



# Apresentação de Resultados

Ano de 2008

18 Fevereiro 2009

## Aviso importante



O presente comunicado contém objectivos acerca de eventos futuros, de acordo com o U.S. Private Securities Litigation Reform Act de 1995. Tais objectivos não constituem factos ocorridos no passado, reflectindo apenas expectativas da gestão da empresa. Os termos “antecipa”, “acredita”, “estima”, “espera”, “prevê”, “pretende”, “planeia”, e outros termos similares, visam identificar tais objectivos, os quais obviamente envolvem riscos ou incertezas, previstos ou não pela empresa. Os resultados futuros da actividade da empresa podem portanto diferir das actuais aspirações. Os objectivos 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.



## Destaques 2008

- > Fortes resultados anuais em 2008 e melhoria em todos os negócios
- > Inversão da tendência nas adições líquidas dos acessos totais e das receitas do negócio fixo doméstico impulsionadas pelo forte crescimento da TV
- > Forte crescimento no negócio doméstico móvel suportado pelos serviços de dados e por ofertas convergentes
- > Crescimento contínuo da rentabilidade nas operações móveis internacionais através do aumento da contribuição de cash flow
- > Forte geração de cash flow, apesar do investimento realizado para o crescimento do negócio, como resultado do enfoque contínuo em controlo e optimização de custos
- > Aumento da dívida líquida devido ao programa de recompra de acções
- > Maturidades da dívida e posição líquida adequadas

## Sólidos resultados no 4T e no ano



### Destaques financeiros

Milhões de euros

	4T08	Δ% y.o.y	2008	Δ% y.o.y
Receitas Operacionais	1.701	5,1%	6.734	9,5%
EBITDA exc. PRBs	616	7,2%	2.488	8,6%
EBITDA	604	-4,3%	2.443	3,7%
Resultado líquido exc. impactos extraordinários	149	41,7%	637	4,7%
Resultado líquido	144	100,3%	582	-21,6%
Resultado líquido por acção (Euros)	0.17	62,8%	0.69	23,9%
Cash flow Operacional	343	-13,7%	1.374	-4,1%
Dívida Líquida			5.571	27,1%
Resp. não financ. líq. de impostos com ben. de reforma			1.330	38,8%

# Sólida performance operacional



## Destaques operacionais

Milhares de Clientes

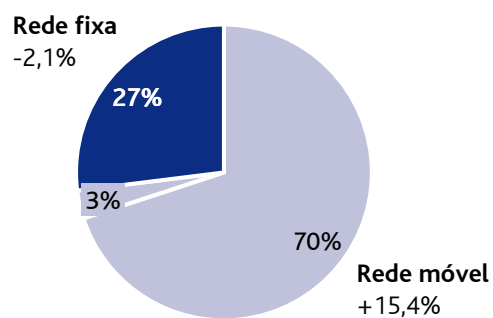
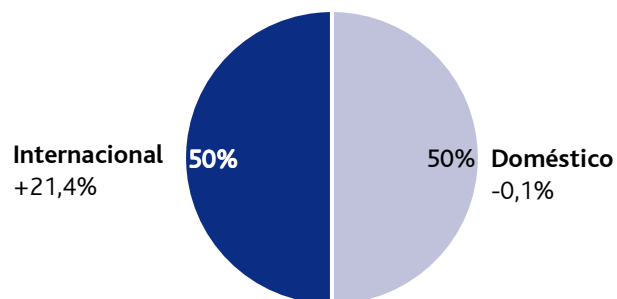
	2008	Δ% y.o.y
Clientes	70.492	27,7%
Acessos de retalho da rede fixa (RGUs)	3.867	5,0%
Acessos de retalho ADSL	727	11,5%
Clientes de TV	312	nm
Clientes TMN	6.944	10,9%
Dados em % das receitas de serviço (Pct)	20,3	4,3pp
Clientes Vivo	44.945	34,2%
Ponderação de clientes GSM e 3G (Pct)	69,2	35,5pp
Dados em % das receitas de serviço (Pct)	10,2	1,6pp

# Crescimento sustentado nas operações domésticas e internacionais



## Contributo para receitas consolidadas 2008

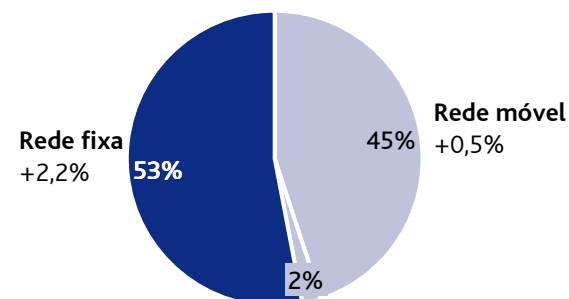
100% = 6.734 Milhões de Euros



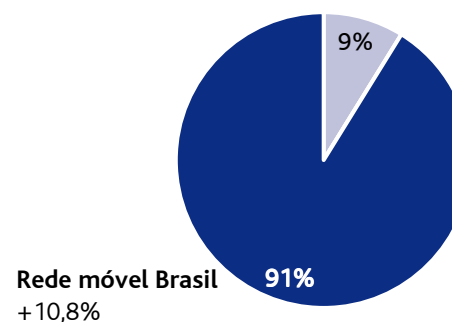
## Contributo para receitas consolidadas 4T08

100% = 1.701 Milhões de Euros

### Mercado doméstico



### Mercado internacional



Contribuição dos activos internacionais consolidados aumentou de 44,7% em 2007 para 49,6% em 2008

## Marcos estratégicos de 2008

### Mercado Doméstico

- > Nova organização comercial e operacional com enfoque no cliente e em soluções, resultante da fusão entre os segmentos Fixo e Móvel (Particulares, Residencial, PMEs/SoHo, Empresarial e Wholesale)
- > Inflexão histórica da perda de RGUs no retalho da rede fixa, com adições líquidas positivas desde o 2T08, resultante do sucesso do MEO
- > Fornecedor preferencial para o segmento empresarial
- > Sólido crescimento do negócio móvel, apoiado no crescimento da banda larga móvel e do pós-pago, consolidando a liderança de mercado
- > Crescente diferenciação no mercado, alavancando capacidades únicas da convergência Fixo-Móvel (e.x., Office Box para PMEs e SoHo)

### Mercado Brasileiro

- > Conclusão do turnaround da Vivo, através de um crescente enfoque no serviço ao cliente, reflectido em resultados sólidos no período
- > Cobertura nacional alcançada com a aquisição da Telemig e o início das operações no Nordeste
- > Resultado líquido positivo e pagamento de dividendos da Vivo

### Mercado Africano

- > Crescimento sustentado na liderança de mercado, com elevadas rentabilidades e foco em níveis de eficiência e produtividade em todas as operações, assegurando a proliferação de melhores práticas
- > Repatriação de capital

Aumento do foco no cliente através de uma execução e eficiência elevada

Foco nos segmentos individuais

Pessoal

Residencial

PMEs

Empresarial

Wholesale

Partilha de plataformas pelos vários segmentos

Customer Care

Operações e Rede

Marketing

Áreas de suporte ao negócio

# Crescimento sem precedentes em televisão, contudo, sem atingir ainda massa crítica



## Conteúdos e funcionalidades únicas



> Mais de 110 canais com activação instantânea



> VoD em tempo real, com mais de 1500 títulos em SP ou HD



> Filmes e desporto



> Última geração de set-top-boxes com interface muito desenvolvido (e.x. PVR e EPG)

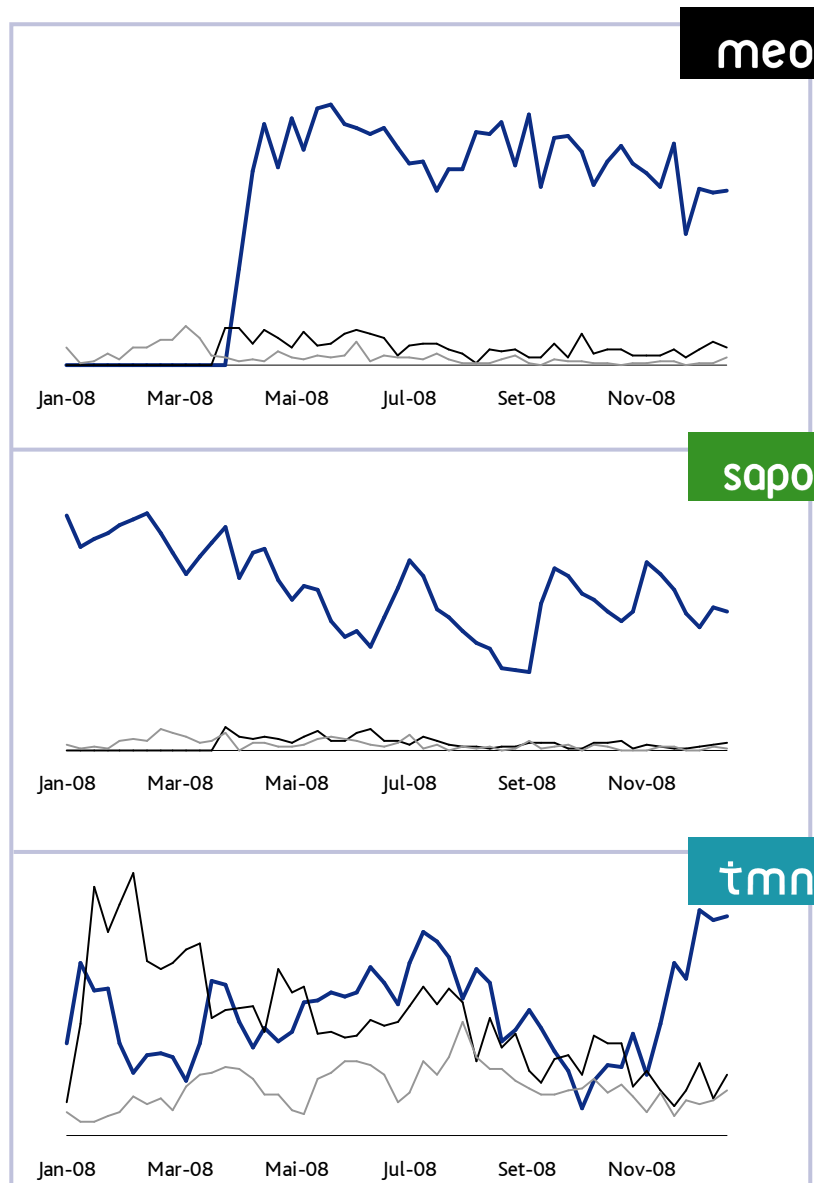


> Marca inovadora com níveis de notoriedade nunca vistos (50% de notoriedade espontânea)

## ... a qualquer hora, em qualquer

<b>TV</b> 	 IPTV	> IPTV sobre ADSL 2+ em áreas urbanas
	 Satellite	> Cobertura nacional com DTH
	 TDT	> TDT como acesso complementar (licença ganha pela PT em 2008)
<b>Móvel</b> 	 MEO Mobile meo mobile	> MEO em qualquer lado, a qualquer hora > Disponível em 3G e em vídeo
<b>PC</b> 	 SAPO sapo.pt	> Conteúdo integrado com o Portal Sapo

## PT tem quatro marcas no top dez de notoriedade de marca



Meo com constantes níveis de elevada notoriedade desde o seu lançamento nacional

- > Recordação comprovada e espontânea mantêm-se em cerca de 40% e 50%, respectivamente
- > Notoriedade da marca acima da da concorrência, apesar do serviço ter sido lançado recentemente
- > Meo no top dez de notoriedade da marca

Sapo é, de forma clara, líder de notoriedade da marca no seu segmento

- > Recordação comprovada mantém-se acima de 30%

TMN lidera um mercado competitivo no que diz respeito a marcas

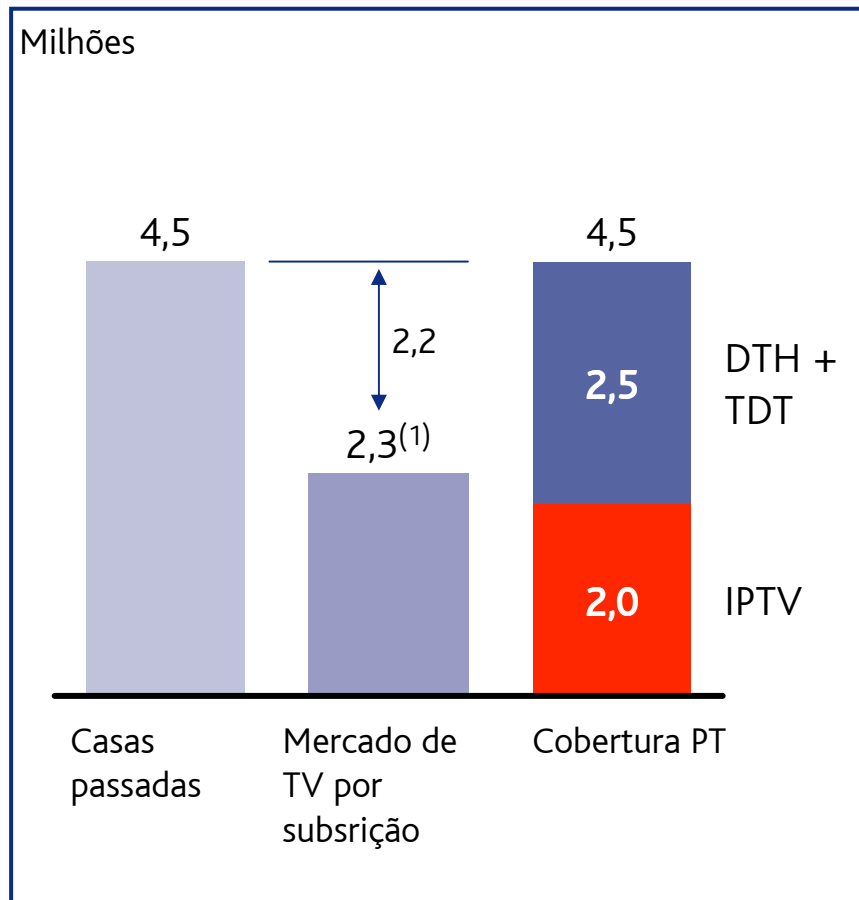
- > Recordação comprovada atinge os 30%

Nota: Informação com base em estudos de mercados realizados pela Publivaga, uma empresa independente de marketing research

# Potencial de crescimento significativo em televisão



## Casas passadas com TV



## Penetração de televisão por subscrição



(1) Estimativa PT (4T08)

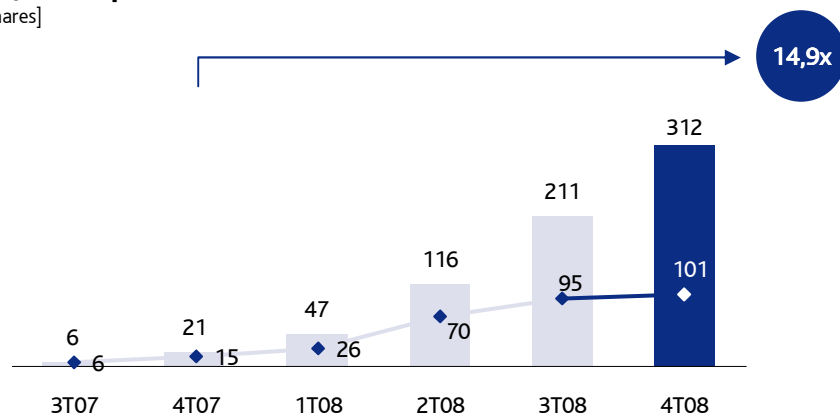
Fonte: INE, Screen Digest (Clientes TV por subscrição 08E); Yankee (casas passadas no 3T08)

# TV impulsiona a inflexão nas RGUs e receitas do negócio fixo



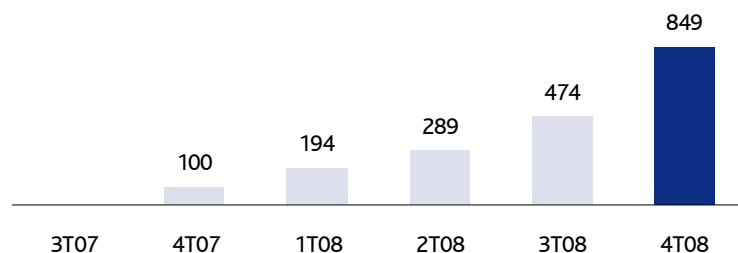
## Adições líquidas e clientes Meo

[Milhares]



## Clientes VoD pagantes

[Base 100]



## Comentários

- > A base de clientes de televisão aumentou 14,9x e o Meo tem já 312 mil clientes e cerca de 14%<sup>(1)</sup> de quota de mercado de televisão
- > Cerca de 50% das adições líquidas de televisão são novos clientes para a PT
- > ARPU beneficiou do sucesso de serviços de valor acrescentado, nomeadamente do VoD sendo que 45% dos clientes de IPTV já usaram o serviço e consomem em média 2,8 filmes por mês
- > A marca Meo, lançada em Abril de 2008, foi recentemente reconhecida como a segunda marca mais popular, imediatamente a seguir à marca da rede móvel da PT, a TMN

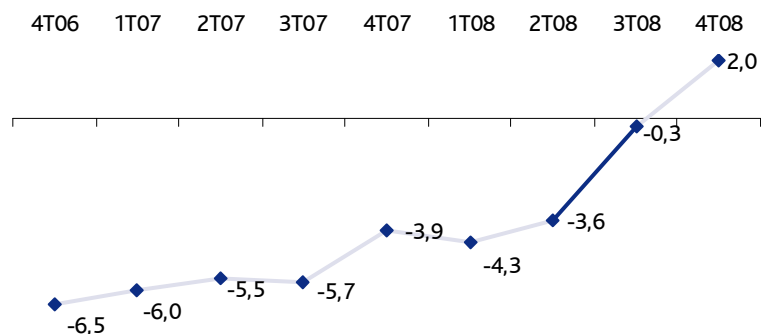
(1) Estimativa PT (4T08)

# Inflexão nas tendências seculares do negócio fixo



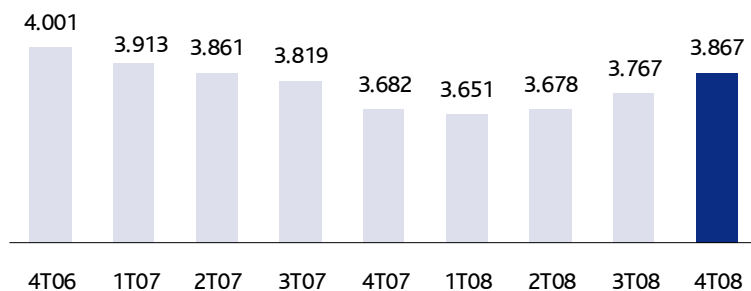
## Crescimento de receita

[Milhões de Euros]



## RGUs de retalho

[Milhares]



## Comentários

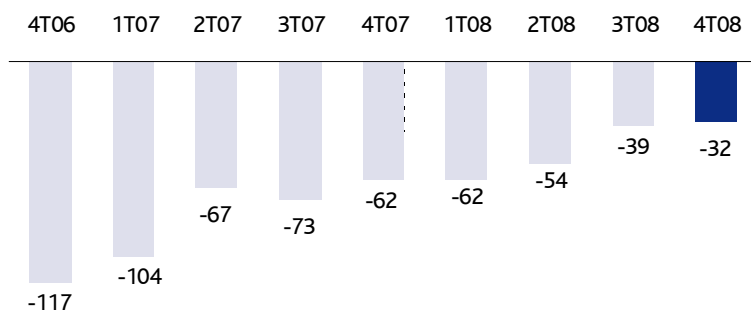
- > Momento de melhoria e sustentável crescimento de receitas
  - Reversão contínua da tendência secular nas receitas de retalho, por via do sucesso do Meo
  - Forte crescimento de receitas de dados e soluções empresariais por via da oferta de soluções e serviços mais integrados
- > Enfoque em clientes de elevado valor que têm ofertas integradas de 3 serviços e menos churn

# Melhoria na perda líquida de linhas e nas adições líquidas de banda larga



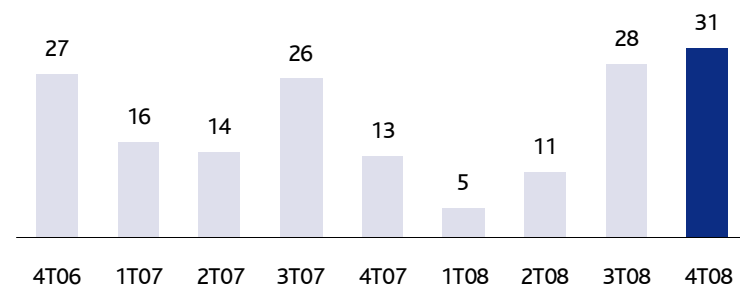
## Adições líquidas de linhas PSTN / RDIS

[Milhares]



## Adições líquidas de banda larga<sup>(1)</sup>

[Milhares]



## Comentários

- > Perda de linhas PSTN de 32 mil no 4T08 e de 182 mil em 2008, que compara com 62 mil e 306 mil no mesmo período do ano anterior
- > Melhoria na perda de linhas PSTN devido ao sucesso das ofertas 3 play
- > Sólido número de adições líquidas de elevada qualidade de banda larga
  - 43,7% de quota de mercado no final do ano
  - 35 mil adições líquidas de clientes pós-pago
- > Oferta conjunta de banda larga móvel com a marca ADSL da PT, Sapo, resulta em oportunidades de up sell e torna a sua oferta mais atractiva à base de clientes já existente

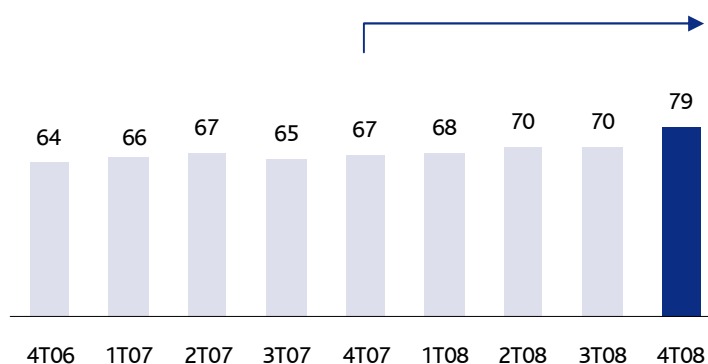
(1) 4T07 ajustado à limpeza de 103 mil clientes da base de clientes, relacionada com os clientes de banda larga pré-pagos inactivos.

# Fornecedor preferido pelo mercado empresarial, com quota de mercado estável



## Receitas de dados e soluções empresariais

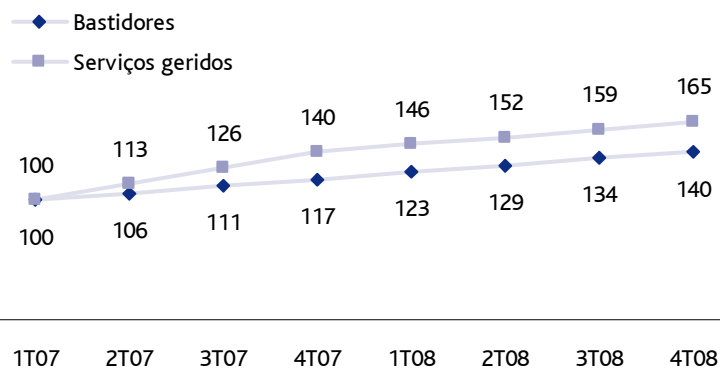
[Milhões de Euros]



17,7%

## Bastidores e serviços geridos

[Base 100]



## Comentários

- > Crescimento de 17,7% no 4T08 e de 7,9% em 2008 y.o.y, em que os contractos de maior relevo começam a gerar receita significativa
- > Forte crescimento na área de bastidores e serviços geridos (20%)
- > Integração de circuitos alugados para serviços baseados em IP
- > Forte crescimento na gestão de workstations
- > Manutenção de sólido pipeline:
  - Captação de mais contratos de prestação de serviços
  - Up selling e cross selling para clientes já existentes

# Banda larga móvel TMN como referência internacional e nacional



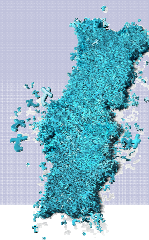
## Oferta premium

- > Velocidade de 7,2 Mbps para download e 1,4 Mbps para upload
- > Projecto piloto baseado em HSPA+ que disponibiliza velocidades até 21Mbps
- > Processo de instalação rápido e intuitivo
- > SMS (inbound e outbound)
- > Conta de e-mail com 1GB antivírus e anti-spam
- > Controlo de uso através de SMS de alerta



## Cobertura

- > Acima de 90% de cobertura 3G (pop.)
  - Boa qualidade de cobertura em cerca de 97% das áreas urbanas
  - Boa qualidade de cobertura em cerca de 88% das estradas nacionais



## Protocolos com entidades públicas (e-escolas)

- > Cooperação com o Governo Português na venda subsidiada de computadores de última geração com banda larga móvel a estudantes e professores
- > Já foram distribuídos mais de 300.000 computadores

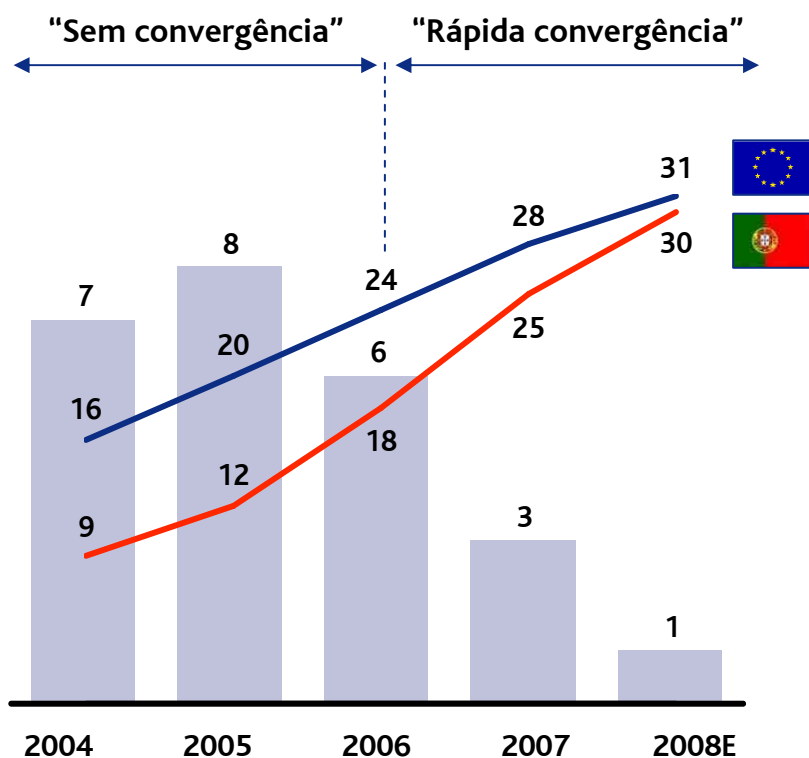


# Penetração de computadores portáteis permite crescimento da banda larga móvel



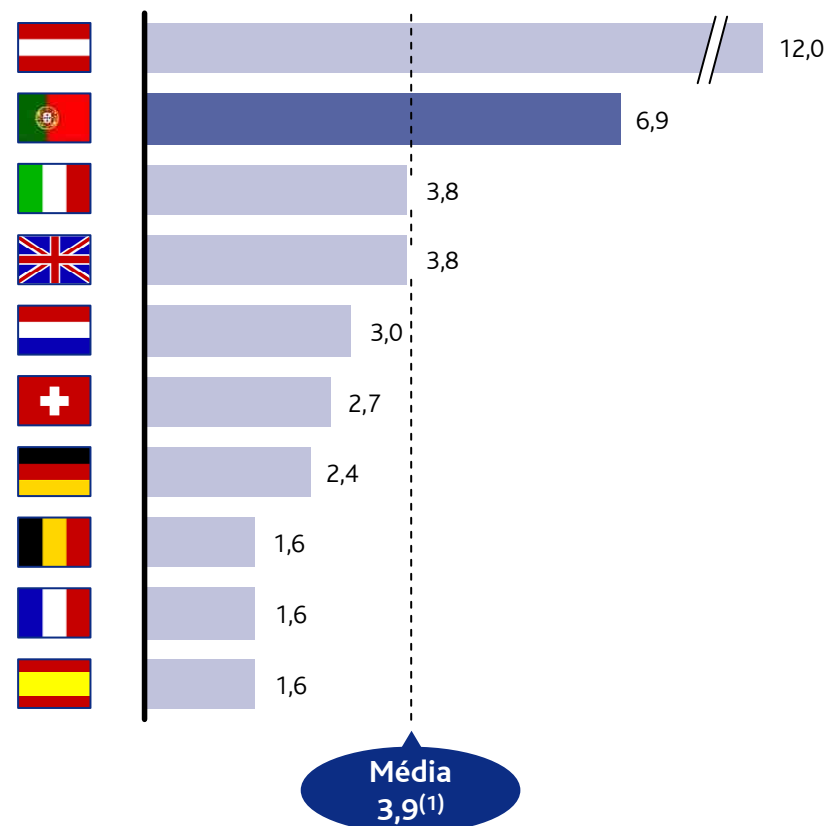
## Aumento considerável da penetração de pc portátil

Percentagem da população com pc portátil



## Forte crescimento na penetração de banda larga móvel

Percentagem da população detentora de um cartão de banda larga móvel 2008E



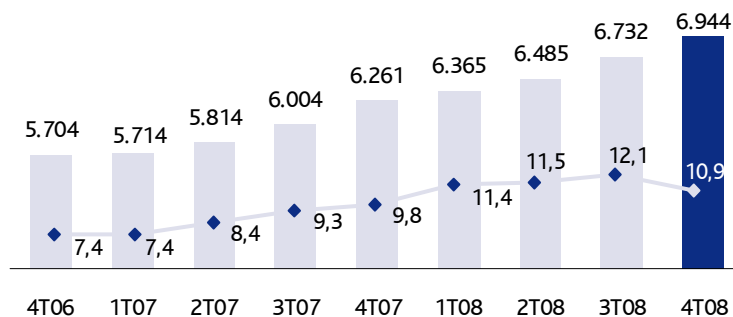
(1) 10 países (Espanha, França, Bélgica, Alemanha, Suíça, Holanda, Reino Unido, Itália, Portugal e Áustria)  
 Fonte: Pyramid; Yankee Group

# Forte crescimento na base de clientes por via da banda larga móvel



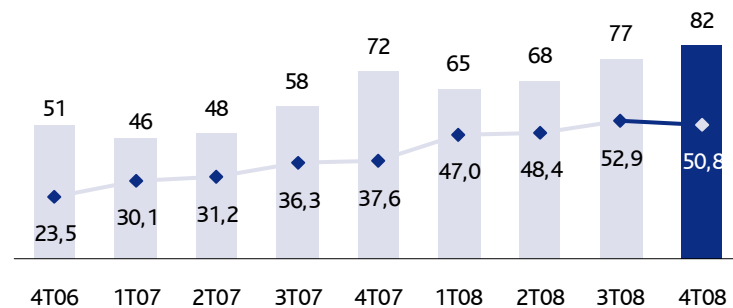
## Base de clientes e crescimento

[Milhares, pct]



## Receitas de dados e % de dados não-sms

[Milhões de Euros, pct]



## Comentários

- > Contínuo crescimento da base de clientes
  - Adições líquidas no 4T08 de 212 mil
  - Aceleração trimestre a trimestre apesar do desafiante ambiente económico

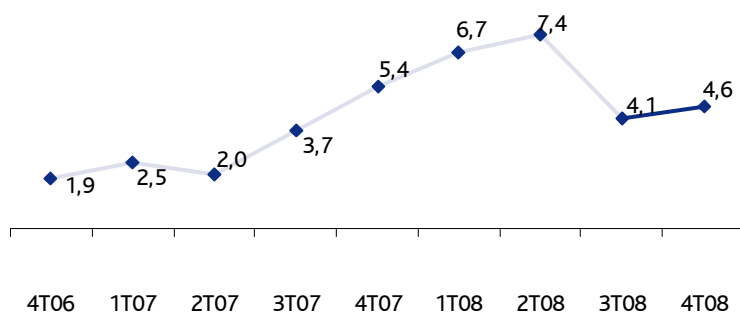
- > Receitas de dados não-SMS aumentou 54% no 4T08, quando comparadas com o 4T07
- > Aumento dos serviços de dados, baseado nos dados não-SMS que quase duplicaram, numa base anual, continuando a contribuir para o crescimento das receitas
  - Dados não-SMS representam cerca de 51% das receitas de dados no 4T08

# TMN com crescimento resiliente



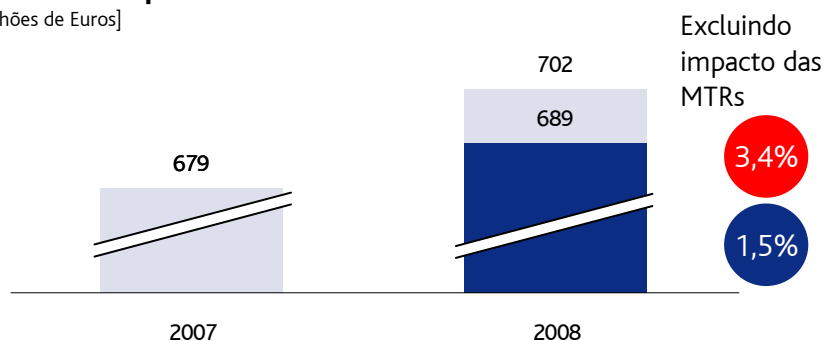
## Crescimento de receitas de cliente

[Pct]



## EBITDA e impacto das MTRs em 2008

[Milhões de Euros]



## Comentários

- > Receitas de cliente aumentaram 4,6% y.o.y no 4T08, por via do forte crescimento da base de clientes e contra a descida das tarifas de roaming
  - Forte angariação de clientes (683 mil em 2008, um aumento de 22,5%)
  - 4T08 é o oitavo trimestre consecutivo de crescimento de receitas de cliente na TMN
- > No 4T08 EBITDA diminui por via de:
  - Menores MTR's
  - Custos comerciais mais elevados devido a uma maior actividade comercial centrada na campanha de Natal
  - Aumento dos custos de suporte a cliente
- > Ajustando o impacto negativo das MTR's, o EBITDA teria aumentado 3,4% em 2008 e 3,0% y.o.y no 4T08

# Convergência fixo-móvel, uma forma de diferenciação



## Serviços

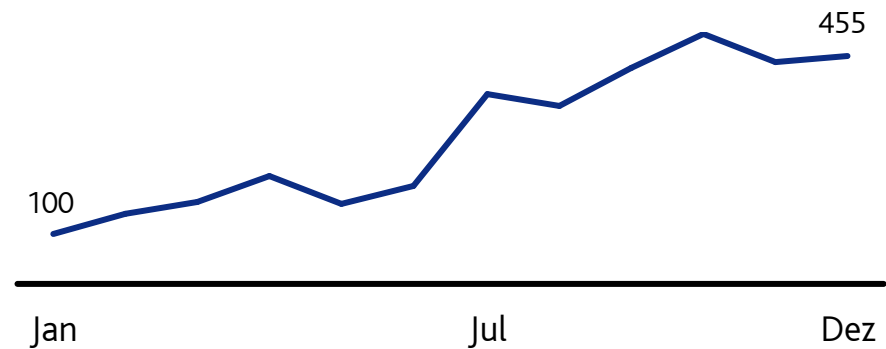
	sapo <span>adsl</span> <small>Vive a outdoor</small>	meo
Mercado	Banda larga móvel	
	ADSL	
	WI-FI	
	Voz Fixa	
		TV
		VOD



	equipamentos OFFICE BOX
PMEs e SoHo	Banda larga móvel
	ADSL
	Voz Fixa
	Voz Móvel
	Equipamento
	PC

## Adições brutas

Indexado

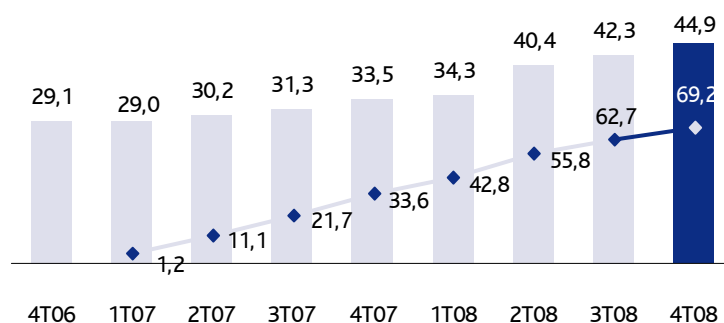


# Forte performance operacional como resultado do turnaround da Vivo



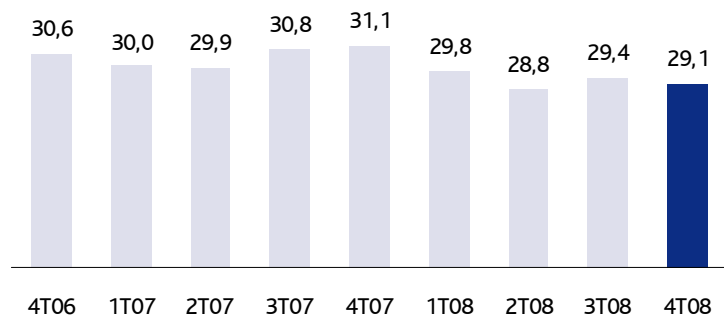
## Clientes e peso de clientes GSM<sup>(1)</sup> + 3G

[Milhões, pct]



## ARPU

[Reais]



## Comentários

- > A base de clientes da Vivo aumentou 34,2% y.o.y para 44.945 mil
- > No final de 2008, a Vivo tinha uma quota de mercado de 29,8%, mantendo a liderança no mercado brasileiro

- > O ARPU no 4T08 decresceu 6,2% y.o.y para 29,1 reais devido ao forte crescimento da base de clientes e à diminuição do ARPU de interligação, resultado da migração de tráfego de fixo-móvel para tráfego móvel-móvel
- > O ARPU de cliente diminuiu apenas 3,2% y.o.y no 4T08 apesar do forte crescimento da base

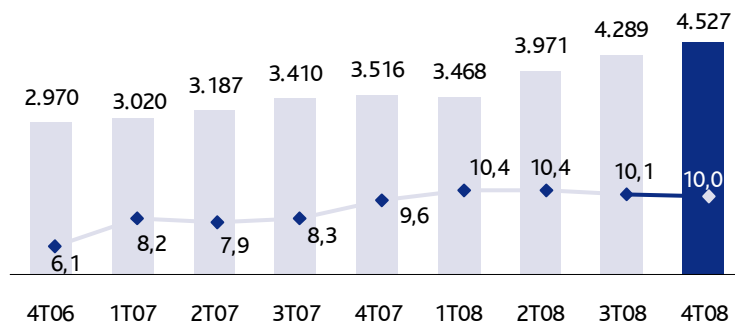
(1) Inclui Telemig desde o 2T08

# Receitas e EBITDA da Vivo reflectem crescimento equilibrado



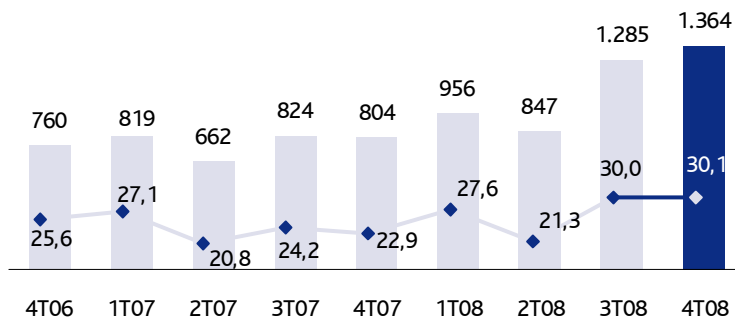
## Receitas e dados como % receitas de serviço

[Milhões de Reais, pct]



## EBITDA<sup>(1)</sup> e margem EBITDA<sup>(1)</sup>

[Milhões de Reais, pct]



## Comentários

- > Forte crescimento das receitas
  - Receitas de serviço aumentaram 30,8% y.o.y no 4T08 impulsionadas pelo forte crescimento da base de clientes e dados e também por via da consolidação da Telemig
  - Excluindo a Telemig, as receitas de serviço teriam crescido 17,8%
- > Forte crescimento das receitas, +32,8% y.o.y
  - Aumento do ZAP; flash/desk MODEM; blackberry e clientes smart-mail
  - Aumento do uso de SMS
  - Aumento do uso de conteúdos em SMS
- > EBITDA reflecte a expansão da margem
  - EBITDA aumentou 59,8% y.o.y no 4T08, por via do crescimento da base de clientes e controlo de custos
  - Expansão da margem em 5,9pp para 30,1%

(1) Excluindo impactos extraordinários

# África como um mercado estratégico



## Estratégia da PT para África

Enfoque na execução e em melhoria operacional

Ganhos de sinergias através da implementação de melhores práticas

Analisar oportunidades de expansão que possam trazer valor ao porfolio da PT



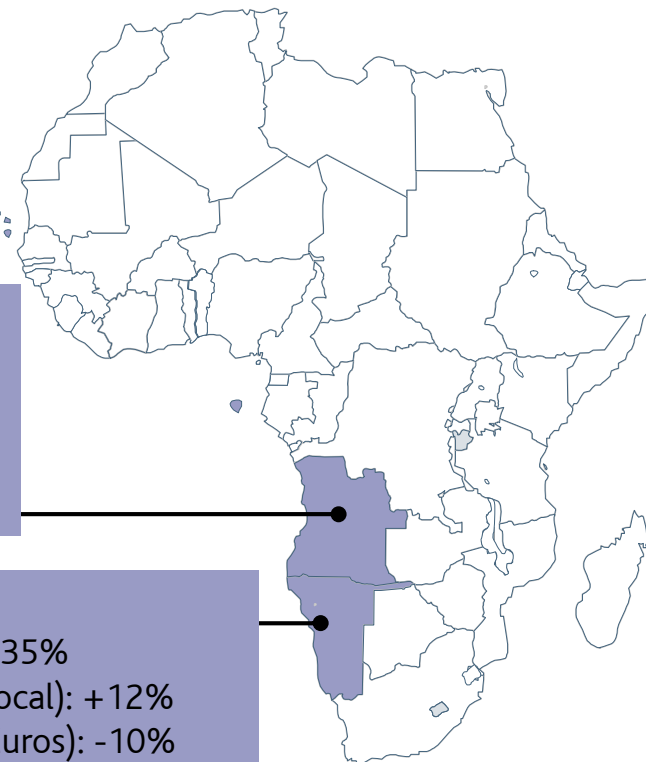
- > Clientes: +71%
- > Receitas (local): +8%
- > Receitas (Euros): +8%
- > Margem EBITDA: 60%



- > Clientes: +38%
- > Receitas (local): +43%
- > Receitas (Euros): +33%
- > Margem EBITDA: 61%



- > Clientes: +35%
- > Receitas (local): +12%
- > Receitas (Euros): -10%
- > Margem EBITDA: 50%

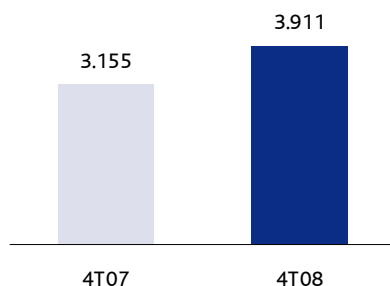


- > Forte crescimento em mercados chave, com rentabilidade, e numa envolvente competitiva cada vez mais dinâmica
- > Contribuição dos activos internacionais impactada negativamente pela tendência de desvalorização das moedas (ex. Dólar Namibiano)

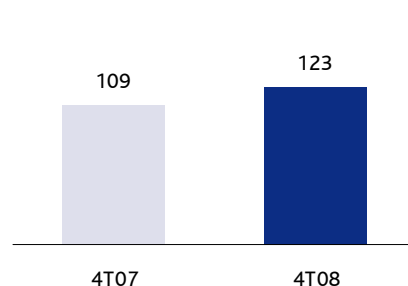
# Internacional exc. Brasil: destaques financeiros e operacionais



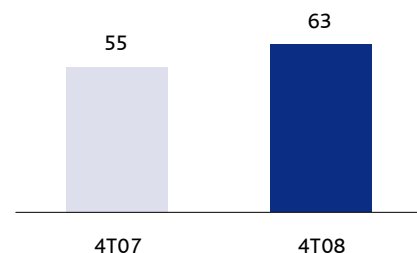
**Clientes móvel<sup>(1)</sup>**  
[Milhares]



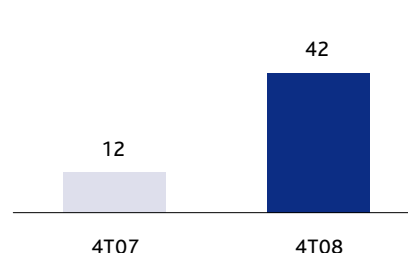
**Receitas<sup>(1)</sup>**  
[Milhões de Euros]



**EBITDA<sup>(1)</sup>**  
[Milhões de Euros]



**Resultado Líquido<sup>(1) (2)</sup>**  
[Milhões de Euros]



## Comentários

- > Forte crescimento da base de clientes em 2008, nomeadamente da Unitel (+38,2% y.o.y) e da MTC (+34,7% y.o.y)
- > Menor contribuição para as receitas consolidadas da MTC devido à desvalorização do Dólar Namibiano, que mais do que compensou o crescimento registado em moeda local (+12,0% em 2008 y.o.y) ...
- > ... mas maior contribuição para o EBITDA consolidado, apesar da desvalorização do Dólar Namibiano
- > Os activos internacionais excluindo o Brasil já representam 17% do resultado líquido em 2008, comparando com 11% em 2007

(1) Consolidação pró-forma dos activos internacionais, considerando as participações detidas pela PT. Exclui investimentos no Brasil. IFRS

(2) Excluindo itens excepcionais

# Sustentabilidade e responsabilidade social, uma prioridade para a PT



## Sociedade



- > Compromisso para com a Sociedade de Informação através de uma actuação a diferentes níveis:
  - Educação: melhoria do aproveitamento escolar com a consolidação do programa e-Escolas (>350 mil laptops distribuídos), lançamento do portal Sapo Kids e do programa de redes inter-escolas
  - Saúde: aumento da eficiência dos cuidados de saúde através da implementação de soluções de tele-medicina e ligação de centros hospitalares
  - Casa: reforço do papel da PT no pioneirismo tecnológico disponibilizando novos serviços de valor acrescentado para a casa (p.ex., televisão do futuro, Sapo na TV e soluções de tele-vigilância)

## Ambiente



- > Actuação directa em torno de 4 eixos:
  - Consumo de energia, com medidas sobre as principais fontes consumidoras (redução de 25% do consumo de combustível da frota automóvel)
  - Cargas ambientais (resíduos e emissões), com a implementação de várias medidas concretas (redução de 18% do nível de emissões de CO<sub>2</sub>)
  - Impacto ambiental, monitorização do impacto dos diversos componentes como por exemplo radiação e ruído (p.ex., 94% dos sites móveis com radiações 1.000x abaixo do limite legal)
  - Consumo de recursos, com a implementação de medidas de redução de consumo de água (p.ex., redução de 10% entre 2006 e 2008) e papel

## Colaboradores



- > Reforço da aposta na valorização e desenvolvimento profissional de todos os colaboradores PT:
  - 134 trainees e 200 técnicos estagiários
  - 460 mil horas de formação (+8% face a 2007)
  - Rotação internacional de quadros
- > Lançamento de medidas orientadas ao bem-estar:
  - Programas de formação (atribuição de mais de 350 bolsas de estudo a colaboradores de reduzido rendimento)
  - Acesso a bibliotecas internas sem custo de acesso (mais de 8 mil títulos requisitados)
  - Acesso a iniciativas de voluntariado (mais de 400 colaboradores estiveram já envolvidos)



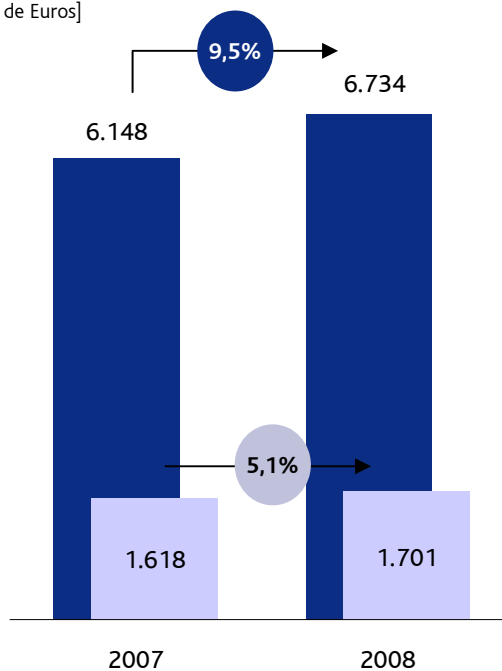
# Destaques financeiros

# Desempenho das receitas impulsionado pelo crescimento no negócio móvel



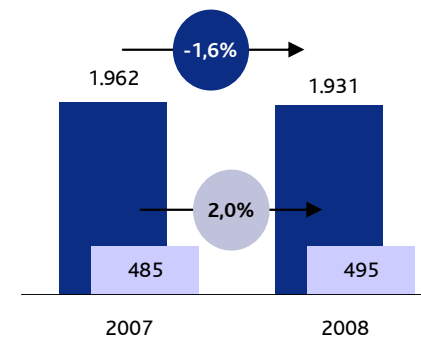
## Receitas

[Milhões de Euros]



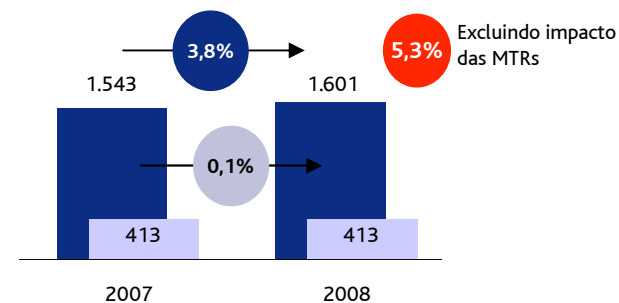
## Rede Fixa

[Milhões de Euros]



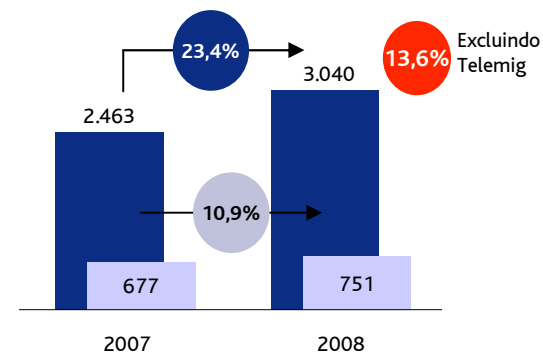
## TMN

[Milhões de Euros]



## Vivo

[Milhões de Euros]



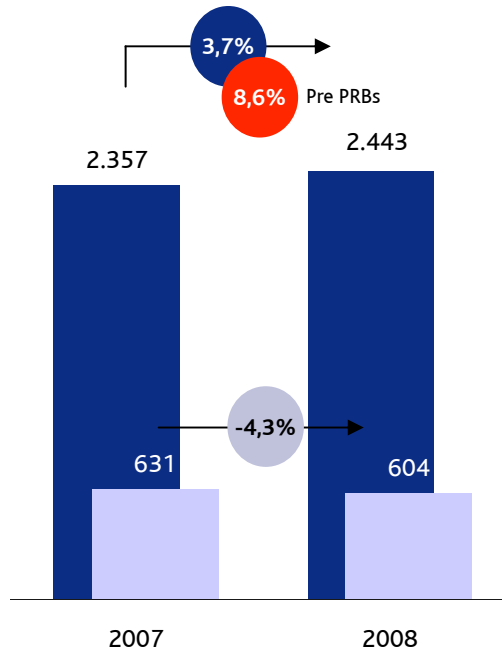
- > Vivo e TMN como condutoras de crescimento
- > Rede fixa mostra uma inflexão nas tendências de crescimento no 4T08

■ Resultados anuais  
■ 4º Trimestre

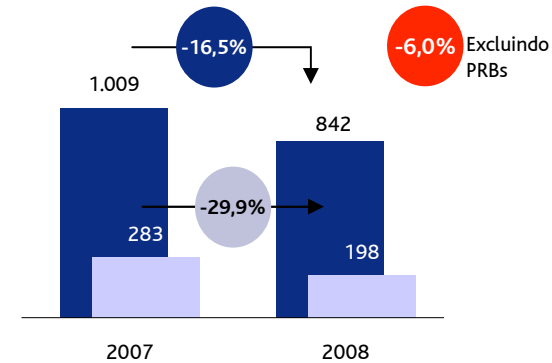
# Desempenho do EBITDA suportado pelo crescimento das receitas



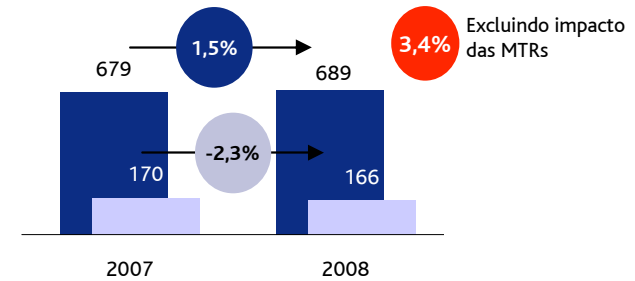
**EBITDA**  
[Milhões de Euros]



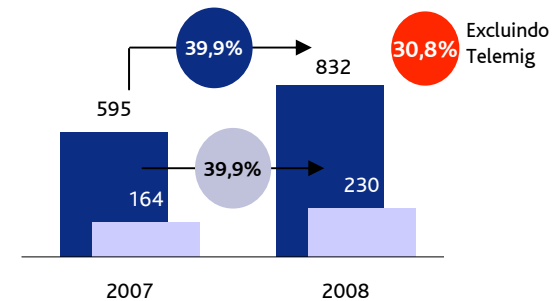
**Rede Fixa**  
[Milhões de Euros]



**TMN**  
[Milhões de Euros]



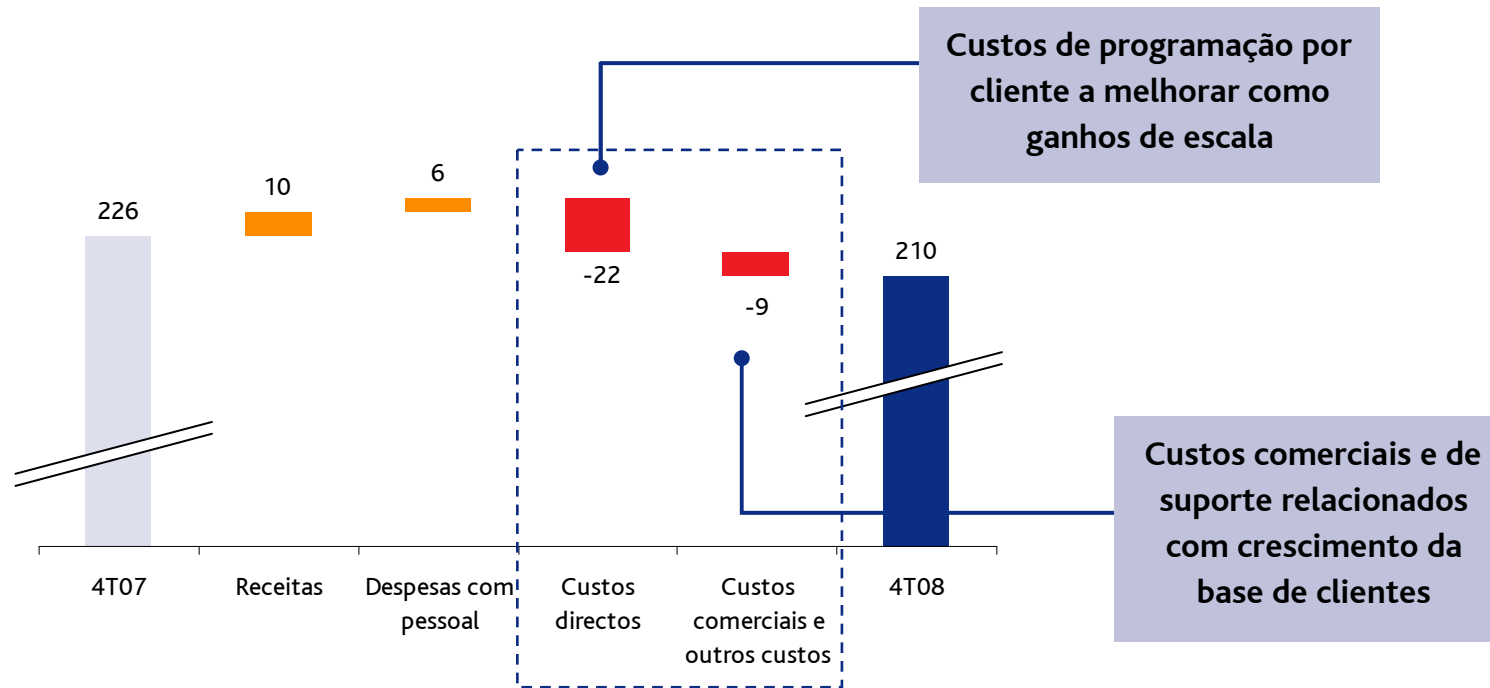
**Vivo**  
[Milhões de Euros]



- > Rede fixa reflecte ganhos com serviços passados em 2007 e esforço de angariação de clientes
- > TMN reflecte MTRs
- > Vivo revela forte expansão de margem

■ Resultados anuais  
■ 4º Trimestre

## Evolução do EBITDA excluindo PRBs da rede fixa no 4T08 reflecte crescimento



EBITDA reflecte crescimento da base de clientes

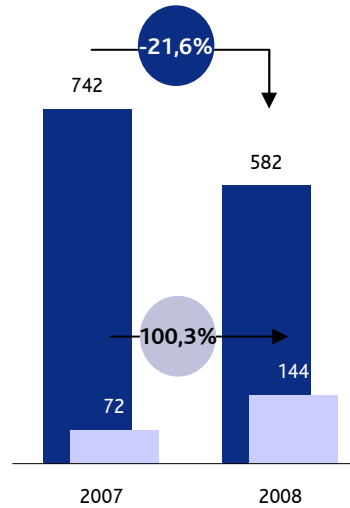
- > Crescimento das receitas de cliente por via do Meo, que está a permitir a reversão da tendência secular nas receitas de retalho, e por via do segmento de dados e soluções empresariais
- > Custos directos reflectem o aumento dos custos de programação devido ao aumento da base de clientes Meo
- > Custos comerciais e outros custos sob pressão devido a custos com comissões e marketing e a custos de suporte ao cliente relacionados com o crescimento do segmento de televisão

# Momento de crescimento de resultado líquido diluído



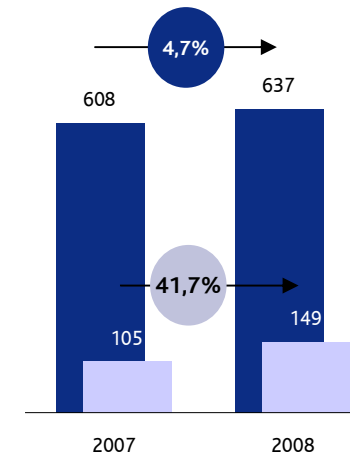
## Resultado líquido básico

[Milhões de Euros]



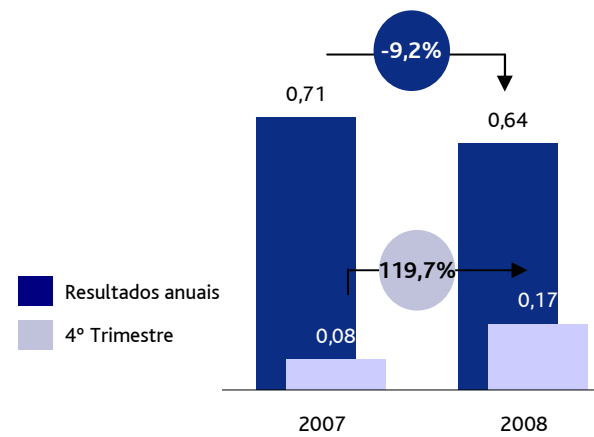
## Resultado líquido diluído<sup>(1)</sup>

[Milhões de Euros]



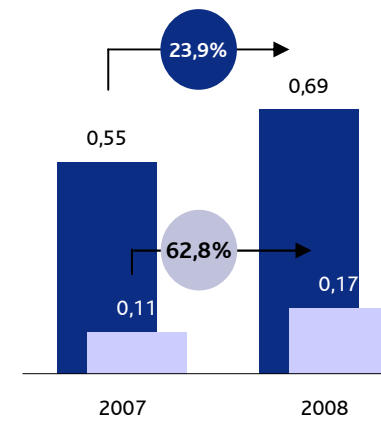
## Resultado líquido por ação básico

[Euros]



## Resultado líquido por ação diluído<sup>(1)</sup>

[Euros]

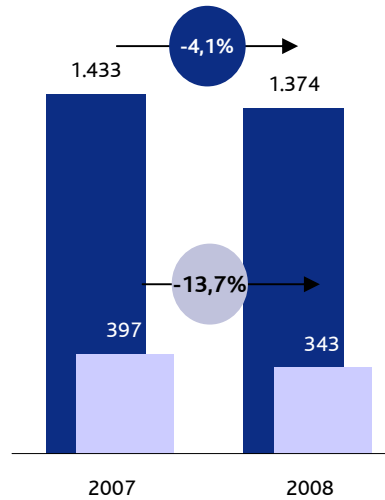


# Cash flow impactado pelos investimentos em TV e 3G



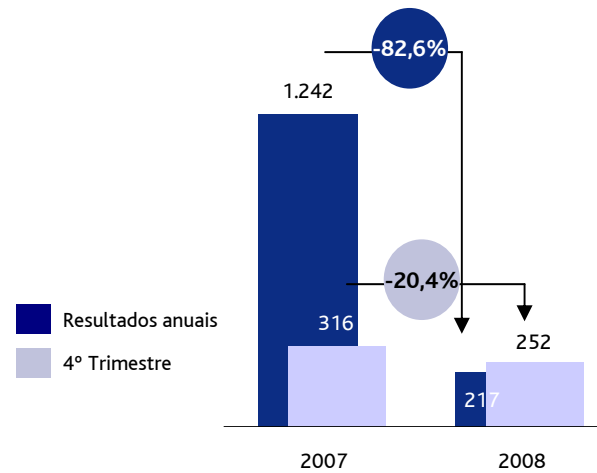
## Cash flow operacional

[Milhões de Euros]



## Free cash flow

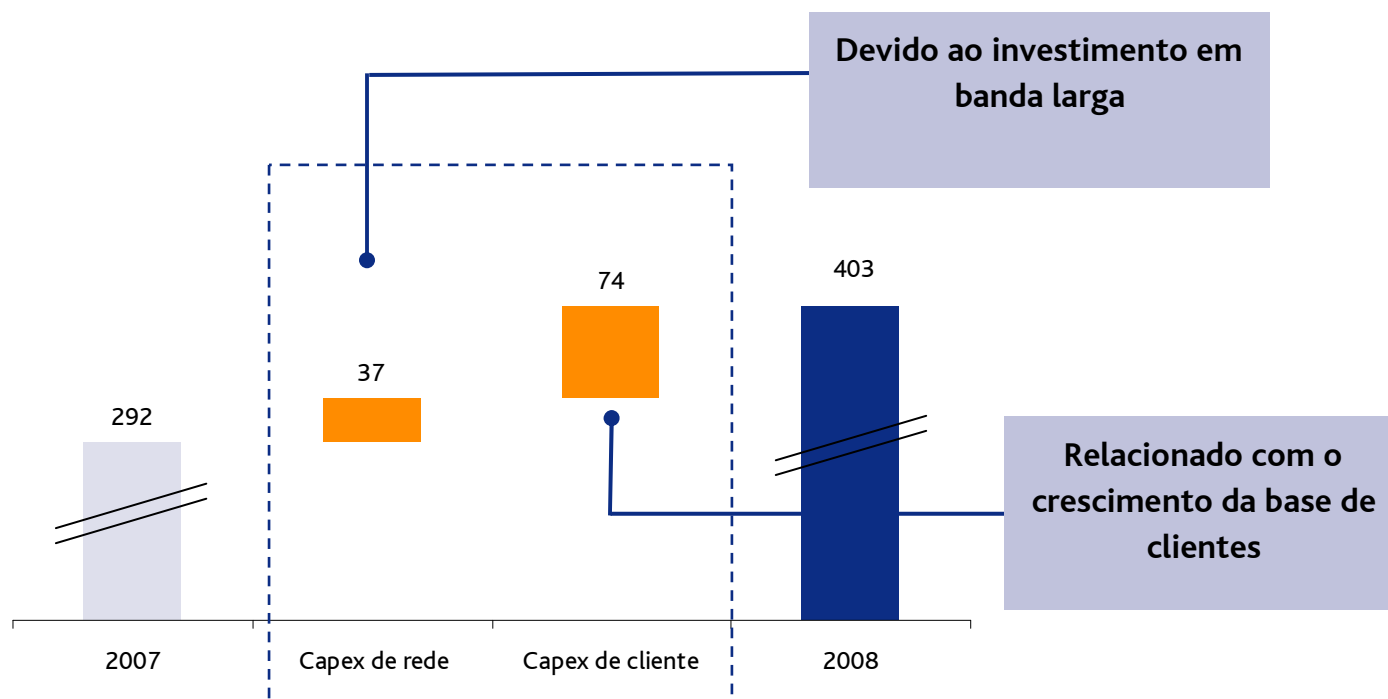
[Milhões de Euros]



## Comentários

- > 2008 impactado por aumento de capex devido aos investimentos em TV e ao GSM e 3G no Brasil
- > Boa gestão de fundo de manei
- > 2007 impactado por alienações significativas, gerando 321 milhões de euros (PTM, acções do BES e Africatel)
- > 2008 impactado pela aquisição da Telemig (517 milhões de euros), maior custo dos juros (66 milhões de euros), contribuições para pensões (30 milhões de euros) e impostos (39 milhões de euros)

## Capex da rede fixa em 2008 impulsionado pela aquisição de clientes



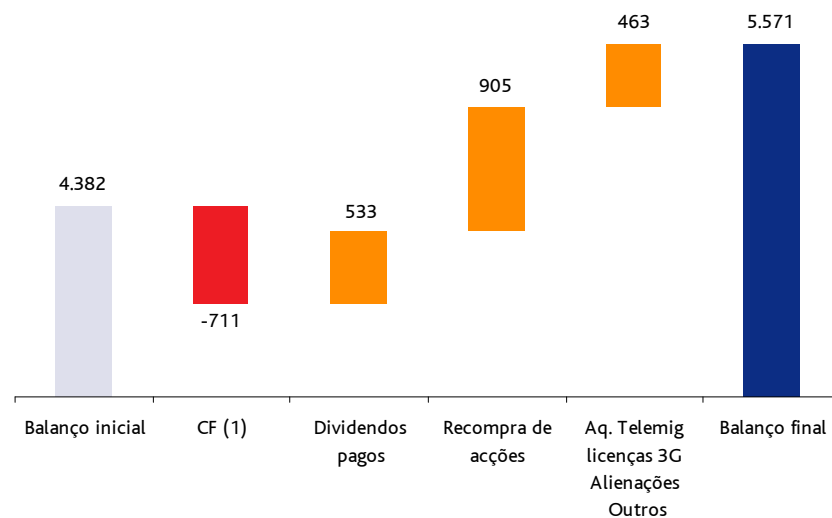
Capex impulsionado pela angariação de clientes de televisão e clientes empresariais

- > Plataformas de serviço para fornecer maior largura de banda aos clientes
- > Aumento da capacidade da rede para fornecer os serviços de televisão por subscrição
- > Investimento em capex de cliente, nomeadamente em equipamento terminal de televisão para clientes residenciais
- > Equipamento para clientes empresariais incluídos em subcontratos

# Perfil da dívida líquida

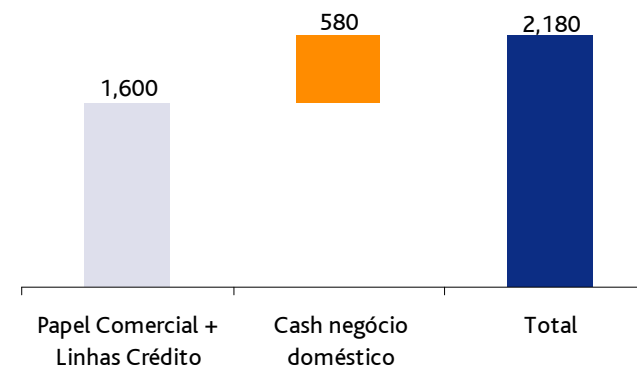
## Dívida líquida 2008

[Milhões de Euros]

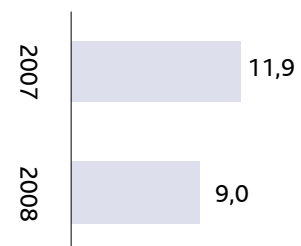


## Papel Comercial + Linhas de Crédito + Cash Negócio Doméstico

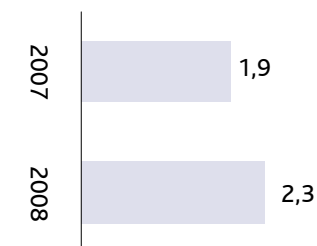
[31 Dezembro 2008, Milhões de Euros]



## Interest cover



## Dívida líquida sobre EBITDA



Custo médio da dívida

5,0%

Maturidade

4,9

- Exc. Brasil

4,3%

- Exc. Brasil

4,8

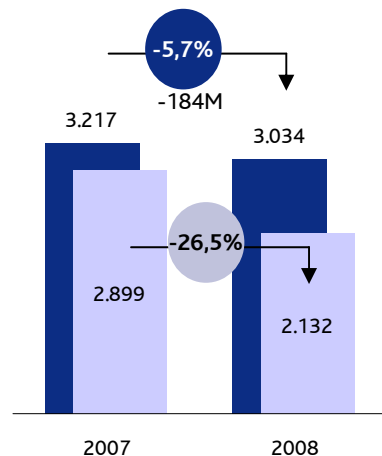
(1) CF = Cash flow operacional – juros – contribuições para PRBs – impostos + dividendos recebidos

# Impacto do mercado de capitais nas responsabilidades não financiadas com pensões



## Responsabilidades com Pensões & Saúde e Activos

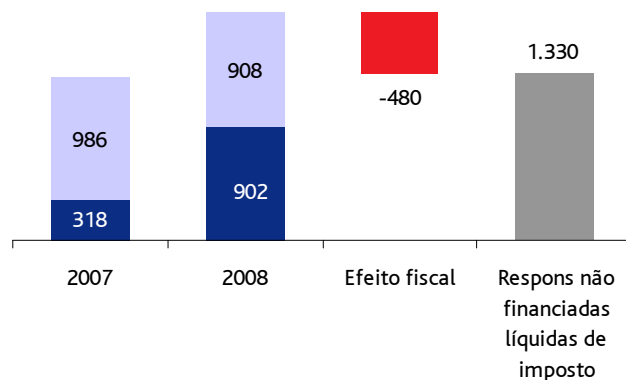
[Milhões de Euros]



■ Responsabilidades com Pensões & Saúde  
■ Activos

## Responsabilidades não financiadas líquidas de impostos

[Milhões de Euros]



■ Responsabilidades com Pensões & Saúde  
■ Salários pagos a empregados suspensos e pré-reformados

## Comentários

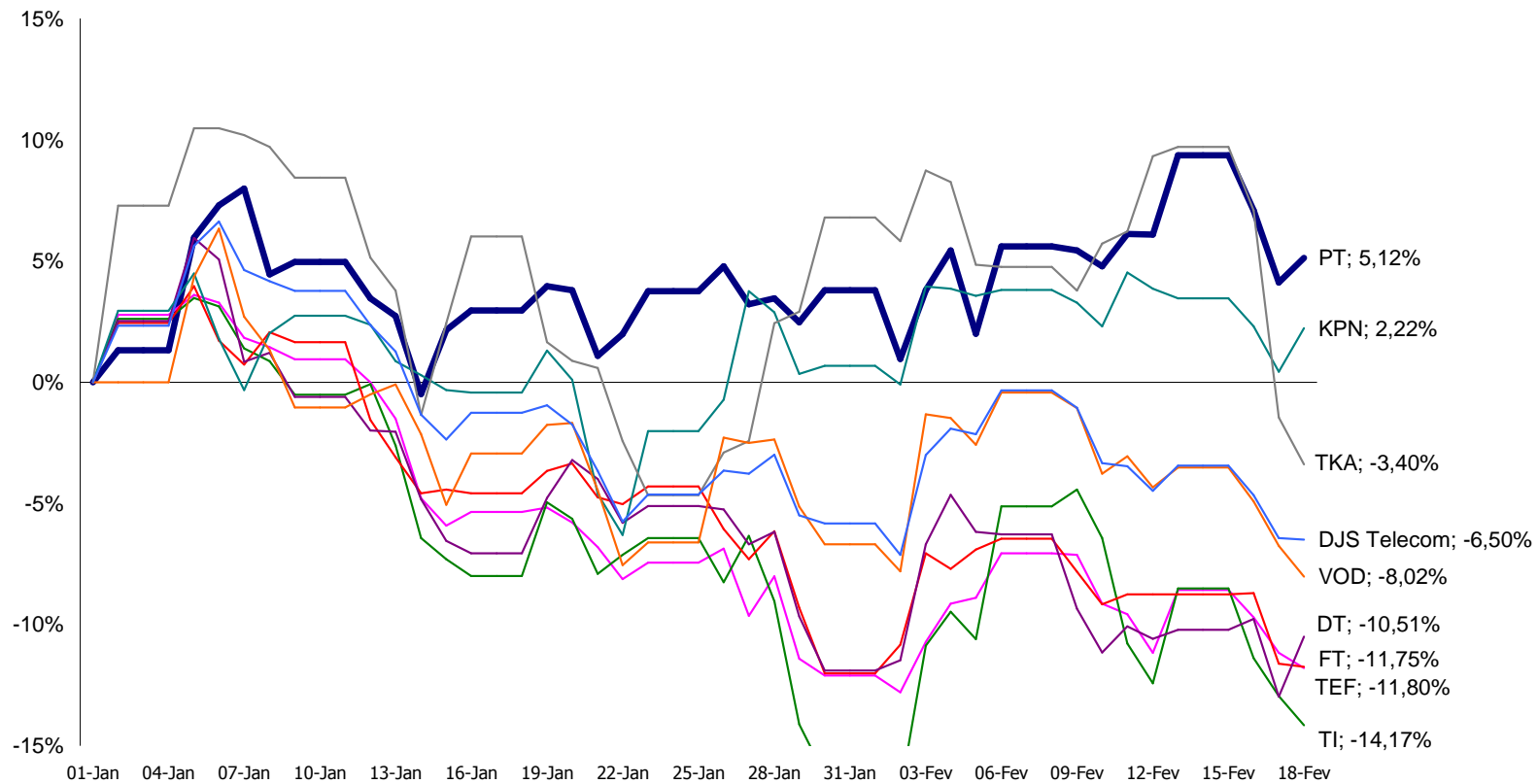
- > Redução líquida de responsabilidades no montante de 184 milhões de euros
- > Redução do valor dos activos de -26.5% em 2008, incluindo pagamentos de benefícios no montante de 164 milhões de euros
- > Duração média das responsabilidades de 15 anos
- > Inclui 908 milhões de euros de salários pagos a empregados suspensos e pré-reformados
- > Salários não requerem financiamento. Maturidade de 10 anos e duração de 4 anos

## Resumo



- > Inflexão consistente no negócio fixo, tanto em indicadores operacionais como em receitas e com uma performance de EBITDA ainda a reflectir um esforço de crescimento e de obtenção de escala com o serviço Meo
- > Crescimento sustentado da base de clientes TMN por via do crescimento de banda larga móvel, com o EBITDA, ajustado pelo impacto das MTRs, em linha com os trimestres mais recentes
- > Resultados muito equilibrados da Vivo, revelando crescimento na base de clientes, nas receitas e em EBITDA, enquanto que o resultado líquido positivo e dividendos aumentam a visibilidade sobre o cash-flow
- > Aumento do contributo para cash flow dos outros activos internacionais
- > Crescimento do resultado líquido por acção por via do aumento do resultado líquido e do programa de recompra de acções
- > Maturidades da dívida e posição líquida adequadas

# Desempenho desde o início de 2009



PT com um dos melhores desempenhos do sector das telecomunicações desde o início do ano

## Feedback do mercado relativo aos resultados apresentados



“Solid performance in the domestic businesses following the strong performance at Vivo”

Cazenove

“It seems to defy the Global Turmoil with amazingly strong results, not only in Brazil but also in its domestic markets”

BBVA Research

“4Q08 First Read: Very Good 4Q08 led by Sales”

Citi

“PT reported strong Q4 momentum across all operations”

Deutsche Bank

“Fixed line – revenue growing at 2% from a loss in first 9 months 2008”

UBS

“2008 has been a good year for Portugal Telecom overall. Fixed line has proved its critics wrong with a strong launch of the TV product and the Vivo turnaround has been quicker and gone further than analysts expected. Consensus estimates have moved up substantially over the year, and **I have been amazed as analyst after analyst has upgraded the stock whilst downgrading their recommendation**”

Fidentiis



# Apresentação de Resultados

Ano de 2008

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