



Segundo Trimestre 2011

Trading Update

25 de julho de 2011

01

Trading update

Lisboa, 25 de julho de 2011

Em resultado da aquisição pela Telefónica da participação da PT na Brasicel em 27 de setembro de 2011, a PT ajustou as suas demonstrações financeiras dos períodos anteriores de forma a reconhecer a Vivo como operação descontinuada. Este trading update, não sendo uma divulgação completa de demonstrações financeiras e, portanto, não auditada, exclui a consolidação proporcional da Oi e da Contax. Os resultados completos e auditados serão divulgados no dia 31 de agosto de 2011.

No 1S11, as receitas operacionais excluindo a Oi e a Contax ascenderam a 1.744 milhões de euros, uma diminuição de 5,3% face a mesmo período do ano anterior, enquanto o EBITDA ascendeu a 708 milhões de euros, uma diminuição de 5,3% face ao 1S10. A margem EBITDA manteve-se nos 40,6%, igual ao 1S10. Excluindo a Oi e a Contax, o capex diminuiu 5,8% face ao 1S10, para 294 milhões de euros, equivalente a 16,9% das receitas, e foi direcionado, principalmente, para o investimento na implementação de novas tecnologias e serviços, nomeadamente para a rede de fibra ótica, para o serviço de TV por subscrição e para os investimentos na troca de equipamentos 2G por equipamentos LTE (4G). No 1S11, o EBITDA menos capex ascendeu a 414 milhões de euros (-4,9% face ao mesmo período do ano anterior). O cash flow operacional ascendeu a 410 milhões de euros, um aumento de 164,7% face ao 1S10, impulsionado pela melhoria da tendência das receitas e do EBITDA, pela diminuição da pressão no capex, depois de completo o programa de modernização da rede, e pela gestão rigorosa do fundo de maneo. O free cash flow, excluindo o investimento na Oi e na Contax, totalizou 486 milhões de euros, o que compara com 31 milhões de euros no 1S10. Em 30 de junho de 2011, excluindo a consolidação proporcional da Oi e da Contax e ajustada pelo montante a receber da Telefónica e pelo efeito fiscal relacionado com a transferência dos Planos de Pensões Regulamentares para o Estado Português, a dívida líquida ascendeu a 4.269 milhões de euros, o que inclui o pagamento de dividendos no valor de 1.139 milhões de euros. No 1S11, o custo da dívida líquida ascendeu a 1,66%. Excluindo os juros provenientes de determinados depósitos em Reais, relacionados com a aquisição da Oi, o custo da dívida líquida ascendeu a 3,51% no 1S11. A posição de liquidez, incluindo o valor das disponibilidades de caixa, papel comercial, linhas de crédito e o montante a receber da Telefónica devido à sua aquisição da participação da PT na Vivo, ascendeu a 5.372 milhões de euros, em 30 de junho de 2011.

| | Tabela 1 _ Destaques financeiros ⁽¹⁾ | | | | | |
|--|---|---------|---------|---------|---------|---------|
| | Milhões de euros | | | | | |
| | 2T11 | 2T10 | Δ10/11 | 1S11 | 1S10 | Δ10/11 |
| Receitas operacionais | 872,6 | 933,5 | (6,5%) | 1.743,7 | 1.840,4 | (5,3%) |
| Custos operacionais ⁽²⁾ | 521,9 | 563,3 | (7,3%) | 1.035,6 | 1.093,0 | (5,3%) |
| EBITDA ⁽³⁾ | 350,7 | 370,3 | (5,3%) | 708,1 | 747,3 | (5,3%) |
| Capex | 172,0 | 149,1 | 15,3% | 294,2 | 312,1 | (5,8%) |
| Capex em % das receitas operacionais (%) | 19,7 | 16,0 | 3,7pp | 16,9 | 17,0 | (0,1pp) |
| EBITDA menos Capex | 178,7 | 221,1 | (19,2%) | 413,9 | 435,2 | (4,9%) |
| Cash flow operacional | 111,9 | 132,8 | (15,7%) | 410,1 | 154,9 | 164,7% |
| Free cash flow ⁽⁴⁾ | 27,6 | 27,1 | 1,9% | 485,6 | 30,6 | n.s. |
| Dívida líquida ⁽⁵⁾ | 4.269,0 | 5.373,3 | (20,6%) | 4.269,0 | 5.373,3 | (20,6%) |
| Margem EBITDA (%) ⁽⁶⁾ | 40,2 | 39,7 | 0,5pp | 40,6 | 40,6 | 0,0pp |
| Dívida líquida / EBITDA (x) ⁽⁵⁾ | 3,0 | 3,6 | (0,6x) | 3,0 | 3,6 | (0,6x) |

(1) Os valores relativos a 2010 foram ajustados de forma a reconhecer o negócio da Vivo como operação descontinuada e os valores de 2011 não incluem a consolidação proporcional da Oi e da Contax. Valores não auditados. (2) Custos operacionais = despesas com pessoal + custos diretos + custos comerciais + outros custos operacionais. (3) EBITDA = resultado operacional + PBRs + amortizações. (4) O Free cash flow dos ativos internacionais é considerado numa ótica de dividendo. (5) Ajustado pelos 2 mil milhões de euros da Telefónica e pelo crédito fiscal derivado da transferência do fundo de pensões, para que seja comparável com os valores de 2010. (6) Margem EBITDA = EBITDA / receitas operacionais.

02 Análise operacional

Negócios em Portugal

As receitas dos negócios em Portugal, que incluem a rede fixa e a TMN, decresceram 7,5% no 2T11 face ao 2T10. No segmento da rede fixa, as receitas de retalho aumentaram 0,9% no 2T11 face ao 2T10, impulsionadas pelo desempenho do segmento residencial (+6,3% no 2T11 face ao 2T10), que beneficiou do crescimento sólido e sustentado das ofertas double-play e triple-play do Meo. As receitas da rede fixa, ajustadas pelo efeito de um contrato com a administração pública relativo ao fornecimento de rede de banda larga às escolas (11 milhões de euros) e pela diminuição do negócio de listas telefónicas (5 milhões de euros), diminuíram 1,1% face ao 2T10, impactadas por menores receitas de wholesale (7 milhões de euros), que refletem a redução de 2 milhões de euros nas receitas de wholesale de lacetes locais desagregados e DSL. O desempenho das receitas da TMN foi impactado por: (1) menores receitas de clientes (23 milhões de euros), em resultado das condições económicas, incluindo o aumento da taxa do IVA em 3pp, e do aumento da popularidade dos planos tribais, em particular aqueles que não exigem mensalidade obrigatória mas apenas com carregamento obrigatório; (2) menores receitas de interligação (11 milhões de euros), devido a menores MTRs, e (3) menores vendas de equipamentos (2 milhões de euros). As receitas da TMN neste trimestre registaram uma melhoria sequencial face à evolução ocorrida no 1T11: -10,7% no 2T11 face ao 2T10, comparando com -12,4% no 1T11. No 1S11, as receitas não voz dos negócios em Portugal representavam 46,0% das receitas de serviço, um crescimento de 4,0pp face ao 2T10. Esta evolução positiva no mix das receitas da PT torna o desempenho mais resiliente e previsível e foi atingido devido ao aumento da penetração dos serviços de dados e vídeo em todos os segmentos, no seguimento dos investimentos significativos em fibra e em tecnologia de ponta.

| Tabela 2 _ Demonstração dos resultados • operações portuguesas ^{(1) (2)} | | | | | | Milhões de euros | |
|---|--------------|--------------|----------------|----------------|----------------|------------------|--|
| | 2T11 | 2T10 | Δ10/11 | 1S11 | 1S10 | Δ10/11 | |
| Receitas operacionais | 738,5 | 798,0 | (7,5%) | 1.473,5 | 1.595,2 | (7,6%) | |
| Rede fixa | 461,2 | 482,8 | (4,5%) | 917,4 | 971,0 | (5,5%) | |
| Móvel • TMN | 306,7 | 343,6 | (10,7%) | 609,7 | 689,5 | (11,6%) | |
| Outros e eliminações | (29,4) | (28,4) | 3,5% | (53,6) | (65,3) | (17,9%) | |
| EBITDA ⁽³⁾ | 332,3 | 347,3 | (4,3%) | 662,9 | 698,8 | (5,1%) | |
| Custos com benefícios de reforma (PRBs) | 12,8 | 17,8 | (28,4%) | 24,8 | 35,6 | (30,4%) | |
| Amortizações | 180,3 | 162,2 | 11,1% | 359,4 | 321,9 | 11,6% | |
| Resultado operacional ⁽⁴⁾ | 139,2 | 167,2 | (16,7%) | 278,7 | 341,2 | (18,3%) | |
| Margem EBITDA | 45,0% | 43,5% | 1,5pp | 45,0% | 43,8% | 1,2pp | |
| Capex | 152,2 | 131,1 | 16,1% | 254,3 | 269,8 | (5,7%) | |
| Capex em % das receitas operacionais | 20,6% | 16,4% | 4,2pp | 17,3% | 16,9% | 0,3pp | |
| EBITDA menos Capex | 180,1 | 216,2 | (16,7%) | 408,6 | 429,0 | (4,7%) | |

(1) Valores não auditados. (2) As operações domésticas incluem o segmento de rede fixa, a TMN, a PT Inovação, a PT SI, a PT Pro, a PT Contact e a PT Sales. (3) EBITDA = resultado operacional + custos com benefícios de reforma + amortizações. (4) Resultado operacional = resultado antes de resultados financeiros e impostos + custos com o programa de redução de efetivos + menos (mais) valias na alienação de imobilizado + outros custos líquidos.

No 2T11, o EBITDA dos negócios em Portugal diminuiu 4,3% face ao 2T10 para 332 milhões de euros. A margem EBITDA aumentou 1,5pp face ao 2T10 para 45,0%. As despesas operacionais em Portugal, excluindo PRBs e amortizações, diminuíram 9,9% face ao 2T10, refletindo: (1) o facto da base de clientes dos serviços de TV por subscrição ter atingido massa crítica, o que leva a uma redução dos custos de programação por cliente no segmento de rede fixa; (2) o desenvolvimento do serviço de fibra ótica, o qual permite maior qualidade de serviço,

02 Análise operacional

gerando menores custos no serviço de apoio ao cliente e na manutenção de rede; (3) a implementação de novas iniciativas, em particular no atendimento ao cliente e nos técnicos de field force, beneficiando da convergência fixo-móvel, e (4) medidas adicionais tomadas em antecipação a fracos indicadores macro, refletindo o forte enfoque da PT em custos. No 2T11, o EBITDA no segmento de rede fixa aumentou 1,1% face ao 2T10, o melhor desempenho dos últimos dezanove trimestres, beneficiando do facto da base de clientes dos serviços de TV por subscrição ter atingido massa crítica, confirmando assim o sucesso do Meo enquanto fator chave na inversão da tendência do negócio da rede fixa. Este sólido desempenho do EBITDA no segmento da rede fixa foi atingido num contexto de menor contribuição do negócio de listas telefónicas para as receitas e para o EBITDA, que decresceram nos montantes de 5 milhões de euros e 1 milhão de euros, respetivamente. O EBITDA da TMN diminuiu 10,7% face ao 2T10, enquanto a margem EBITDA se manteve estável face ao mesmo período do ano anterior em 46,9%.

Rede fixa

Tabela 3 _ Dados operacionais - rede fixa

| | 2T11 | 2T10 | Δ10/11 | 1S11 | 1S10 | Δ10/11 |
|--|-------|-------|----------|-------|-------|----------|
| Acessos ('000) | 4.963 | 4.734 | 4,8% | 4.963 | 4.734 | 4,8% |
| Acessos de retalho | 4.632 | 4.345 | 6,6% | 4.632 | 4.345 | 6,6% |
| PSTN/RDIS | 2.672 | 2.710 | (1,4%) | 2.672 | 2.710 | (1,4%) |
| Linhas geradoras de tráfego | 2.593 | 2.599 | (0,2%) | 2.593 | 2.599 | (0,2%) |
| Pré-seleção | 79 | 111 | (28,3%) | 79 | 111 | (28,3%) |
| Banda larga fixa de retalho | 1.040 | 933 | 11,5% | 1.040 | 933 | 11,5% |
| Clientes de TV | 919 | 702 | 30,9% | 919 | 702 | 30,9% |
| Acessos de wholesale | 331 | 389 | (14,8%) | 331 | 389 | (14,8%) |
| Lacetes locais desagregados | 220 | 273 | (19,3%) | 220 | 273 | (19,3%) |
| Acessos ORLA | 60 | 64 | (5,0%) | 60 | 64 | (5,0%) |
| Banda larga fixa wholesale | 51 | 53 | (3,3%) | 51 | 53 | (3,3%) |
| Adições líquidas ('000) | 42 | 60 | (30,8%) | 81 | 147 | (44,9%) |
| Acessos de retalho | 54 | 66 | (19,0%) | 105 | 156 | (32,3%) |
| PSTN/RDIS | (11) | (22) | 51,3% | (23) | (36) | 36,7% |
| Linhas geradoras de tráfego | (4) | (11) | 67,2% | (7) | (13) | 45,6% |
| Pré-seleção | (7) | (11) | 34,9% | (16) | (23) | 31,5% |
| Banda larga fixa de retalho | 21 | 32 | (34,5%) | 39 | 71 | (44,7%) |
| Clientes de TV | 44 | 57 | (23,0%) | 89 | 122 | (26,4%) |
| Acessos de wholesale | (12) | (6) | (98,9%) | (24) | (9) | (179,9%) |
| Lacetes locais desagregados | (10) | (6) | (81,8%) | (22) | (8) | (180,9%) |
| Acessos ORLA | (1) | (0) | (216,6%) | (2) | 0 | n.s. |
| Banda larga fixa wholesale | (0) | 0 | (285,6%) | (1) | (1) | 8,2% |
| RGU de retalho por acesso ⁽¹⁾ | 1,73 | 1,60 | 8,1% | 1,73 | 1,60 | 8,1% |
| ARPU (euros) | 29,9 | 30,1 | (0,8%) | 30,1 | 30,2 | (0,3%) |
| Tráfego total (milhões de minutos) | 2.619 | 2.730 | (4,1%) | 5.257 | 5.454 | (3,6%) |
| Trabalhadores | 6.302 | 6.574 | (4,1%) | 6.302 | 6.574 | (4,1%) |

(1) Acessos de retalho por acessos PSTN/RDIS

02 Análise operacional

No 2T11, as adições líquidas de retalho atingiram 54 mil, em resultado do crescimento do serviço de TV por subscrição, que assegurou 44 mil adições líquidas, elevando o total dos clientes de TV por subscrição para 919 mil (+30,9% que no 2T10). As adições líquidas de banda larga fixa ascenderam a 21 mil no trimestre, com a base de clientes a aumentar 11,5% face ao 2T10. As linhas geradoras de tráfego decresceram apenas em 4 mil no 2T11, refletindo também o impacto positivo das ofertas triple-play. Os desligamentos líquidos de linhas de voz foram de 11 mil, o que inclui 7 mil desligamentos líquidos de linhas em pré-seleção, que agora correspondem apenas a 79 mil linhas (3,0% do total das linhas PSTN/RDIS).

A penetração de clientes de TV por subscrição atingiu 35,5% das linhas geradoras de tráfego (+8,4pp face ao 2T10) e 88,4% da base de clientes de banda larga fixa (+13,1pp face ao 2T10), um sólido desempenho considerando que o serviço de TV por subscrição foi lançado, em termos nacionais, apenas em abril de 2008. Em resultado, os clientes de TV por subscrição e de banda larga fixa já representavam 42,3% dos acessos totais de retalho (+4,7pp face ao 2T10), reforçando assim, ainda mais, a migração do modelo de negócio de rede fixa da PT de um operador single-play para um operador triple-play. O sucesso dos serviços de TV por subscrição continua a estar sustentado no sólido desempenho do segmento residencial.

Durante o 1S11, a PT continuou a comercializar o seu serviço de fibra ótica, que tem impulsionado cada vez mais o desempenho da rede fixa, em particular nas áreas urbanas com elevado ARPU e também nas áreas mais competitivas. Os clientes de fibra, no final de junho de 2011, ascendiam a 173 mil, representando já uma taxa de penetração de 22,3% sobre o número médio de casas comercialmente disponíveis com FTTH.

O número de RGUs de retalho por acesso, medido pelo número de acessos de retalho por linhas PSTN/RDIS, continuou a aumentar com a implementação da oferta de TV por subscrição e das ofertas double-play e triple-play, tendo ascendido a 1,73 no 2T11 (+8,1% face ao 2T10), o que compara com 1,71 no 1T11 e 1,60 no 2T10.

Os acessos dos concorrentes, que incluem os acessos de wholesale e em pré-seleção, decresceram 19 mil no 2T11, incluindo a diminuição dos acessos em lacetes locais desagregados (-10 mil) e das linhas em pré-seleção (-7 mil).

No 1S11, a PT lançou novas funcionalidades e ofertas comerciais, de forma a diferenciar significativamente a sua proposta de valor em todos os segmentos, aproveitando a convergência entre TV, PC e telemóvel. Em termos de serviços, a PT continua a disponibilizar ofertas convergentes, que incluem serviços de voz, fixo e móvel, e banda larga, também fixa e móvel, tanto para PCs como para smartphones, para distintos segmentos de clientes. A PT também desenvolve ofertas convergentes para os clientes TMN, Sapo e Meo, entre os quais o Meo Mobile, que oferece 40 canais de TV e permite programação remota através do telemóvel, e o Music Box, um serviço com acesso ilimitado no telemóvel, PC e TV a um catálogo de mais de quatro milhões de músicas. A PT lançou este trimestre uma campanha específica, utilizando as marcas Meo e TMN, na qual oferece um programa de duplicação de pontos para os clientes do Meo e da TMN. Para novos clientes Meo, os clientes TMN um bónus de 5 euros mensal durante 6 meses depois da instalação do serviço. Os outros serviços convergentes, como o Meo Jogos, uma plataforma de aluguer de jogos no PC, continua a estar disponível para clientes Meo. Finalmente, o Meo online é um serviço de valor acrescentado convergente que oferece aos clientes a possibilidade de assistir a canais de TV ao vivo no PC, bem como o acesso ao aluguer Vod e à grelha de programação do Meo no PC. O portal web da PT, Sapo, continuou a ser um importante fator para o desenvolvimento, em estreita colaboração com o Meo e a TMN, de aplicações e serviços, diferenciadores e convergentes, para os segmentos de cliente residencial e pessoal. Estas

02 Análise operacional

aplicações e serviços estão disponíveis em várias plataformas e equipamentos, incluindo Android, iPhone and iPad e na plataforma de TV da PT.

No segmento de PMEs, a PT oferece, através da marca Office Box, soluções convergentes de serviços de voz e dados ilimitados, ofertas verticais e integradas com software específico relacionado com a natureza do negócio e soluções com preços flexíveis em função do posto de trabalho. No segmento empresarial, a PT continua a oferecer soluções IT one-stop-shop com enfoque no BPO e em soluções de marketing m2m (machine to machine). Estas ofertas são suportadas pelo investimento da PT em FTTH e nas soluções de cloud computing, que permitem ofertas de serviços com base em cloud em parceria com vendedores de software e hardware.

No 2T11, as receitas operacionais de rede fixa diminuíram 4,5% face ao 2T10 (22 milhões de euros), para 461 milhões de euros. Ajustando pelo efeito de um contrato com a administração pública relativo ao fornecimento de rede de banda larga nas escolas (11 milhões de euros) e pela diminuição do negócio de listas telefónicas (5 milhões de euros), as receitas da rede fixa teriam diminuído 1,1% face ao 2T10, impactadas por um decréscimo das receitas de wholesale (7 milhões de euros). A tendência das receitas de rede fixa demonstra uma clara melhoria sequencial, já que as receitas do 1T11, ajustadas pelos efeitos referidos, diminuiriam 4,8% face ao 2T10. No 1S11, as receitas de rede fixa teriam diminuído 2,8% face ao 1S10, ajustadas pelos mesmos efeitos.

| Tabela 4 _ Demonstração dos resultados • rede fixa ^{(1) (2)} | | | | Milhões de euros | | |
|---|--------------|--------------|----------------|------------------|--------------|----------------|
| | 2T11 | 2T10 | Δ10/11 | 1S11 | 1S10 | Δ10/11 |
| Receitas operacionais | 461,2 | 482,8 | (4,5%) | 917,4 | 971,0 | (5,5%) |
| Retalho | 242,7 | 240,5 | 0,9% | 488,5 | 484,1 | 0,9% |
| Serviços a operadores (wholesale) | 115,1 | 121,7 | (5,5%) | 224,7 | 241,4 | (6,9%) |
| Dados e soluções empresariais | 68,0 | 75,1 | (9,4%) | 135,7 | 152,3 | (10,9%) |
| Outras receitas de rede fixa | 35,4 | 45,5 | (22,2%) | 68,5 | 93,1 | (26,5%) |
| Custos operacionais ⁽³⁾ | 271,4 | 295,1 | (8,0%) | 539,5 | 594,7 | (9,3%) |
| Custos com pessoal | 51,7 | 55,5 | (6,9%) | 103,3 | 113,9 | (9,3%) |
| Custos diretos dos serviços prestados | 96,1 | 113,9 | (15,7%) | 198,3 | 220,5 | (10,0%) |
| Custos comerciais | 29,2 | 32,4 | (9,9%) | 51,7 | 60,4 | (14,5%) |
| Outros custos operacionais | 94,5 | 93,2 | 1,3% | 186,2 | 199,9 | (6,9%) |
| EBITDA ⁽⁴⁾ | 189,8 | 187,7 | 1,1% | 377,9 | 376,3 | 0,4% |
| Custos com benefícios de reforma | 12,7 | 17,8 | (28,5%) | 24,7 | 35,6 | (30,5%) |
| Amortizações | 126,5 | 110,1 | 15,0% | 250,3 | 216,0 | 15,9% |
| Resultado operacional ⁽⁵⁾ | 50,5 | 59,9 | (15,6%) | 102,8 | 124,7 | (17,6%) |
| Margem EBITDA | 41,1% | 38,9% | 2,3pp | 41,2% | 38,8% | 2,4pp |
| Capex | 111,6 | 99,7 | 12,0% | 194,0 | 212,1 | (8,5%) |
| Capex em % das receitas operacionais | 24,2% | 20,6% | 3,6pp | 21,2% | 21,8% | (0,7pp) |
| EBITDA menos Capex | 78,2 | 88,1 | (11,3%) | 183,8 | 164,2 | 11,9% |

(1) Valores não auditados. (2) Inclui transações intragrupo. (3) Custos operacionais = despesas com pessoal + custos diretos + custos comerciais + outros custos operacionais. (4) EBITDA = resultado operacional + custos com benefícios de reforma + amortizações. (5) Resultado operacional = resultado antes de resultados financeiros e impostos + custos com o programa de redução de efetivos + menos (mais) valias na alienação de imobilizado.

No 2T11, as receitas de retalho aumentaram 0,9% face ao 2T10, para os 243 milhões de euros, impulsionadas pelo forte e contínuo desempenho das ofertas triple-play do Meo (voz, dados e TV por subscrição), consolidando assim a inversão da tendência no negócio de rede fixa. Este desempenho das receitas de retalho foi alcançado através do crescimento contínuo do serviço de TV por subscrição (+44 mil de adições líquidas) no trimestre, de banda larga

02 Análise operacional

fixa (+21 mil adições líquidas) e da manutenção das linhas geradoras de tráfego. A PT oferece serviços double-play e triple-play atrativos e diferenciadores, que estão a atenuar o declínio das receitas de tráfego internacional, num ambiente de forte concorrência, das receitas fixo-móvel, à medida que o tráfego de voz se tende a tornar mais tráfego on-net. Em resultado do sólido desempenho do Meo, as receitas de retalho do segmento residencial aumentaram 6,3% no 2T11 face ao 2T10, refletindo os benefícios da alteração do modelo de negócio da PT para o setor residencial de ofertas single-play para ofertas triple-play.

As receitas de wholesale decresceram 5,5% no 2T11 face ao 2T10, para 115 milhões de euros, impactadas pelo decréscimo nas receitas de tráfego (-5,5% face ao 2T10), nas receitas de circuitos alugados (-1,8% face ao 2T10) e nas outras receitas. Este desempenho é explicado, principalmente, pela diminuição das receitas de lacetes locais desagregados, de linhas de assinatura de wholesale e de receitas de linhas wholesale ADSL no trimestre (2 milhões de euros), explicado pelos investimentos dos outros operadores nas suas redes.

As receitas de dados e de soluções empresariais decresceram 9,4% no 2T11 face ao 2T10, em resultado da redução de alguns projetos estruturais com a administração pública (9 milhões de euros), relativos à instalação de equipamentos e serviços. Excluindo estes efeitos, as receitas de dados e soluções empresariais teriam aumentado 1,9% face ao 2T10, com as receitas de gestão de redes, outsourcing e TI a crescerem (+22,5% face ao 2T10).

As outras receitas diminuíram 22,2% no 2T11 face ao 2T10 (10 milhões de euros), principalmente em resultado da diminuição de 31,5% do negócio de listas telefónicas (5 milhões de euros), refletindo a tendência histórica de perda neste negócio, e da redução de 19,8% nas vendas de equipamentos (2 milhões de euros). Esta diminuição na venda de equipamentos está relacionada com o projeto da administração pública referido anteriormente (3 milhões de euros).

No 1S11, as receitas não voz da rede fixa representavam 55,4% das receitas de serviço, tendo aumentado 3,3pp no 2T11 face ao 2T10, num contexto de crescimento sustentado na TV por subscrição e contínuos investimentos em fibra e novas tecnologias.

No 2T11, o EBITDA aumentou 1,1% face ao 2T10, para 190 milhões de euros, beneficiando do enfoque na redução de custos e do facto da base de clientes de TV por subscrição ter atingido massa crítica. Este desempenho assinala uma melhoria robusta e sustentada (-0,2% no 1T11, -5,3% no 4T10, -5,9% no 3T10, -6,4% no 2T10 e -9,4% no 1T10, face aos mesmos períodos dos anos anteriores) e representa o melhor desempenho dos últimos dezanove trimestres, não obstante o investimento na divulgação do serviço de TV por subscrição e das ofertas triple-play, a pressão nos preços nos segmentos PME/SOHO e empresarial, bem como menores receitas de wholesale. Este sólido desempenho do EBITDA no segmento da rede fixa foi atingido num cenário de menor contribuição para as receitas e para o EBITDA do negócio de listas telefónicas, que decresceram 5 milhões de euros e 1 milhão de euros, respetivamente.

No 2T11, as despesas operacionais, excluindo amortizações e PRBs, decresceram 8,0% face ao 2T10 (24 milhões de euros). Os custos de programação por cliente diminuíram (-19% no 1S11 face ao 1S10). No 2T11, os custos com serviços de suporte diminuíram 19,3% face ao mesmo período do ano anterior, para 32 milhões de euros, suportados por uma forte diminuição nos custos de atendimento ao cliente, que beneficiaram do lançamento de uma plataforma convergente de selfcare, premiada por vários organismos nacionais e internacionais. Este

02 Análise operacional

desempenho favorável é o resultado do contínuo enfoque na melhoria da rentabilidade do negócio e das vantagens decorrentes da implementação da rede FTTH, que é mais robusta que as redes históricas. No 2T11, as despesas com pessoal decresceram 6,9% face ao 2T10, para 52 milhões de euros. Os custos comerciais, que reduziram em 9,9% face ao 2T10, para 29 milhões de euros, refletiram a diminuição dos custos de marketing e publicidade e a rigorosa disciplina nos custos referentes a comissões. Os outros custos operacionais, que aumentaram 1,3% face ao 2T10, para 94 milhões de euros, foram impactados por condições climatéricas difíceis, que tendem a ser menos severas no segundo trimestre do ano. A margem EBITDA, que atingiu 41,1% no 2T11, aumentou 2,3pp face ao 2T10, confirmando claramente a melhoria sustentada na tendência histórica no seguimento do lançamento das ofertas triple-play e do serviço de TV por subscrição e do contínuo enfoque no controlo de custos.

O capex aumentou de 100 milhões de euros no 2T10 para 112 milhões de euros no 2T11 (+12,0% face ao 2T10), explicado pelos contínuos esforços na implementação de tecnologias de futuro, nomeadamente FTTH, e pelos investimentos na modernização das plataformas de TI, nos servidores e na capacidade de armazenamento. O capex de cliente, no segmento de rede fixa, decresceu 23% no 2T11 face ao 2T10, como resultado de: (1) menor número de set-top-boxes em clientes de fibra quando comparado com clientes ADSL; (2) diminuição dos custos unitários das set-top-boxes, equipamentos terminais óticos e home gateways, e (3) taxas mais elevadas de aproveitamento de set-top-boxes.

No 1S11, o EBITDA menos capex aumentou 11,9% face ao 1S10, para 184 milhões de euros, refletindo uma melhoria clara na tendência de receitas e EBITDA e o forte enfoque na geração de cash flow.

Móvel

No 2T11, o total de clientes da TMN aumentou 0,9% face ao 2T10, para 7.334 mil, impulsionado pelos clientes de banda larga móvel, com adições líquidas trimestrais de 14 mil clientes de pós-pago e diminuições líquidas de 94 mil clientes de pré-pago. Apesar da popularidade dos planos tribais em trimestres anteriores, os novos planos de preços lançados para o segmento pessoal, com a marca “e nunca mais acaba” e “TMN unlimited” estão a ganhar dinâmica. No 2T11, os clientes de pós-pago aumentaram 3,3% face ao 2T10 e representavam 31,6% da base total de clientes (+0,7pp face ao mesmo período do ano anterior). O crescimento dos clientes de pós-pago foi também conseguido em resultado do contínuo crescimento da penetração de banda larga móvel.

No 2T11, o ARPU de cliente da TMN foi de 11,5 euros (-9,5% face ao 2T10), principalmente em resultado: (1) do aumento da penetração dos serviços de voz e de dados nos segmentos de mercado de menor valor; (2) do aumento da popularidade dos planos tribais direcionados para o segmento jovem, que refletem o aumento da competitividade no mercado, em particular no 2S10 e (3) da pressão nos serviços de voz de pós-pago. O ARPU de interligação diminuiu 31,3% face ao 2T10, com as taxas de terminação a diminuírem sequencialmente de 0,45 cêntimos de euro para 4,0 cêntimos de euro, a partir de 24 de maio de 2011, de acordo com a descida de tarifas definida pela ANACOM, o regulador português de telecomunicações. Em resultado, o ARPU da TMN ascendeu a 12,9 euros no 2T11 (-11,9% face ao 2T10).

02 Análise operacional

Tabela 5 _ Dados operacionais • móvel ⁽¹⁾

| | 2T11 | 2T10 | Δ10/11 | 1S11 | 1S10 | Δ10/11 |
|--|-------|-------|---------|-------|-------|---------|
| Clientes ('000) | 7.334 | 7.269 | 0,9% | 7.334 | 7.269 | 0,9% |
| Adições líquidas ('000) | (80) | 5 | n.s. | (85) | 16 | n.s. |
| Tráfego total (milhões de minutos) | 2.633 | 2.625 | 0,3% | 5.221 | 5.133 | 1,7% |
| MOU (minutos) | 119 | 121 | (1,2%) | 118 | 118 | 0,2% |
| ARPU (euros) | 12,9 | 14,6 | (11,9%) | 12,8 | 14,7 | (12,8%) |
| Cliente | 11,5 | 12,7 | (9,5%) | 11,4 | 12,7 | (10,3%) |
| Interligação | 1,1 | 1,7 | (31,3%) | 1,2 | 1,7 | (30,6%) |
| Dados em % das receitas de serviço (%) | 27,8 | 25,0 | 2,7pp | 27,3 | 24,2 | 3,2pp |
| SARC (euros) | 33,2 | 29,1 | 14,0% | 33,1 | 27,8 | 18,8% |
| Trabalhadores | 1.042 | 1.016 | 2,6% | 1.042 | 1.016 | 2,6% |

(1) Inclui subscritores MVNO.

Durante o trimestre, a TMN continuou a comercializar os seus novos planos tarifários, “e nunca mais acaba” direcionados para clientes pré-pago e “unlimited” direcionados para clientes pós-pago, cujo objetivo é o de simplificar a estrutura de ofertas e de aumentar a qualidade percebida pelo mercado da oferta TMN, enquanto, simultaneamente, promovendo o aumento dos serviços de dados em pacotes de voz. Os planos “e nunca mais acaba”, com preços mensais de retalho que variam entre 10 euros e 25 euros, e os planos “unlimited” entre 15 euros e 100 euros, continuaram a ganhar força comercial no trimestre. Os clientes que migram para estes tarifários têm um impacto positivo no ARPU, refletindo o aumento da utilização de voz e dados. Este sucesso é também comprovado pelo facto de 16% dos clientes que migraram para estes planos serem anteriormente clientes de planos tribais. O sólido desempenho dos planos tarifários “unlimited” é suportado pelo desempenho positivo dos serviços de dados, como demonstra o aumento de 2,7pp no peso dos serviços de dados nas receitas de serviços para 27,8% no 2T11.

No 2T11, as receitas operacionais da TMN ascenderam a 307 milhões de euros, uma diminuição de 10,7% face ao 2T10 (37 milhões de euros), principalmente devido: (1) ao decréscimo de 11 milhões de euros nas receitas de interligação, em resultado do impacto negativo de 8 milhões decorrente de menores MTRs; (2) ao decréscimo de 23 milhões de euros nas receitas de cliente, refletindo principalmente o aumento da taxa do IVA em 3pp face ao 2T10 e a maior penetração dos planos tribais, em particular os que não exigem a mensalidade obrigatória, mas apenas um carregamento obrigatório, e (3) ao decréscimo de 10,8% face ao 2T10 nas vendas de equipamento (2 milhões de euros).

As receitas de cliente melhoraram sequencialmente, com um decréscimo de 8,2% no 2T11 face a um decréscimo de 9,7% no 1T11 e 10,2% no 4T10. Esta recuperação deveu-se ao aumento do enfoque comercial da TMN, no seguimento do lançamento dos planos “e nunca mais acaba” em janeiro de 2011. As receitas de dados aumentaram 7,6% no 2T11 face ao 2T10, devido a desempenho sólido dos pacotes de dados “internetnotemóvel”, que continuaram a demonstrar um crescimento forte como resultado do sucesso comercial do “e nunca mais acaba” e ao aumento da penetração de smartphones. As receitas relacionadas com estes serviços aumentaram 84,5% face ao 2T10. No 2T11, as receitas de SMS e dados representavam 27,8% das receitas de serviços (+2,7pp face ao mesmo período do ano anterior). É importante realçar que, não obstante o decréscimo nas receitas de vendas de equipamentos neste trimestre em resultado de uma diminuição dos preços médios dos

02 Análise operacional

equipamentos, as receitas por equipamento unitário mantiveram-se estáveis face ao 2T10, com o aumento do peso dos smartphones nas vendas durante o trimestre.

| Tabela 6 _ Demonstração dos resultados • móvel ^{(1) (2)} | | | | | | Milhões de euros | |
|--|--------------|--------------|----------------|--------------|--------------|-------------------------|--|
| | 2T11 | 2T10 | Δ10/11 | 1S11 | 1S10 | Δ10/11 | |
| Receitas operacionais | 306,7 | 343,6 | (10,7%) | 609,7 | 689,5 | (11,6%) | |
| Prestação de serviços | 284,1 | 318,0 | (10,7%) | 565,6 | 638,8 | (11,5%) | |
| Cliente | 253,4 | 275,9 | (8,2%) | 505,3 | 555,1 | (9,0%) | |
| Interligação | 25,4 | 36,4 | (30,3%) | 52,0 | 73,8 | (29,6%) | |
| Roamers | 5,3 | 5,7 | (6,0%) | 8,3 | 9,9 | (16,7%) | |
| Vendas | 20,7 | 23,2 | (10,8%) | 38,3 | 46,1 | (16,9%) | |
| Outras receitas operacionais | 1,9 | 2,4 | (20,7%) | 5,8 | 4,6 | 26,4% | |
| Custos operacionais ⁽³⁾ | 162,8 | 182,5 | (10,8%) | 321,8 | 364,3 | (11,7%) | |
| Custos com pessoal | 11,4 | 11,8 | (3,9%) | 22,7 | 23,7 | (4,0%) | |
| Custos diretos dos serviços prestados | 54,7 | 62,8 | (12,9%) | 105,4 | 124,6 | (15,4%) | |
| Custos comerciais | 50,9 | 47,8 | 6,5% | 96,6 | 94,0 | 2,7% | |
| Outros custos operacionais | 45,8 | 60,2 | (23,8%) | 97,0 | 122,0 | (20,5%) | |
| EBITDA ⁽⁴⁾ | 143,9 | 161,1 | (10,7%) | 287,9 | 325,2 | (11,5%) | |
| Amortizações | 51,2 | 49,5 | 3,5% | 104,0 | 100,9 | 3,1% | |
| Resultado operacional ⁽⁵⁾ | 92,7 | 111,6 | (17,0%) | 183,9 | 224,3 | (18,0%) | |
| Margem EBITDA | 46,9% | 46,9% | 0,0pp | 47,2% | 47,2% | 0,1pp | |
| Capex | 37,9 | 29,1 | 30,3% | 56,8 | 52,6 | 8,1% | |
| Capex em % das receitas operacionais | 12,4% | 8,5% | 3,9pp | 9,3% | 7,6% | 1,7pp | |
| EBITDA menos Capex | 106,0 | 132,0 | (19,7%) | 231,1 | 272,6 | (15,2%) | |

(1) Valores não auditados. (2) Inclui transações intragrupo. (3) Custos operacionais = despesas com pessoal + custos diretos + custos comerciais + outros custos operacionais. (4) EBITDA = resultado operacional + amortizações. (5) Resultado operacional = resultado antes de resultados financeiros e impostos + custos com o programa de redução de efetivos + menos (mais) valias na alienação de imobilizado + outros custos líquidos.

Durante o trimestre, a TMN continuou focada no rigoroso controlo de custos. No 2T11, o EBITDA atingiu 144 milhões de euros (-10,7% face ao 2T10), diminuindo 17 milhões de euros, face a uma diminuição de 37 milhões de euros nas receitas e de 26 milhões de euros nas receitas líquidas de serviço (receitas de serviço menos custos diretos). Este desempenho é resultado do corte de custos da TMN, dado que as outras despesas operacionais diminuíram 23,8% face ao 2T10, refletindo uma disciplina de custos rigorosa nas áreas de atendimento ao cliente, manutenção de rede e nos custos gerais e administrativos. No 2T11, a margem EBITDA foi de 46,9%, estável quando comparada com o 2T10. As despesas operacionais, excluindo amortizações, decresceram 10,8% no 2T11 face ao 2T10, para 163 milhões de euros, em resultado da disciplina operacional e de controlo de custos: (1) menores custos diretos (-12,9% face ao 2T10, para 55 milhões de euros), devido a menores MTRs e a uma maior proporção do tráfego on-net, não obstante maiores custos com capacidade, que estão associados à oferta de serviços de dados e ao crescimento do tráfego de voz, e (2) redução dos outros custos operacionais (-23,8% face ao 2T10). Os outros custos operacionais beneficiaram de menores custos de manutenção e reparação, o que resulta de uma gestão integrada e mais eficiente das redes fixa e móvel, da otimização da área de serviço ao cliente e de reduções adicionais em custos gerais e administrativos. Os custos comerciais diminuíram 6,5% face ao 2T10, para 51 milhões de euros, devido a um aumento das comissões e dos custos de marketing e publicidade em resultado do investimento no marketing dos novos planos tarifários “e nunca mais acaba” e “all net unlimited” e da forte concorrência em certos segmentos do mercado. Os custos com pessoal decresceram 3,9% face ao 2T10, devido a reestruturações internas em curso.

02 Análise operacional

O capex aumentou 30,3% no 2T11 face ao 2T10, para 38 milhões de euros, equivalente a 12,4% das receitas (+3,9pp face ao 2T10). O aumento do capex da TMN é explicado, principalmente, pelos investimentos na troca dos equipamentos 2G da TMN por equipamentos LTE (4G) e por investimentos na capacidade das redes existentes 3G e 3,5G, sobretudo nas áreas urbanas. Em resultado destes investimentos, o capex de infraestrutura da TMN aumentou 112% face ao 2T10. Adicionalmente, a TMN tem vindo a reforçar as suas capacidades nas áreas de dados móveis e qualidade de rede, aproveitando a implementação de FTTH já existente para aumentar a qualidade da sua rede móvel e liderar a implementação do 4G no mercado Português. Assim, no mais recente estudo publicado pela Anacom, o regulador português das telecomunicações, a TMN foi reconhecida como o operador português móvel com a melhor cobertura 2G e 3G, tanto nas cidades como nas principais estradas e autoestradas, para os serviços de banda larga móvel.

Em resultado do rigoroso enfoque na geração de cash flow, na rentabilidade e no corte de custos, o EBITDA menos Capex da TMN ascendeu a 106 milhões de euros no 2T11.

Negócios Internacionais

No 1S11, os ativos internacionais, numa base proforma, aumentaram as suas receitas proporcionais em 14,8% face ao 1S10, para 327 milhões de euros, enquanto o EBITDA diminuiu 4,0% face ao 1S10, para 103 milhões de euros, principalmente devido a um ajuste não recorrente na operação de contact center da PT no Brasil e à desvalorização das moedas.

| | 2T11 | 2T10 | Δ10/11 | 1S11 | 1S10 | Δ10/11 |
|---|--------------|--------------|----------------|--------------|--------------|---------------|
| Receitas operacionais | 163,3 | 155,7 | 4,9% | 326,5 | 284,5 | 14,8% |
| EBITDA ⁽²⁾ | 49,7 | 56,0 | (11,3%) | 102,5 | 106,8 | (4,0%) |
| Amortizações | 14,7 | 14,3 | 2,8% | 30,1 | 26,9 | 11,7% |
| Resultado operacional ⁽³⁾ | 35,0 | 41,7 | (16,1%) | 72,5 | 79,8 | (9,2%) |
| Margem EBITDA | 30,4% | 36,0% | (5,5pp) | 31,4% | 37,5% | (6,1pp) |

(1) Valores não auditados. Consolidação pro-forma dos ativos internacionais considerando as participações detidas pela PT. (2) EBITDA = resultado operacional + amortizações. (3) Resultado operacional = resultado antes de resultados financeiros e impostos + custos do programa de redução de efetivos + menos (mais) valias na alienação de imobilizado + outros custos líquidos.

| | Posição | Rec. local | Δ10/11 | EBITDA local | Δ10/11 | Margem | Rec. euro | EBITDA euro |
|---|----------------|-------------------|---------------|---------------------|---------------|---------------|------------------|--------------------|
| Unitel, Angola ^{(2) (4)} | 25,00% | 828 | 15,5% | 460 | 6,5% | 55,6% | 590 | 328 |
| MTC, Namíbia ^{(3) (4)} | 34,00% | 728 | 4,7% | 385 | 3,3% | 52,9% | 75 | 40 |
| CVT, Cabo Verde ^{(3) (4)} | 40,00% | 4.207 | 5,9% | 2.099 | 5,2% | 49,9% | 38 | 19 |
| CTM, Macau ⁽²⁾ | 28,00% | 1.951 | 47,2% | 680 | 16,0% | 34,9% | 174 | 61 |
| CST, S.Tomé e Príncipe ^{(3) (4)} | 51,00% | 157.890 | 7,8% | 41.071 | 1,4% | 26,0% | 6 | 2 |
| Timor Telecom, Timor-Leste ⁽³⁾ | 41,12% | 31 | 19,2% | 17 | 16,6% | 54,1% | 22 | 12 |

(1) Valores não auditados. Referente a 100% das empresas. A PT tem contratos de gestão na CVT, CST e Timor Telecom. (2) Método de equivalência patrimonial. (3) Método de consolidação integral. (4) Estas participações são detidas pela Africatel, a qual é controlada em 75% pela PT.

02 Análise operacional

No 1S11, as receitas e o EBITDA da Unitel, em kwanzas angolanos, aumentaram face ao 1S10, 18,2% e 9,8%, respetivamente, e em dólares, aumentaram 15,5% e 6,5% para 827,6 milhões de dólares e 460,3 milhões de dólares, respetivamente. No 1S11, a Unitel continuou a expandir a sua atividade, tanto em Luanda como noutras regiões do país, tendo lançado diversas campanhas para promover a utilização do serviço de voz, dados e roaming.

No 1S11, as receitas e o EBITDA da MTC aumentaram 4,7% e 3,3% face ao 1S10, atingindo 727,8 milhões de dólares namibianos e 385,1 milhões de dólares namibianos, respetivamente. Este desempenho das receitas foi conseguido num contexto de diminuição significativa das MTRs e de promoções com ofertas agressivas de bónus de tráfego para reforçar a posição competitiva da MTC. Excluindo o impacto de menores MTRs (-45,2% de diminuição média face ao 2T10), as receitas e o EBITDA teriam aumentado 6,9% e 6,0% face ao 2T10, respetivamente. No 1S11, a margem EBITDA foi de 52,9%. As receitas de dados representavam 22,0% das receitas de serviço. No 1S11, a MTC centrou a sua atividade comercial e de marketing: (1) no lançamento de soluções Blackberry para ofertas pós-pagas e pré-pagas, reforçando assim a sua oferta de smartphones; (2) em campanhas para promover a utilização de serviços, e (3) em impulsionar o crescimento dos clientes de banda larga, sob a marca Netman, com velocidades de download de até 7,2Mbps.

No 1S11, as receitas da CVT aumentaram 5,9% no 1S11 face ao 1S10 para 4.206,9 milhões de escudos cabo-verdianos e o EBITDA aumentou 5,2% face ao 1S10 para 2.099,3 milhões de escudos cabo-verdianos. A margem EBITDA foi de 49,9%. No 1S11, as receitas móveis foram impactadas positivamente pelo crescimento das receitas de retalho e de roaming, enquanto as receitas da rede fixa foram impactadas positivamente pelo crescimento da banda larga. No 1S11, a CVT lançou: (1) novas ofertas comerciais para o segmento empresarial, sob a nova marca CVT Negócios; (2) diversas campanhas para estimular a utilização de SMS, e (3) novos canais de TV, para fortalecer a dinâmica do mercado IPTV. Os clientes de banda larga e de IPTV aumentaram significativamente, representando 25,1% e 11,1% da base de clientes de rede fixa, respetivamente.

No 1S11, as receitas da CST aumentaram 7,8% face ao 1S10, para 157.890 milhões de dobras são tomenses, e o EBITDA aumentou 1,4% face ao 1S10, para 41.070,5 milhões de dobras são tomenses. A margem EBITDA situou-se em 26,0%. O desempenho do EBITDA foi negativamente impactado por um novo imposto sobre os fornecedores estrangeiros e pelo aumento dos custos comerciais. Excluindo este impacto fiscal, o EBITDA teria aumentado 7,2% face ao 1S10. No 1S11, o serviço móvel em São Tomé e Príncipe atingiu mais de 65% de penetração.

No 1S11, as receitas e o EBITDA da CTM aumentaram 47,2% e 16,0% face ao 1S10, para 1.951,0 milhões de patacas e para 680,3 milhões de patacas, respetivamente. A margem EBITDA foi de 34,9%. O crescimento das receitas foi conseguido em resultado do aumento nas vendas de equipamentos e nos serviços de telecomunicações no segmento empresarial. As receitas de serviço do segmento móvel aumentaram 13,3% face ao 1S10, em resultado do crescimento das receitas de dados e de roaming. As receitas de dados representavam 19,8% das receitas de

02 Análise operacional

serviço. No 1S11, a CTM lançou várias campanhas de marketing com o objetivo de aumentar a penetração de smartphones e de banda larga móvel.

No 1S11, as receitas e o EBITDA da Timor Telecom aumentaram 19,2% e 16,6% face ao 1S10, para 31,1 milhões de dólares e para 16,8 milhões de dólares, respetivamente, principalmente em resultado do forte aumento da base de clientes. No final do semestre, a Timor Telecom tinha 537 mil clientes móveis. A margem EBITDA foi de 54,1%. As receitas de dados representavam 16,0% das receitas de serviço do segmento móvel. No 1S11, a Timor Telecom: (1) lançou uma nova campanha de marketing para celebrar o facto de ter atingido 500 mil clientes móveis; (2) melhorou a sua oferta comercial com o lançamento de diversas campanhas para estimular a utilização de voz e de dados, e (3) fortaleceu a sua rede de distribuição.

03

Alterações das políticas contabilísticas

No seguimento da alienação do investimento na Brasilcel em setembro de 2010 e de acordo com a IFRS 5, o negócio da VIVO foi apresentado como uma operação descontinuada nas demonstrações dos resultados e dos cash flows de 2010.

Por favor consulte informação adicional nas notas das nossas demonstrações financeiras de 30 de junho de 2011.

04

Glossário

| | |
|--|---|
| ARPU | Average Revenue per User. Receita média por cliente. Média mensal das receitas de serviço por número médio de utilizadores no período. |
| Capex | Capital expenditure. Investimento em imobilizado corpóreo e incorpóreo. |
| Cash flow | A diferença entre os cash inflows e os cash outflows num determinado período. |
| Curtailement costs | Custos decorrentes do programa de redução de efectivos. |
| Resultados líquidos por acção diluídos | Resultados líquidos por acção calculado considerando o resultado líquido excluindo os custos relativos às obrigações convertíveis, dividido pelo número de acções diluídas. |
| EBITDA | Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortisation. Resultados operacionais antes de amortizações. EBITDA = resultado operacional + amortizações+ custos com benefícios de reforma. |
| Margem EBITDA | Margem EBITDA = EBITDA / receitas operacionais. |
| Free cash flow | Free cash flow = cash flow operacional+/- aquisições/vendas de investimentos financeiros +/- juros líquidos pagos - pagamentos relativos a responsabilidades de benefícios de reforma - pagamentos relativos a imposto sobre o rendimento +/- dividendos pagos/recebidos +/- outros movimentos de caixa. |
| FTTH | Fibre-to-the-home. Rede de fibra óptica. Rede de nova geração que permite levar fibra óptica até às instalações do cliente. |
| GSM | Global System for Mobile. Rede de rádio digital, internacionalmente estandardizada, que permite a transmissão de voz e de dados. |
| HDTV | High Definition Television. Transmissão do sinal de televisão com uma resolução superior à dos formatos tradicionais. |
| IAS/IFRS | International Accounting Standards/International Financial Reporting Standards. Normas Internacionais de Contabilidade / International Financial Reporting Standards. Novo normativo contabilístico promovido pelo International Accounting Standards Board. Foi adoptado a partir de 1 de janeiro de 2005. |
| Resultado operacional | Resultado antes de resultados financeiros e impostos + custos com o programa de redução de efectivos + menos (mais) valias na alienação de imobilizado + outros custos (ganhos) líquidos. |

04 Glossário

| | |
|---------------------------|--|
| IP | Internet Protocol. Standard que especifica o formato exacto dos pacotes de dados transmitidos através da rede Internet. |
| IPTV | Internet Protocol Television. Serviço de televisão digital disponibilizado na linha telefónica, através de uma conexão de banda larga. |
| RDIS | Rede Digital com Integração de Serviços. Rede de telecomunicações digital que permite a transmissão em simultâneo de voz e de dados sobre um acesso fixo. |
| ISP | Internet Service Provider. Empresa que fornece o acesso à Internet. |
| MMS | Multimedia Message Service. Tecnologia que permite a transmissão de dados nos telemóveis, nomeadamente textos, toques, imagens, fotos e vídeo. |
| MOU | Minutes of Usage. Média mensal em minutos de tráfego de saída e de entrada por número médio de utilizadores no período. |
| Dívida líquida | Dívida líquida = Dívida de curto prazo + dívida de médio e longo prazo – Disponibilidades e títulos negociáveis. |
| NGAN | Next generation access network. Rede de alta velocidade capaz de transportar eficientemente uma variedade de serviços, incluindo voz, dados, vídeo e multimédia. |
| Cash flow operacional | Cash flow operacional = EBITDA - capex +/- alteração do fundo de maneio +/- provisões não monetárias. |
| PRB | Post Retirement Benefits Costs.Custos com Benefícios de Reforma |
| PSTN | Public Switched Telephone Network. Sistema de telefone tradicional instalado sobre linhas de cobre. |
| RGU de retalho por acesso | Acessos de retalho por acesso por acessos PSTN/RDIS. |
| SARC | Subscriber Acquisition and Retention Cost. Custos com aquisição e retenção de clients. SARC = (70% dos custos de marketing e publicidade + comissões + subsídios) / (adições brutas + upgrades). |
| SMS | Short Message Service. Serviço de mensagens curtas de texto para telemóveis, que permite o envio e recebimento de mensagens alfanuméricas. |

04 Glossário

| | |
|--------------------|---|
| Planos Tribais | Tarifa plana pré-paga com tráfego ilimitado entre subscritores com o mesmo plano tarifário. |
| Oferta Triple-play | Oferta integrada de serviços de voz, televisão e Internet. |
| VoD | Video-on-demand. Sistema que permite aos utilizadores a selecção e o visionamento de vídeos. |
| 3G | 3Generation. Terceira geração é um termo genérico que cobre várias tecnologias para redes móveis (UMTS, W-CDMA e EDGE), as quais integram serviços de multimédia, permitindo a transmissão de dados a uma velocidade superior à tecnologia GSM. |

Informação adicional

Esta informação está também disponível no site de Relação com Investidores da PT em <http://ir.telecom.pt>

Contactos

Luís Pacheco de Melo

Group Chief Financial Officer
luis.p.melo@telecom.pt

Bruno Saldanha

Chief Accounting Officer
bruno.m.saldanha@telecom.pt

Nuno Vieira

Investor Relations Officer
nuno.t.vieira@telecom.pt

Portugal Telecom

Avenida Fontes Pereira de Melo, 40
1069-300 Lisboa, Portugal
Tel.: +351 21 500 1701
Fax: +351 21 500 0800

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

A PT está cotada na Euronext e na New York Stock Exchange. Encontra-se disponível informação sobre a empresa na Reuters através dos códigos PTC.LS e PT e na Bloomberg através do código PTC.PL.