



**RESULTADOS DO 1T14**

**Rio de Janeiro, 15 de maio de 2014**

## AVISO IMPORTANTE

O presente comunicado contém objetivos acerca de eventos futuros, de acordo com o U.S. Private Securities Litigation Reform Act de 1995. Tais objetivos não constituem factos ocorridos no passado, refletindo apenas expectativas da gestão da empresa.

Os termos “antecipa”, “acredita”, “estima”, “espera”, “prevê”, “pretende”, “planeia”, e outros termos similares, visam identificar tais objetivos, os quais obviamente envolvem riscos ou incertezas, previstos ou não pela empresa. Os resultados futuros da atividade da empresa podem portanto diferir das atuais aspirações.

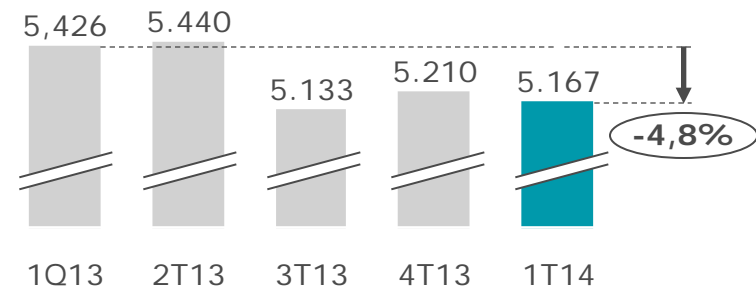
Os objetivos contidos neste documento traduzem a opinião unicamente na data em que são definidos, não se obrigando a empresa a atualizá-los à luz de novas informações ou desenvolvimentos futuros.

# PROGRESSO NAS NOSSAS PRIORIDADES DE NEGÓCIO

## CONTROLO DO OPEX

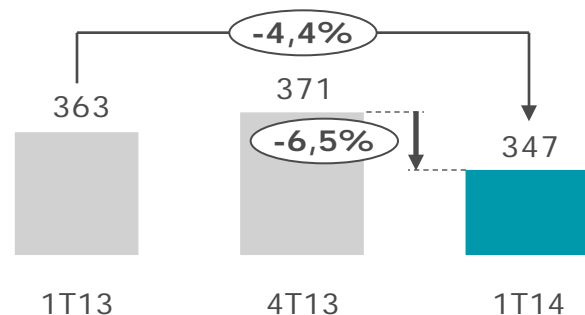
### Opex<sup>1</sup> Brasil

Milhões de reais



### Opex Portugal<sup>2</sup>

Milhões de euros



1- Recorrente

2- Negócios de telecomunicações em Portugal

### Principais iniciativas no Brasil

- Transformação do field force: Click, reengenharia de processos, multiskill
- Renegociação do escopo e termos dos contratos dos principais fornecedores
- Transformação de TI: redução de aplicações, arquitetura convergente e modular
- Otimização das despesas gerais: redução de horas extra, incentivo ao online, poupança de energia, qualidade de vendas, melhoria na cobrança, controlo de despesas G&A

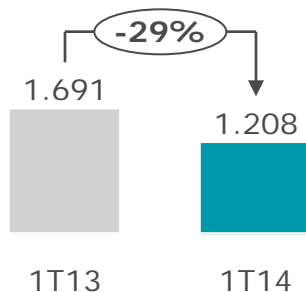
### Principais iniciativas em Portugal

- CRM convergente e plataforma self-care possibilita menores custos de atendimento ao cliente
- Novo sistema e reengenharia de processos para aumentar eficiência no suporte a vendas
- Transformação de all IP e consolidação das aplicações de TI
- Fibra permite QoS superior e experiência, levando a menores custos

## CONTROLO DE CAPEX

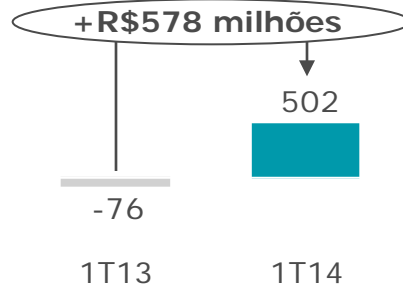
### Capex Brasil

Milhões de reais



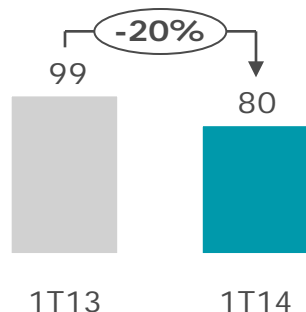
### EBITDA<sup>1</sup> menos Capex Brasil

Milhões de reais



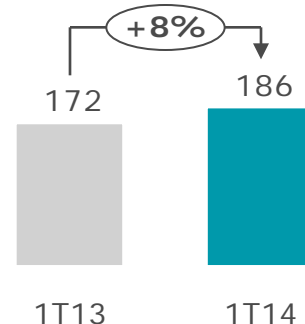
### Capex Portugal<sup>2</sup>

Milhões de euros



### EBITDA menos Capex Portugal<sup>2</sup>

Milhões de euros



### Principais iniciativas no Brasil

- Abordagem granular para investimento
- Parceria com fornecedores: racionalização de fornecedores, renegociação de contratos usando o modelo “pay as you go” e foco na otimização do TCO da rede
- Extração de sinergias de rede: impulsionar a cobertura 3G usando sites 2G, expandir a capacidade de offload via Wifi, alavancar o multiple-play com DTH com base em serviços de HDTV, fibre swap e DTH sobre PON
- Partilha de rede de acesso rádio

### Principais iniciativas em Portugal

- Ampla rede de FTTH, alcançando 1,7 milhões de casas passadas
- ~93% da população coberta com 4G-LTE
- Investimento num world class data centre, com o objetivo de fornecer serviços novos e diferenciadores com base na cloud

1- Recorrente

2- Negócios de telecomunicações em Portugal

## R\$3,3 MIL MILHÕES DE ENTRADA DE CAIXA DA MONETIZAÇÃO DE ATIVOS

Números proforma	Torres móveis	Torres fixas	Imóveis <sup>1</sup>	Torres fixas	Globenet	Torres móveis	TOTAL 1T14
Data de assinatura do contrato	Dez/12	Abr/13	Jul/13	Jul/13	Jul/13	Dez/13	-
Período de arrendamento (anos)	15	20 – 40	-	20 – 40	13	15	-
Quantidade	1.208	4.226	1	2.113	-	2.007	-
Data de fecho	Dez / 12	Ago / 13	Set / 13	Nov / 13	Dez / 13	Mar / 14	
Valor da operação (R\$ bn)	0,5	1,1	0,2	0,7	1,8	1,5	3,3
Impacto das alienações no EBITDA (R\$ bn)	0,2	n.m.	0,2	n.m.	1,5	1,3	1,3
Custo operacional no EBITDA de 1T14 (R\$ bn)	-	-	-	-	-	-	156
Custo operacional no EBITDA de 1T13 (R\$ bn)	-	-	-	-	-	-	11

**Custo de 7% a 8% (incluindo opex, capex e impostos) e impacto no ano inteiro de R\$650 milhões**

1 – Entrada de caixa ainda pendente

O gráfico acima reflete a visão atual da administração e está sujeito a vários riscos e incertezas, inclusive fatores econômicos, regulatórios e concorrenciais. Eventuais mudanças nessas suposições e fatores podem levar a resultados práticos diferentes das expectativas atuais.

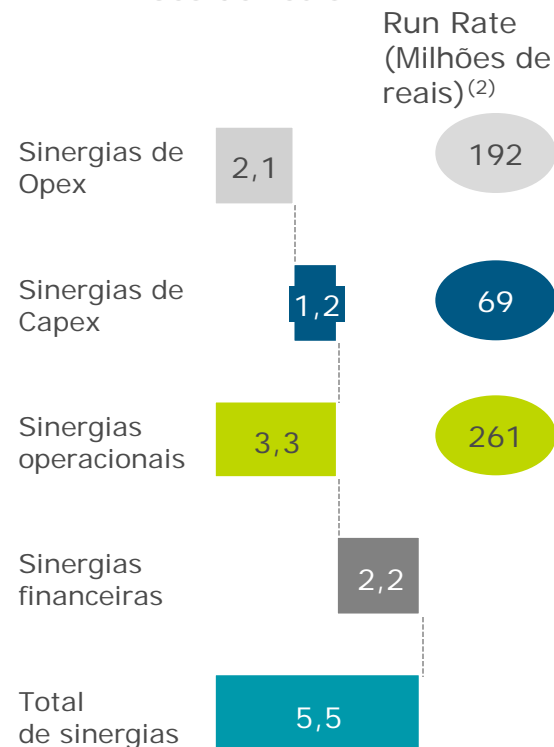
## SINERGIAS

### Iniciativas integradas entre PT e Oi

- **Casas conectadas:** Mais de 20 iniciativas para promover a conectividade residencial completa e otimizar a acessibilidade
- **Mobilidade Total:**
  - Novos planos de dados pré-pago
  - Ofertas com alvo no segmento jovem
  - Optimização das redes 2G, 3G e 4G
  - Campanhas de marketing individuais para clientes pré-pago
- **Convergência:**
  - Revisão da plataforma de produtos 3 & 4P para sustentar soluções completas e fidelização do cliente
  - Acesso de Tecnologia Mista reexaminada para maximizar o retorno do investimento
- **Serviços B2B:**
  - Renovação da estratégia de mercado das PME resultando em redução de churn
  - Implementação de soluções integradas do portfolio de cloud
  - Redefinição de soluções de acesso de fibra para reduzir capex de cliente
- **Entrega de qualidade:**
  - Desenvolvimento do índice de qualidade de vendas, implementado em todo o país, resultando numa diminuição de vendas indevidas
  - Em TI, renegociação de produtividade das fábricas de software e novos processos implementados para reduzir a complexidade do portfolio, custos e execução
- **Eficiência operacional:**
  - Turnaround dos processos de Revenue Assurance contribuíram com 66 milhões de reais no OFCF de 2013
  - Mecanismos /políticas de controlo para ajuste de conta contribuíram com > 100 milhões de reais no OFCF de 2013

### NPV de sinergias<sup>1</sup>

Mil milhões de reais



Nota: Os valores de sinergia mencionados acima estão de acordo com o guidance da empresa  
 1- avaliação NPV em 31-dez-13 com base numa taxa de desconto de 10%; 2- antes de impostos.

## TRANSFORMAÇÃO DO MODELO DE NEGÓCIO E OPERACIONAL

### Brasil

#### Residencial

- Relançamento da Oi TV
- Oi Voz Total
- Oi Conta Total

#### Mobilidade Pessoal

- Oi Galera
- Tudo por dia
- Novo pacote de bundle de dados

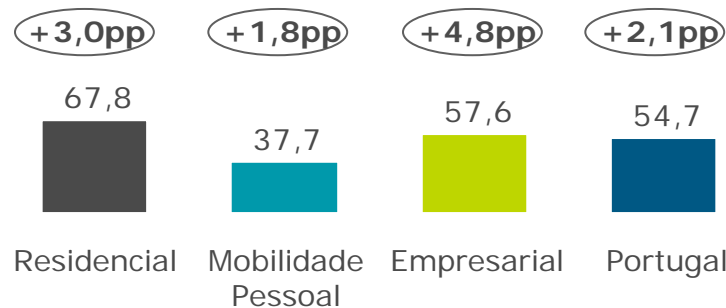
#### Corporativo

- Data centre e serviços de cloud
- Serviços de ICT

### Portugal

#### Receitas não voz por segmento

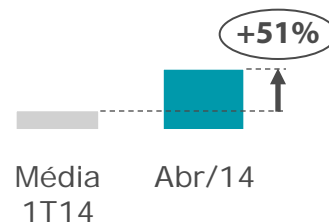
%. 1T14



### Brasil

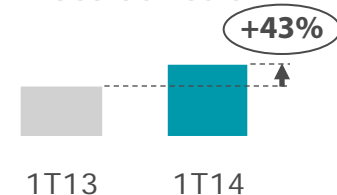
#### Adições brutas de TV

Indexado



#### Receita de dados da Mobilidade Pessoal

Milhões de reais

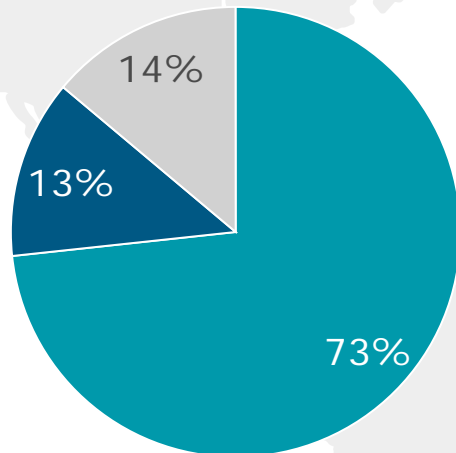




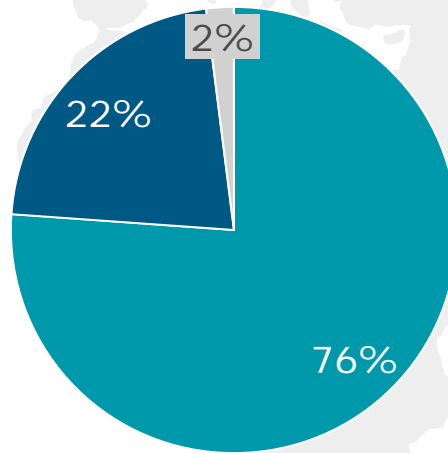
# DESTAQUES

## SEGMENTAÇÃO GEOGRÁFICA

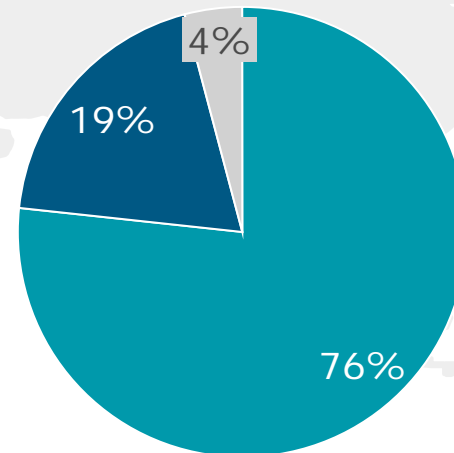
Clientes



Receitas

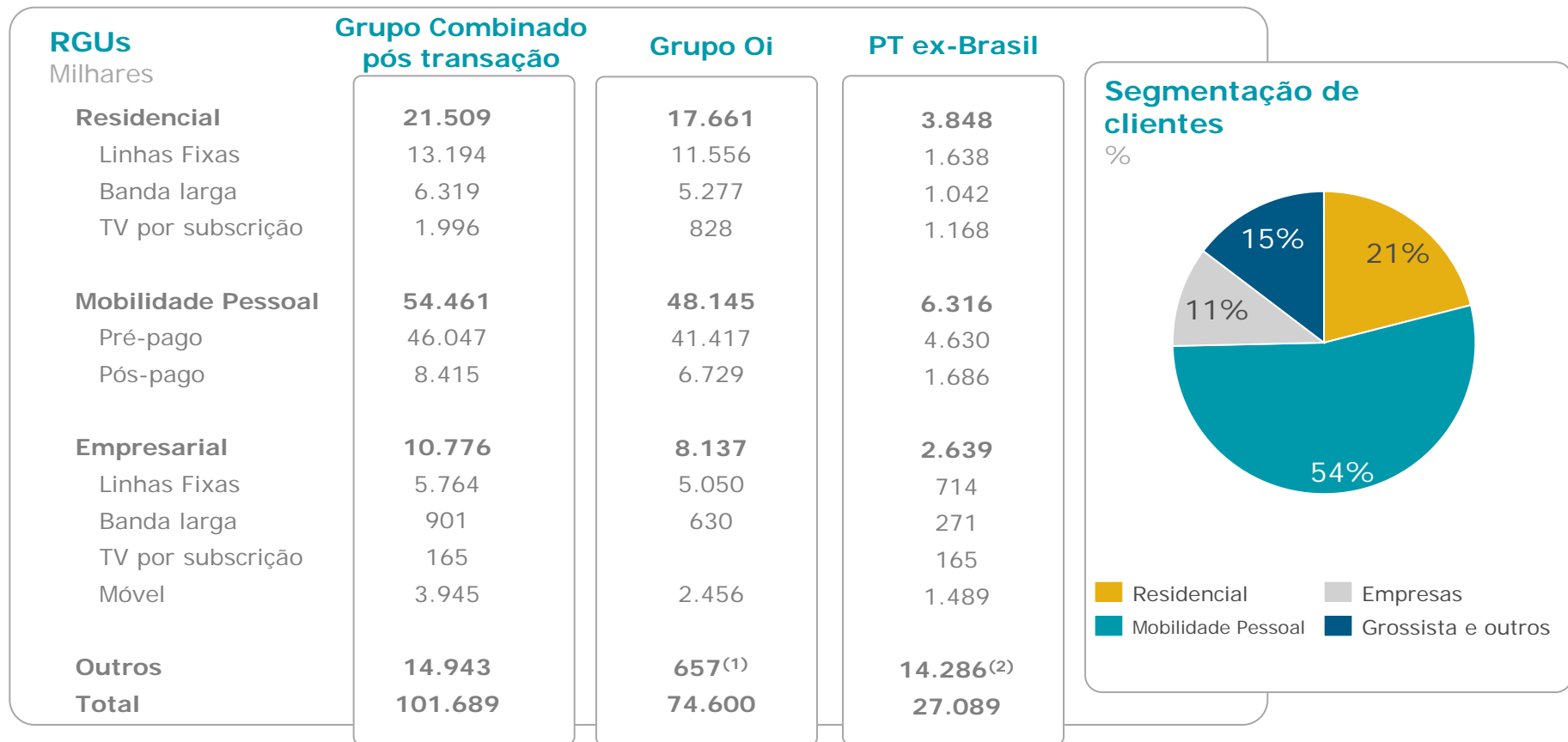


EBITDA



■ Brasil ■ Portugal ■ Outros

## MAIS DE 100 MILHÕES DE CLIENTES



1- Telefones públicos

2- Outros ativos internacionais

## DADOS FINANCEIROS COMBINADOS PROFORMA

<b>Financeiros</b> Milhões de reais	<b>Grupo Combinado pós transação</b>	<b>Grupo Oi</b>	<b>PT ex. Brasil</b>
<b>Receitas</b>	<b>9.073</b>	<b>6.877</b>	<b>2.209</b>
<b>EBITDA</b>	<b>3.874</b>	<b>2.957</b>	<b>917</b>
margem (%)	42,7%	43,0%	41,5%
<b>Capex</b>	<b>1.540</b>	<b>1.208</b>	<b>332</b>
<b>FCF operacional<sup>1</sup></b>	<b>2.334</b>	<b>1.749</b>	<b>585</b>
<b>Dívida bruta<sup>2</sup></b>	<b>49.508</b>	<b>34.458</b>	<b>23.151</b>
<b>Dívida líquida<sup>2</sup></b>	<b>42.786</b>	<b>30.291</b>	<b>20.595</b>

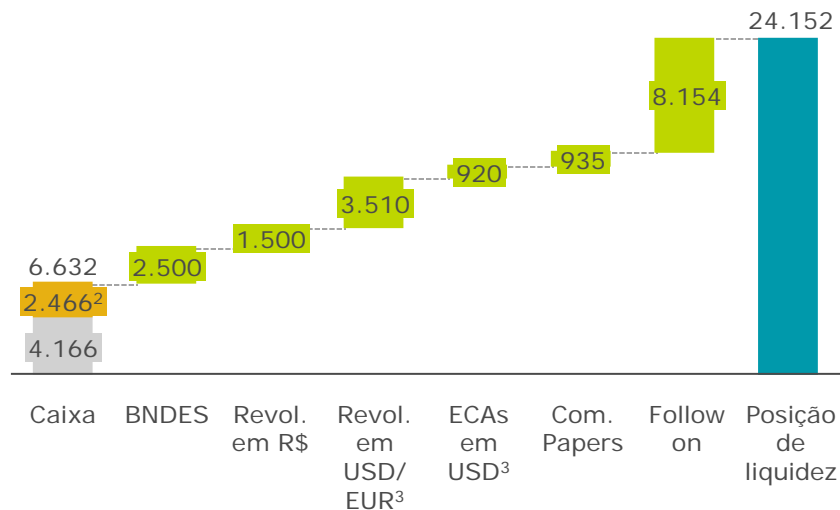
1- Calculado como EBITDA menos capex

2 – Inclui o efeito de aumento de capital da Oi em dinheiro, líquido das despesas de transação

## FORTE POSIÇÃO DE LIQUIDEZ E SEM EXPOSIÇÃO CAMBIAL

### Liquidez

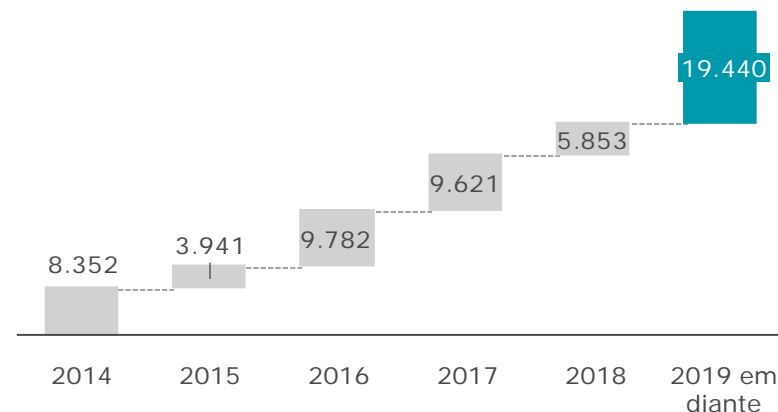
R\$ milhões – março 2014



### Calendário de amortização da dívida bruta

R\$ milhões – março 2014

Vencimento médio da dívida: 4,05 anos



1- Considerando Swap como (Derivativos de Passivos – Derivativos de Ativos)

2- Posição de caixa líquida da PT após conclusão da transação

3- Convertido para real usando o câmbio do final do período.

BRASIL

## TRANSFORMAÇÃO DO MODELO DE NEGÓCIO

### ÁREAS COM ALTA DENSIDADE



- Foco em ofertas de maior velocidade
- Preços competitivos
- Aumentar programas/base fidelizada
- Capacidade de satélite única
- Bundle de FM e TV por subscrição

### ÁREAS COM BAIXA DENSIDADE



- Cobertura
- Footprint de DTH
- Pontos de venda e field force local

### OFERTAS CONVERGENTES

- Alavancar nas ofertas de TV para sustentar o crescimento de banda larga
- Endereçar o upselling e cross selling
- Enfoque em aumentar as ofertas multiple-play



### QUALIDADE DE VENDAS

- Revisão do modelo de comissões (incentivo à redução de vendas indevidas)
- Simplificação da oferta e preço



# NOVA OFERTA DE TV ESTÁ A MOSTRAR RESULTADOS ENCORAJADORES

## Preços diferenciados



### Oi Start HD

111 Canais

R\$ 29,9

19 Premium (17 HD) Depois de 3 meses, R\$ 59,90

### Oi Mix HD

151 Canais

R\$ 79,9

59 Premium (37 HD)

Ponto extra grátis por 12 meses

### Oi Total HD

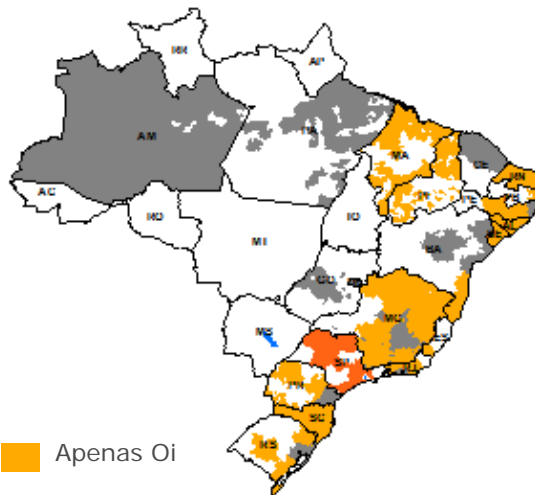
178 Canais

R\$ 99,9

86 Premium (47 HD)

Ponto extra grátis por 12 meses

## Conteúdo local da Globo



Apenas Oi

Sem exibição da Globo

2060

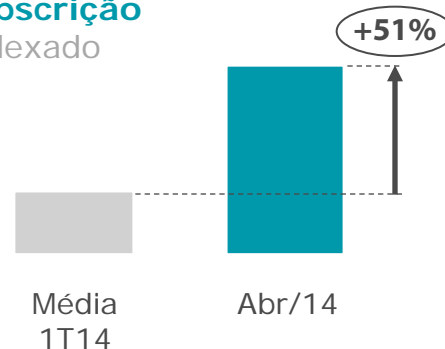
Municípios apenas Oi com Globo

34%

Das casas apenas Oi com Globo

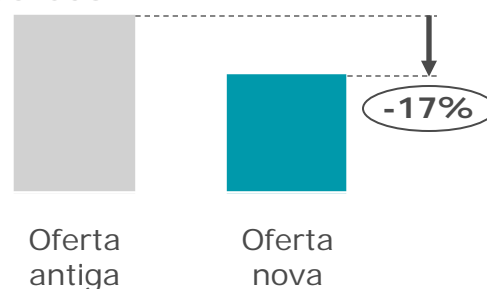
## Adições brutas de TV por subscrição

Indexado



## Churn precoce de TV por subscrição

Indexado

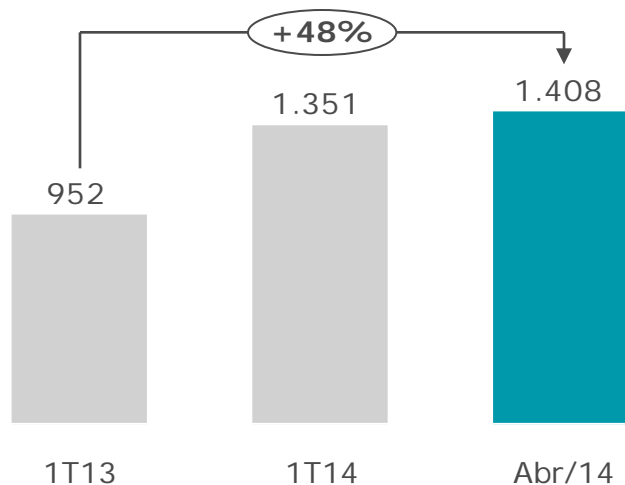




## FORTE CRESCIMENTO DO BUNDLE MAIS ACESSÍVEL DE FIXO / PRÉPAGO

### Linhas fixas com o bundle com móvel pré-pago

Milhares



Cartões SIM por cliente

1,16

1,39

1,42

**PROMOÇÃO**  
**VOZ TOTAL**

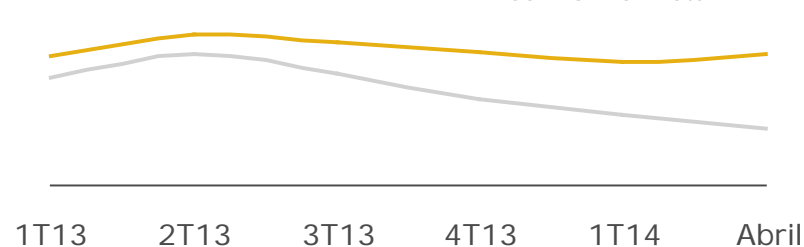
Oi Fixo Ilimitado  
R\$ 29,90/mês  
por 3 meses, após R\$ 49,90

+  
Oi Pré-Pago Ilimitado  
R\$ 10,00/mês  
cadastre até 3 chips Oi Pré-Pago

### Churn

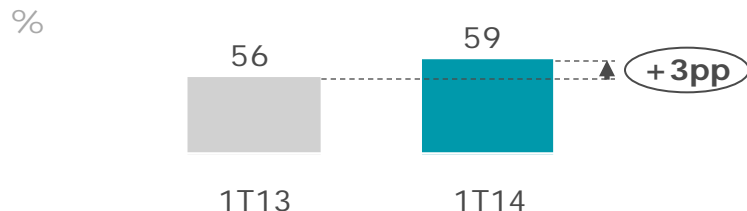
%. Linhas fixas

— Sem Oi Voz Total  
— Com Oi Voz Total

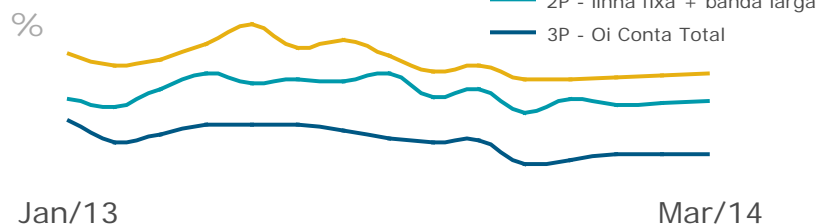


# CRESCIMENTO DE MULTIPLE-PLAY SUPORTA O DESEMPENHO DO CHURN

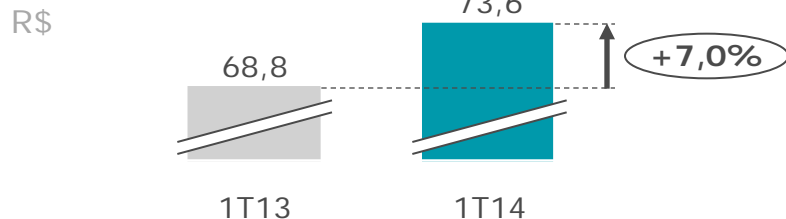
## Cientes com mais de 1P



## Churn voluntário

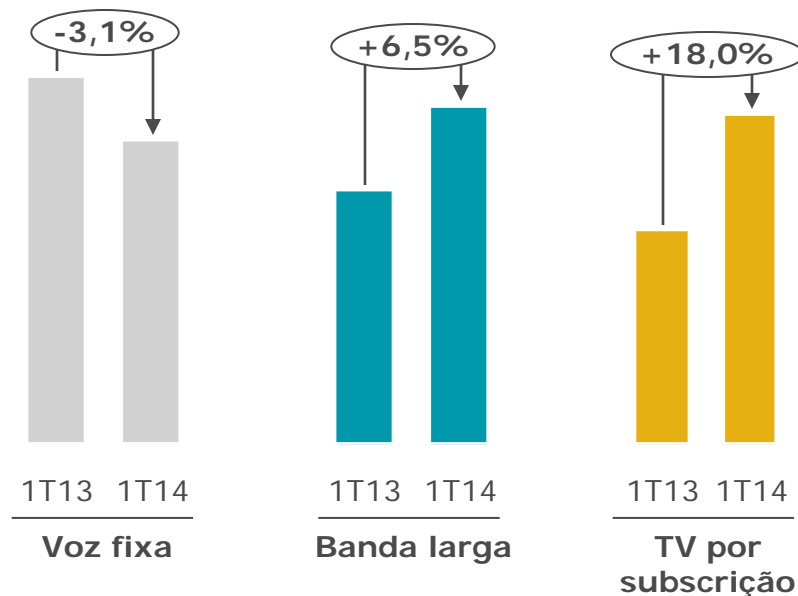


## ARPU

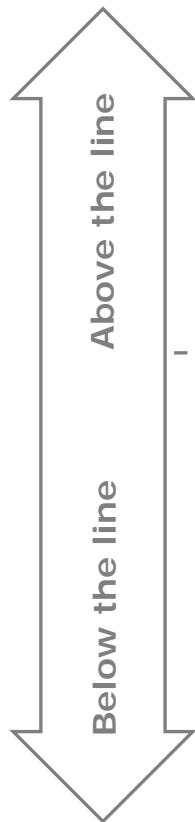


## Receitas

Indexado



## OFERTAS DIRECIONADAS DO PRÉPAGO COM FOCO NO VALOR DE PLANOS SIMPLIFICADOS



### Voz Total

- Oferta de pacote: fixo + móvel
- Fidelizar a linha fixa
- Enfoque no segmento jovem
- Bundle voz, SMS, música e dados
- Acesso Wifi grátis > 670 mil hotspots



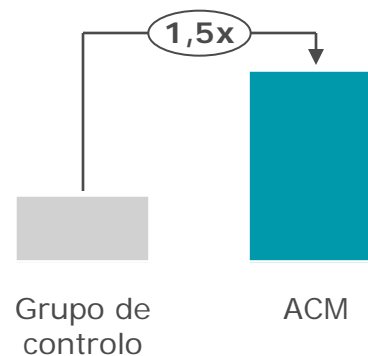
- Alavancar no patrocínio da Copa do Mundo
- Bundle dados e SMS

### Gestão ativa de campanha

- Campanha automática direcionada de acordo com o perfil do cliente em tempo real: recargas e uso
- Disparar "campanhas 1 para 1" de acordo com os eventos de clientes
- Canal SMS para contactar clientes e promover campanhas
- Campanhas durante todo o ciclo de vida do cliente: aquisição, recargas, consumo e retenção
- Cross sell e up sell: recargas e pacotes
- Experiência grátis de novos serviços para aumentar a adesão: dados ou SVA

### Retorno da promoção BTL

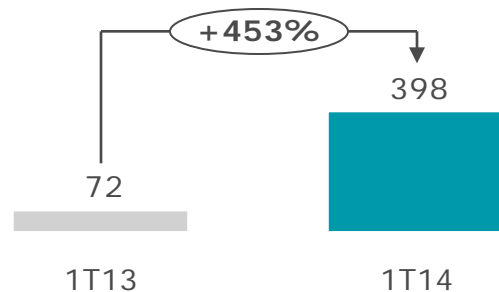
Indexado



# MOVIMENTO AGRESSIVO NO PRÉPAGO COM CRESCIMENTO NAS RECARGAS

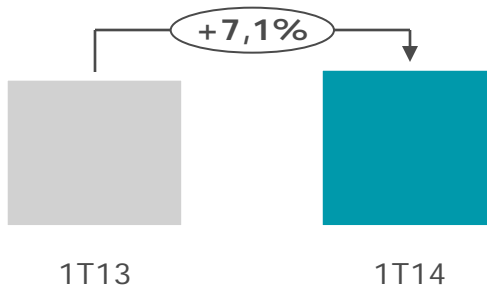
## Adições Líquidas – Pré-pago

Milhares



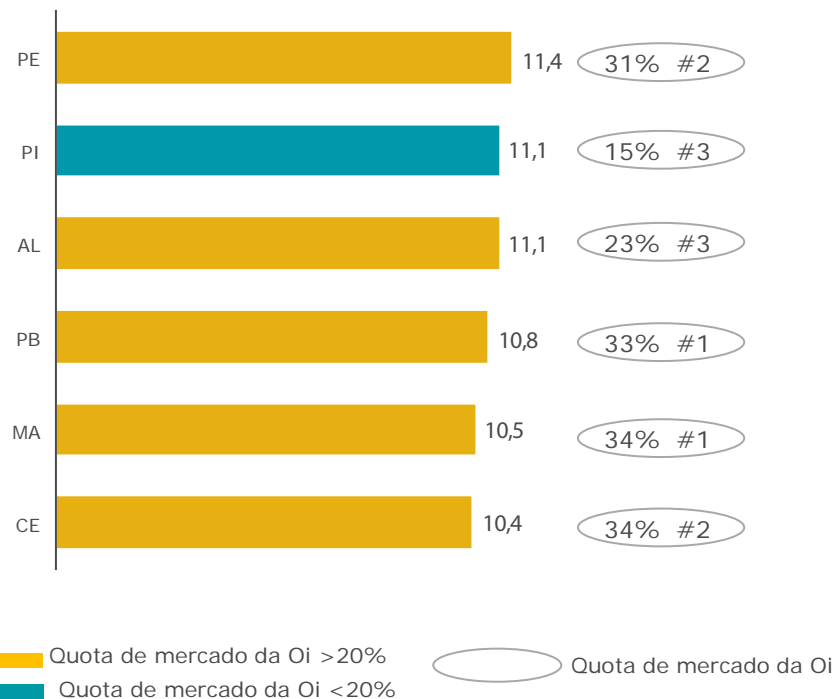
## Recargas

Indexado



## Quartil superior de crescimento de consumo

CAGR 2010 - 2020

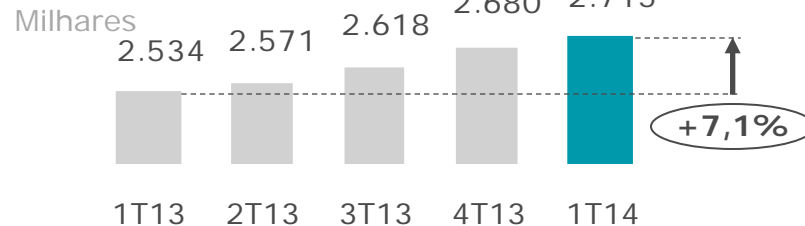


## OFERTA FM SIMPLES E ACESSÍVEL QUE JÁ REPRESENTA 20% DA RECEITA DE CLIENTES

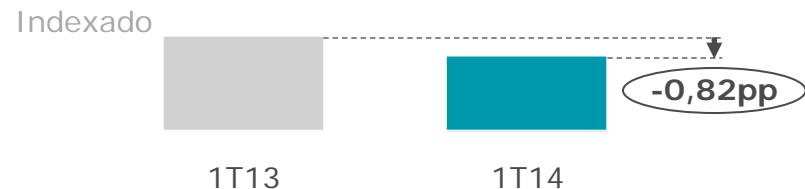


- Chamadas ilimitadas para Oi Fixo e Móvel no Brasil por R\$29,90/mês, incluindo também, R\$10,90/mês para usar com outros serviços incluindo chamadas off-net
- Consumo adicional requer recargas
- R\$0,75/dia para dados, SMS e Wifi
- Pagamento através de cartão de crédito

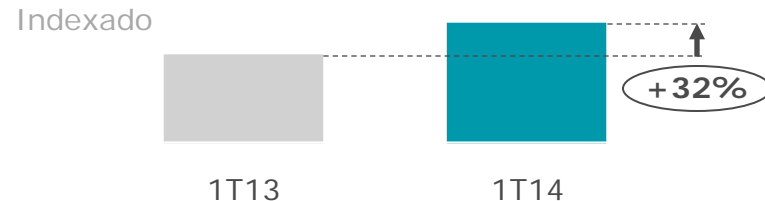
### Clientes



### Churn



### Receitas



# “OI MAIS CONECTADO” JÁ REPRESENTA 17% DAS VENDAS DE PÓSPAGO

**Voz**  
+  
**Dados**  
+  
**SMS ilimitado**  
+  
**Chamadas on-net ilimitadas**

## Oi Mais Conectado

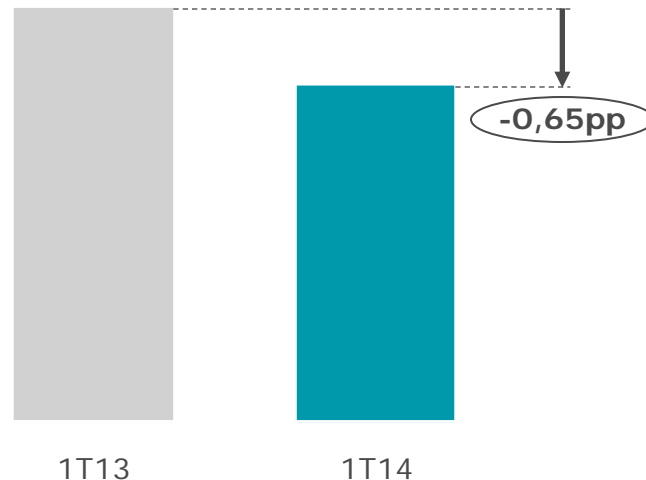


## Oi Mais Conectado da promoção "Oi, Eu Tô na Copa"



## Churn Pospago

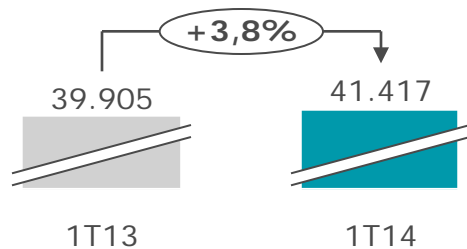
Indexado



## RECEITA DE DADOS MÓVEL CRESCER 43% Y.O.Y

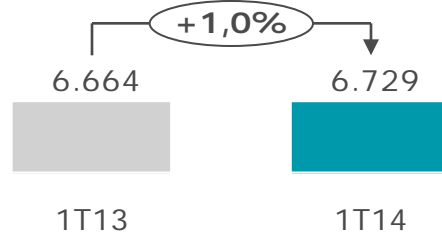
### RGUs pré-pago

Milhares



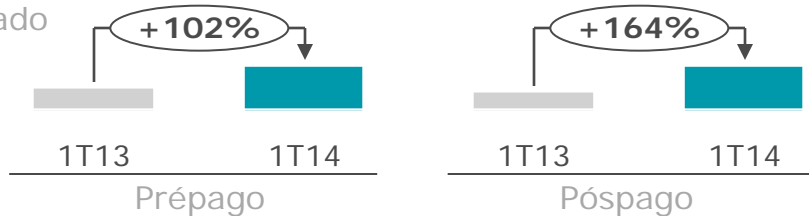
### RGUs pós-pago

Milhares



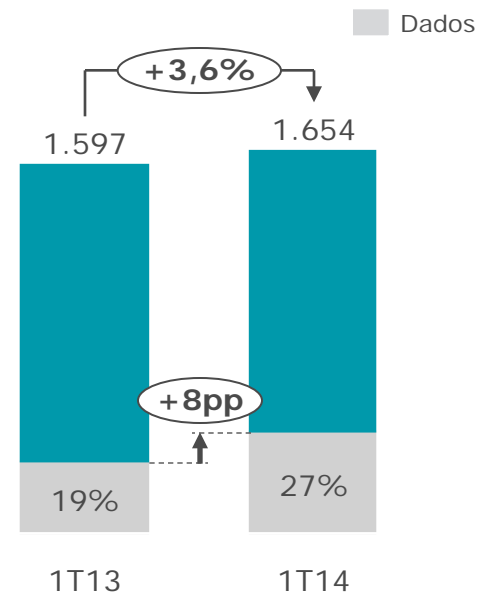
### Internet móvel

Indexado



### Receitas de cliente<sup>1</sup> da Mobilidade Pessoal

Milhões de reais



1- Inclui assinatura, chamadas originadas, longa distância móvel, roaming, dados e valor acrescentado

## TURNAROUND COMERCIAL EM CURSO...

Jun 13

Set 13

Jan 14

Hoje

### Qualidade de vendas



- Alteração do modelo de comissões
- Lançamento do Quality Call<sup>1</sup>

### Competitividade



- Ofertas
  - Ofertas convergentes
  - Atualização das ofertas de rede fixa e móvel existentes
- Canais
  - Força de vendas interna
  - Lojas próprias
  - "Service to Sales"<sup>2</sup>
  - Maior apoio aos parceiros

### Produtividade



- Melhoria no índice Vendas Brutas / Ativação
  - Alteração das políticas de crédito
  - Website redesenhado: melhoria do processo de registo
  - Recolha de informação e análise, de forma a melhorar o processo de vendas

1– Confirmação de venda junto do cliente

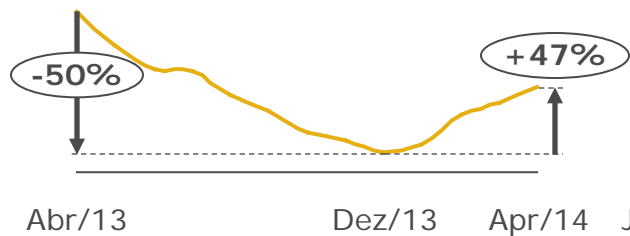
2– Transformação de interações com clientes em vendas



## ... A APRESENTAR RESULTADOS

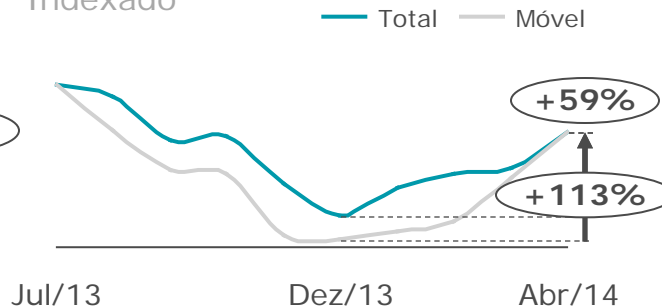
### Franchisados

Vendedores



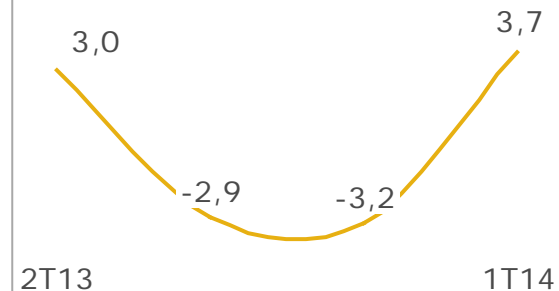
### Adições Brutas

Indexado



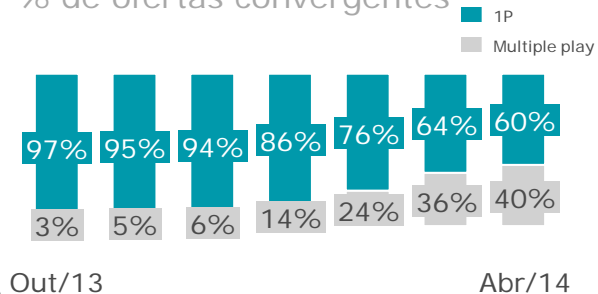
### Contribuição da margem bruta<sup>1</sup>

% y.o.y



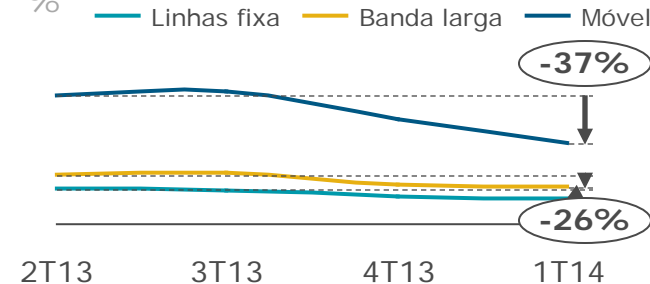
### Mix de adições brutas do móvel

% de ofertas convergentes



### Churn médio mensal

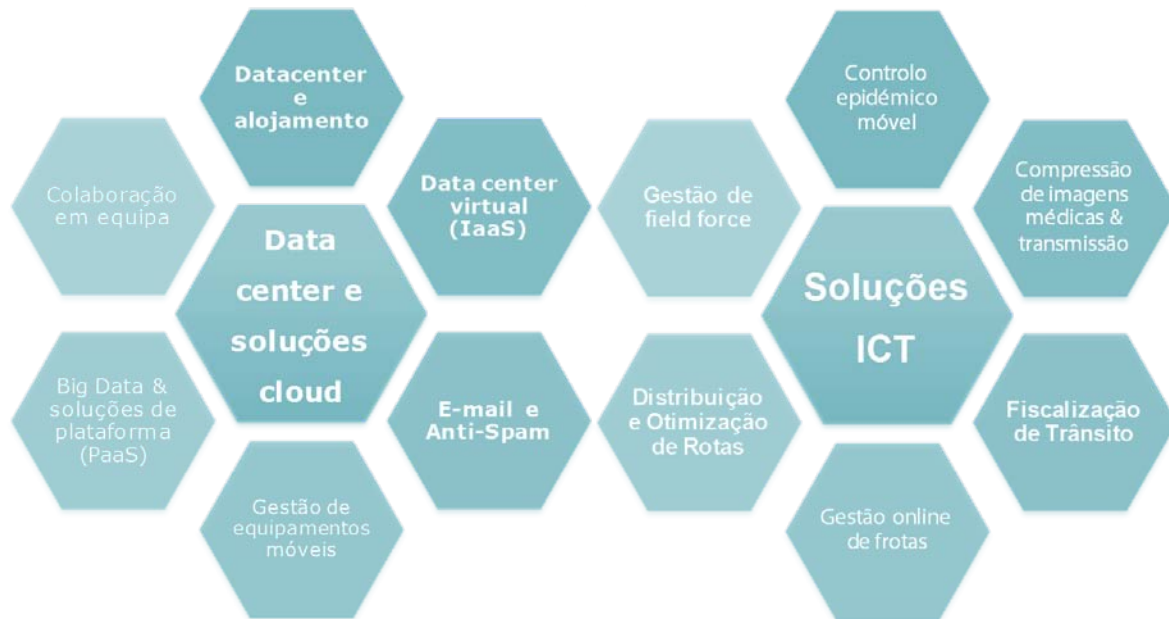
%



1 -Receitas menos provisões para clientes de cobrança duvidosa menos custos de interligação

## DADOS, TI E CLOUD COMO DRIVERS DE CRESCIMENTO

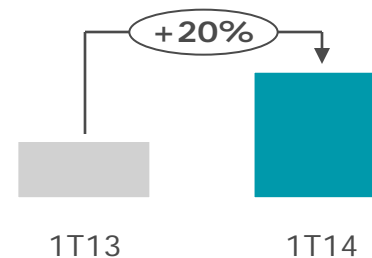
### A oferta de TI inovadora e diferenciada...



### ... já com resultados

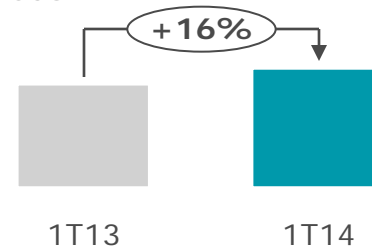
#### Receitas de TI

Indexado



#### Receitas de dados

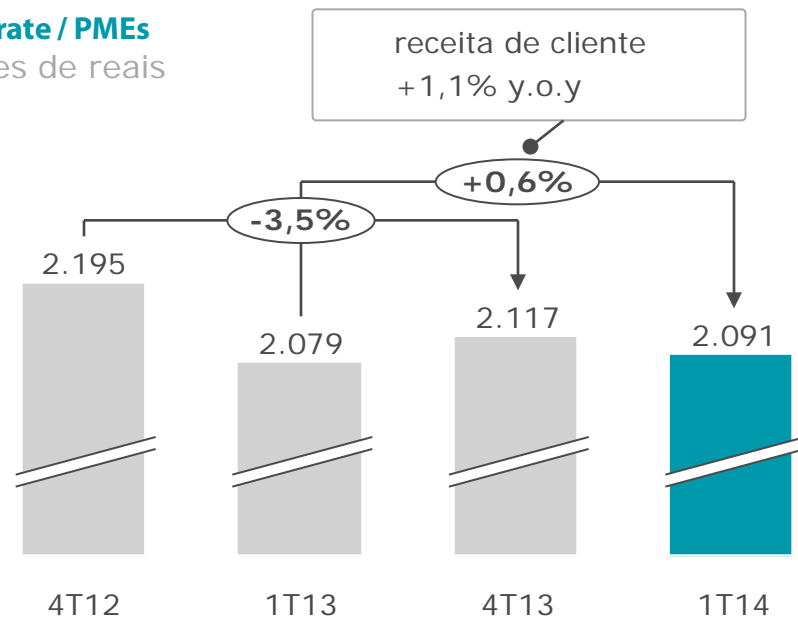
Indexado



## PROGRESSO CONSTANTE ATRAVÉS DE CRESCIMENTO DE CLIENTES E NOVOS SERVIÇOS

- Operador líder em serviços de data centre
- Dados deverão continuar a impulsionar o crescimento futuro
- Explorar novos segmentos do mercado para aumentar a liderança em áreas de alto crescimento
- Enfoque na melhoria da qualidade de vendas, ajuste do portfolio, desenvolvimento de ofertas competitivas e construção de fortes canais de vendas
- Desempenho reflete acordos de liquidação favoráveis

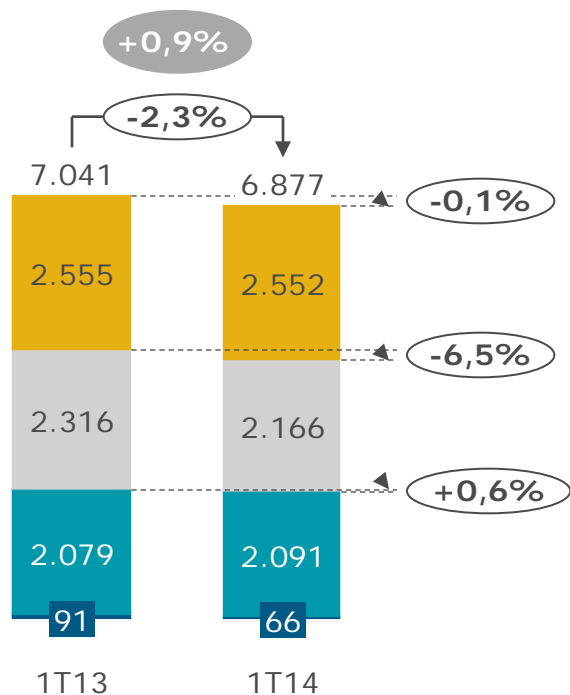
### Corporate / PMEs Milhões de reais



## RECEITAS IMPACTADAS POR CORTES NAS MTRS

### Receitas Líquidas

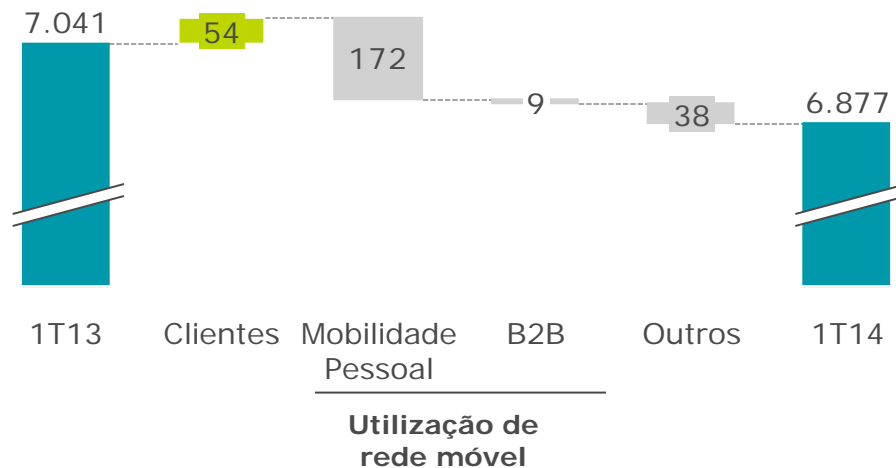
Milhões de reais



Residencial Corporate / PMEs  
Mobilidade Pessoal Outros

### Receitas Líquidas

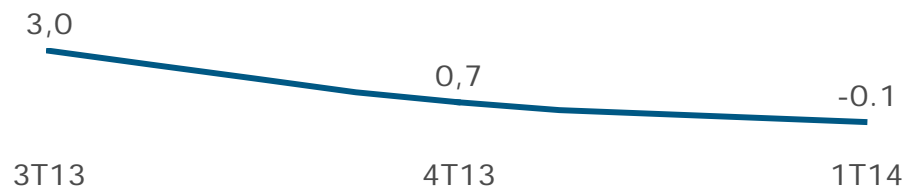
Milhões de reais



## MELHORIA DA TENDÊNCIA DE RECEITAS DE CLIENTE

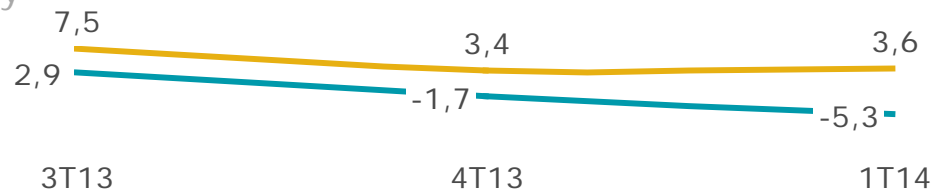
### Residencial

y.o.y



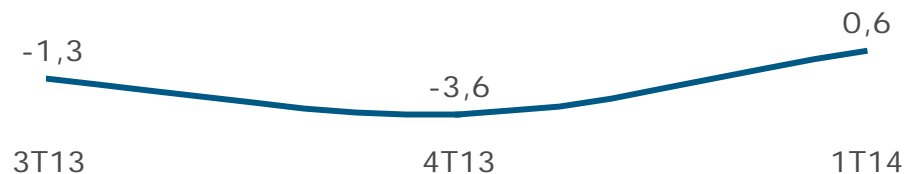
### Mobilidade Pessoal

y.o.y



### Corporate / PMEs

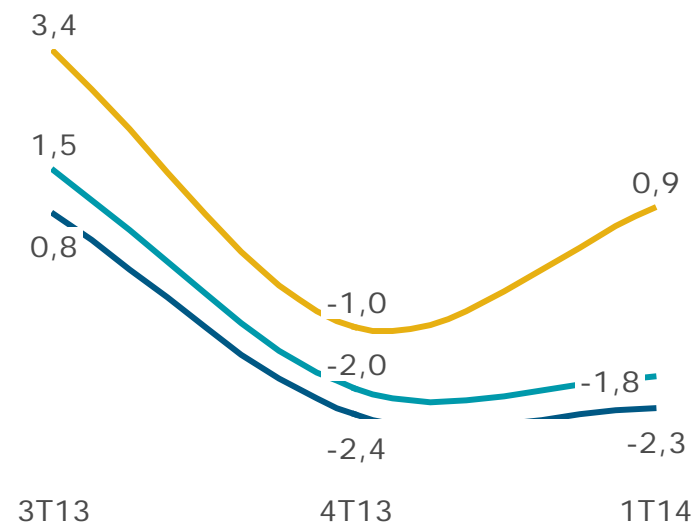
y.o.y



- Receitas de cliente
- Receitas de serviço
- Receitas líquidas

### Receitas

y.o.y

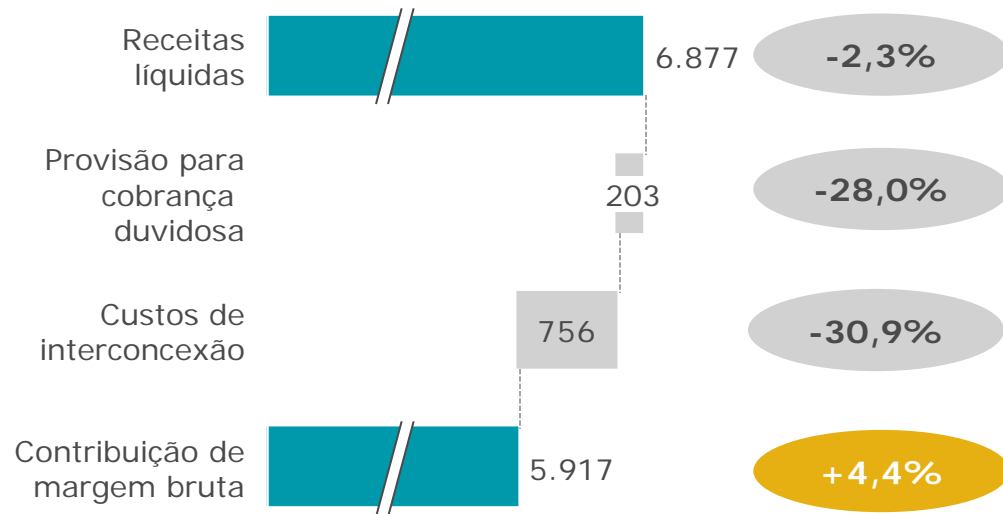


## FOCO NA QUALIDADE DE VENDAS A APRESENTAR RESULTADOS

### Receitas líquidas

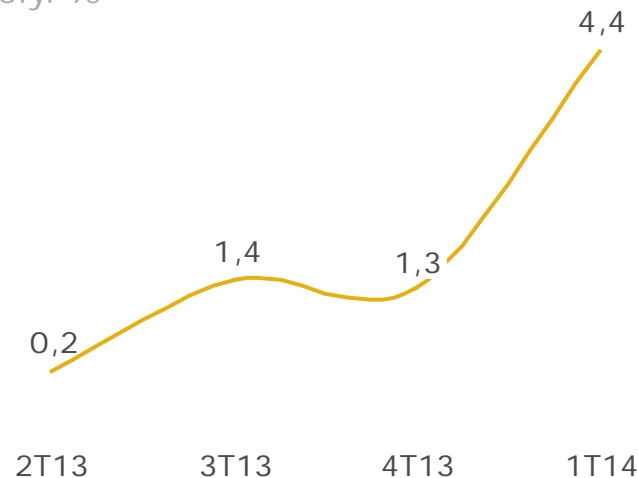
Milhões de reais. 1T14

○ y.o.y



### Contribuição de margem bruta<sup>1</sup>

y.o.y. %

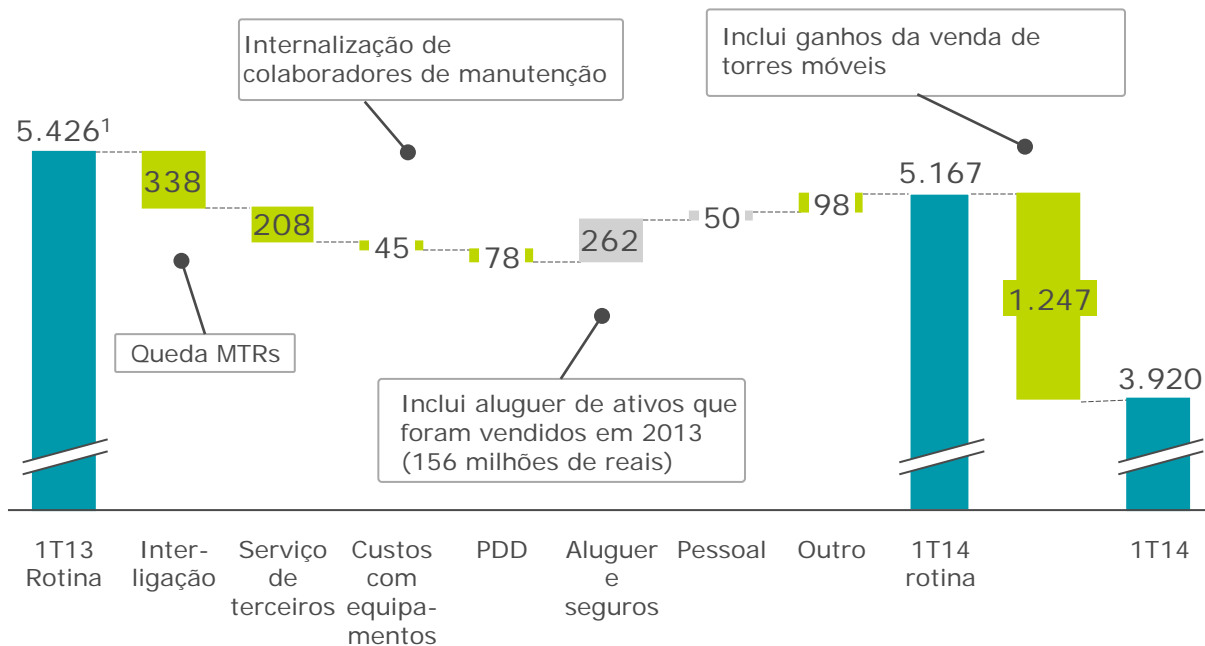


1 -Receitas menos provisões para cobrança duvidosa menos custos de interconexão

# DISCIPLINA DE CUSTOS PERMITE POUPANÇAS MAS AINDA HÁ ESPAÇO PARA MAIS OTIMIZAÇÃO

## Custos e despesas operacionais

Milhões de reais

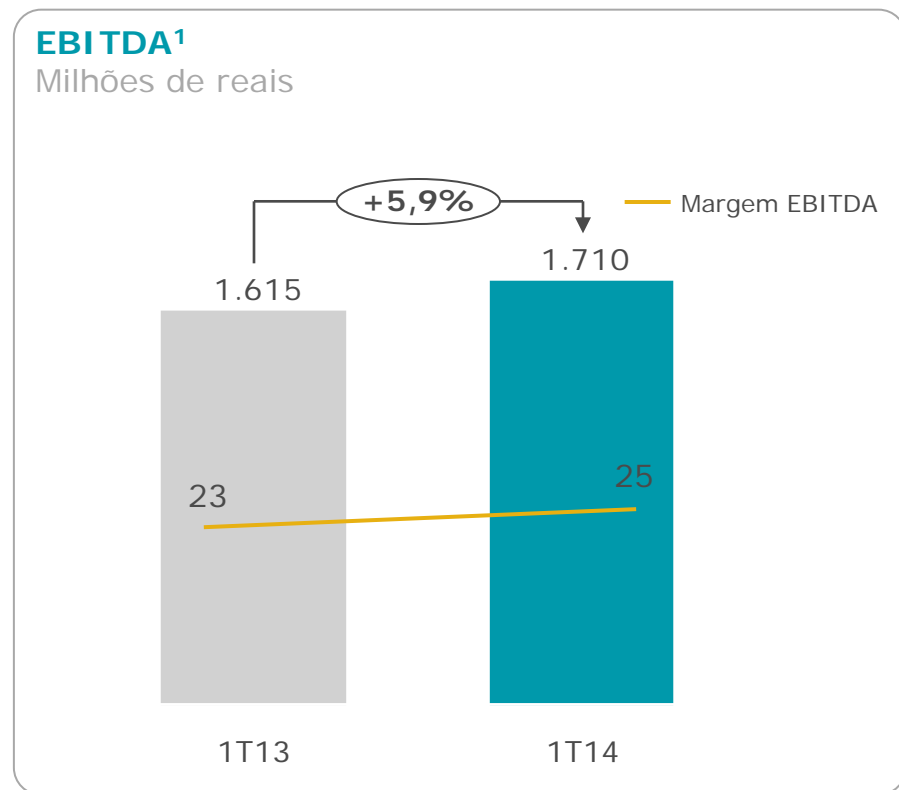
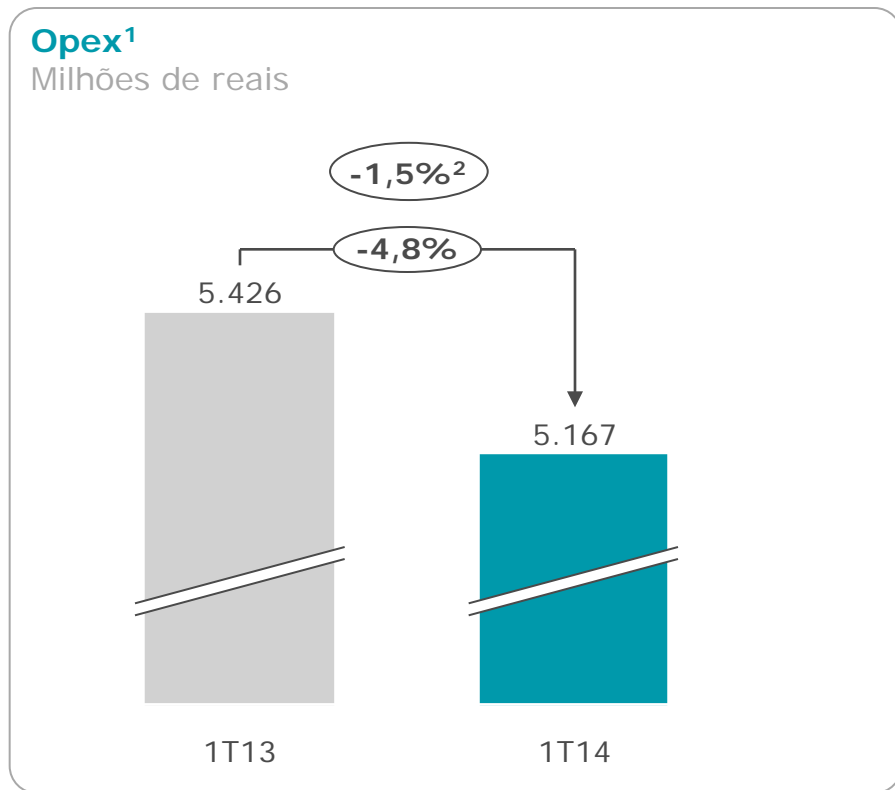


## Iniciativas de opex

- Redução de vendas indevidas e de churn
- Melhoria na gestão de retenção, contas a receber e backoffice
- Ganhos de eficiência na field force
- Aumento do uso de fatura eletrônica

1- Opex ajustado de forma a garantir uma comparação adequada com o reportado em 2014

## MELHORIA DO EBITDA IMPULSIONADA PELA POUPANÇA DE CUSTOS



1 – Recorrente

2- 1T14 y.o.y excluindo interligação, não core e aluguer de ativos vendidos



## CRESCIMENTO DE 578 MILHÕES DE REAIS NO FLUXO DE CAIXA OPERACIONAL

### Relacionamento com fornecedores

- Racionalização de fornecedores
- Renegociação de contratos
- Modelo “pay as you go” (Utilizadores e Capacidade)
- Enfoque na otimização do TCO da rede

### Extração de sinergias de rede

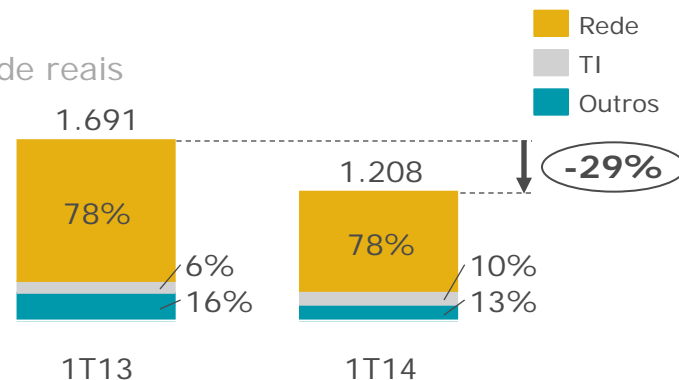
- Impulsionar a cobertura 3G utilizando sites 2G
- Expansão da capacidade de offload via WiFi
- Alavancar o multiple-play com DTH com base em serviços de HDTV
- Aumento das sinergias de partilha: infraestrutura (fibre swap), rede de TV (DTH sobre PON)

### Partilha de RAN

- A partilha de eletrónica (RAN Sharing) é mais um passo na racionalização da infraestrutura comum
- Esta iniciativa será totalmente transparente na percepção do utilizador, não interferindo na relação entre o utilizador e o operador

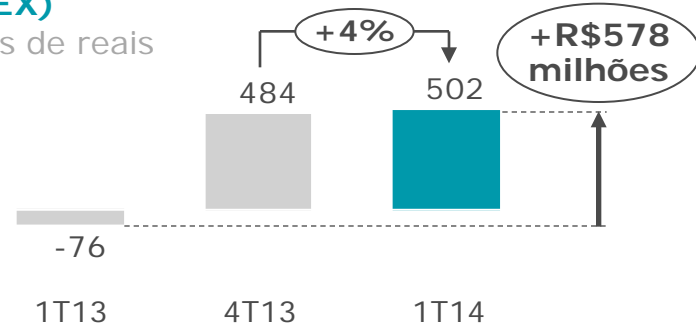
### Capex

Milhões de reais



### Fluxo de caixa operacional (EBITDA recorrente –CAPEX)

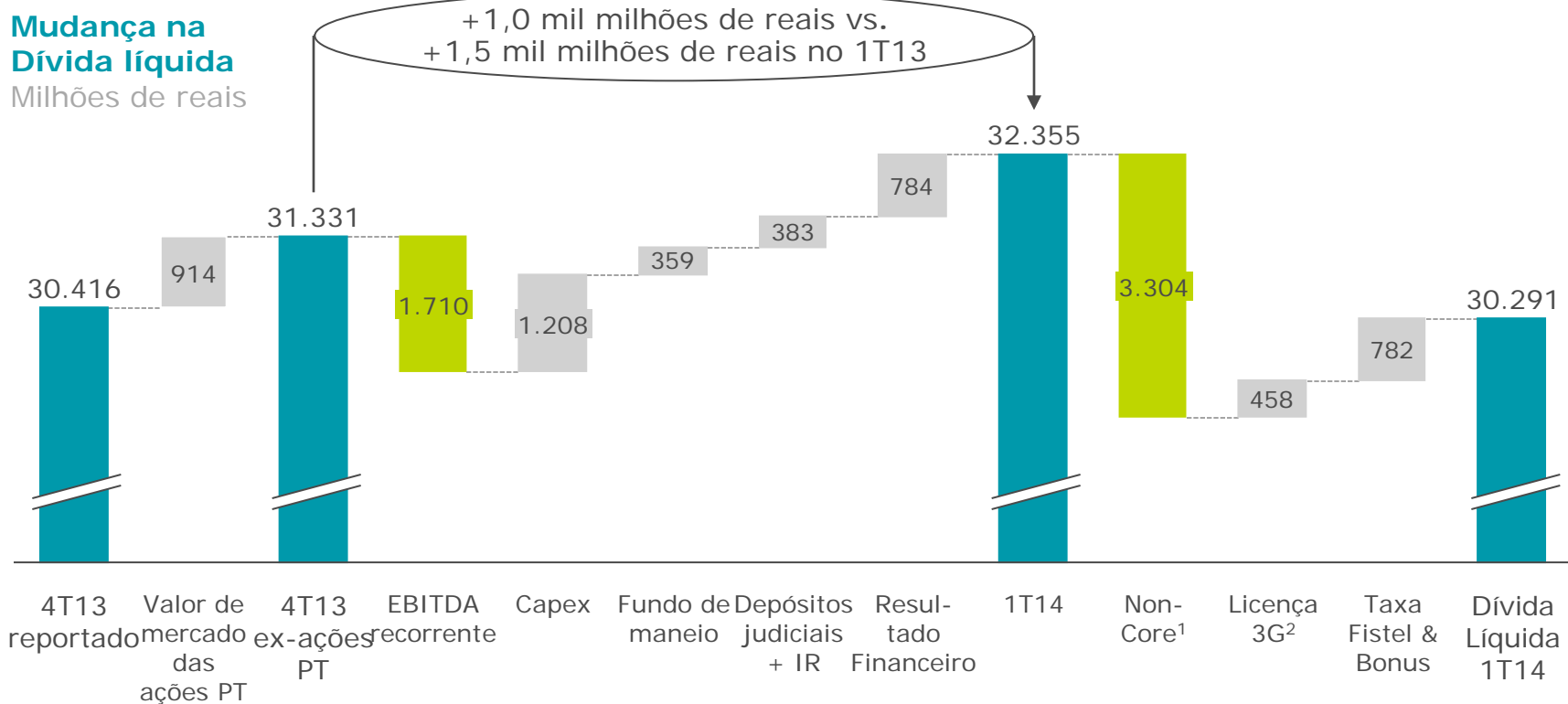
Milhões de reais



## MELHORIA DO FLUXO DE CAIXA EM 500 MILHÕES DE REAIS

### Mudança na Dívida Líquida

Milhões de reais



1 – Recursos da alienação da Globenet e das torres móveis

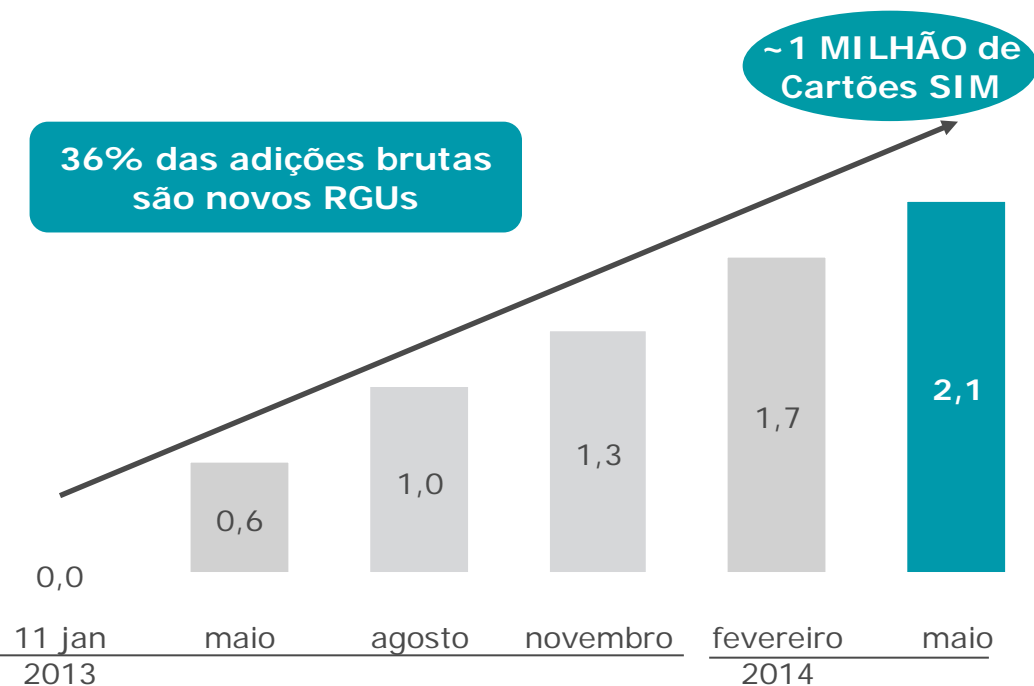
3 – Pagamento feito a 8 de janeiro

PORTUGAL

## M<sub>4</sub>O COM 2,1 MILHÕES DE RGUS...

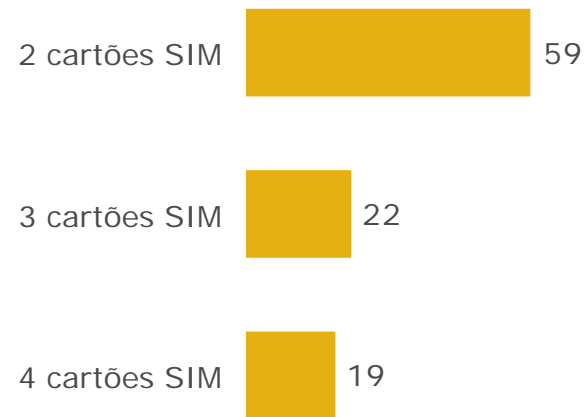
### RGUs M<sub>4</sub>O

Milhões

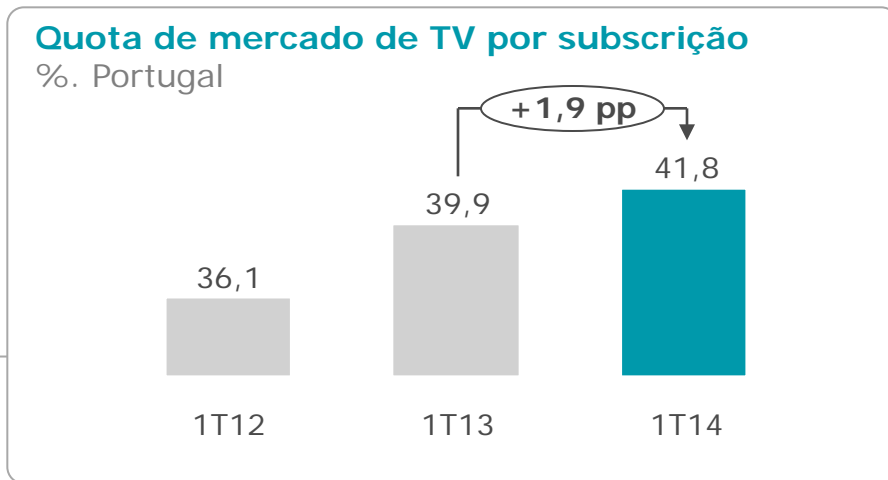
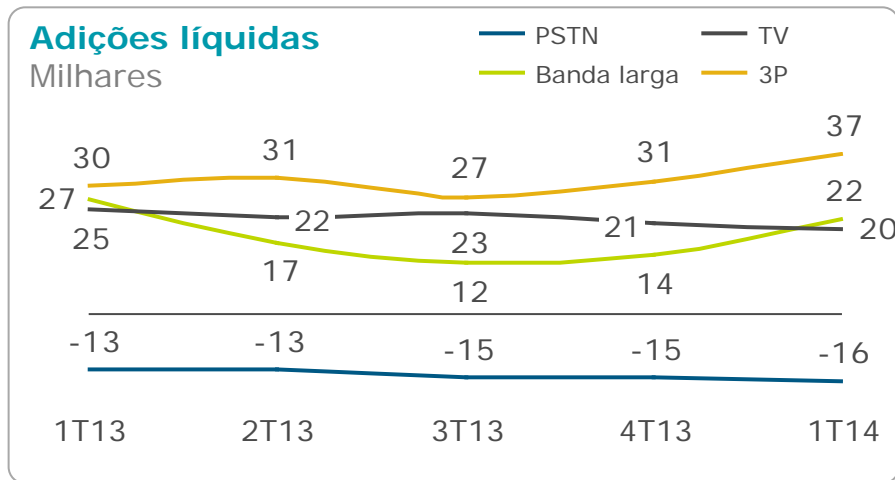


### Clientes do M<sub>4</sub>O

%



## ...AUMENTO DA PENETRAÇÃO NO TRIPLE-PLAY...



### Penetração TV por subscrição

4T13. Portugal

**79%**

(+1pp y.o.y)

### Penetração 3P da PT

1T14. % nos clientes residenciais únicos

**47,3%**

(+5,5pp y.o.y)



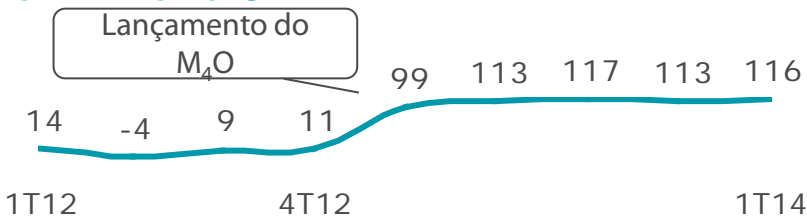
Nota: penetração de TV por subscrição calculada com números da Anacom no 4T13 e primeiras casas em Portugal.

Fonte: Anacom, INE e Pordata

# ...CONTÍNUO GANHO DE QUOTA DE MERCADO NA MOBILIDADE...

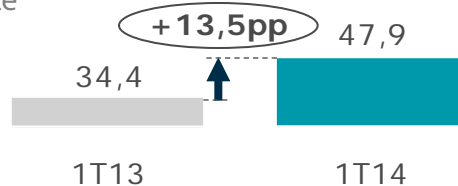
## Adições líquidas do pós-pago

Milhares



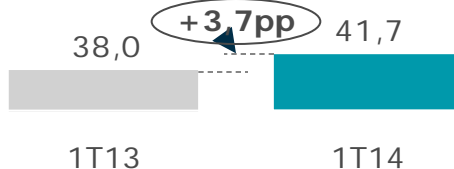
## Tarifas fixas mobilidade pessoal

% receitas de cliente



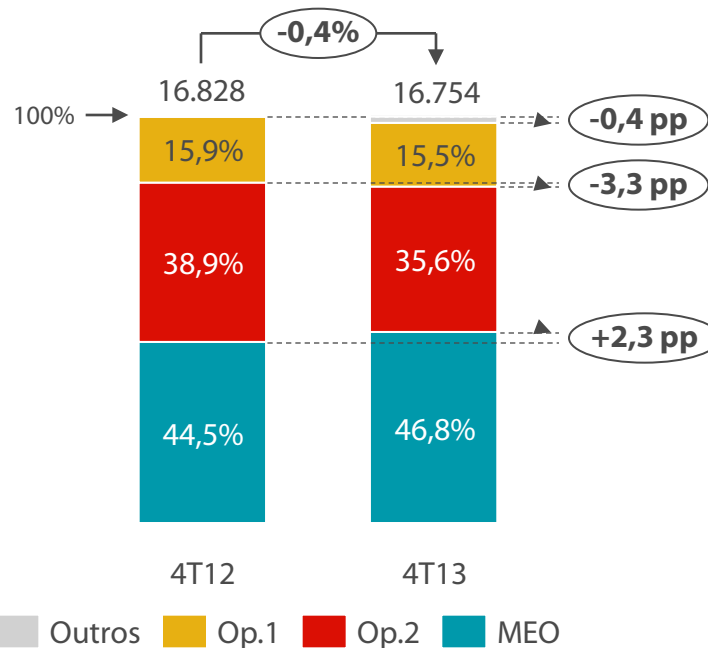
## Receitas de dados da mobilidade pessoal

% receitas de cliente



## Cartões SIM ativos e quota mercado

Milhares. %



## DESEMPENHO RESILIENTE NO SEGMENTO CONSUMO

### Cientes do segmento consumo

Milhares. 1T14 ○ % y.o.y

+3,6%    +3,1%    -1,8%    +3,0%



TV



BL fixa



Voz fixa

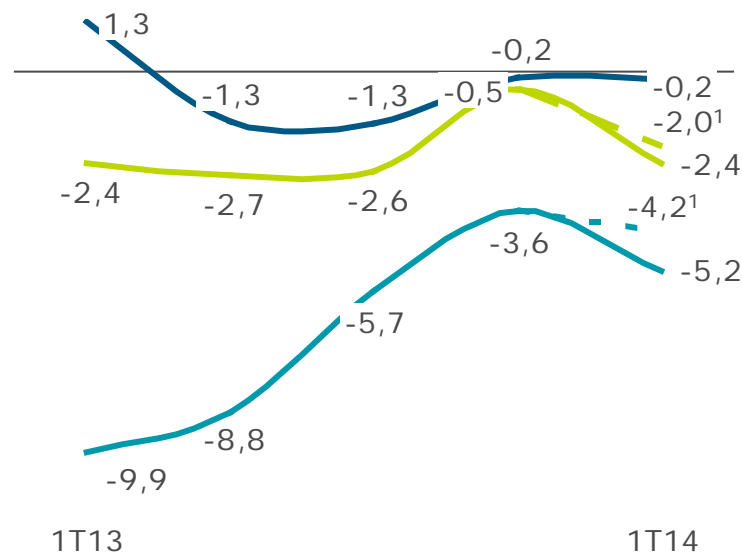
6.316

Móvel

### Receitas do segmento consumo

% y.o.y

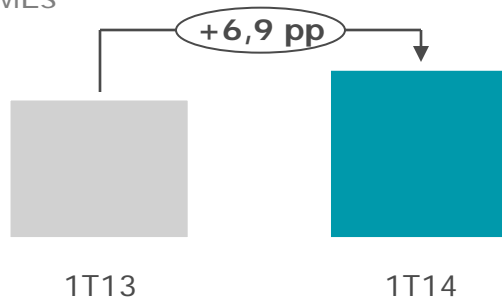
Residencial  
Mobilidade Pessoal, serviço  
Consumo



## RGUS DAS PMES TAMBÉM IMPACTADOS POSITIVAMENTE PELO M<sub>4</sub>0

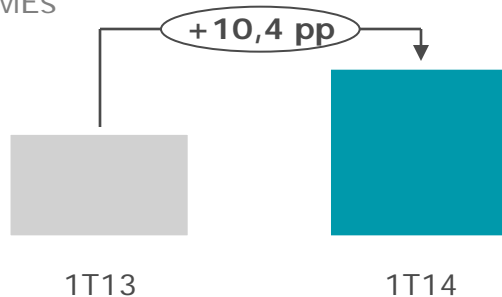
### % dos clientes que subscrevem pelo menos 1 produto fixo e 1 móvel

Indexado. PMEs



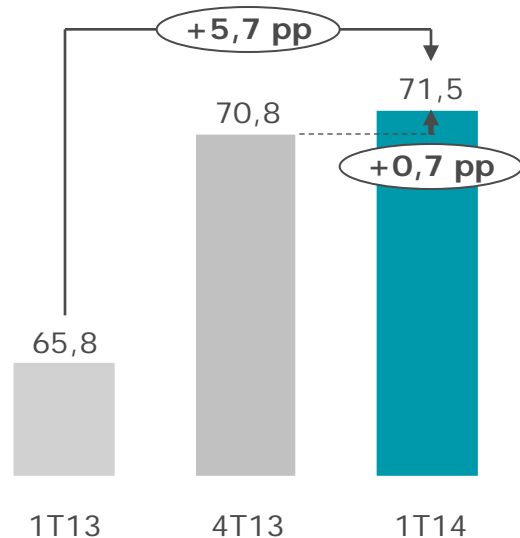
### % de clientes que subscrevem ofertas convergentes (4P e 5P)

Indexado. PMEs



### Peso das receitas dos clientes convergentes

%. PMEs



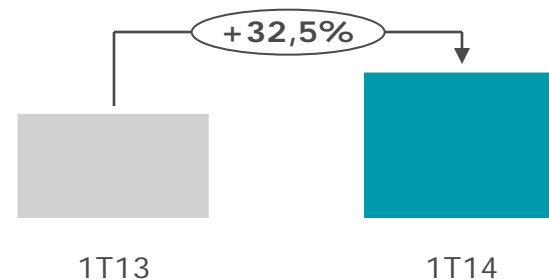


## ENFOQUE NA CAPTURA DE NOVAS RECEITAS DE SERVIÇO E NO ESTÍMULO À EFICIÊNCIA

### Principais iniciativas - Empresarial

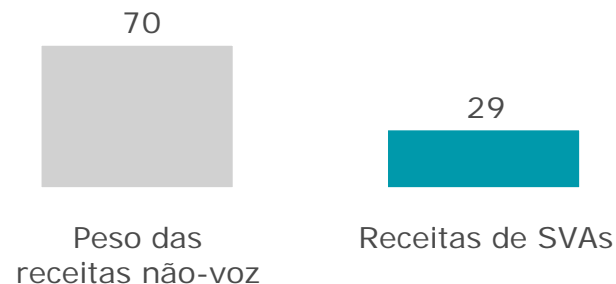
- Certificação em Cisco Powered Hosted Collaboration Solution, Unified Communications as a Service (UCaaS), aumenta a produtividade do cliente e a colaboração móvel, assegurando o seu controlo de custos num modelo pay per user
- Evolução da oferta de Mobile Device Management (MDM) assente num serviço centralizado, disponível num modelo SaaS com enfoque em simplicidade de utilização e facilidade de integração com as plataformas e ecossistemas de TI das empresas.
- Reforço da estratégia de outsourcing de ICT e evolução para a integração dos serviços de TI.
- Melhoria da oferta M2M com o lançamento de Connectivity Managed Services.

### Smartphones com serviço de Internet Indexado



### Peso das receitas não-voz e receitas de SVAs<sup>1</sup>

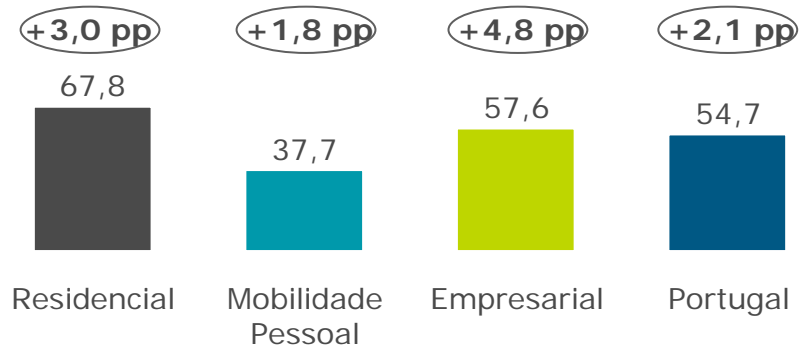
%. 1T14



## A APRESENTAR RESULTADOS APESAR DOS PREÇOS

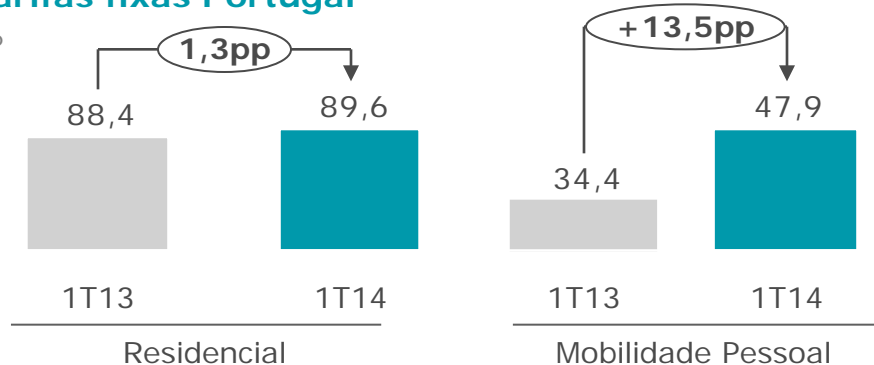
### Receitas não-voz por segmento

% 1T14



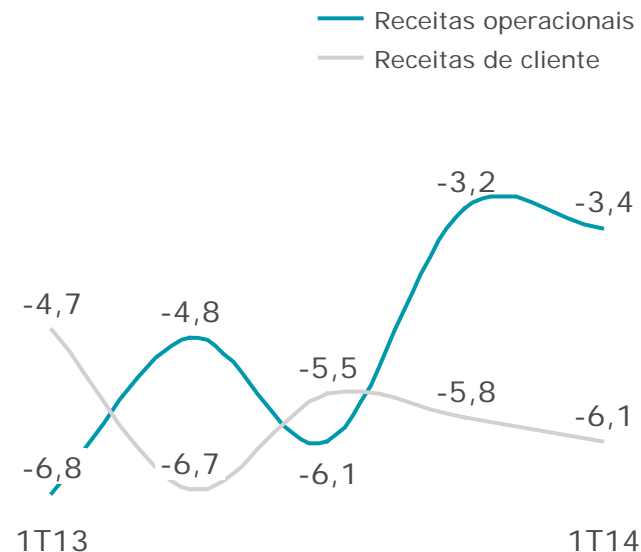
### Tarifas fixas Portugal<sup>1</sup>

%



### Receitas Portugal<sup>1</sup>

% y.o.y



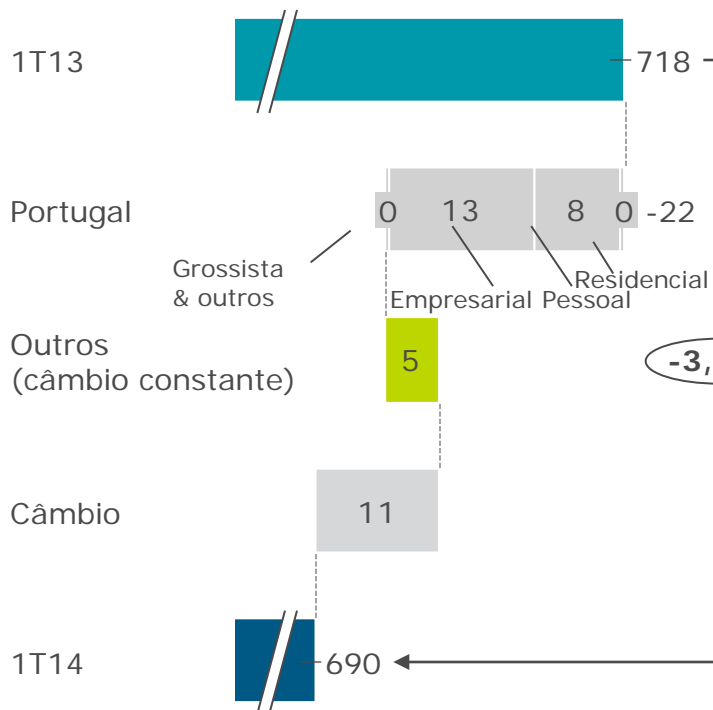
Nota: peso das tarifas fixas no segmento pessoal é calculado com as receitas de cliente

1- Negócios de telecomunicações em Portugal

## DINÂMICAS COMPETITIVAS E FX COM IMPACTO NAS RECEITAS

### Receitas

Milhões de euros



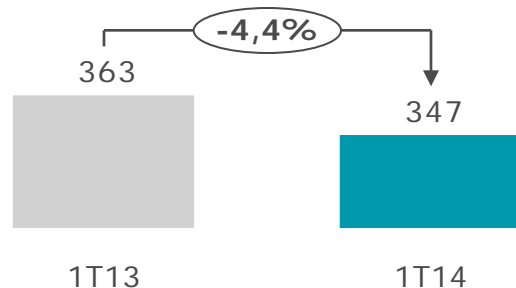
- Receitas estáveis no segmento Residencial
- Receitas do segmento Mobilidade Pessoal impactadas por pressão no preço
- Melhoria de tendência de receita no segmento Empresas

- Maior contribuição da MTC
- Desempenho da Timor Telecom impactado por uma maior concorrência e pressão no preço

## ENFOQUE NA MELHORIA DA EFICIÊNCIA SUSTENTANDO A MARGEM E O CASH FLOW

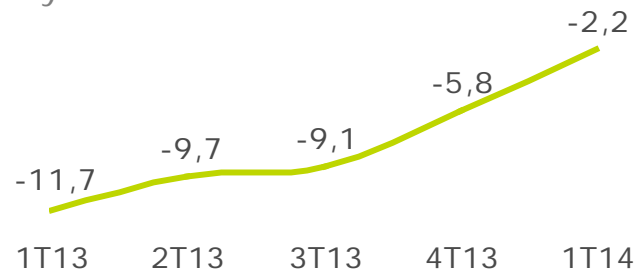
### Opex Portugal<sup>1</sup>

Milhões de euros



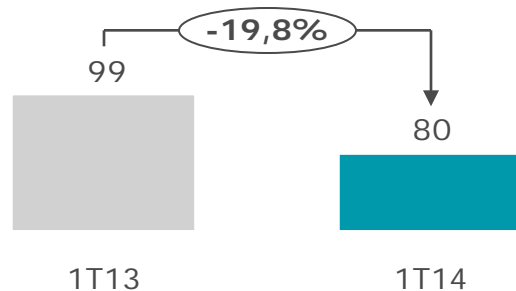
### EBITDA Portugal<sup>1</sup>

% y.o.y



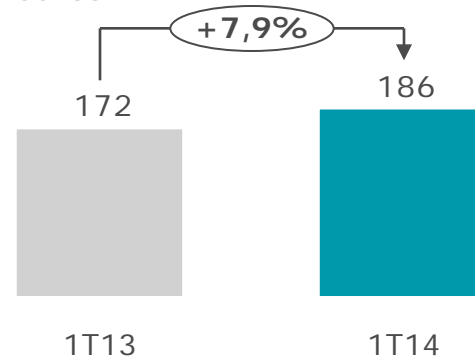
### Capex Portugal<sup>1</sup>

Milhões de euros



### EBITDA - Capex Portugal<sup>1</sup>

Milhões de euros





# CONCLUSÃO

## PROGRESSO NAS NOSSAS PRIORIDADES DE NEGÓCIOS



Controlo de opex



Controlo de capex



Monetização de ativos



Sinergias



Transformação do modelo de  
negócio





**Para mais informações:**

**Nuno Vieira** | Diretor de Relação com Investidores

+351 21 500 1701 | [nuno.t.vieira@telecom.pt](mailto:nuno.t.vieira@telecom.pt)

[ir.telecom.pt](http://ir.telecom.pt) | [www.telecom.pt](http://www.telecom.pt)