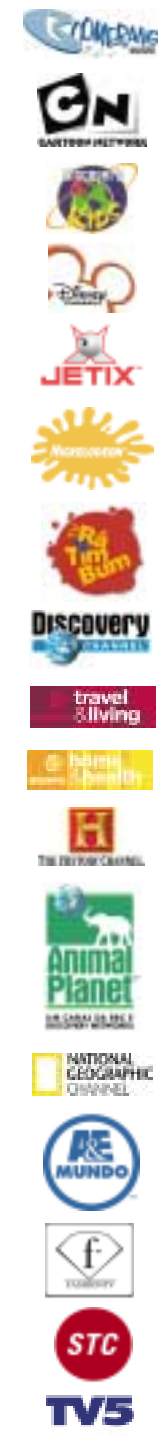


A TVA atua por meio das tecnologias cabo (analógico e digital) e MMDS (Multichannel Multipoint Distribution Service), sistema de transmissão de sinais por microondas, oferecendo TV por assinatura a 294 mil assinantes nas cidades de São Paulo (SP), Rio de Janeiro e Niterói (RJ), Curitiba e Foz do Iguaçu (PR), Florianópolis e Camboriú (SC). Apresenta a melhor e mais completa programação, realizada pelos mais importantes produtores.

Com uma oferta de serviços segmentada, a TVA atende a públicos com diferentes interesses e perfis socioeconômicos: são mais de 40 opções de pacotes com preços distintos para atender os mais diversos segmentos. Sua estratégia de atuação está no relacionamento com o cliente, oferecendo a melhor programação para todas as faixas etárias, bem como serviços e atendimento diferenciados. A empresa encerrou 2004 com uma participação de 27% nas cidades em que atua.

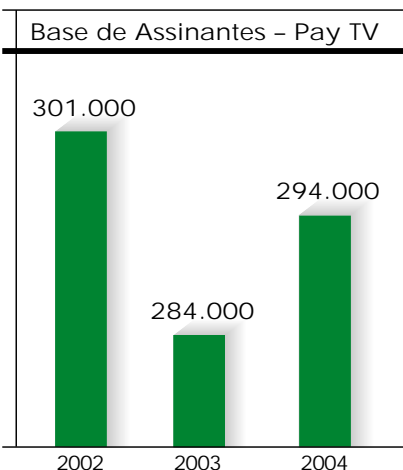


O Guia da TVA traz o conteúdo da programação dos canais, facilitando a seleção das atrações pelos assinantes.



## TVA Digital

Primeira TV a cabo digital do país, a TVA Digital muda a relação do assinante com a TV. Com qualidade de som e imagem comparada à do DVD, traz recursos de interatividade, como a compra de programas *pay-per-view* pelo controle remoto, além de ferramentas customizadas que facilitam a busca pela programação desejada, como o Portal TVA e o Guia Eletrônico da TV.



Os destaques de 2004 foram o lançamento da TVA Digital e do Ajato Voz, que consolidaram a posição da empresa como prestadora de multisserviços, em total convergência de mídias – imagem, dados e voz.



## TVA na era digital

Convergência de mídias levando ao crescimento com rentabilidade

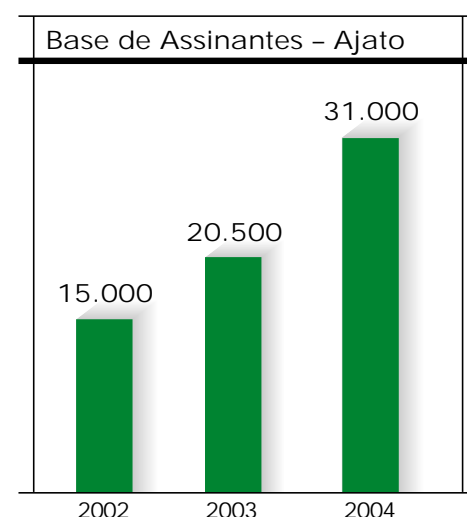
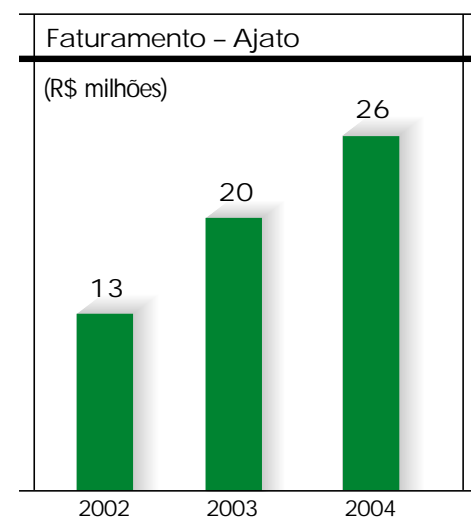


### Internet banda larga

O Ajato, a banda larga da TVA, está presente nas cidades de São Paulo e Rio de Janeiro. Na região de cabo bidirecional, em

São Paulo, a penetração do Ajato já chega a 33% da sua base de assinantes de TV por assinatura. O Ajato se diferencia dos seus concorrentes por oferecer uma solução única, sendo desnecessária a contratação de um provedor de acesso. Só ele dá acesso aos portais *Veja São Paulo* e *Veja Rio* e possui ainda nível de qualidade reconhecido e premiado por veículos especializados. Em 2004, a base de assinantes do Ajato aumentou 71% na cidade de São Paulo, e a receita da operadora com banda larga fechou o ano com um índice 37% superior a 2003.

TRIPLE PLAY:  
imagens, dados  
e voz na  
mesma oferta



### Voz sobre IP

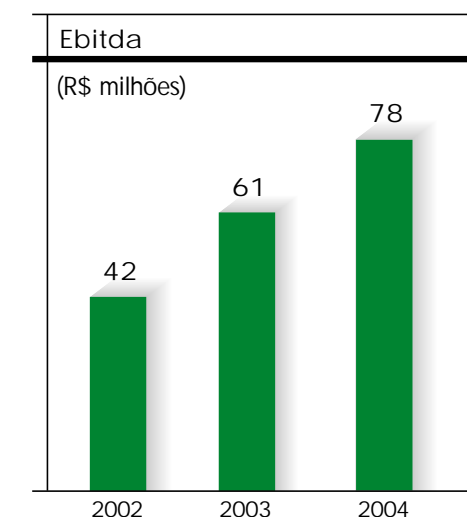
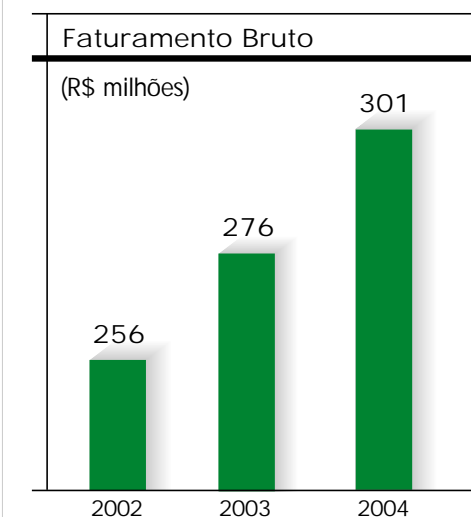
No segundo semestre de 2004, a TVA lançou, de forma pioneira, o serviço de VoIP (comunicação de voz via internet), com parceiros reconhecidos internacionalmente. O serviço permite que seus clientes usufruam de tarifas mais baixas para ligações de longa distância nacionais e internacionais, entre outros benefícios. A versão destinada ao mercado residencial será lançada em 2005.

## Três anos seguidos de resultados consistentes

Os resultados consolidados obtidos mostram que a TVA está no caminho certo: o Ebitda da empresa cresceu 28% em 2004, totalizando R\$ 78 milhões. A margem Ebitda sobre as receitas líquidas subiu 4 pontos percentuais, passando de 26% para 30%.

A receita bruta da operadora foi de R\$ 301 milhões, 9% superior a 2003. Cerca de 90% das receitas da TVA vêm da mensalidade de TV por assinatura e internet banda larga.

Nos últimos anos, a TVA reestruturou suas operações, focando na rentabilidade e preparando-se para o crescimento, através de: uma intensa revisão dos processos internos, com foco em ganhos de produtividade; do investimento em tecnologia; da renegociação de contratos; do equacionamento de sua estrutura de capital, o que contribuiu fortemente para os resultados atuais.



### Perspectivas

As projeções operacionais da TVA indicam que a operadora evoluiu seu modelo de negócio e está preparada para atuar no conceito de *extended triple play*, gerindo os serviços de entretenimento e informação sempre com foco nos interesses específicos do seu assinante.

O *Wireless* (operação sem fio) é uma grande oportunidade para os próximos anos e o *Wi-Max* (Worldwide Interoperability for Microwave Access) é a grande aposta das empresas e operadoras para o futuro do MMDS.



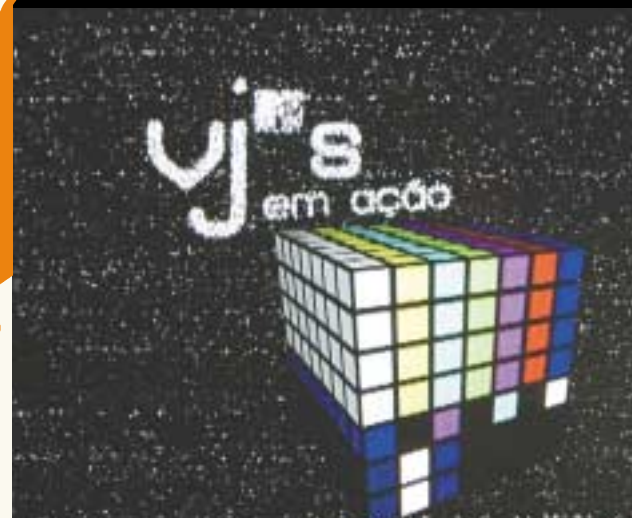
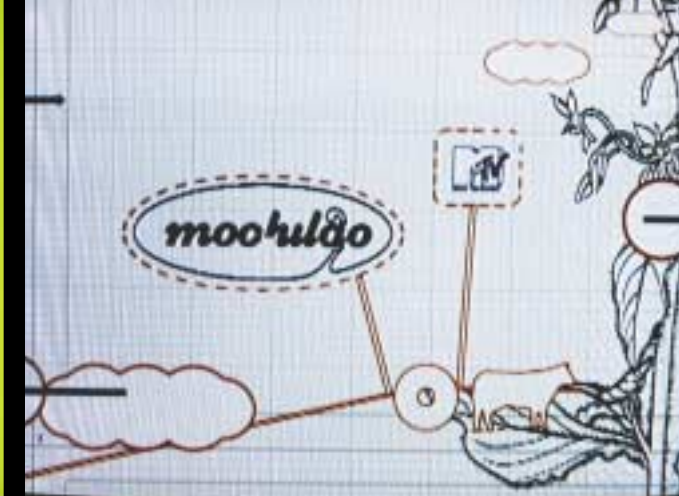
# TV segmentada de qualidade para os jovens

A MTV Brasil, joint venture entre o Grupo Abril e a Viacom, Inc., é um canal de TV segmentada que tem na música a essência de sua programação. Seu público é formado, em sua maioria, por jovens de 15 a 29 anos, pertencentes às classes A, B e C. A rede da MTV cobre 40% do mercado nacional — são 18 milhões de domicílios, em 291 cidades, totalizando cerca de 8 milhões de espectadores por mês.

André Mantovani  
DIRETOR-GERAL DE MÍDIA ELETRÔNICA

DIRETORA DE PRODUÇÃO  
Ana Cristina O. Lobo

DIRETOR DE PROGRAMAÇÃO  
Zico Goes





## A TV de quem é jovem

Público fiel tem permitido o crescimento expressivo da rede



A programação diversificada une a apresentação de videoclipes com entretenimento convencional e programas jornalísticos, sempre voltados para o público jovem.



A MTV foi criada nos Estados Unidos, em 1981, para ser uma rádio com imagens. De lá para cá, seu segredo tem sido a renovação sem perda da essência.

A emissora brasileira é 100% independente da americana em relação à programação e aos editoriais. Produz e edita localmente 90% de seus programas, o que permite uma maior aproximação com o público e atrai mais anunciantes. *Reality shows* genuinamente brasileiros são sucesso absoluto. As edições anuais do Video Music Brasil (VMB), a maior premiação nacional de videoclipes, são líderes em audiência no segmento.

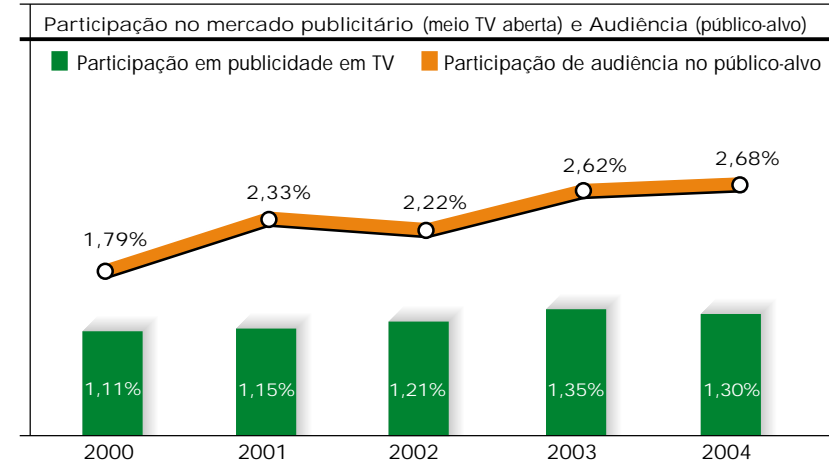
A rede produz ainda a *Revista MTV*, que também fala a língua do jovem e é referência para todos que querem ficar por dentro do universo musical. Por ser uma emissora com pequenos índices de audiência, a comercialização de seus espaços não segue a lógica do mercado de TV aberta, baseada em CPM (custo para atingir mil consumidores por meio de uma programação de mídia).

A sede da MTV ocupa o prédio onde funcionou a TV Tupi até julho de 1980.



90% da programação é produzida e editada no Brasil

A MTV vende diferencial de comunicação, e por essa razão o público tem a sensação de que os anúncios foram criados sob medida para a rede. O anunciante que quer falar com o jovem anuncia na MTV. A venda de publicidade é responsável por 93% das receitas da emissora. Os 7% restantes vêm da venda de programação, DVDs e CDs – como a série *Acústico MTV* –, e ainda uma pequena parcela pelo fornecimento de conteúdo para telefonia móvel.



Nota: público considerado alvo – jovens de 15 a 29 anos, da classe AB  
Fontes: Projeto Intermeios; estimativas de descontos por emissora sobre valores brutos do Ibope

### Perspectivas

A MTV pretende aumentar seu *share-of-wallet* ampliando a participação de anunciantes que já fazem parte de sua grade de programação. Também pretende desenvolver novas fontes de receita, principalmente com conteúdo para telefonia móvel, como *ring tones*, *wall papers* e *games* exclusivos.



Campanha permanente de prevenção à aids e a Revista da MTV.

# Livros que ensinam e educam

O mercado editorial brasileiro de livros escolares, que movimenta anualmente cerca de R\$ 1 bilhão e vende 140 milhões de exemplares, tem uma particularidade: segundo dados do Ministério da Educação e Cultura (MEC), o governo do país é seu maior comprador. Todos os anos 31 milhões de estudantes da rede pública do ensino fundamental são beneficiados com a compra de livros pelo governo. Somado aos sete milhões de estudantes do ensino médio, esse número ultrapassa a marca de 38 milhões de alunos. O Grupo Abril, com as editoras Ática e Scipione, é líder desse mercado, dominado por empresas nacionais.

João Arinos  
DIRETOR GERAL DA ABRIL  
EDUCAÇÃO (ÁTICA E SCIPIONE)



## Livros escolares para todos os segmentos

Ática e Scipione são líderes do mercado editorial de livros escolares



**A**bril Educação, formada pelas editoras Ática e Scipione, atua nos segmentos de livros didáticos, literatura infantil e juvenil, paradidáticos, dicionários e atlas, vendendo em 2004 cerca de 56 milhões de livros – 46 milhões para o mercado governamental e 10 milhões para o mercado privado. No final de 2004, as editoras tinham em catálogo 3.736 títulos, com foco no ensino básico.

O principal público atendido pelas editoras é o de professores, já que seu papel é primordial na indicação e definição dos livros a serem utilizados em sala de aula. As duas editoras mantêm um relacionamento especial com esse público, por meio das mais de 70 salas e casas do professor em todo território nacional, e também dos websites, para informação e assessoria pedagógica.

A qualidade das editoras é reconhecida pelo mercado: o prêmio Jabuti de Melhor Coleção de Paradidáticos em 2004 foi dado à coleção "A Arte de Olhar", da editora Scipione. A Ática teve dois títulos entre os três melhores do mercado brasileiro no ano, nas categorias literatura infanto-juvenil e ilustrações.

O mercado movimentou, em 2004, R\$ 1 bilhão e 140 milhões de exemplares



- Conteúdo dos sites:
- assessoria pedagógica
  - notícias sobre educação
  - apresentação de parte do conteúdo dos livros
  - atividades e pesquisas escolares
  - e-commerce (loja virtual).



O prêmio Jabuti de Melhor Coleção de Paradidáticos em 2004 foi dado à coleção "A Arte de Olhar", da Editora Scipione.



A excelência gráfica e a qualidade editorial das coleções são reconhecidas pelo mercado.



As editoras realizam eventos em que se contam histórias para o público infantil. Entre eles, destacam-se "O Planeta das Histórias", da Ática (no alto), e "A Hora do Encanto", da Scipione.

## Qualidade editorial, diferencial da Abril Educação

Na história das editoras Ática e Scipione, a qualidade editorial destaca-se como um dos diferenciais de sucesso

### A importância do investimento editorial

O cuidado com a qualidade na produção dos conteúdos sempre mereceu atenção especial das editoras.

Desde a instituição dos programas de avaliação dos livros para atender o mercado governamental, os índices de aprovação da Abril Educação são crescentes e superiores à média de mercado, o que resultou em um ganho de competitividade no momento da escolha pelo professor.

A importância dada ao processo de geração de conteúdo também se reflete na contínua ampliação dos investimentos editoriais, o que garante a preservação do principal diferencial competitivo das duas editoras.



A Abril Educação detém 36% do mercado privado e 30% do mercado governamental



### Desempenho em 2004

Em 2004, o mercado privado apresentou pequena retração e a negociação com o governo foi bastante difícil, o que impactou os preços reais praticados pelo setor. A desoneração fiscal do setor com a aprovação da alíquota zero de PIS e Cofins compensou parcialmente as reduções nas vendas. Nesse cenário, as editoras Ática e Scipione mantiveram a liderança, com participação de mercado estável, e apresentaram ganhos de produtividade e eficiência operacional.

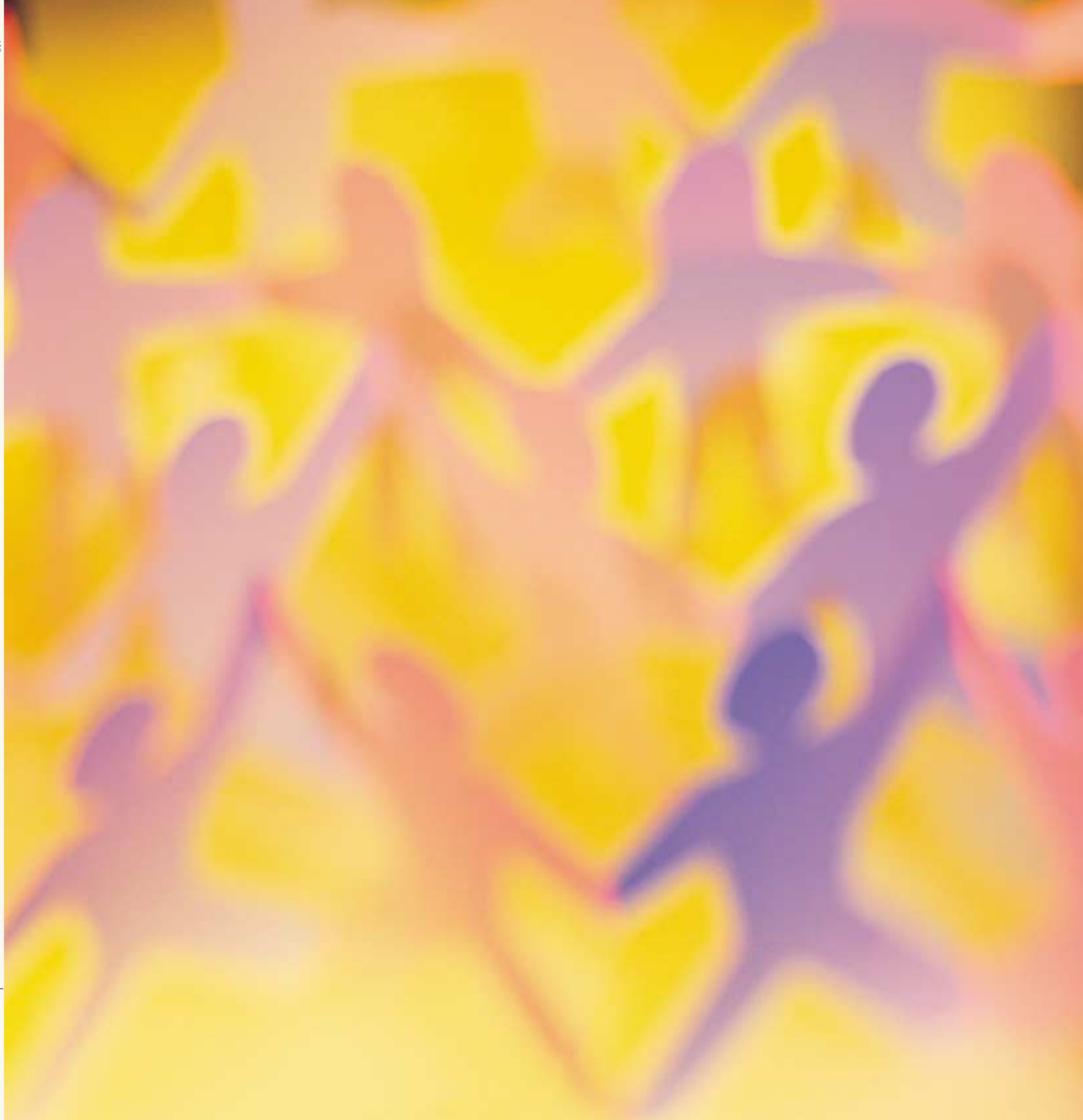
### Perspectivas

Em 2005 a Abril Educação se prepara para ampliar sua atuação em outros segmentos na área de educação e edição de livros.

# O valor do cliente

O Grupo Abril tem uma valiosa rede de relacionamentos – leitores, assinantes, anunciantes, agências de publicidade e distribuidores – e procura tratá-los com respeito e atenção. A Abril se preocupa em entender, atender e encantar todos os seus públicos, e para isso tem aprimorado suas ferramentas de marketing, comunicação e distribuição.

**Deborah Wright**  
VICE-PRESIDENTE COMERCIAL E DE MARKETING



## Circulação – onde o leitor estiver

Cerca de 170 milhões de exemplares por ano



O Grupo Abril entrega, por meio de assinaturas, cerca de 80 milhões de exemplares por ano, em mais de 2,2 mil cidades brasileiras. São mais de 2 milhões de quilômetros percorridos anualmente por cerca de 4 mil entregadores, que fazem chegar as publicações aos 3,2 milhões de assinantes. Já a entrega de avulsas é realizada pela Distribuidora Nacional de Publicações (Dinap), que comercializa em bancas, revistarias e livrarias os produtos da Editora Abril e de outras editoras. Usando tecnologia avançada, a Dinap leva as publicações a mais de 30 mil pontos-de-venda, em mais de 3,6 mil municípios de todo o Brasil, utilizando uma ampla rede de distribuidores regionais.

20 mil bancas, 14 mil pontos de venda alternativos, incluindo lojas de varejo, em mais de 3,6 mil cidades.

## Atendimento – onde o assinante estiver

3,2 milhões de clientes atendidos pela mais eficiente operação de assinaturas do país

A equipe de vendas de assinaturas da Abril comercializa 47 títulos e utiliza as mais diversas ferramentas de marketing. Anualmente são produzidos 130 milhões de encartes em revistas, 60 milhões de e-malas e 18 milhões de malas diretas impressas, gerando uma média de 14 mil assinaturas por semana apenas pelo site [www.assineabril.com.br](http://www.assineabril.com.br). A base de assinantes, de compradores dos produtos do Grupo Abril e de empresas parceiras de dados forma um banco de dados com as mais diversas possibilidades de segmentação disponibilizado pela DataListas.



As assinaturas pela internet triplicaram em três anos, passando de 12% do total em 2001 para 35% em 2004, o que mostra o potencial de expansão da ferramenta.

## Publicidade – onde o anunciante estiver

Planos de mídia para otimizar a comunicação segmentada

Em 2004, a equipe de publicidade da Abril trabalhou de forma integrada, com apoio personalizado às principais agências. No caso das maiores, o responsável pelo relacionamento trabalha na própria agência, acompanhando e discutindo os planos de mídia dos clientes. Essa interação permite que o anunciante entenda melhor os segmentos de atuação da Abril, e que planos de mídia sejam desenhados sob medida. A Abril disponibiliza ainda o PubliAbril ([www.publiabril.com.br](http://www.publiabril.com.br)), site interativo com todas as informações relevantes sobre as revistas, facilitando a procura pelos títulos mais adequados ao público que se quer atingir, por meio da ferramenta Busca de Perfil.



O Grupo Abril criou, em 1986, o Prêmio Abril de Publicidade, voltado para anunciantes e agências de publicidade. Para 2005, foram criadas mais duas categorias: MTV e Meio Digital.

## Pesquisas – orientando o mercado

Novas ações são planejadas com base na opinião dos leitores

O contato com o leitor, em todas as etapas do seu relacionamento com os produtos da Abril, é uma constante no Grupo. Desde testes de conceito para o lançamento de novos títulos aos estudos periódicos com leitores para avaliação da satisfação, as pesquisas são parte integrante e matéria-prima dos negócios da Empresa. O Grupo Abril utiliza todos os principais estudos produzidos pelo mercado, como IVC, Marplan e TGI, e também desenvolve seus próprios estudos, com um calendário pré-definido para o ano todo. Em 2004, o destaque foi a realização da Pesquisa Nacional Abril, a primeira edição realizada 100% pela internet, propiciando enorme redução de custo. A taxa de retorno da pesquisa foi de 8,5% da base, possibilitando à Abril a atualização cadastral e de hábitos de consumo, perfil sociodemográfico e atitudinal, entre outros, de mais de 350 mil compradores de revistas.



A pesquisa Mulheres do Novo Século revelou para a Abril e para o mercado importantes descobertas sobre o universo feminino.

# Excelência em serviços compartilhados

A criação da área de Serviços Compartilhados teve como principais objetivos a redução de custos e a criação de uma plataforma de crescimento para os negócios do grupo Abril. Ao longo dos últimos três anos, a área viabilizou investimentos em infraestrutura comuns para todas as unidades da Empresa. Os principais processos de negócios foram revistos com foco na uniformização – eliminação de redundâncias e padronização de processos – e na adoção das melhores práticas.

Valter Pasquini  
VICE-PRESIDENTE DE SERVIÇOS COMPARTILHADOS



## Produção com qualidade

Capacidade plenamente utilizada e investimento na ampliação da produção

### Gráfica

**A** Gráfica Abril imprime revistas, livros e outros materiais para empresas do Grupo e também para terceiros. Um cuidadoso planejamento define os momentos de pico de impressão das revistas da Abril e assim possibilita a utilização dos períodos de menor atividade para atendimento a outros clientes, por meio de um acordo exclusivo com a R. R. Donnelley, um dos maiores grupos gráficos do mundo.

Nos últimos dois anos, iniciou-se um plano de redimensionamento do parque gráfico, com o objetivo de eliminar alguns gargalos nos picos de produção de revistas e capacitar a gráfica para a impressão de catálogos comerciais, tablôides e, principalmente, livros.

Foram adquiridas durante o ano três novas máquinas: uma rotativa Heidelberg M1000, que viabilizará a impressão de livros das editoras *Ática* e *Scipione* pelo *Grupo Abril*; uma Muller Martini, que aumenta a capacidade de encadernação, minimizando o risco de atrasos, e de produção externa nos picos de impressão de revistas mensais; e uma Heidelberg Polar, para resolver a falta de capacidade na área de corte. Além das máquinas, as verbas foram destinadas ao aprimoramento do WMS – sistema de gerenciamento da expedição – e ao sistema de controle de tiragens. Os investimentos totalizaram R\$ 16 milhões no ano. Ao final de 2004, o parque gráfico do *Grupo Abril* operava com capacidade plena.

- Opera o sistema *filmless* (sem fotolito) há mais de dez anos
- 600 milhões de exemplares de revistas em 2004; 50 milhões por mês; 2 milhões por dia
- 25 milhões de livros por ano
- 52,5 mil m<sup>2</sup> de área ocupada
- 1.000 funcionários

O maior parque gráfico da América Latina





## Integração de processos

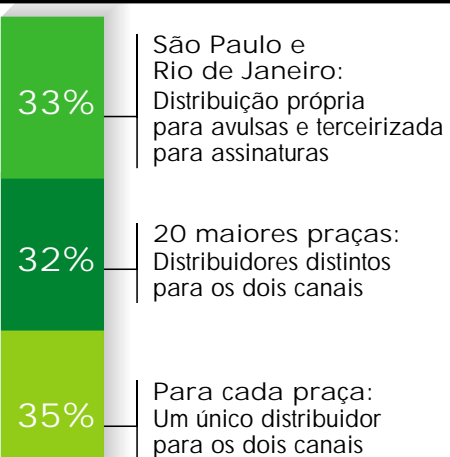
### Logística e distribuição

**S**erviços compartilhados realiza a logística de distribuição das revistas para todos os canais do **Grupo Abril**. Em 2004, iniciou-se a integração das redes de distribuição de avulsas e assinaturas, que atuavam de maneira distinta. O número de distribuidores em todo o Brasil passou de 294 para 141 e as equipes foram remanejadas de acordo com a área de atuação e o volume a ser entregue. Em São Paulo, ampliou-se a sinergia entre os parceiros, com a utilização dos distribuidores de assinaturas para entrega em banca e para o apoio no atendimento aos jornalistas. As áreas geográficas de distribuição foram compatibilizadas, o que gerou maior

eficiência e integração da logística de transportes. A impressão das etiquetas de identificação foi descentralizada para os distribuidores, com redução e uniformização nos prazos de entrega e economia com malotes.

Os resultados já puderam ser sentidos. No início de 2005, 100% dos exemplares avulsos eram entregues diretamente nas bancas da Grande São Paulo e do Grande Rio de Janeiro. Houve sensível redução dos prazos para a entrega do primeiro exemplar de assinaturas. Obteve-se ainda uma redução de custos de R\$ 10,8 milhões, já capturados em 2004, de um total de R\$ 19 milhões previsto pelo projeto até o final de 2005.

Stake Share per volume (in number of copies)



### Tecnologia da informação

**A** área de TI foi responsável pela atualização de todos os sistemas transacionais e gerenciais do **Grupo Abril** nos últimos dois anos. Por meio do plano diretor de informática, foram implementados e/ou revisados os sistemas operacionais e de controle, com destaque para o ERP (Enterprise Resource Planning) de Finanças e Suprimentos, os Cadastros Corporativos e o RH Online, entre outros.

O grande desafio da área em 2004 foi a viabilização dos investimentos em infra-estrutura, necessários às operações do Grupo e à sua expansão. Sistemas de telecomunicações, servidores e serviços de *hosting* e de *help desk* foram terceirizados. Houve atualização de cerca de 40% do parque de microcomputadores da Abril.

Na área de processos editoriais, foi implementado durante o ano o Sistema de Espelho Digital, que permite finalizar as revistas digitalmente, eliminando etapas como a montagem de bonecos e espelhos da revista em papel. Outro importante projeto foi o do Fluxo Digital, que armazena, controla e disponibiliza o conteúdo das revistas em meio digital. A área foi ainda responsável pela implantação da **TVA Digital**, grande destaque da operadora de TV a cabo em 2004.

Após consolidar todos os seus sistemas operacionais, a Abril está pronta para iniciar seu processo de CRM (Customer Relationship Management). Denominado internamente de Projeto Raiz, o CRM do Grupo Abril começa a operar em 2005 e prevê a consolidação da base de assinantes de revistas, conteúdo on-line, TV paga e internet em um único canal, permitindo a visão de domicílio (*household*) cliente do **Grupo Abril**.

Em 2004, o Grupo Abril investiu R\$ 30 milhões em TI

### Administração e serviços financeiros

**S**erviços Compartilhados já atua de maneira centralizada na maior parte das funções administrativas do Grupo, como o processamento das atividades de recursos humanos (folha de pagamento, plano médico e demais benefícios), suprimentos e na gestão de contratos de terceirização.

A implantação do ERP tornou possível o processamento contábil, financeiro e de suprimentos de todas as empresas numa plataforma única, o que permite que a Empresa integre novos negócios com economia e agilidade. Outra vantagem trazida pelo ERP foi a gestão da totalidade de compras do Grupo, com benefícios nos processos de negociação de preços e no controle e acompanhamento de custos.

# Nós

A essência do Grupo Abril são as pessoas que nele trabalham. É um ambiente que exige criatividade e talento em todas as carreiras, reunindo profissionais com alto potencial e alto desempenho.

O Grupo encerrou 2004 com cerca de 6 mil funcionários, que iniciam 2005 com metas ousadas de crescimento. A equipe tem enormes desafios pela frente e está sendo administrada para crescer com motivação e apresentar excelentes resultados.

**José Wilson Armani Paschoal**  
VICE-PRESIDENTE DE RECURSOS HUMANOS E  
DESENVOLVIMENTO ORGANIZACIONAL



# Clima organizacional

Atenção às necessidades dos funcionários, mesmo em momentos de mudanças

O desenvolvimento estratégico de gestão de pessoas no Grupo Abril foi alimentado pelo resultado de mais uma edição da Pesquisa de Clima Organizacional, realizada pela consultoria Tecno Consulting Group (TCG), com o objetivo principal de conhecer a percepção da equipe, evitar atitudes defensivas, dialogar e traçar um plano de ação. Nesta versão, cujos dados foram pesquisados em novembro de 2004, mais da metade dos funcionários fez questão de participar voluntariamente, utilizando o questionário impresso ou a intranet.

A pesquisa mostrou avanços significativos em relação à edição realizada há dois anos: todos os quesitos foram mais bem avaliados em 2004.

O resultado deixou claro o papel da liderança como vetor de motivação e crescimento. Os funcionários têm orgulho de pertencer ao Grupo Abril, estão engajados em seu plano de expansão e mantêm expectativas de retorno por parte da Empresa na forma de reconhecimento e de condições adequadas de trabalho, com saudável equilíbrio entre dedicação e qualidade de vida.

O foco de atenção está efetivamente na comunicação e na integração entre as áreas. As equipes entendem que há espaço para maior cooperação entre os times, item que consideram fundamental para que as metas de desempenho do Grupo sejam atingidas.

RESULTADOS DA PESQUISA DE CLIMA			
1,0 a 5,9	Fraco	6,5 a 7,4	Bom
6,0 a 6,4	Regular	7,5 a 10,0	Muito bom
ESTRATÉGIA DA EMPRESA Preocupação com o cliente; Mudanças; Imagem no mercado; Pioneirismo/ inovação		7,7	
A EMPRESA Recomendada; Sentimento de lealdade; Orgulho; Consideração e respeito		7,4	
O TRABALHO Satisfação; Conhecimento das metas; Métodos/processos; Recursos tecnológicos		7,3	
AS LIDERANÇAS Estilo; Orientação; Comunicação; Apoio ao desenvolvimento profissional		6,9	
EXPECTATIVAS Carreira; Salários; Benefícios; Promoções		6,7	
COMUNICAÇÃO E INTEGRAÇÃO Cooperação; Compartilhamento; Acesso à informação; Comunicação entre áreas		6,4	
ISC Índice de satisfação do colaborador		7,1	

Gestão de talentos e capacitação de lideranças

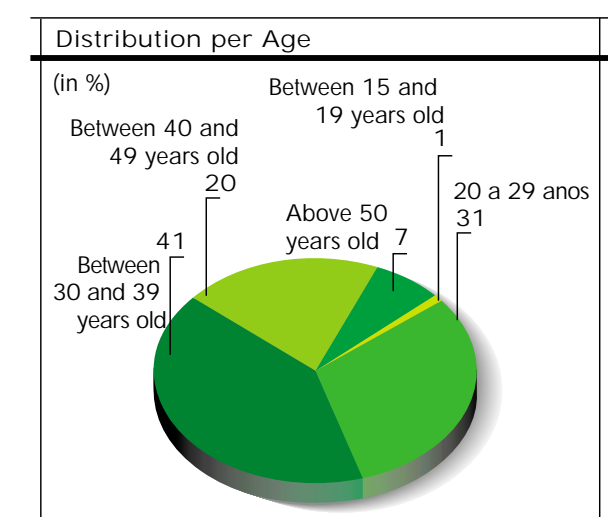
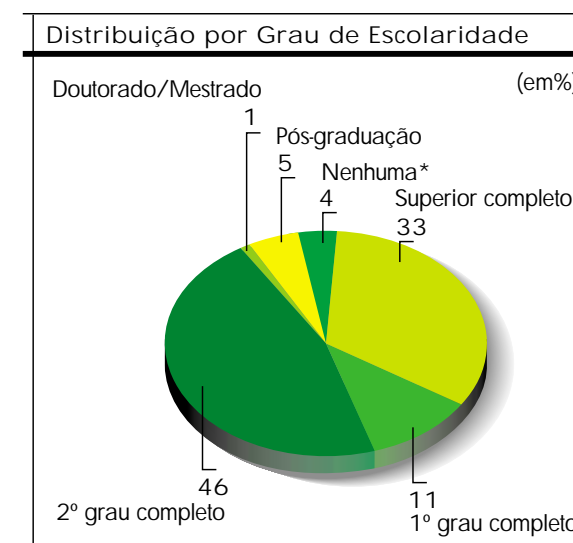
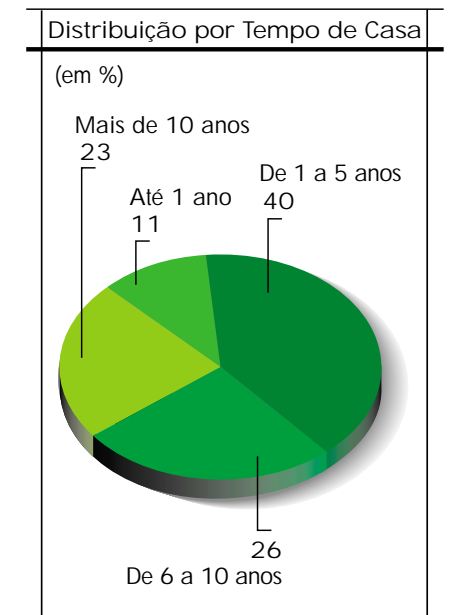
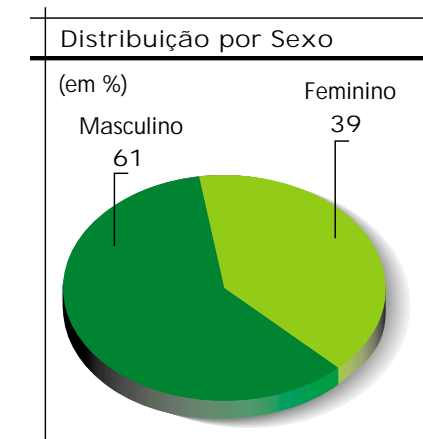
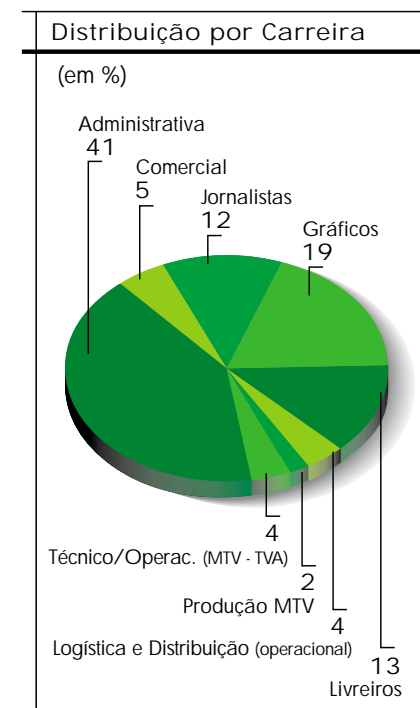
## Diversidade e experiência

Diferentes perfis e formações se encontram nos corredores da Abril. São homens e mulheres, maduros ou recém-formados, que nas mais diversas carreiras contribuem para o sucesso do Grupo.

No que se refere a oportunidades de trabalho, a Abril criou em 2001 o Programa Talentos Especiais, que se tornou referência ao tratar da inclusão de pessoas portadoras de deficiência no mundo empresarial.

A inclusão desses profissionais é realizada sem qualquer conotação assistencial: a abordagem do Talentos Especiais se concentra na eficiência dos candidatos e não na deficiência.

Hoje, 94 funcionários da casa fazem parte do programa, sendo cerca de 84% deles com funções operacionais na Gráfica e na área de Distribuição e Logística.



\* Sem grau de instrução definido, analfabeto ou com 1º grau incompleto

# Desenvolvimento de talentos

Desafio essencial e permanente

O crescimento planejado pelo Grupo Abril só será possível na medida em que a organização atue de maneira mais coesa e prevaleça o espírito de equipe. Para isso, já a partir de 2005 a colaboração será uma competência acompanhada no processo de avaliação de desempenho realizada anualmente pela Empresa. O Grupo está concentrado em preparar seus funcionários para essa nova realidade, focando a atuação estratégica de Recursos Humanos em quatro pilares: Gestão de Talentos, Gestão do Conhecimento, Gestão de Mudanças e Capacitação de Liderança. Entre os programas que refletem essa preocupação, merecem destaque o Curso Livre de Humanidades, os Diálogos Culturais do Meio-Dia, o Professor por um Dia e o Crescendo com a Você S/A, uma parceria com a revista que dá nome a essa ação de endomarketing.

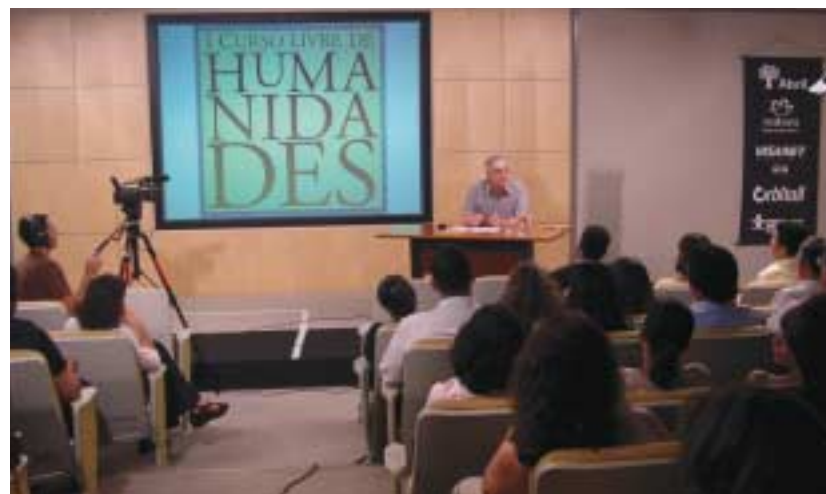
Em 2004, a Abril investiu mais de R\$ 3 milhões em treinamento. **Ao todo, foram 5 mil participações em 170 eventos, mais de 1.300 horas em cursos dirigidos para liderança, capacitação técnica e desenvolvimento pessoal.**

O Curso de Gestão Abril (CGA) é um programa de desenvolvimento gerencial realizado em parceria com a Fundação Dom Cabral. Em 2004, 51 gestores participaram do CGA, com resultados bastante positivos. Outro programa que o RH mantém no seu Portal Abril do Conhecimento é o Harvard ManageMentor, curso de desenvolvimento gerencial *on-line* criado pela Harvard Business School, uma orientação para os gestores nas tomadas de decisão.



©16

Palestras abertas a todos os funcionários, no horário de almoço, com importantes figuras do meio cultural e intelectual brasileiro.



O Curso Livre de Humanidades visa ampliar a bagagem cultural e humanista dos executivos do Grupo Abril e das empresas parceiras.

©17



A intranet da Abril é uma importante ferramenta de trabalho. Traz desde informações cadastrais até notícias do mercado da comunicação. Seu carro-chefe é o noticiário interno produzido pela Gerência de Comunicações, o PSC On-Line, atualizado durante todo o dia.

## Curso Abril de Jornalismo

É um dos programas de atração e formação de novos talentos da área de comunicação para trabalhar nas redações da casa. A cada turma, jovens profissionais do curso são escolhidos para participar do programa de *trainees*.



©18

1.688 talentos revelados até 2004



Plug: revista idealizada e produzida na íntegra pelos alunos do Curso Abril de Jornalismo.



Entre os programas de desenvolvimento, vale destacar o Programa de Novos Talentos, que oferece um programa estruturado de estágios aos *trainees* gerenciais e editoriais, e outro, de mentoria, no qual executivos e gerentes dedicam-se ao desenvolvimento de suas carreiras.

# Ativos intangíveis: zelo pela qualidade editorial e reputação

O maior ativo do **Grupo Abril** é sua credibilidade. Como empresa privada prestadora de um serviço público, torna-se uma das mais influentes custodiantes da consciência cívica do país. Por essa razão, o Grupo estabeleceu a Secretaria Editorial e de Relações Institucionais, que tem como missão zelar pela excelência editorial e pela reputação do **Grupo Abril**.

A área é também responsável pelo Departamento de Documentação da Abril (Dedoc). Além dos textos publicados, são aproximadamente 7 milhões de fotos no acervo físico e 130 mil na base digital – praticamente todas as imagens recebidas nos últimos dois anos já estão nesse formato. O licenciamento de todo esse conteúdo, ou *syndication*, gera receita extra para as unidades de negócios.

**Sidnei Basile**  
DIRETOR SECRETÁRIO EDITORIAL  
E DE RELAÇÕES INSTITUCIONAIS



A Secretaria Editorial acompanha diariamente o mercado da comunicação em todo o mundo, incluindo novas mídias e entretenimento, e prepara o veículo *Carta do Editor*, para manter a equipe da Abril em dia com as informações mais relevantes dessa área.



O Dedoc é um ponto crítico de integração do fluxo digital da Abril e guarda a memória de boa parte da história recente do Brasil e do mundo. Faz parte do Dedoc a Memória Abril, onde são encontrados exemplares originais de tudo o que a Abril já publicou.



A marca distintiva do Grupo Abril é a excelência editorial. O reconhecimento da Organização às melhores reportagens, *layouts* e fotos publicadas em suas revistas acontece há 30 anos, por meio do Prêmio Abril de Jornalismo. Todo ano são escolhidos, entre mais de mil inscritos, os jornalistas, fotógrafos e designers autores das melhores matérias, apontando para os profissionais o caminho que a Empresa quer seguir e como ela quer ser reconhecida no mercado editorial.



O programa de comunicação da transação para o aumento de capital do Grupo Abril tornou-se numa referência na política de comunicações institucionais da Empresa.



[www.clickarvore.com.br](http://www.clickarvore.com.br)



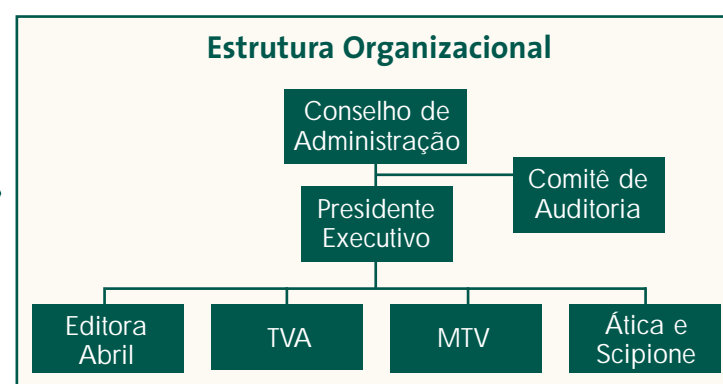
Programa de Apoio ao  
Voluntariado na Abril

Várias iniciativas de responsabilidade social do Grupo Abril também são coordenadas pela Diretoria. A Abril participa de projetos aos quais possa agregar sua experiência. Sua política de cessão de espaço publicitário beneficiou, em 2004, 40 instituições sem fins lucrativos. Vale ressaltar também sua participação no projeto Click Árvore ([clickarvore.com.br](http://clickarvore.com.br)), na área de meio ambiente, e no Conselho Empresarial Nacional para a Prevenção da Aids, no âmbito da saúde.

# Estrutura e governança corporativa

Compromisso com as melhores práticas

O Grupo Abril vem se preparando para uma futura abertura de capital. Começou a remodelar sua governança corporativa em 2001, com a reestruturação organizacional que constituiu a *holding* Abril S.A. e que trouxe para o comando da Empresa o atual presidente executivo, Maurizio Mauro. Nos anos seguintes, a Abril priorizou a profissionalização de sua gestão, sem perder o foco na integridade e na independência editorial – pilares de sua credibilidade. Assim, foram criados o Conselho Editorial, o Conselho de Administração e o Comitê de Auditoria. O ano de 2002 foi especialmente importante para o setor da comunicação. Em maio, foi aprovada uma mudança constitucional que permitiu a participação de pessoas jurídicas no controle societário e de investidores estrangeiros em até 30% do capital dos grupos de mídia brasileiros. Durante aquele ano, a consolidação do Grupo Abril também caminhou a passos largos. Em 31 de dezembro de 2001, a *holding* passou a concentrar investimentos em várias empresas do Grupo e, em 31 de dezembro de 2002, incorporou 43,51% da Abril Comunicações S.A. (*holding* das empresas de televisão por assinatura). Finalmente, em 31 de março de 2003 passou a deter 100% do capital da Editora Abril S.A. e da Abril Comunicações S.A.



Com esse passo, o grande marco do novo modelo de governança da Abril estava lançado. O estatuto da *holding* já foi adequado para uma empresa de capital aberto e passou a dar mais segurança ao acionista minoritário, oferecendo *tag along* de 90% para as ações ordinárias e de 100% para as ações preferenciais, superior ao determinado pela Lei das S.A. A Abril também já mantém um relacionamento de transparência na divulgação de informações: publica, desde 2001, os relatórios trimestrais e anuais da Editora Abril S.A. de acordo com os padrões da Comissão de Valores Mobiliários (CVM).

## Modelo colocado em prática

O Grupo Abril é gerido hoje pelo Conselho de Administração e pela Direção Executiva. O Conselho de Administração é responsável pela definição das políticas estratégicas da organização, que serão colocadas em prática pela Diretoria Executiva. As reuniões são mensais – com agendas e temas pré-definidos para cada encontro – e anualmente se realiza uma reunião para discussão do horizonte estratégico de longo prazo do Grupo.

No início de 2004, a Abril passou a contar com três membros independentes em seu Conselho de Administração. Fabio Barbosa, presidente do banco ABN AMRO REAL S.A., o economista Claudio Haddad, presidente do Ibmecc São Paulo e presidente do Conselho de Administração da Veris Educacional, e Marcel Telles, membro do Conselho da Ambev/Inbev, passaram a integrar um grupo do qual já faziam parte Roberto Civita, presidente do Conselho de Administração, Maurizio Mauro, presidente executivo da Abril, Thomaz Souto Corrêa, vice-presidente do Conselho Editorial, e os ex-vice-presidentes do Grupo José Augusto Moreira e Giancarlo Civita.

Ao final do ano, foi instituído o Comitê de Auditoria – em linha com as regras da Comissão de Valores Mobiliários (CVM) e da lei americana Sarbanes-Oxley. Esse comitê conta com três membros do Conselho de Administração e um membro externo, Taiki Hirashima, presidente da Hirashima & Associados, e é responsável pela validação das demonstrações financeiras do Grupo. O Comitê de Finanças e o Comitê de Remuneração ainda não foram implementados.

## Aumento de capital e entrada de novo sócio

O segundo grande passo do Grupo Abril em direção a um processo de abertura ocorreu em julho de 2004, com a venda de 13,8% de seu capital para os fundos de investimento em empresas de capital privado (*private equity*) da Capital International, Inc., por meio de um aumento de capital de R\$ 150 milhões. Com a operação, a Capital, que é uma das maiores gestoras de fundos do mundo, com ativos da ordem de US\$ 317 bilhões em 31 de dezembro de 2004, passou a contar com dois assentos no Conselho de Administração da Abril, Guilherme Lins e William Bannister-Parker.

Esse foi o primeiro acordo realizado por um grande grupo de comunicação do Brasil após a mudança constitucional que admitiu a entrada de investidores estrangeiros em empresas do setor. Os recursos possibilitaram o fortalecimento econômico e financeiro do Grupo, tendo sido utilizados para recompor seu capital de giro e abater sua dívida, além de deixar a Empresa preparada para acessar o mercado de capitais. Tudo isso mantendo o controle da gestão e do conteúdo que produz, como exige a legislação brasileira.

### FATO RELEVANTE

O Grupo Abril comunica que procedeu a um aumento de capital de R\$ 150.000.000,00 (cento e cinquenta milhões de reais) totalmente integralizado pelos fundos de investimento em empresas de capital fechado administrados pela Capital International, Inc.



São Paulo, 8 de julho de 2004

# Finanças e controle

## Capital e liquidez financeira para as operações das empresas do Grupo

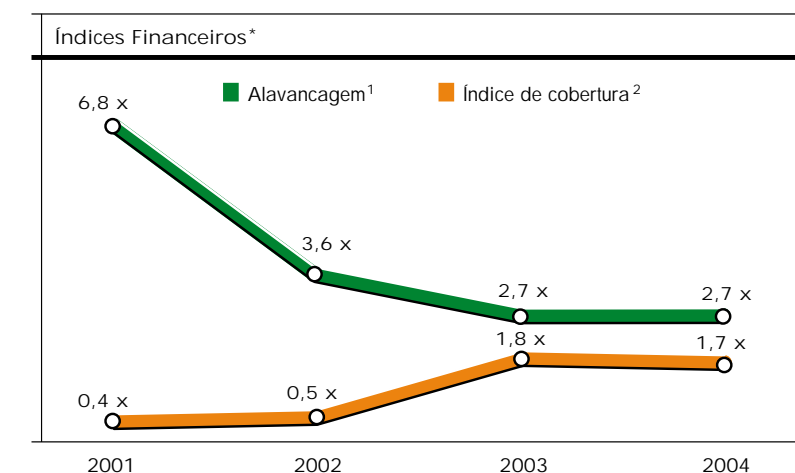
As atividades da Vice-Presidência de Finanças e Controle envolvem a administração do caixa, a coordenação do planejamento das metas e o monitoramento do desempenho das Unidades de Negócio. Ao longo de 2004, dedicou-se intensamente a iniciativas de reestruturação patrimonial que resultaram em condições mais favoráveis para o carregamento e amortização dos passivos financeiros e para a gestão dos fluxos de tesouraria. Também participou ativamente da implementação de processos e ferramentas de automação voltados para a gestão da tesouraria, planejamento empresarial e controle de desempenho.



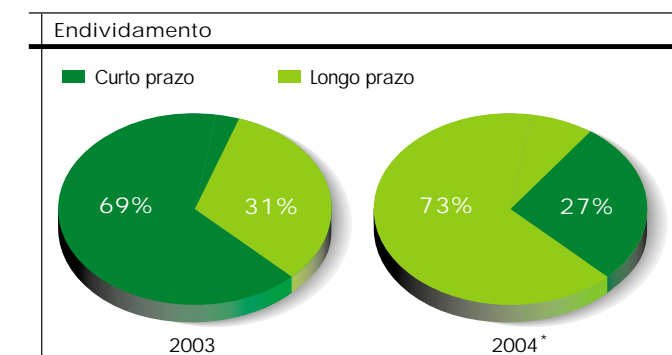
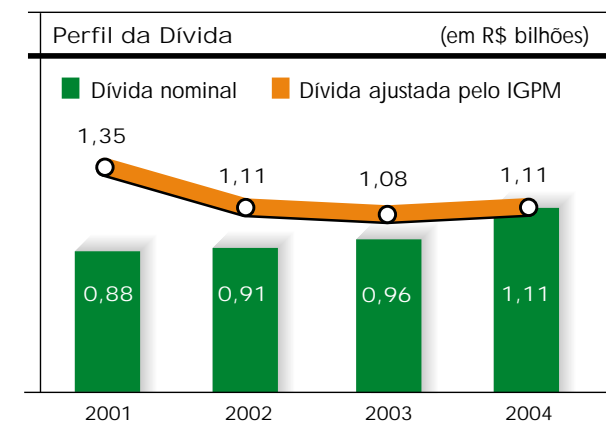
O Portal de Finanças, hospedado na intranet da Abril, é uma plataforma corporativa que hospeda ferramentas complexas para suporte ao fluxo de trabalho coletivo da comunidade financeira do Grupo e disponibiliza informações de interesse comum. O portal garante segurança e qualidade na execução das tarefas, porque elimina a troca de arquivos digitais por correio eletrônico e oferece indicadores econômicos, bases de dados e de conhecimento, que podem ser acessados a partir de sua página-mestra. Permite projeções, simulações e trabalho coletivo em tempo real e está integrado ao Enterprise Resources Planning (ERP), sistema de gestão organizacional da Abril.

## Gestão da dívida

Algumas medidas bem-sucedidas foram tomadas em 2004 pela área com relação à gestão da dívida do Grupo Abril. Entre elas, destacamos a renegociação do passivo financeiro da TVA no mercado internacional, a coordenação do reperfilamento da dívida bancária da editora Abril, a negociação dos termos de repactuação da dívida bancária das editoras Ática e Scipione e a redução dos montantes e do custo médio dos empréstimos de liquidez para assistência aos fluxos de tesouraria.



\* Sem publicidade antecipada e PAES. 1- Dívida Líquida/Ebitda. 2 - Ebitda/Juros.



\* Considerando o reperfilamento das dívidas da Editora Abril, TVA e Ática e Scipione

# Desempenho financeiro

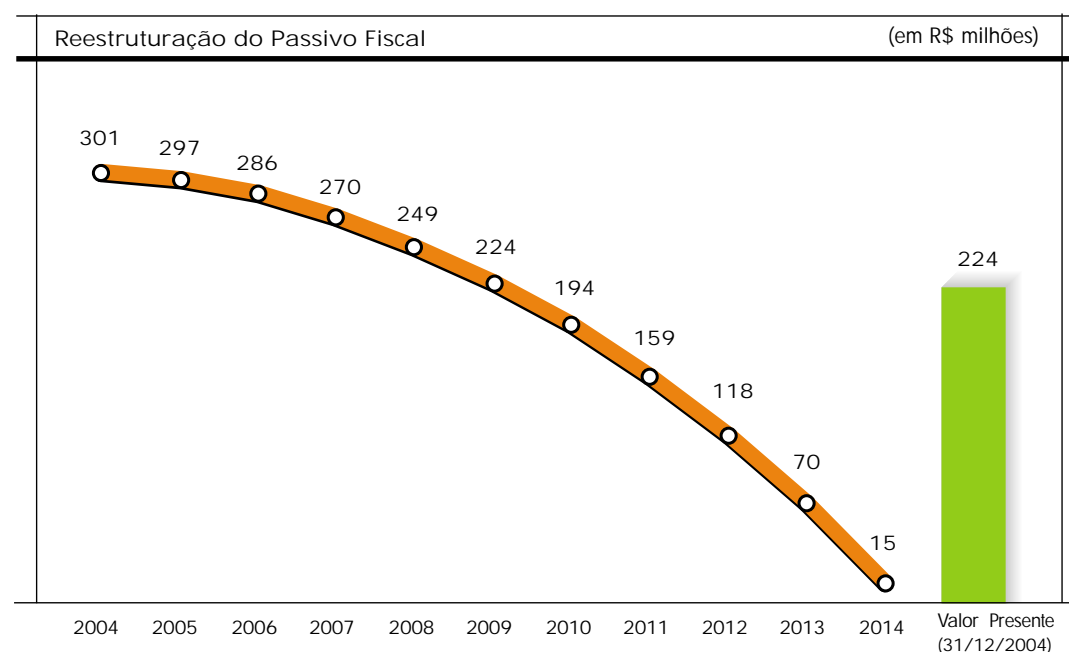
## Transações patrimoniais

O apoio e a coordenação da Vice-Presidência de Finanças e Controle em importantes transações patrimoniais foram essenciais para o sucesso da reestruturação do Grupo Abril. Com o início da reorganização societária, por meio da formação da *holding* Abril S.A., em 2001, foram realizadas diversas operações de investimento e desinvestimento que refletem a atual configuração do Grupo.

As principais transações realizadas foram, em 2003, a venda da participação da Abril Comunicação na Canbras, operadora de TV por assinatura e internet via cabo, com atuação no litoral e no interior do Estado de São Paulo, a aquisição da participação societária da Vivendi nas editoras *Ática* e *Scipione*, que levou ao controle de 100% das empresas, a aquisição de 20% da participação societária da Viacom na *MTV*, aumentando a participação do Grupo para 70%, e a capitalização do Grupo, no valor de R\$ 150 milhões, por meio da venda, em 2004, de 13,8% do seu capital societário para os fundos de investimento administrados pela Capital International, Inc.

## Reestruturação do passivo fiscal

A operação relevante do período foi a negociação do passivo tributário da Companhia, que resultou na consolidação de uma dívida nominal de R\$ 300 milhões, indexada à TJLP e com perfil médio de 130 meses.



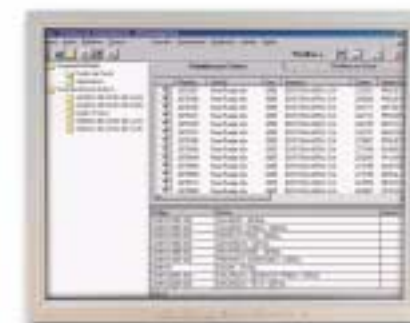
## Sistemas aplicativos



XRT: aplicativo de automação das transações financeiras de controle de caixa e endividamento.



OFA (Oracle Financial Analyzer): plataforma de padronização dos sistemas de controladoria e de planejamento empresarial.



Radar: instrumento desenvolvido internamente para projeções de resultados econômicos de curto prazo.



MEO (Modelo Econômico-Operacional): ferramenta computadorizada de simulação e projeções de longo prazo, com base nos *drivers* físicos e financeiros de cada Unidade de Negócio.

## Oficina de finanças

Com o objetivo de revisar e expandir o conhecimento da equipe sobre os conceitos, fundamentos, métodos e programas de administração financeira empresarial, a Vice-Presidência de Finanças e Controle desenvolveu a Oficina de Finanças – um ambiente de educação permanente dos funcionários da área. Baseada em seminários, apresentações, palestras e visitas técnicas ministrados pelos próprios profissionais e convidados externos, a iniciativa oferece aos participantes das diferentes diretorias a oportunidade de interagir sobre uma agenda de temas comuns.

*oficina*  
DE FINANÇAS



## DIREÇÃO CORPORATIVA ABRIL

Av. das Nações Unidas, 7221 - Pinheiros - CEP 05425-902 - São Paulo, SP - Tel.: 55-11 3037-2000

### ASSINATURAS

#### Serviço de Atendimento ao Cliente (SAC)

Para renovação de assinatura, mudança de endereço, troca da forma de pagamento e outros serviços:  
www.abrilsac.com.br  
abrilsac@abril.com.br  
Ligue grátis: 0800-7042112  
Grande São Paulo: 55-11 5087-2112  
Fax: 55-11 5087-2100

#### Serviço de Vendas de Assinaturas (SVA)

www.assineabril.com.br  
abril.assinaturas@abril.com.br  
Ligue grátis: 0800-7012828  
Grande São Paulo: 55-11 3347-2121  
Fax: 55-11 3347-2115

#### Renova Fácil

www.renovabril.com.br  
Ligue grátis: 0800-7042035  
Grande São Paulo: 55-11 5087-2145

### DATALISTAS

#### Atendimento ao Cliente

Tel.: 55-11 3037-5590

### EDITORA ÁTICA, EDITORA SCIPIONE e GRÁFICA

Av. Otaviano Alves de Lima, 4400  
Freguesia do Ó  
CEP 02909-900 - São Paulo, SP  
Tel.: 55-11 3990-2100

### MTV

Av. Professor Alfonso Bovero, 52  
Sumaré  
CEP 01254-000 - São Paulo, SP  
Tel.: 55-11 3871-7100  
Fax: 55-11 3871-7002

#### Atendimento à Audiência

Tel.: 55-11 3874-3505

### DEDOC

#### Atendimento ao Cliente

Tel.: 55-11 3037-2125

#### Conteúdo Expresso

Comercialização de textos e imagens do acervo da Abril.  
Rua Dr. Renato Paes de Barros, 717  
4º andar - Itaim-Bibi  
04530-001 - São Paulo, SP  
Tel.: 55-11 3089 8855  
Fax: 55-11 3089 8899  
www.conteudoexpresso.com.br  
atendimento@conteudoexpres  
so.com.br

### DINAP – ADMINISTRAÇÃO

Distribuidora Nacional  
de Publicações

#### Dinap – Operações, Logística e Distribuição

Av. Dr. Kenkite  
Shimomoto, 1678, Jardim Teresa  
CEP 06045-390 - Osasco, SP  
Tel.: 55-11 3789-3000

### TVA

#### Atendimento ao Cliente

Tel.: 55-11 3038-5498

#### TVA Rio

Rua General Bruce, 551 -  
S. Cristóvão  
CEP 20921-030 - Rio de Janeiro, RJ  
Tel.: 55-21 566-7000  
Fax: 55-21 589-1429  
**Atendimento ao Cliente**  
Tel.: 55-21 574-5060  
Fax: 55-21 574-5070

### AJATO

#### Atendimento ao Cliente

Tels.: 55-11 3038-7001  
e 55-21 3231-5733  
**Vendas de Assinaturas**  
Tels.: 55-11 3038-5498  
e 55-11 2223-6399

### ESCRITÓRIOS REGIONAIS

#### Belo Horizonte (MG)

Rua Fernandes Tourinho, 147,  
sala 302 e 304, Carmo  
CEP 30112-000  
Belo Horizonte, MG  
Tel.: 55-31 3282-0630  
Fax: 55-31 3282-0632

#### Brasília (DF)

Edifício Brasília Trade Center,  
14º andar, sala 1401,  
SCN Quadra 01  
CEP 70711-902 - Brasília, DF  
Tel.: 55-61 315-7555  
Fax: 55-61 315-7558

#### Curitiba (PR)

Av. Cândido de Abreu, 776,  
6º andar, salas 601 e 602,  
Centro Cívico  
CEP 80530-000 - Curitiba, PR  
Tel.: 55-41 250-8000  
Fax: 55-41 252-7110

#### Porto Alegre (RS)

Av. Carlos Gomes, 1155 - sala 702  
CEP 90020-007  
Porto Alegre, RS  
Tel.: 55-51 3327-2850  
Fax: 55-51 3327-2855

#### Rio de Janeiro (RJ)

Praia de Botafogo, 501  
1º andar, bloco B, Botafogo  
CEP 22250-040  
Rio de Janeiro, RJ  
Tel.: 55-21 2546-8100  
Fax: 55-21 2546-8201

#### Ribeirão Preto (SP)

Av. Nove de Julho, 1463  
Jardim América  
CEP 14015-170  
Ribeirão Preto, SP  
Tel.: 55-16 3964-5516  
Fax: 55-16 632-0660

www.abril.com.br



Presidente do Conselho de Administração: Roberto Civita

Presidente Executivo: Maurizio Mauro

Vice-Presidentes: Deborah Wright, Emílio Carazzai, José Wilson Armani Paschoal, Valter Pasquini

### Relatório Anual do Grupo Abril 2004

Publicação da Vice-Presidência de Finanças e Controle, Emílio Carazzai

Edição: Sidnei Basile – Diretor Secretário Editorial e de Relações Institucionais

Coordenação geral: Meire Fidelis – Gerente de Relações Públicas

Projeto gráfico e direção de arte: Carlos Grasseti – Diretor de Arte Corporativo

Coordenação de produção gráfica: Dino Soares – Gerente de Propaganda

Edição de arte: Jean Pierre Verdaguer

Consultoria e produção: Fabiane Jampolsky – MZ Corporate Communication

Fotos: Pedro Rubens

Revisão: Benjamin Sérgio Gonçalves

**Agradecimentos:** Aldo Teixeira, Carminha Benicchio, Emerson Santos, Fred Scorzzo, Getúlio de Oliveira Ponciato, Grace de Souza, Luiz Iria, Manoel Bizarria, Mariana Szauter, Marília França, Marília Scalzo, Mena Pires, Sidnei Gil Converse, Sílvia Candal e todos os que contribuíram para a apuração dos dados e informações deste relatório

**Créditos das imagens:** ©1- Kelly Fuzaro / ©2- Olibio Santana / ©3- Lula Rodrigues / ©4- Karine Basilio / ©5- Infográfico: Jean Pierre Verdaguer, sobre foto de Marcelo Kura / ©6- Div. National Geographic / ©7 e ©11 - Div. MTV / ©8- Div. ESPN International / ©9- Div. Discovery Channel / ©10- Div. HBO / ©12- Arquivo Ática / ©13- Arquivo Scipione / ©14- Digital Vision / ©15- Dudu Cavalcante / ©16 e ©17- Adauto Perin / ©18 - Ana Bianca Marin

Impressão: Photon Pré-impressão, Gráfica e Editora

Tiragem: 5.000 exemplares

Exemplares desta publicação poderão ser solicitados no telefone:

55-11 3037-2039

Diretoria de Relações Institucionais  
Av. das Nações Unidas, 7221 - 22º andar  
05425-902 - São Paulo, SP

Os Relatórios da Administração e as Demonstrações Financeiras, em português e inglês, estão disponíveis na Diretoria de Relações Institucionais ou no website [www.abril.com.br](http://www.abril.com.br)

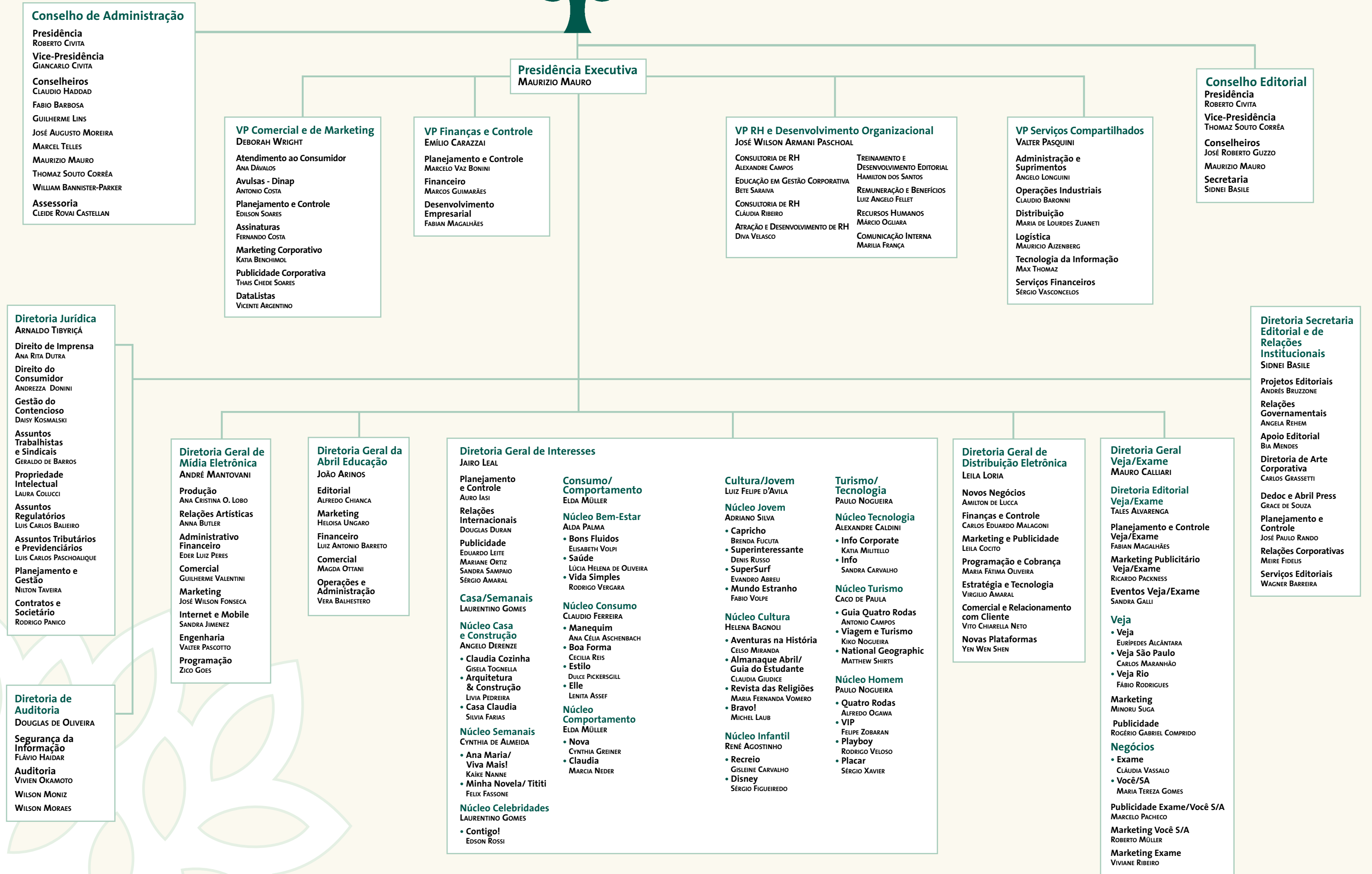
### AVISO AO LEITOR

O presente relatório faz referências e declarações sobre expectativas, sinergias planejadas, planos de crescimento, projeções de resultados e estratégias futuras do Grupo Abril. Embora essas referências e declarações reflitam a crença dos administradores, envolvem riscos e imprecisões difíceis de prever, podendo, dessa forma, haver resultados ou conseqüências diferentes daqueles aqui antecipados e discutidos. Esses riscos e incertezas incluem, mas não são limitados, a nossa habilidade de perceber a dimensão das sinergias projetadas e seus cronogramas, bem como aspectos econômicos, competitivos, governamentais e tecnológicos que possam afetar as operações do Grupo Abril. O leitor não deve se basear exclusivamente nas informações aqui contidas. A Companhia não se obriga a atualizar qualquer estimativa constante deste relatório, à luz de novas informações ou de seus desdobramentos futuros.

São Paulo, Junho de 2005.

# Organograma do Grupo Abril







Escola, a maior revista de educação do Brasil e a segunda maior em circulação, é a principal iniciativa da Fundação Victor Civita



Dedicada a ajudar o professor a ensinar melhor



## Fundação Victor Civita

O Grupo Abril investe nesta iniciativa R\$ 1,5 milhão por ano

A missão da **Fundação Victor Civita**, criada em 1985, é contribuir para a melhoria da qualidade do ensino fundamental, sobretudo nas escolas públicas. Seu foco é a qualificação do professor brasileiro, considerado o principal agente de mudança do país. Seu fundador, Victor Civita, acreditava que a construção de um país melhor e mais justo deveria passar obrigatoriamente por uma revolução na educação. Ciente dessa realidade e de seu papel como empresário, Civita apostou no que sabia fazer melhor: uma revista. Por meio da publicação mensal *Escola*, a Fundação atinge cerca de 1,5 milhão de professores, só na rede pública.



### Revista Escola

A revista *Escola* é o maior canal de comunicação com o professor brasileiro e a mais bem-sucedida iniciativa social realizada por uma empresa brasileira na área da educação. São 700 mil exemplares mensais – a segunda maior circulação do Brasil – que chegam a todas as 200 mil escolas brasileiras de ensino fundamental, de norte a sul do país, beneficiando indiretamente mais de 25 milhões de alunos. A publicação traz informações e experiências dos maiores especialistas nacionais e internacionais em educação, além de idéias para aulas e novas teorias. Os professores também podem acessar a versão *on-line* ([www.novaescola.com.br](http://www.novaescola.com.br)), na qual encontram planos de aula e informações relevantes para sua formação profissional e pessoal.

**Roberto Civita**

PRESIDENTE

## A maior sala de professores do Brasil

É uma das três maiores fundações nacionais privadas voltadas para a educação



Foto da capa e do Prêmio Professor Nota 10: Dullia



**Fatima Ali**

VICE-PRESIDENTE

### Coleção *Ofício de Professor*

Outro inovador projeto desenvolvido pela Fundação Victor Civita é a coleção *Ofício de Professor*, elaborada pelos maiores especialistas do Brasil em educação. Com nove volumes, o material é destinado a professores das séries iniciais da educação básica interessados em aperfeiçoar sua formação, e se tornou uma referência de programa de educação a distância para professores no país. Já foram vendidas 65 mil coleções em todo o Brasil, desde seu lançamento, em 2002.



### Professor Nota 10

A Fundação é também responsável pelo Prêmio Victor Civita – Professor Nota 10, o maior evento de premiação da educação brasileira. A iniciativa valoriza e estimula o trabalho docente de qualidade, tornando visível para a opinião pública a importância do professor na construção de um país com cidadãos mais conscientes. Nos últimos sete anos, foram mais de 15 mil trabalhos inscritos e 87 professores premiados.

**Guiomar Namó de Mello**

DIRETORA EXECUTIVA

• REVISTA ESCOLA  
Nilcéa Nogueira

## Guia *Veja na Sala de Aula*

Para as últimas séries da educação básica, a Fundação Victor Civita elabora o guia *Veja na Sala de Aula*, que traz semanalmente planos de aula com base em reportagens, artigos e entrevistas publicadas pela revista *Veja*. O guia é um poderoso instrumento de ensino, que alia os mais diversos conteúdos escolares a informações da atualidade publicadas na maior revista de informação do país. São beneficiados 3,6 mil escolas, 78 mil professores e 1,5 milhão de alunos da sétima e oitava séries e do ensino médio.



## Computador Escola

Com o objetivo de possibilitar o acesso dos professores a informações de maneira mais rápida e ágil, a Fundação Victor Civita lançou em 2004, em parceria com o Instituto Faça Parte, o Computador Escola. Com configuração exclusiva e personalizada para o professor, o equipamento já tem pré-instaladas no disco rígido toda a coleção Escola, o *Almanaque Abril* 2004 e uma coleção anual da revista *Superinteressante*, além de conteúdos produzidos pelas editoras *Ática* e *Scipione*. Os usuários do Computador Escola também terão acesso à internet. O projeto só se tornou possível pelo apoio

de diversas empresas, entre elas a Itautec, que produz o micro, e também os bancos ABN Amro Real, Bradesco, Itaú e Finasa, que respondem pelo financiamento aos professores.



Marcelo Kura



Av. das Nações Unidas, 7221 – 6º andar – 05425-902 – Pinheiros – São Paulo – SP – Tel.: 55-11-3037-4347 – Fax: 55-11-3037-4345

[www.fvc.org.br](http://www.fvc.org.br)

São Paulo, Junho de 2005

# **Demonstrações Financeiras** **(Condensadas)** **2004**

**Editora Abril S.A.**

**Editora Novo Continente S.A.**  
(Superinteressante)

**Tevecap S.A.**  
(TVA)

**Abril Radiodifusão S.A.**  
(MTV)

**Aroeira Educação S.A.**  
(Editora Ática e Editora Scipione)



As demonstrações financeiras consolidadas compreendem a **Editora Abril S.A.** e as seguintes subsidiárias:

- **Abril Gráfica S.A.**
- **Abril Investments Corporation**
- **Abril Jovem Investments Corporation**
- **Datalistas S.A.**
- **Dinap S.A. - Distribuidora Nacional de Publicações**
- **Gracia Consultoria e Investimentos Lda.**
- **Sociedade em Conta de Participação - SCP Femininas**

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Presidente: Roberto Civita

Conselheiros: Giancarlo Francesco Civita e Thomaz Souto Corrêa Netto

DIRETORIA ESTATUTÁRIA

Diretor Presidente: Maurizio Mauro

Diretor Financeiro e de Relações com Investidores: Emílio Humberto Carazzai Sobrinho

Diretores: Deborah Patricia Wright, José Wilson Armani Paschoal e Valter Pasquini

Manoel Bizarria Guilherme Neto

TC - CRC 1SPo81886/O-6



**BALANÇOS PATRIMONIAIS  
EM 31 DE DEZEMBRO DE 2004 E 2003**

[valores expressos em milhares de reais]

	Consolidado	
	2004	2003
<b>ATIVO E PASSIVO A DESCOBERTO</b>		
<b>CIRCULANTE:</b>		
Caixas e bancos .....	9.639	18.677
Aplicações financeiras .....	-	305.390
Contas a receber de clientes .....	248.518	211.135
Estoques .....	63.440	48.193
Impostos a compensar .....	8.126	8.635
Imposto de renda diferido .....	3.872	-
Adiantamentos a fornecedores e outros .....	18.631	12.547
<b>Total do circulante .....</b>	<b>352.226</b>	<b>604.577</b>
<b>REALIZÁVEL A LONGO PRAZO:</b>		
Empréstimos, contas a receber e outros créditos com controladas, coligadas e interligadas .....	715.663	920.372
Depósitos judiciais e compulsórios .....	11.090	7.030
Imposto de renda diferido .....	116.006	129.136
Aplicações financeiras .....	300.077	-
Outras contas a receber .....	8.568	6.894
<b>Total do realizável a longo prazo .....</b>	<b>1.151.404</b>	<b>1.063.432</b>
<b>PERMANENTE:</b>		
Investimentos .....	21	13.628
Imobilizado .....	358.516	370.030
Diferido .....	765	1.584
<b>Total do permanente .....</b>	<b>359.302</b>	<b>385.242</b>
<b>Total do ativo .....</b>	<b>1.862.932</b>	<b>2.053.251</b>
<b>PASSIVO A DESCOBERTO:</b>		
Capital realizado .....	(93.537)	(93.537)
Reserva de capital .....	(531)	(531)
Reserva de reavaliação .....	(97.933)	(118.505)
Prejuízos acumulados .....	282.211	281.628
<b>Total do passivo a descoberto .....</b>	<b>90.210</b>	<b>69.055</b>
<b>Total do ativo e passivo a descoberto .....</b>	<b>1.953.142</b>	<b>2.122.306</b>

	Consolidado	
	2004	2003
<b>PASSIVO</b>		
<b>CIRCULANTE:</b>		
Debêntures .....	56.160	159.733
Empréstimos e financiamentos .....	175.919	339.570
Fornecedores nacionais .....	46.674	59.520
Fornecedores estrangeiros .....	48.993	53.146
Salários e encargos sociais .....	53.137	57.513
Imposto de renda e contribuição social .....	2.510	376
Impostos e contribuições a pagar - parcelamento .....	2.814	30.955
Outros impostos e contribuições a pagar .....	8.582	7.874
Tributos e contribuições a pagar - PAES .....	24.356	16.590
Recebimentos antecipados de clientes .....	97.903	67.497
Outras contas a pagar .....	105.125	112.984
<b>Total do circulante .....</b>	<b>622.173</b>	<b>905.758</b>
Assinaturas de revistas .....	147.181	142.082
<b>Total do circulante .....</b>	<b>769.354</b>	<b>1.047.840</b>
<b>EXIGÍVEL A LONGO PRAZO:</b>		
Empréstimos e outros créditos de controladas, coligadas e interligadas .....	317.140	421.819
Debêntures .....	296.079	134.650
Empréstimos e financiamentos .....	229.483	155.528
Provisões para contingências fiscais e outras .....	58.855	65.705
Tributos e contribuições a pagar - PAES .....	223.213	195.555
Imposto de renda diferido .....	42.433	53.031
Impostos e contribuições a pagar - parcelamento .....	4.764	46.536
<b>Total do exigível a longo prazo .....</b>	<b>1.171.967</b>	<b>1.072.824</b>
<b>RESULTADO DE EXERCÍCIOS FUTUROS .....</b>	<b>11.782</b>	<b>1.614</b>
<b>PARTICIPAÇÕES MINORITÁRIAS .....</b>	<b>39</b>	<b>28</b>
<b>Total do passivo .....</b>	<b>1.953.142</b>	<b>2.122.306</b>



**DEMONSTRAÇÕES DO RESULTADO PARA OS EXERCÍCIOS  
FINDOS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2004 E 2003**

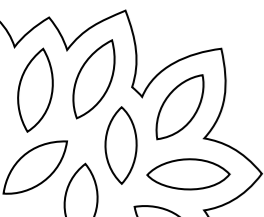
(valores expressos em milhares de reais)

	<b>Consolidado</b>	
	<b>2004</b>	<b>2003</b>
<b>VENDA DE PRODUTOS E SERVIÇOS</b> .....	1.505.827	1.360.236
Impostos incidentes.....	(65.594)	(55.115)
	<u>1.440.233</u>	<u>1.305.121</u>
<b>CUSTO DOS PRODUTOS E SERVIÇOS</b> .....	(662.366)	(559.430)
Lucro bruto.....	777.867	745.691
<b>DESPESAS OPERACIONAIS:</b> .....	(613.744)	(579.661)
Honorários da diretoria.....	(4.162)	(2.683)
Vendas.....	(417.787)	(376.433)
Administrativas.....	(191.637)	(199.639)
Amortização de ógio.....	-	(577)
Outras despesas operacionais, liquidas.....	(158)	(329)
<b>RESULTADO DA EQUIVALÊNCIA PATRIMONIAL</b> .....	9.801	(762)
Lucro operacional antes do resultado financeiro e gastos não recorrentes.....	173.924	165.268
<b>RESULTADO FINANCEIRO:</b>		
Receitas.....	72.005	103.674
Despesas.....	(254.382)	(319.551)
Variações cambiais, liquidas.....	(7.886)	(26.782)
<b>GASTOS NÃO RECORRENTES - PAES</b> .....	-	(43.535)
Prejuízo operacional.....	(16.339)	(120.926)
<b>RECEITAS (DESPESAS) NÃO OPERACIONAIS, liquidas</b> .....	(3.635)	16.541
Prejuízo antes do imposto de renda.....	(19.974)	(104.385)
<b>PROVISÃO PARA IMPOSTO DE RENDA</b> .....	(1.170)	9.920
Prejuízo antes dos minoritários.....	(21.144)	(94.465)
<b>PARTICIPAÇÕES MINORITÁRIAS</b> .....	(11)	397
Prejuízo líquido do exercício.....	<u>(21.155)</u>	<u>(94.068)</u>

DIRETORIA ESTATUTÁRIA  
 Presidente: Roberto Civita  
 Diretor Financeiro: Emílio Humberto Carazzai Sobrinho  
 Diretor Administrativo: Marcelo Vaz Bonini  
 Diretor: Sergio Muniz Oliva

Manoel Bizarria Guilherme Neto  
 TC - CRC 1SPo81886/O-6

As demonstrações financeiras completas encontram-se disponíveis no Edifício Abril,  
 Av. das Nações Unidas, 7221 – 05425-902 – Pinheiros – São Paulo – SP



**BALANÇOS PATRIMONIAIS  
EM 31 DE DEZEMBRO DE 2004 E 2003**

(valores expressos em milhares de reais)

	ATIVO	
	2004	2003
<b>CIRCULANTE:</b>		
Caixa e bancos.....	26	223
Contas a receber.....	5.637	3.413
Estoques.....	1.495	140
Imposto de renda antecipado.....	3.459	3.014
Outros impostos a compensar.....	296	66
Adiantamentos a empregados e outros.....	170	41
<b>Total do circulante.....</b>	<b>11.083</b>	<b>6.897</b>
<b>REALIZÁVEL A LONGO PRAZO:</b>		
Empréstimos à Editora Abril S.A.....	20.653	22.189
Empréstimos à acionistas.....	2.755	2.440
Depósitos judiciais e compulsórias.....	723	604
<b>Total do realizável a longo prazo.....</b>	<b>24.131</b>	<b>25.233</b>
<b>PERMANENTE:</b>		
Imobilizado.....	81	61
<b>Total do permanente.....</b>	<b>81</b>	<b>61</b>
<b>Total do ativo.....</b>	<b>35.295</b>	<b>32.191</b>

	PASSIVO	
	2004	2003
<b>CIRCULANTE:</b>		
Fornecedores.....	4.838	2.207
Salários e encargos sociais.....	533	406
Impostos e contribuições a pagar.....	286	161
Imposto de renda e contribuição social a pagar.....	3.614	3.134
Recebimentos antecipados.....	24	-
Tributos e contribuições sociais - PAES.....	334	305
Dividendos a pagar.....	7.520	7.935
Direitos autorais a pagar.....	368	275
Outras contas a pagar.....	250	543
	<b>17.767</b>	<b>14.966</b>
Assinaturas de revistas.....	11.525	11.201
<b>Total do circulante.....</b>	<b>29.292</b>	<b>26.167</b>
<b>EXIGÍVEL A LONGO PRAZO:</b>		
Tributos e contribuições sociais - PAES.....	2.503	2.594
Provisões para contingências.....	676	606
<b>Total do exigível a longo prazo.....</b>	<b>3.179</b>	<b>3.200</b>
<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO:</b>		
Capital realizado.....	2.250	2.250
Reserva de capital.....	119	119
Reservas de lucros.....	455	455
<b>Total do patrimônio líquido.....</b>	<b>2.824</b>	<b>2.824</b>
<b>Total do passivo.....</b>	<b>35.295</b>	<b>32.191</b>



**DEMONSTRAÇÕES DO RESULTADO PARA OS EXERCÍCIOS  
FINDOS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2004 E 2003**

(valores expressos em milhares de reais)

	<b>2004</b>	<b>2003</b>
<b>VENDA DE PRODUTOS E SERVIÇOS</b> .....	58.335	45.352
Impostos incidentes.....	(2.242)	(1.654)
	<u>56.093</u>	<u>43.698</u>
<b>CUSTO DOS PRODUTOS E SERVIÇOS</b> .....	(21.211)	(13.398)
Lucro bruto .....	<u>34.882</u>	<u>30.300</u>
<b>DESPESAS OPERACIONAIS:</b>		
Vendas.....	(24.471)	(19.698)
Administrativas.....	(2.417)	(2.169)
Outras despesas operacionais, liquidas .....	-	(3)
Lucro operacional antes dos itens financeiros e não recorrentes .....	<u>7.994</u>	<u>8.430</u>
<b>RESULTADO FINANCEIRO:</b>		
Receitas .....	3.525	3.852
Despesas.....	(1.007)	(880)
Variações cambiais, liquidas .....	8	(2)
<b>GASTOS NÃO RECORRENTES - PAES</b> .....	-	(329)
Lucro antes do imposto de renda.....	<u>10.520</u>	<u>11.071</u>
<b>PROVISÃO PARA IMPOSTO DE RENDA</b> ....	(3.614)	(3.134)
<b>Lucro líquido do exercício</b> .....	<u><u>6.906</u></u>	<u><u>7.937</u></u>

## Tevecap S.A.



As demonstrações financeiras consolidadas compreendem a **Tevecap S.A.** e as seguintes subsidiárias:

- **TVA Communications Ltd.**
- **TVA Inc.**
- **TVA Sistema de Televisão S.A.**
- **Rede Ajato S.A.**
- **Comercial Cabo TV São Paulo Ltda.**
- **TVA Overseas Ltd.**
- **CCS Camboriú Cable System de Telecomunicações Ltda.**
- **TVA Sul Paraná Ltda.**
- **TV Pelicano S.A.**
- **TVA Network Participações S.A.**
- **TVA Continental S.A.**

**CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO**

Presidente: Maurizio Mauro

Conselheiros: Emílio Humberto Carazzai Sobrinho, Leila Abraham Loria, Arnaldo Figueiredo Tibyriçá, Deborah Patricia Wright, Marcelo Vaz Bonini, Plínio Villares Musetti, Mitchel Ross Cohen e Francisco Sávio C. Pinheiro

**DIRETORIA ESTATUTÁRIA**

Diretores: Marcelo Vaz Bonini, Carlos Eduardo Malagoni e Virgílio José Carreira Amaral

Manoel Bizarria Guilherme Neto

TC - CRC 1SPo81886/O-6

As demonstrações financeiras completas encontram-se disponíveis no Edifício Abril, Av. das Nações Unidas, 7221 – 05425-902 – Pinheiros – São Paulo – SP

**BALANÇOS PATRIMONIAIS  
EM 31 DE DEZEMBRO DE 2004 E 2003**

(valores expressos em milhares de reais)

	Consolidado	
	2004	2003
<b>ATIVO E PASSIVO A DESCOBERTO</b>		
<b>CIRCULANTE:</b>		
Caixas e bancos .....	3.630	843
Contas a receber .....	18.578	22.172
Provisão para créditos de liquidação duvidosa .....	(13.521)	(9.383)
Estoques .....	25.143	24.471
Pagamentos antecipados.....	146	1.042
Impostos a compensar.....	1.041	1.751
Adiantamentos a empregados e outros .....	3.763	4.495
<b>Total do circulante</b> .....	<b>38.780</b>	<b>45.391</b>
<b>REALIZÁVEL A LONGO PRAZO:</b>		
Empréstimos e outros créditos com controladas, coligadas e interligadas .....	17.200	6.069
Adiantamento para futuro aumento de capital em coligadas e controladas .....	-	4.709
Impostos a compensar.....	363	-
Depósitos judiciais e compulsórios .....	23.195	19.104
<b>Total do realizável a longo prazo</b> .....	<b>40.758</b>	<b>29.882</b>
<b>PERMANENTE:</b>		
Investimentos .....	608	611
Ágio sobre investimentos .....	18.662	26.168
Imobilizado .....	167.127	199.197
Diferido .....	7.126	21.157
<b>Total do permanente</b> .....	<b>193.523</b>	<b>247.133</b>
<b>Total do ativo</b> .....	<b>273.061</b>	<b>322.406</b>
<b>PASSIVO A DESCOBERTO:</b>		
Capital social.....	(837.602)	(837.602)
Reserva de reavaliação.....	(14.965)	(18.689)
Prejuízos acumulados.....	1.093.422	1.031.364
<b>Total do passivo a descoberto</b> .....	<b>240.855</b>	<b>175.073</b>
<b>Total</b> .....	<b>513.916</b>	<b>497.479</b>

	Consolidado	
	2004	2003
<b>PASSIVO</b>		
<b>CIRCULANTE:</b>		
Empréstimos e financiamentos.....	51.691	162.029
Fornecedores .....	14.959	12.521
Fornecedores de filmes e licenciamento.....	13.261	19.125
Salários e encargos sociais .....	3.588	4.151
Imposto de renda e contribuição social .....	871	-
Imposto de renda diferido .....	-	55.738
Outros impostos e contribuições a pagar.....	4.146	16.740
Impostos e contribuições a pagar - parcelamento .....	5.012	6.787
Programa de recuperação fiscal - PAES.....	4.136	4.264
Adiantamentos de terceiros.....	10.449	8.188
Outras contas a pagar .....	3.990	6.938
<b>Total do circulante</b> .....	<b>112.103</b>	<b>296.481</b>
<b>EXIGÍVEL A LONGO PRAZO:</b>		
Empréstimos e outros créditos de controladas, coligadas e interligadas .....	128.747	112.759
Empréstimos e financiamentos.....	108.991	-
Imposto de renda diferido .....	77.432	-
Provisões para contingências fiscais e outras ..	36.570	27.814
Tributos e contribuições a pagar - PAES.....	36.637	36.238
Impostos e contribuições a pagar - parcelamento .....	11.872	4.754
Provisão para perdas em operação de controladas e coligadas.....	-	16.245
Outras contas a pagar .....	-	610
<b>Total do exigível a longo prazo</b> .....	<b>400.249</b>	<b>198.420</b>
<b>PARTICIPAÇÕES MINORITÁRIAS</b> .....	<b>1.564</b>	<b>2.578</b>
<b>Total do passivo</b> .....	<b>513.916</b>	<b>497.479</b>

**DEMONSTRAÇÕES DO RESULTADO PARA OS EXERCÍCIOS  
FINDOS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2004 E 2003**

(valores expressos em milhares de reais)

	<b>Consolidado</b>	
	<b>2004</b>	<b>2003</b>
<b>RECEITA OPERACIONAL BRUTA</b> .....	300.865	276.091
Impostos incidentes.....	(42.006)	(39.578)
	258.859	236.513
<b>CUSTO DOS PRODUTOS E SERVIÇOS</b> .....	(121.730)	(121.984)
Lucro bruto.....	137.129	114.529
<b>DESPESAS OPERACIONAIS:</b>		
Vendas.....	(20.320)	(16.222)
Administrativas.....	(39.229)	(37.419)
Depreciações e amortizações.....	(82.575)	(83.311)
Amortização de ágio.....	(6.097)	(6.096)
Outras receitas operacionais, líquidas.....	555	-
<b>RESULTADO DA EQUIVALÊNCIA PATRIMONIAL</b> .....	-	11.390
<b>PROVISÃO PARA PERDAS EM OPERAÇÕES DE CONTROLADAS E COLIGADAS</b> .....	(813)	-
Prejuízo antes do resultado financeiro.....	(11.350)	(17.129)
<b>RESULTADO FINANCEIRO:</b>		
Receitas.....	1.808	2.701
Despesas.....	(60.713)	(54.344)
Variações cambiais, líquidas.....	9.126	35.428
<b>GASTOS NÃO RECORRENTES - PAES</b> .....	-	(13.523)
Prejuízo operacional.....	(61.129)	(46.867)
<b>RECEITAS (DESPESAS) NÃO OPERACIONAIS, líquidas</b> .....	18.589	(46.707)
Prejuízo antes do imposto de renda.....	(42.540)	(93.574)
<b>PROVISÃO PARA IMPOSTO DE RENDA</b> ...	(22.578)	(56.694)
Prejuízo antes dos minoritários.....	(65.118)	(150.268)
<b>PARTICIPAÇÕES MINORITÁRIAS</b> .....	(664)	(356)
Prejuízo líquido do exercício.....	(65.782)	(150.624)

## CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Presidente: Giancarlo Francesco Civita

Conselheiros: Maurizio Mauro, Emílio Humberto Carazzai Sobrinho,  
Marcelo Vaz Bonini, Scot McBride e Pierluigi Gazzolo

## DIRETORIA ESTATUTÁRIA

Diretor Presidente: André Mantovani

Diretor Financeiro e Administrativo: Eder Luiz Peres

Diretor de Programação: João Luiz Barreto Goes

Diretora de Produção: Ana Cristina Oliveira Lobo

Diretor de Marketing: José Wilson Andrade da Fonseca

Diretora de Relações Artísticas: Anna Lucia Peixoto Valentini

Diretor de Publicidade: Guilherme Rocha Valentini

Diretor de Engenharia: Valter José Pascotto

Manoel Bizarria Guilherme Neto

TC - CRC 1SPo81886/O-6

As demonstrações financeiras completas encontram-se disponíveis no Edifício Abril,  
Av. das Nações Unidas, 7221 – 05425-902 – Pinheiros – São Paulo – SP

**BALANÇOS PATRIMONIAIS  
EM 31 DE DEZEMBRO DE 2004 E 2003**

(valores expressos em milhares de reais)

	ATIVO	
	2004	Pro Forma 2003
<b>CIRCULANTE:</b>		
Caixa e bancos.....	480	2.534
Contas a receber.....	10.613	6.279
Provisão para créditos de liquidação duvidosa	(2.242)	(2.502)
Permutas a pagar liquidas.....	(625)	(279)
Impostos a compensar.....	2.305	2.665
Outros Créditos.....	963	816
	<u>11.494</u>	<u>9.513</u>
<b>REALIZÁVEL A LONGO PRAZO:</b>		
Empréstimos para a interligada Editora Abril S.A.	14.055	24.491
Imposto de renda e contribuição social diferidos	3.608	3.242
Depósitos judiciais.....	123	42
	<u>17.786</u>	<u>27.775</u>
<b>PERMANENTE:</b>		
Imobilizado.....	14.518	12.610
Diferido.....	165	195
	<u>14.683</u>	<u>12.805</u>
<b>Total do ativo</b> .....	<u>43.963</u>	<u>50.093</u>

	PASSIVO	
	2004	Pro Forma 2003
<b>CIRCULANTE:</b>		
Fornecedores.....	3.195	4.813
Salários e encargos sociais.....	6.598	5.705
Imposto de renda e contribuição social a recolher	2.242	1.599
Outros impostos e contribuições a pagar.....	1.034	583
Impostos e contribuições a recolher - parcelamento	372	478
Tributos e contribuições sociais - PAES.....	512	468
Direitos autorais.....	2.457	2.456
Dividendos a pagar.....	1.817	-
Outras contas a pagar.....	1.985	1.634
	<u>20.212</u>	<u>17.736</u>
<b>EXIGÍVEL A LONGO PRAZO:</b>		
Tributos e contribuições sociais - PAES.....	3.837	3.976
Provisão para contingências.....	1.620	995
	<u>5.457</u>	<u>4.971</u>
<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO:</b>		
Capital social.....	17.333	17.333
Reserva de lucros.....	961	10.053
	<u>18.294</u>	<u>27.386</u>
<b>Total do passivo</b> .....	<u>43.963</u>	<u>50.093</u>



**DEMONSTRAÇÕES DO RESULTADO PARA OS EXERCÍCIOS  
FINDOS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2004 E 2003**

(valores expressos em milhares de reais)

	<b>Pro Forma</b>	
	<b>2004</b>	<b>2003</b>
<b>VENDA DE PRODUTOS E SERVIÇOS</b> .....	106.602	90.061
Impostos incidentes.....	(7.428)	(3.932)
	99.174	86.129
<b>CUSTO DOS PRODUTOS E SERVIÇOS</b> .....	(34.727)	(38.159)
Lucro bruto .....	64.447	47.970
<b>DESPESAS OPERACIONAIS:</b>		
Vendas.....	(37.589)	(25.820)
Administrativas.....	(9.850)	(12.466)
Outras receitas (despesas) operacionais, líquidas	20	(157)
Lucro operacional antes do resultado financeiro e gastos não recorrentes.....	17.028	9.527
<b>RESULTADO FINANCEIRO:</b>		
Receitas .....	6.715	3.173
Despesas.....	(2.212)	(498)
Varição cambial, líquida .....	(425)	(368)
<b>GASTOS NÃO RECORRENTES - PAES</b> .....	-	(631)
Lucro operacional .....	21.106	11.203
<b>DESPESAS NÃO OPERACIONAIS, líquidas</b>	(9)	-
Lucro antes do imposto de renda e contribuição social .....	21.097	11.203
<b>IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL</b> .....	(1.875)	(2.111)
<b>Lucro líquido do exercício</b> .....	19.222	9.092

As demonstrações financeiras consolidadas compreendem a Aroeira Educação S.A. e as seguintes subsidiárias:

- Editora Ática S.A.
- Editora Scipione S.A.
- Mogno Corporation

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Conselheiros: Maurizio Mauro, Emílio Humberto Carazzai Sobrinho e Deborah Patricia Wright

DIRETORIA ESTATUTÁRIA

Diretores: Marcelo Vaz Bonini e João Arinos Ribeiro dos Santos

Francisco Carlos Fernandes

CRC 1SP104349/O-2

As demonstrações financeiras completas encontram-se disponíveis no Edifício Abril,  
Av. das Nações Unidas, 7221 – 05425-902 – Pinheiros – São Paulo – SP



**BALANÇOS PATRIMONIAIS  
EM 31 DE DEZEMBRO DE 2004 E 2003**

(valores expressos em milhares de reais)

	Consolidado	
	2004	2003
<b>ATIVO</b>		
<b>CIRCULANTE:</b>		
Caixas e bancos .....	1.637	5.604
Aplicações financeiras .....	60	164
Contas a receber de clientes .....	81.469	81.464
Estoques .....	141.072	109.102
Impostos a compensar .....	5.230	4.672
Outros ativos .....	6.180	4.413
<b>Total do circulante .....</b>	<b>235.648</b>	<b>205.419</b>
<b>REALIZÁVEL A LONGO PRAZO:</b>		
Depósitos judiciais e compulsórios .....	3.347	3.349
Imposto de renda diferido .....	37.597	23.233
Valores a receber de sociedade ligada .....	229.387	-
<b>Total do realizável a longo prazo .....</b>	<b>270.331</b>	<b>26.582</b>
<b>PERMANENTE:</b>		
Investimentos .....	200	200
Ágio sobre investimentos .....	23.058	31.371
Imobilizado .....	13.310	15.820
Diferido .....	18.066	42.563
<b>Total do permanente .....</b>	<b>54.634</b>	<b>89.954</b>
<b>Total do ativo .....</b>	<b>560.613</b>	<b>321.955</b>

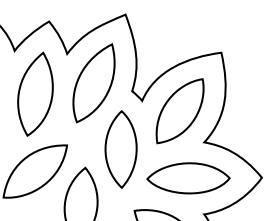
	Consolidado	
	2004	2003
<b>PASSIVO</b>		
<b>CIRCULANTE:</b>		
Empréstimos e financiamentos .....	119.619	34.361
Fornecedores .....	94.714	80.387
Salários e encargos sociais .....	14.818	13.326
Obrigações tributárias .....	396	2.920
Direitos autorais .....	8.558	10.090
Provisão para reestruturação .....	3.420	3.515
Dividendos a pagar .....	73	73
Outros passivos .....	6.664	4.169
<b>Total do circulante .....</b>	<b>248.262</b>	<b>148.841</b>
<b>EXIGÍVEL A LONGO PRAZO:</b>		
Empréstimos e financiamentos .....	176.835	2.415
Parcelamentos tributários .....	919	1.089
Depósitos judiciais .....	9.875	8.595
<b>Total do exigível a longo prazo .....</b>	<b>187.629</b>	<b>12.099</b>
<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO:</b>		
Capital realizado .....	160.034	160.034
Reserva de capital .....	522	522
Reserva legal .....	459	459
Prejuízos acumulados .....	(36.293)	-
<b>Total do patrimônio líquido .....</b>	<b>124.722</b>	<b>161.015</b>
<b>Total do passivo .....</b>	<b>560.613</b>	<b>321.955</b>



## DEMONSTRAÇÕES DO RESULTADO PARA OS EXERCÍCIOS FINDOS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2004 E 2003

(valores expressos em milhares de reais)

	<b>Consolidado</b>	
	<b>2004</b>	<b>2003</b>
<b>VENDA DE PRODUTOS E SERVIÇOS</b> .....	285.131	314.331
Impostos incidentes.....	(16.496)	(14.569)
	<u>268.635</u>	<u>299.762</u>
<b>CUSTO DOS PRODUTOS E SERVIÇOS</b> .....	(106.777)	(131.694)
Lucro bruto .....	161.858	168.068
<b>DESPESAS OPERACIONAIS:</b> .....	(161.769)	(158.670)
Administrativas.....	(56.755)	(52.911)
Vendas.....	(68.471)	(66.585)
Depreciação.....	(3.177)	(2.597)
Amortização de ágio.....	(32.810)	(35.646)
Outras despesas operacionais, líquidas .....	(556)	(931)
Lucro operacional antes do resultado financeiro	89	9.398
<b>RESULTADO FINANCEIRO:</b>		
Receitas .....	32.677	6.019
Despesas.....	(65.998)	(21.934)
Variações cambiais, líquidas .....	(17.847)	(39)
Prejuízo operacional.....	(51.079)	(6.556)
<b>RECEITAS (DESPESAS) NÃO OPERACIONAIS, líquidas</b> .....	423	(7.268)
Prejuízo antes do imposto de renda.....	(50.656)	(13.824)
<b>PROVISÃO PARA IMPOSTO DE RENDA</b> ....	14.363	1.946
Prejuízo antes dos minoritários.....	(36.293)	(11.878)
<b>PARTICIPAÇÕES MINORITÁRIAS</b> .....	-	(390)
Prejuízo líquido do exercício.....	<u>(36.293)</u>	<u>(12.268)</u>





Av. das Nações Unidas, 7221 – 05425-902 – Pinheiros – São Paulo – SP  
[www.abril.com.br](http://www.abril.com.br)