

TELECOM ITALIA ANALYST & INVESTOR BRIEFING

Resultados de 2007 & Diretrizes Estratégicas

TIM BRASIL

MARIO CESAR ARAUJO

Resultados de 2007 & Diretrizes Estratégicas

TIM BRASIL

Agenda

- ▶ **Destques dos resultados de 2007**
- ▶ **O contexto do mercado brasileiro**
- ▶ **Visão geral do plano 2008-10**
- ▶ **Metas para 2008-10**

Resultados de 2007 & Diretrizes Estratégicas

TIM BRASIL

Destaques 2007

- ▶ **TIM Brasil está posicionada como líder em valor no mercado brasileiro de telefonia móvel, por meio de:**

 - ▶ Presença nacional
 - ▶ Inovação em termos de Marketing e Tecnologia
 - ▶ Força da marca
- ▶ **Em 2007, os principais resultados alcançados foram:**

 - ▶ Liderança em receita de serviços (desde 2006)
 - ▶ Melhor mix de valor do cliente (segmento pós-pago) e ARPU acima da média do mercado
 - ▶ *Top of Mind* (quatro vezes nos últimos 5 anos) e melhor índice de preferência
 - ▶ Fluxo de Caixa Líquido positivo e Receita Líquida positiva
 - ▶ Todas as metas de 2007 atingidas
- ▶ **Em 2007, a TIM Brasil realizou importantes mudanças:**

 - ▶ Aquisição de licença de linha fixa: entrada nos mercados fixo e de internet
 - ▶ Lançamento de um novo modelo de negócios visando o segmento de baixa renda
 - ▶ Aquisição da licença de 3G

Resultados de 2007 & Diretrizes Estratégicas

TIM BRASIL

Presença dos principais *players* ao final de 2007 MM linhas Participação de mercado

Telefonica/Vivo

Embratel/Claro

Oi

Brasil Telecom

TIM

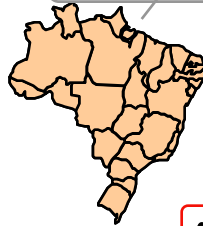
Móvel

Aquisição Telemig/
Amazonia Celular Ago/07



~33
28%

Aquisição de frequência em
set/07, concluindo a
cobertura nacional

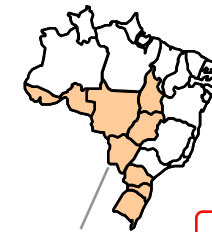


~30
25%

27,0% em sua
área



~16
13%



13,3% em sua
área

~4
4%



~31
26%

Fixo

Incumbent na
longa distância



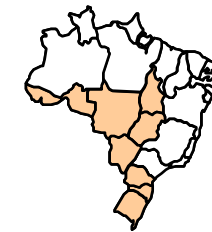
~12
~32%



~1
~3%



~14
~37%



~8
~21%



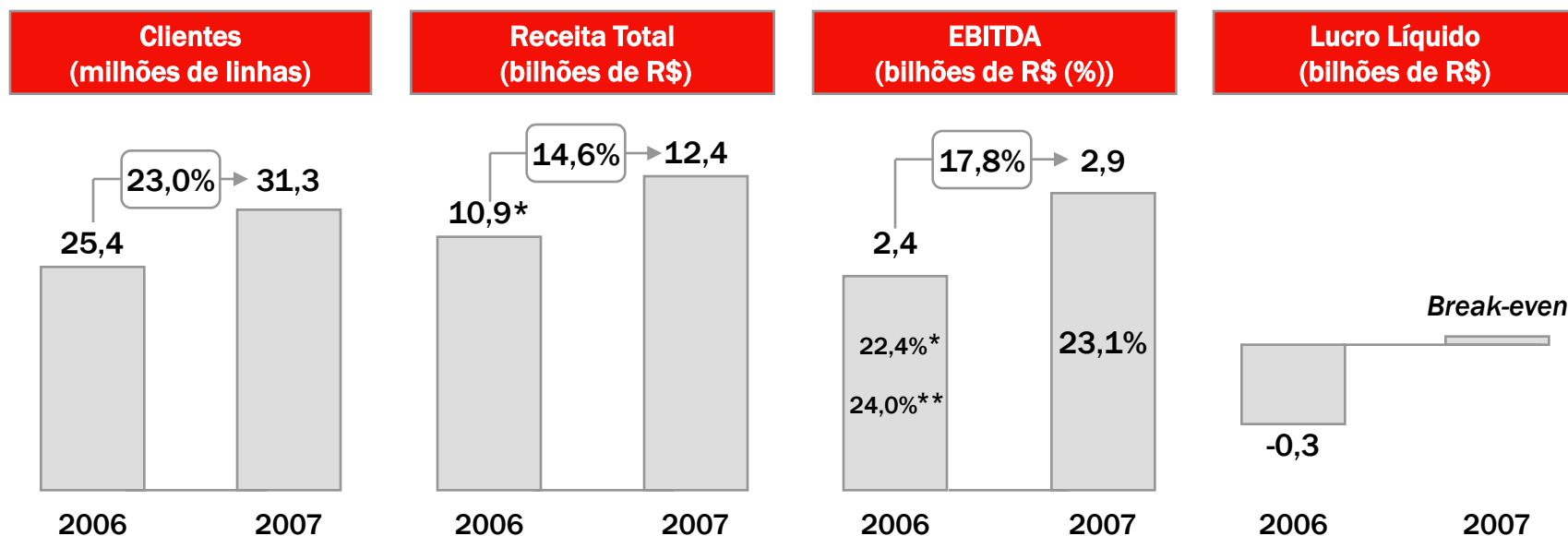
Licença STFC em
maio de 2007

Resultados de 2007 & Diretrizes Estratégicas

TIM BRASIL

Liderança com rentabilidade

BR GAAP



* Números ajustados considerando eliminação do Bill & Keep desde 01/01/06

**Reclassificado

Resultados de 2007 & Diretrizes Estratégicas

TIM BRASIL

Alcance de todas as Metas de 2007

BR GAAP	2007 Real	2007 Metas	
Clientes (milhões de linhas)	31,3	~29	✓
Participação de Mercado da TIM Brasil em linhas	25,8%	~26%	✓
Crescimento de Receita - Orgânico*	14,6%	>10%	✓
EBITDA margem - Orgânico	23,1%	>23%	✓
Capex (R\$ bilhões)	1,9	>2**	✓
Fluxo de caixa operacional livre (R\$milhões)	761,7	Break Even 2007	✓

* Números ajustados considerando eliminação do Bill & Keep desde 01/01/06

** Considerando a aquisição das licenças de 3G e Wi-Max

Resultados de 2007 & Diretrizes Estratégicas

TIM BRASIL

Agenda

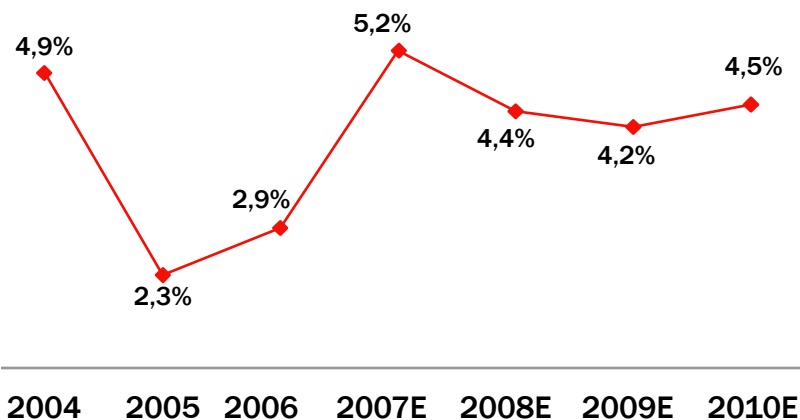
- ▶ Destaques dos resultados de 2007
- ▶ **O contexto do mercado brasileiro**
- ▶ Visão geral do plano 2008-10
- ▶ Metas para 2008-10

Resultados de 2007 & Diretrizes Estratégicas

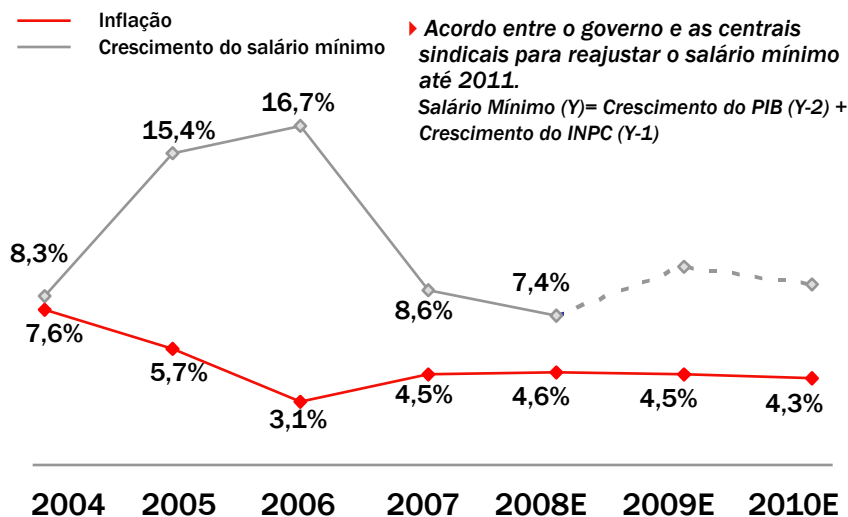
TIM BRASIL

Cenário Político e Econômico

Crescimento do PIB



Crescimento do salário mínimo* vs. inflação



- ▶ PAC – Investimentos de aproximadamente R\$500 bi a R\$900 bi entre 2007 – 2010
- ▶ Taxas de juros mais baixas produzindo recorde em empréstimos bancários, impulsionando os gastos dos consumidores
- ▶ Saldo Comercial positivo desde 2001
- ▶ Desde janeiro/08, o Brasil tornou-se credor estrangeiro líquido pela primeira vez na história

Fonte : Banco Central do Brasil, Abinee, BNDES

Resultados de 2007 & Diretrizes Estratégicas

TIM BRASIL

Estrutura regulatória

	2008	2009-10
Taxa de interconexão móvel (VU-M)	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Definição do modelo de custos pela Anatel 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Introdução do novo modelo com base nos custos de contabilização regulatória.
Portabilidade Numérica (F+M)	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Lançamento comercial no 2S08 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Completa implementação no 1T09
Licença 3G/Licença Fixa	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Licença fixa desde 2T07 ▶ Licença de frequência 3G disponível no 1T08 ▶ Valor do pagamento: R\$ 1,3bi para 3G 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 3G e Wimax: alta competição no mercado de banda larga ▶ Possibilidade de novo leilão de frequências 3G (banda de 5 Mhz). ▶ Fortes obrigações dos contratos de aquisição de 3G
Licença Wi-Max	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Licença de frequência disponível em 2008 	
Unbundling	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Parcialmente regulado ▶ Comercialmente inviável 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Comercialmente viável
Projeto de Lei 29 (PL 29)	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Permissão para companhias de telecomunicações fornecerem conteúdo de TV paga 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Aumento de ofertas de TV paga no mercado de telecomunicações ▶ Estímulo do Governo brasileiro ao conteúdo nacional de TV

Resultados de 2007 & Diretrizes Estratégicas

TIM BRASIL

Cenário Competitivo

Desafios à frente

2007

2008

- ▶ A TIM não será mais o único *player* com presença nacional
- ▶ Uma 4ª operadora entrará no mercado de São Paulo, que corresponde a 35% do PIB do Brasil
- ▶ Fusões e aquisições irão continuar em 2008
 - ▶ Oi e Brasil Telecom
 - ▶ Aquisição da Telemig pela VIVO e da Amazônia pela Oi.
- ▶ Portabilidade numérica
- ▶ Novas regras para as operadoras móveis (SMP)
- ▶ Lançamento do 3G
- ▶ Subsídio de aparelhos

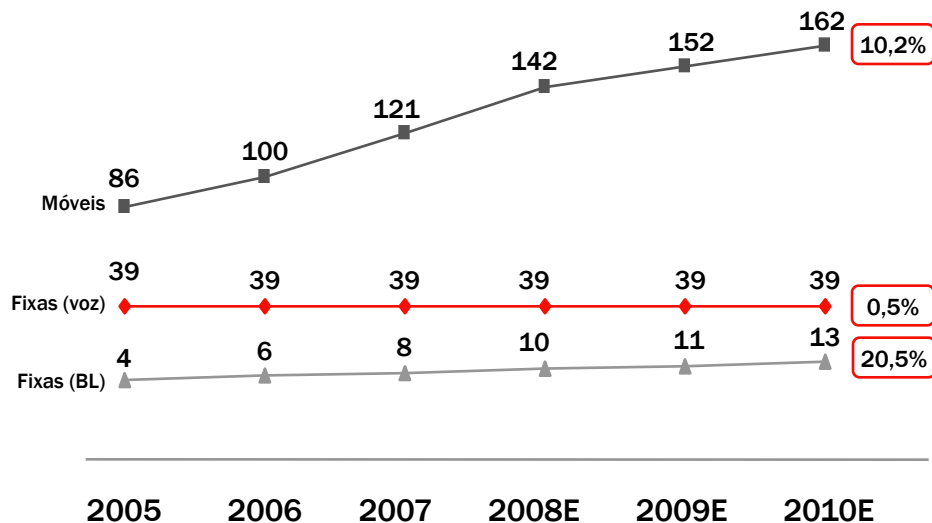
Resultados de 2007 & Diretrizes Estratégicas

TIM BRASIL

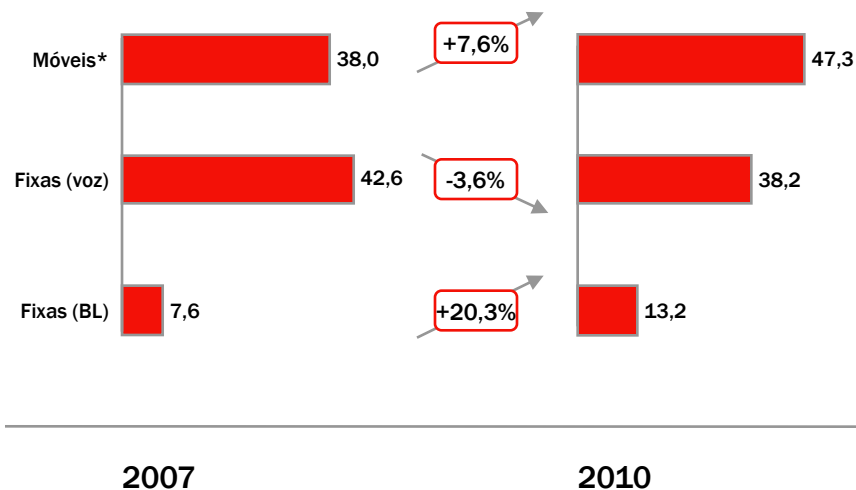
Evolução do Mercado

CAGR 07-10

Linhas (milhões)



Receitas (R\$ bilhões)



Fonte: Estimativas internas

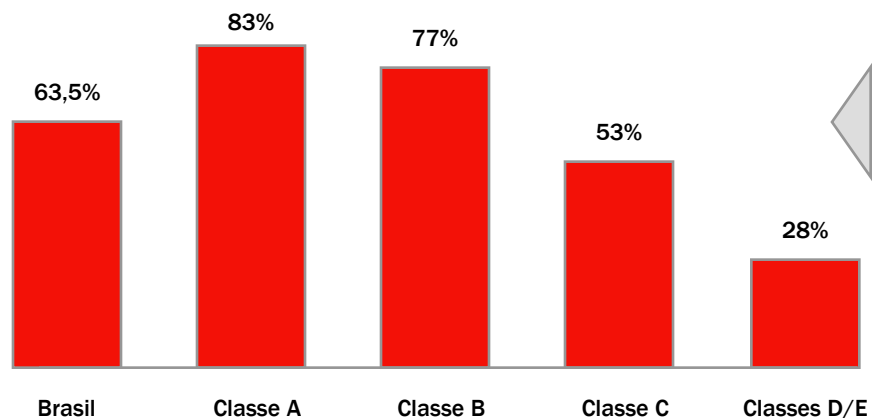
* Receita de Serviços

Resultados de 2007 & Diretrizes Estratégicas

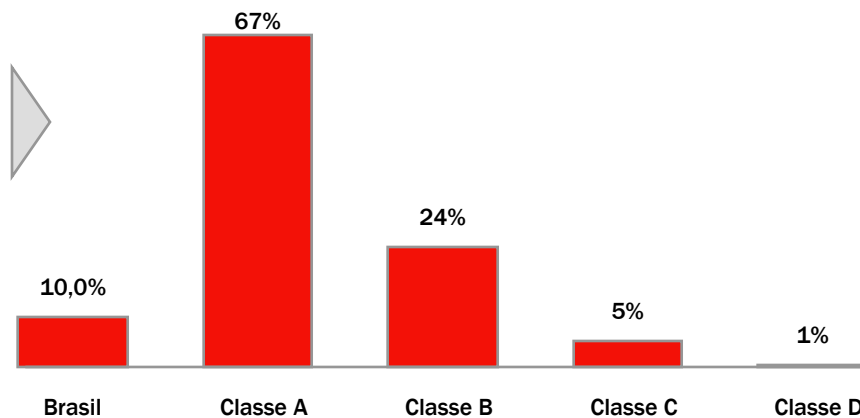
TIM BRASIL

Mercado móvel residual no segmento de baixa renda e penetração de banda larga

Penetração móvel por classe social



Penetração de banda larga por classe social



SM = Salário Mínimo = R\$ 415,00 / mês

Classe A > 20 MS

Classe B > 10 e < 20 MS

Classe C > 5 e < 10 MS

Classe D > 3 e < 5 MS

Classe E > 1 e < 3 MS

Fonte: IBGE (PNAD, 2006), CGI 2006, Pesquisa de dimensionamento de mercado consumidor

Resultados de 2007 & Diretrizes Estratégicas

TIM BRASIL

Agenda

- ▶ Destques dos resultados de 2007
- ▶ O contexto do mercado brasileiro
- ▶ **Visão geral do plano 2008-10**
- ▶ Metas para 2008-10

Resultados de 2007 & Diretrizes Estratégicas

TIM BRASIL

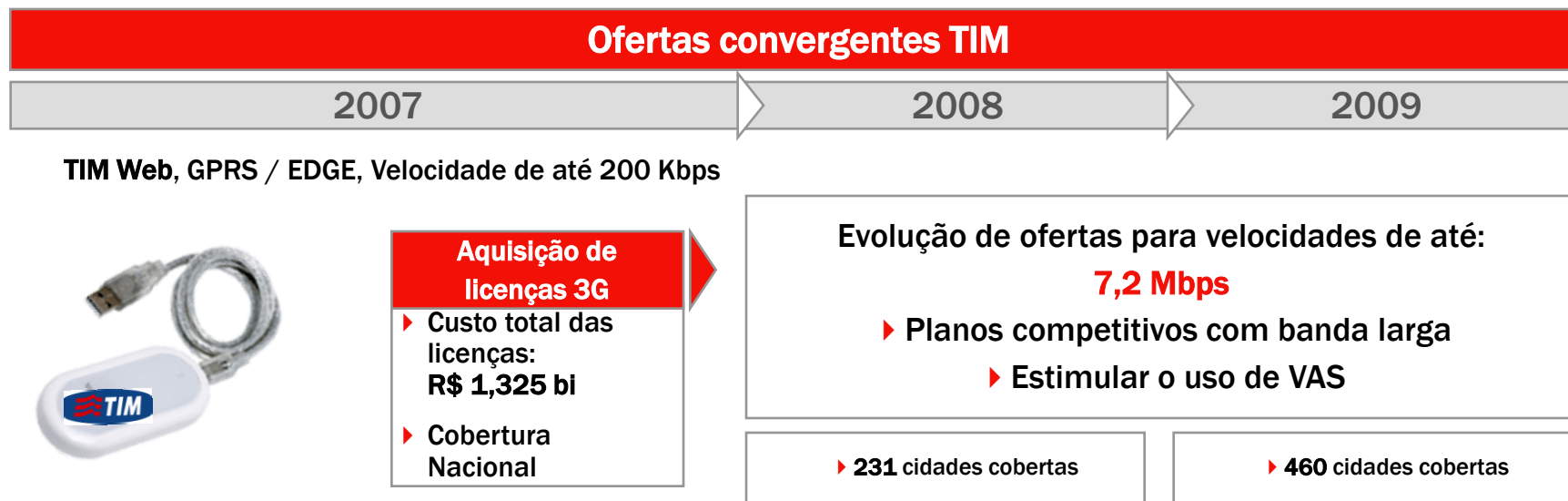
Em 2008, a TIM continuará a executar a seguinte estratégia

Evidência de Mercado	Metas estratégicas	Diretrizes
<p>Móvel</p> <p>Core Business</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Gerar mais valor da base de clientes ▶ Otimizar oferta de serviços para aumentar a lucratividade 	<ol style="list-style-type: none"> 1 Pós-pago: aumentar venda cruzada, pacote de minutos e lealdade 2 Pré-pago: eficiência no custo de aquisição 3 Corporativo: aumento na participação da carteira
<p>Convergência</p> <p>Receita do mercado potencial: ~R\$50bi</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Atacar o mercado de linhas fixas e banda larga 	<ol style="list-style-type: none"> 4 Aumento do foco em serviços de voz fixa, com oferta puramente fixa, alavancando as oportunidades com a portabilidade numérica 5 Competir no mercado de banda larga com 3G/HSPA. Beneficiar-se da forte expansão das vendas de PCs. 6 Aumentar valor do cliente com oferta de pacotes móvel, dados e fixo.
<p>Low ARPU</p> <p>Mercado potencial de clientes: 60 milhões</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Aumentar a base de clientes, assegurando lucratividade 	<ol style="list-style-type: none"> 7 Micro-recargas: R\$1; R\$3 e R\$5 8 Canal de vendas extensivo

Resultados de 2007 & Diretrizes Estratégicas

TIM BRASIL

3G: Banda Larga Móvel



- ▶ O mercado de computadores* no Brasil crescerá 21,3% em 2008 e atingirá 12,9 milhões de unidades, das quais 88,3% desktops e 21,7% laptops
- ▶ O Brasil possui o mais alto uso de Internet por usuário doméstico: 23 horas e 04 minutos por mês**
- ▶ Em setembro de 2007 havia 7,1 milhões de usuários domésticos de Internet discada

* IBOPE/Netratings - Novembro 2007

** IDC 2007

Resultados de 2007 & Diretrizes Estratégicas

TIM BRASIL

Agenda

- ▶ Destques dos resultados de 2007
- ▶ O contexto do mercado brasileiro
- ▶ Visão geral do plano 2008-10
- ▶ **Metas para 2008-10**

Resultados de 2007 & Diretrizes Estratégicas

TIM BRASIL

Metas da TIM Participações

BR GAAP

	2007 Real	2008 Metas	2010 Metas
Clientes (milhões de linhas)	31,3	~37	~43
Participação de Mercado TIM	25,8%	~26%	estável
Crescimento de Receita	14,6%*	> 12%	~8% (crescimento médio anual '07-'10)
Margem EBITDA	23,1%	> 23%	~ 29%
CAPEX (milhões de R\$)	1,9	~3,6**	~ 7,2 (Acum. '08-10)

* Crescimento considerando a eliminação do Bill & Keep a partir de 01/01/06
Crescimento de Receita reportada: 22,7%

** Incluindo licenças de 3G (R\$1,3 Bln)

Resultados de 2007 & Diretrizes Estratégicas

TIM BRASIL

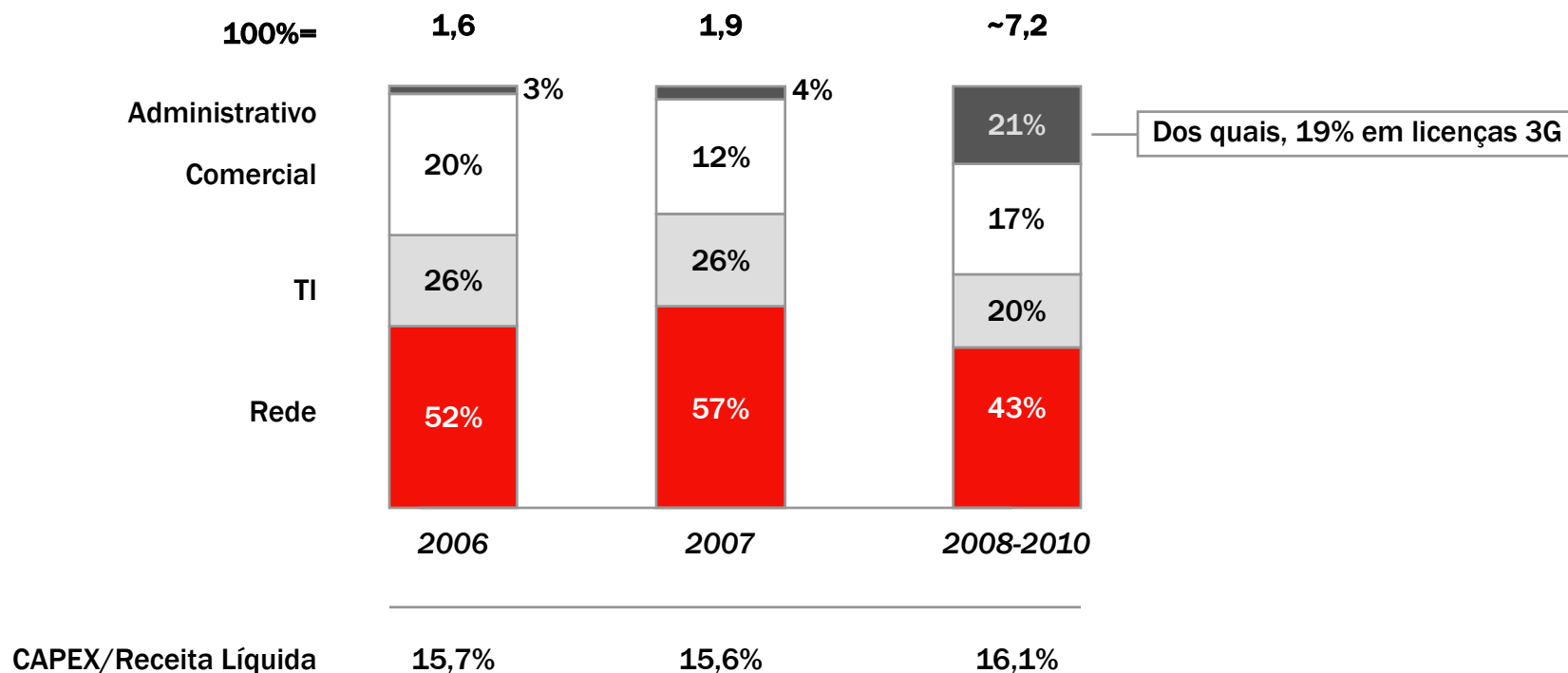
▶ **Back Up**

Resultados de 2007 & Diretrizes Estratégicas

TIM BRASIL

Evolução do CAPEX

BR GAAP, R\$ bilhões



Resultados de 2007 & Diretrizes Estratégicas

TIM BRASIL

Licenças 3G

- ▶ A Anatel, órgão regulador de telecomunicações brasileiro, arrecadou durante o leilão das licenças de 2.100MHz, um total de R\$5,3bi (US\$2,9bi), correspondendo a um prêmio de 86,7% em relação ao preço mínimo estabelecido
- ▶ A TIM adquiriu 10+10 MHz para todas as áreas, exceto para:
 - ▶ Área III e IV, área metropolitana de São Paulo e Região Norte: TIM adquiriu 15+15 MHz
 - ▶ Área VII, cidades do estado de Minas Gerais que são consideradas parte do “Triângulo Mineiro”: Apesar de não adquirir a licença em 2.100MHz nesta pequena área, a TIM será capaz de prestar serviços de 3G utilizando sua atual licença em 850MHz

