

Teleconferência Telecom Italla

Resultados de 2010 e Atualização do Plano Industrial

25 de Fevereiro de 2011

TIM Brasil

**Resultados de 2010 e Atualização do
Plano Industrial**

LUCA LUCIANI

“Considerações Futuras

As declarações contidas nessa apresentação constituem-se em previsões e/ou estimativas futuras na acepção da US Private Securities Litigation Reform Act de 1995. Essas declarações aparecem em diversos lugares dessa apresentação e incluem declarações sobre a intenção, crença ou atual expectativa da base de clientes, estimativas sobre o crescimento futuro de diferentes linhas do negócio e o negócio global, market share, resultados financeiros e outros aspectos das atividades e situação referentes à Companhia e ao Grupo. Tais previsões e/ou estimativas futuras não são garantias de desempenho futuro e envolvem riscos e incertezas, e os resultados reais podem ser materialmente diferentes dos resultados expressos ou implícitos por essas previsões e/ou estimativas como consequência de diversos fatores.

Previsões e/ou informações futuras são baseadas em certas premissas chaves que acreditamos ser razoáveis na presente data, mas previsões e/ou informações futuras envolvem riscos e incertezas por natureza, que estão fora de nosso controle, e podem afetar os resultados esperados significativamente.

Os analistas são advertidos a não depositar confiança indevida nessas previsões e/ou estimativas futuras, que falam somente na presente data. Telecom Italia S.p.A. não assume qualquer obrigação de divulgar publicamente os resultados de quaisquer revisões destas previsões e/ou estimativas futuras, que pode ser feita para refletir eventos e circunstâncias após a data desta apresentação, incluindo, sem limitação, as mudanças na estratégia do negócio ou de aquisição da Telecom Italia S.p.A. ou investimentos previstos ou para refletir a ocorrência de eventos imprevistos. Analistas e investidores são incentivados a consultar o Relatório Anual da Companhia no Formulário 20-F, assim como arquivamentos periódicos feitos no Formulário 6-K, que estão no arquivo com o United States Securities and Exchange Commission.

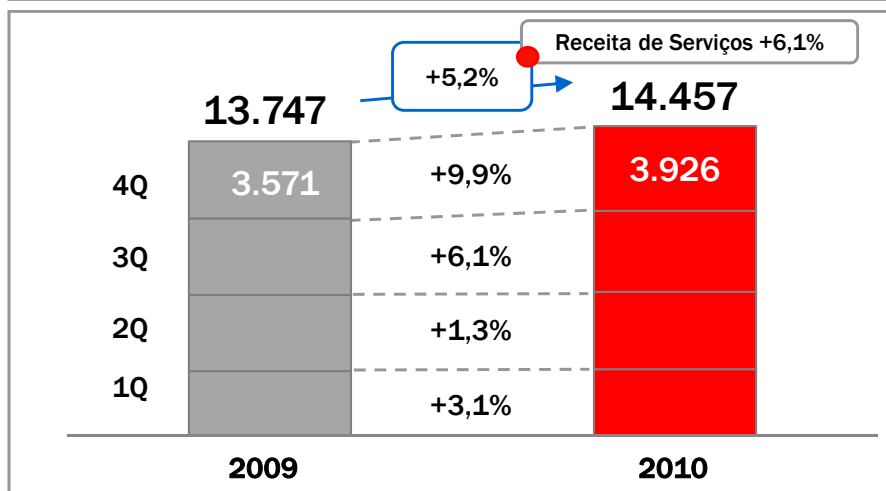
Agenda

- ▶ **Resultados 2010 TIM Brasil**
- ▶ **Atualização do Plano Industrial da TIM Brasil**

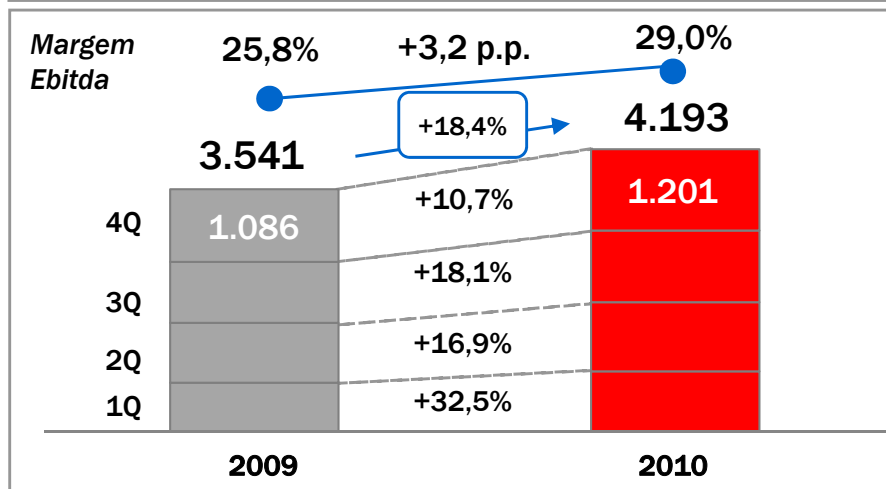
Turnaround Completo

R\$ MM, Dados Orgânicos*, %

Receitas



EBITDA



*Como consolidado pela Telecom Italla

Conquistas

Posicionamento

- ▶ Marca Top of Mind
- ▶ Liderança em Preferência/Rejeição (inovação, qualidade, conveniência)
- ▶ Liderança em Qualidade de rede (Metas da Anatel)

Tamanho e Crescimento

- ▶ Base de Clientes:
 - ▶ 51MM de linhas (+24%): +16% Pós; +25% Pré
 - ▶ Lider em crescimento de base: ~10 mm de linhas em 1 ano
- ▶ Market share:
 - ▶ 25.1% (#3 em volume)
 - ▶ Market Share Incremental de 34%

Financeiro

- ▶ DRE:
 - ▶ Margem Ebitda de 29% (+320 bp vs 2009)
 - ▶ 1,2 Bi de EBIT (2X vs 2009)
 - ▶ 2,2 Bi de Lucro Líquido (3X vs 2009)
- ▶ Balanço:
 - ▶ 1,4 Bi de Fluxo de Caixa Op. Livre (2X vs 2009)
 - ▶ 1,0 Bi de Dívida Líq.; Dív/ Ebitda 0,24X

Lições Aprendidas – Como Aliar Crescimento e Rentabilidade

Análise de Mercado (ex-ante)

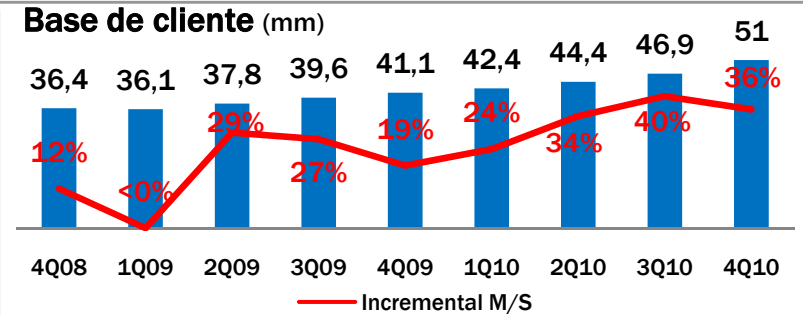
- ▶ **Ofertas Tradicionais não permitiam o pré-pago** (maioria da população) falar (apenas receber)
- ▶ **Inovação/competição voltada na Classe A** (mercado de churn), e voltada para o produto(subsídio)

Abordagem TIM (“Quebrando as Regras”)

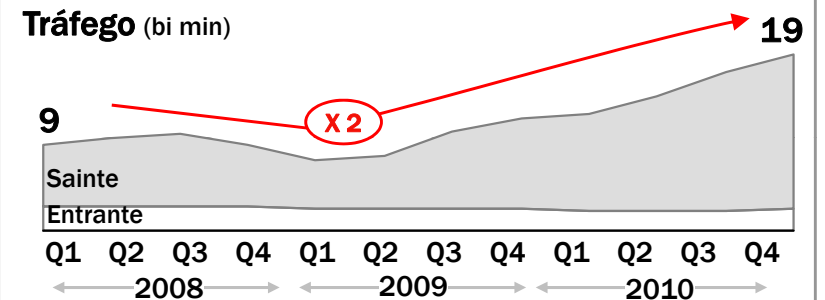
- ▶ **Oferecer tudo para todos**
 - Preço por chamada vs por minutos
 - Local igual à longa distância
- ▶ **Desafiando o “Go-to-Market” tradicional**
 - SIM destravado/ sem subsídio de aparelhos
- ▶ **“Alavancando a vontade de usar e mudando a disposição para pagar”**

Resultados: Invertendo a Tendência

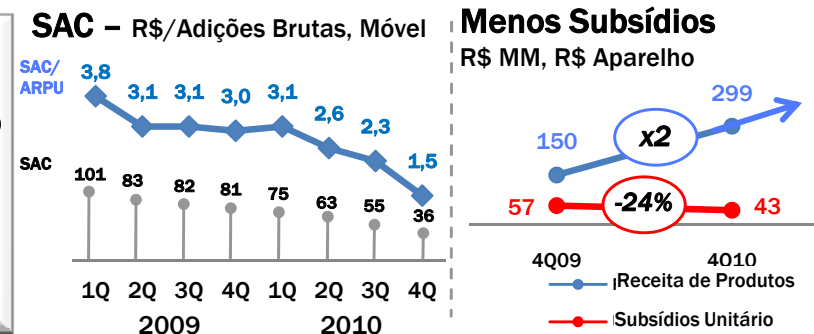
Mais Pessoas



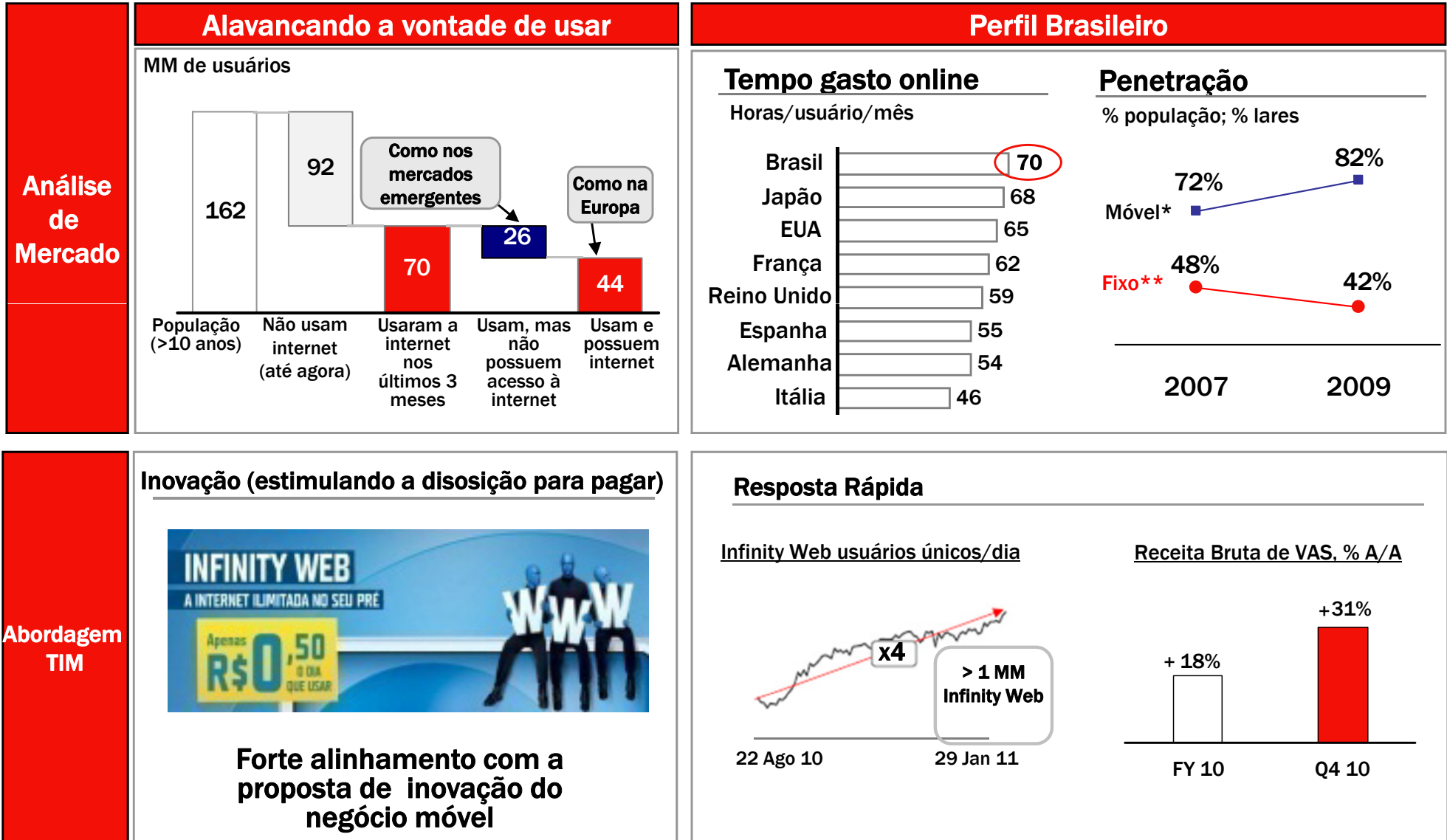
Falando mais



Eficiência no Go-to-Market



Dados: A Nova Onda



Agenda

- ▶ **Resultados 2010 TIM Brasil**
- ▶ **Atualização do Plano Industrial da TIM Brasil**

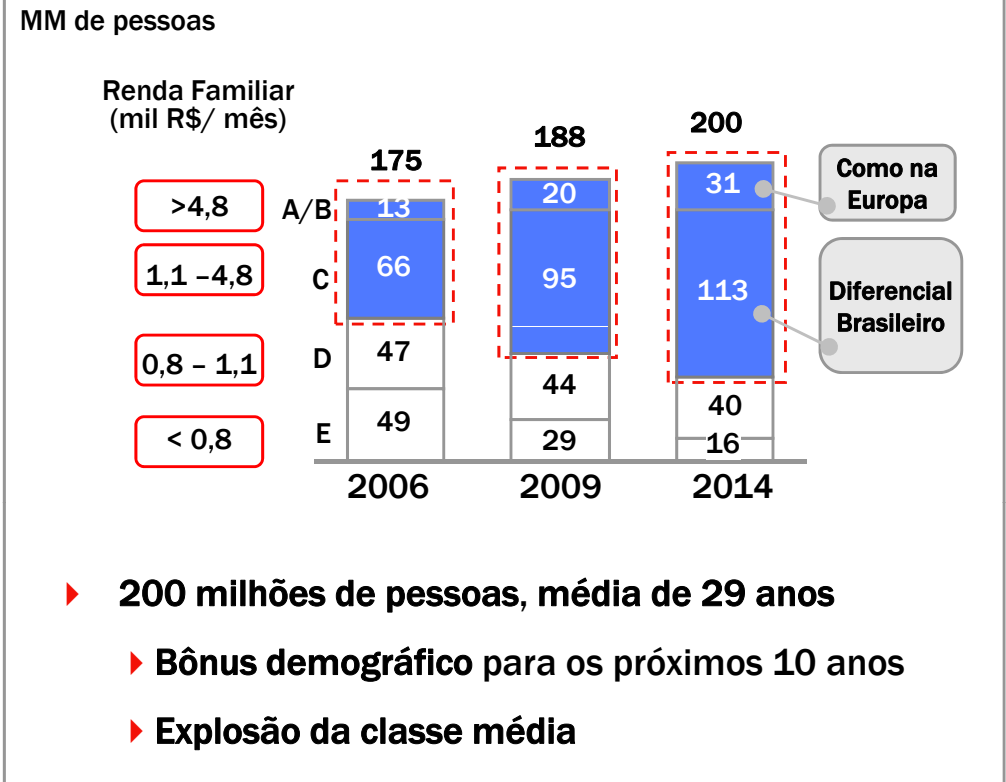
Brasil: Grande país, com rápida transformação sócio-demográfica

Mercado Móvel e Produto Interno Bruto

Mercado Móvel		PIB	
Receitas Anuais, US\$ BI, 2010		Valor 2010 US\$ Tri	A/A % 10 vs. 09
	166	14,6	+3%
	93	5,7	+10%
	78	5,4	+3%
	32 # 4	2,02	+8% # 8
	30	2,6	+2%
	29	1,4	+8%
	28	2,3	+2%
	27	2,04	+1%
	27	3,3	+3%
	7	0,4	+8%

✓ **Atratividades para empresas de Telecom**

Expansão da classe média

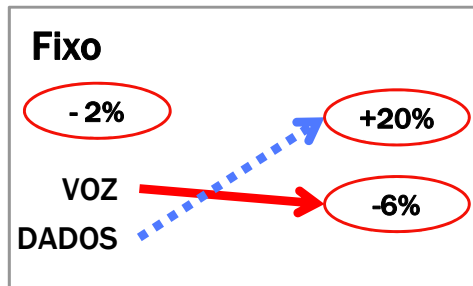
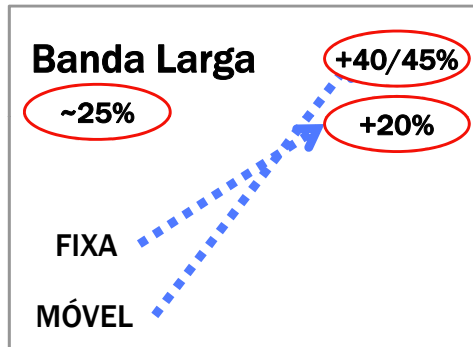
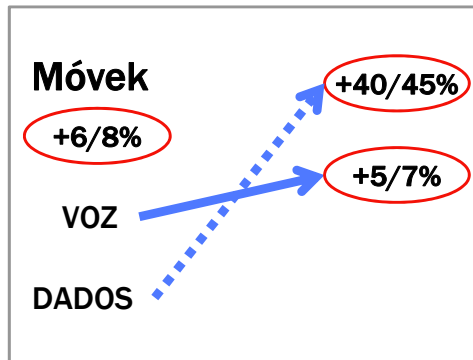


- ▶ **Comportamento da Classe C:**
- ▶ Forte disposição para consumir (tudo)
- ▶ Disposição para pagar (dependendo da forma de pgto.)

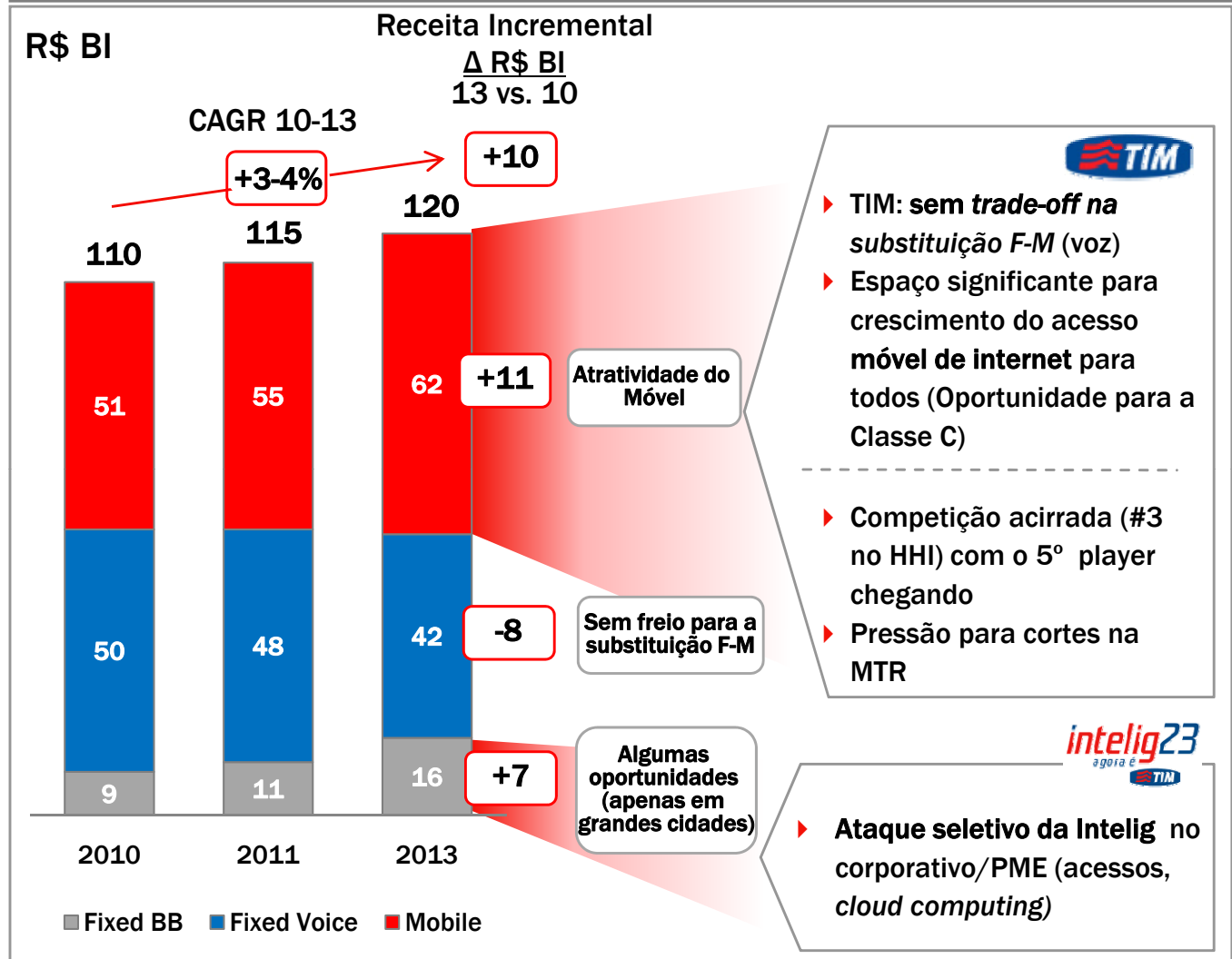
Um país atrativo que requer inovação no Go-to-Market para atacar a classe C emergente

Posicionamento Competitivo da TIM

CAGR 2010-2013



Mercado de Telecom Brasileiro

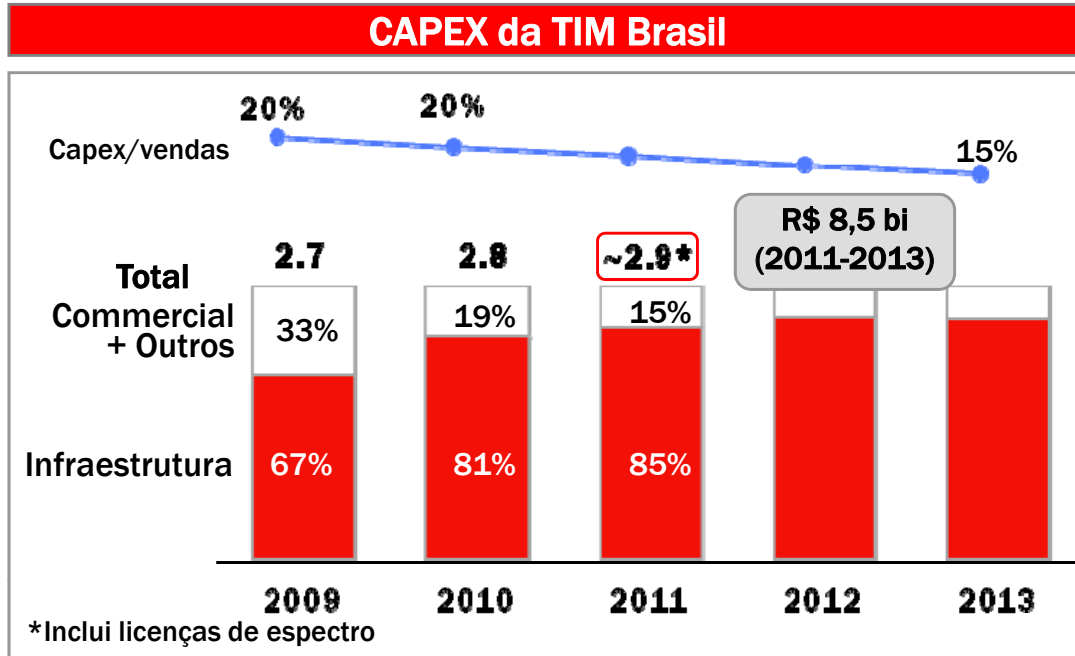


Estratégia

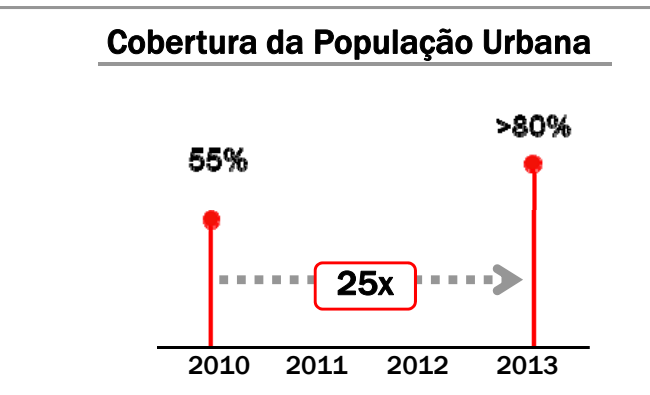
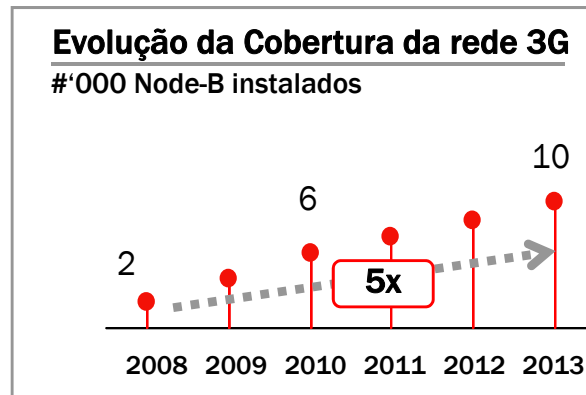
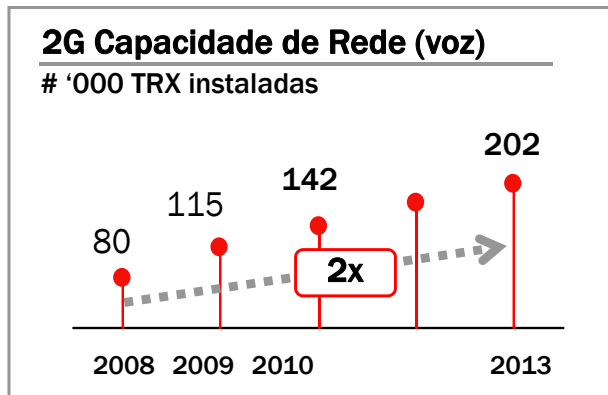
	Racional	Resultados Esperados										
<p>Comunidade importa (tamanho)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Expansão natural da Comunidade TIM incentivada pelo “boca-a-boca” ▶ Expansão Geográfica: consolidação em áreas onde somos fortes e rápido crescimento em áreas inexploradas 	<p>Base de Clientes Clientes EoP, MM</p> <table border="1"> <tr><th>Ano</th><td>2009</td><td>2010</td><td>2011</td><td>2013</td></tr> <tr><th>Clientes EoP, MM</th><td>41</td><td>51</td><td>58</td><td>>70</td></tr> </table>	Ano	2009	2010	2011	2013	Clientes EoP, MM	41	51	58	>70
Ano	2009	2010	2011	2013								
Clientes EoP, MM	41	51	58	>70								
<p>Incentivar substituição F-M (Uso)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Incentivar a substituição F-M (Vantagem da TIM) ▶ Manter ritmo de inovação no núcleo do negócio (alavancar o conceito Liberty e Infinity; extendê-lo para chamadas <i>off-net</i>) 	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div> <p>Preço por Minuto R\$/min</p> </div> <div> <p>MOU MM/linhas/mês, média</p> <table border="1"> <tr><th>Ano</th><td>2009</td><td>2010</td><td>2013</td></tr> <tr><th>MOU</th><td>84</td><td>116</td><td>2x</td></tr> </table> </div> </div>	Ano	2009	2010	2013	MOU	84	116	2x		
Ano	2009	2010	2013									
MOU	84	116	2x									
<p>Trazer a comunidade TIM para a rede (Dados)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Navegação em telas pequenas ▶ Acelerar penetração de smatphones ▶ Extender o conceito Infinity/ Liberty para dados (browsing/ micro browsing/ SMS) 	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div> <p>Usuários únicos Usuários únicos do Inifinity Web</p> </div> <div> <p>Receita de dados % da receita de serviços</p> <table border="1"> <tr><th>Ano</th><td>2009</td><td>2010</td><td>2013</td></tr> <tr><th>% da receita de serviços</th><td>12%</td><td>13%</td><td>26%</td></tr> </table> </div> </div>	Ano	2009	2010	2013	% da receita de serviços	12%	13%	26%		
Ano	2009	2010	2013									
% da receita de serviços	12%	13%	26%									

Fortalecendo a estrutura de Rede

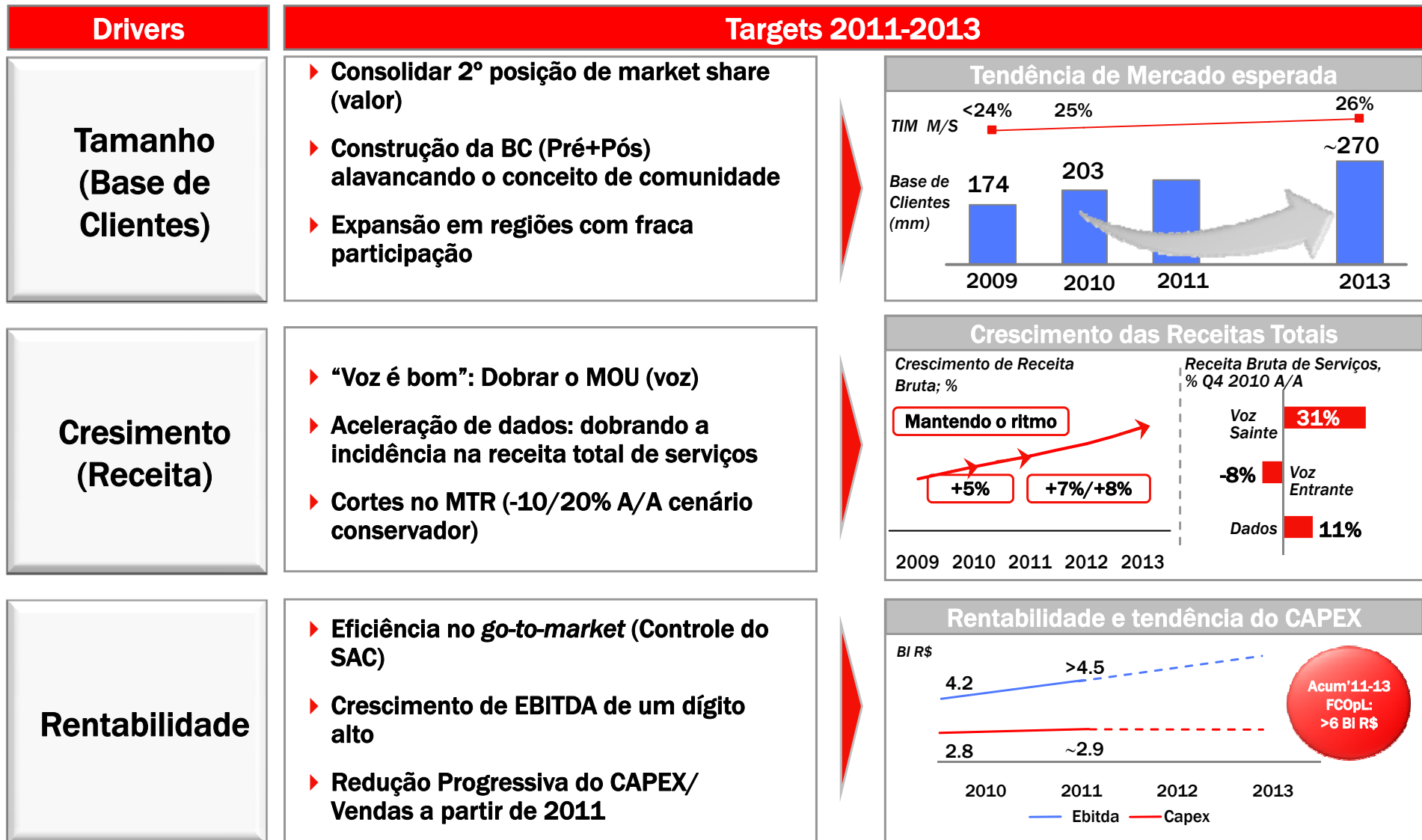
R\$ Bi



- ### Prioridades
- ▶ Aumentar capacidade da rede para suportar a voz (2G)
 - ▶ Prospecto de cobertura total (3G)
 - ▶ Fibra para antenas nas principais cidades
 - ▶ Desenvolver *Wi-fi hot spots* complementares ao 3G



Conclusões: Aumentar a Proposição de Valor do Negócio



Atualização do Plano de Metas

Brasil	
Receita Líquida Total 2011	+7%/+8% vs 2010 (R\$ 14,5 bi)
EBITDA 2011	>R\$ 4,5 bi