



Amarônia Celular



Telemig Celular

**TELEMIG / TELE NORTE CELULAR  
PARTICIPAÇÕES S.A.  
REUNIÃO APIMEC 2005**





*Amazônia Celular*

**TELE NORTE CELULAR  
PARTICIPAÇÕES S.A.**

**RESULTADO ANUAL - 2005**

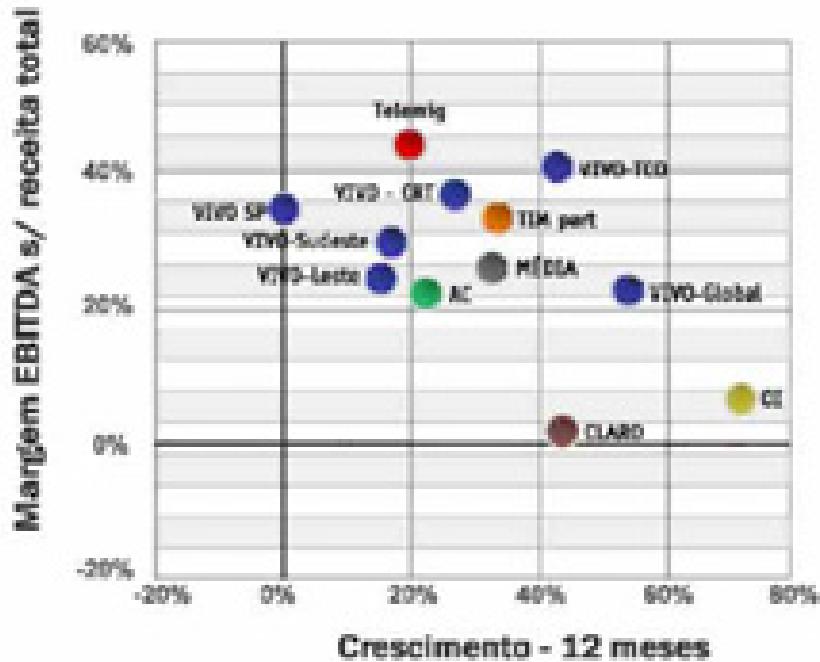




- Elevação da margem EBITDA atingindo 37% sobre a receita líquida de serviços no 4T05 e 32% no ano
- Depuração da base com a adoção de política de aquisição de novos clientes menos agressiva
- Significativa redução nas taxas de inadimplência ao longo do exercício atingindo apenas 2,5% da receita líquida de serviços no 4T05
- Redução das taxas de cancelamento no segmento pós-pago ao longo do ano
- Forte controle dos custos de aquisição com redução de 11% em relação ao exercício anterior



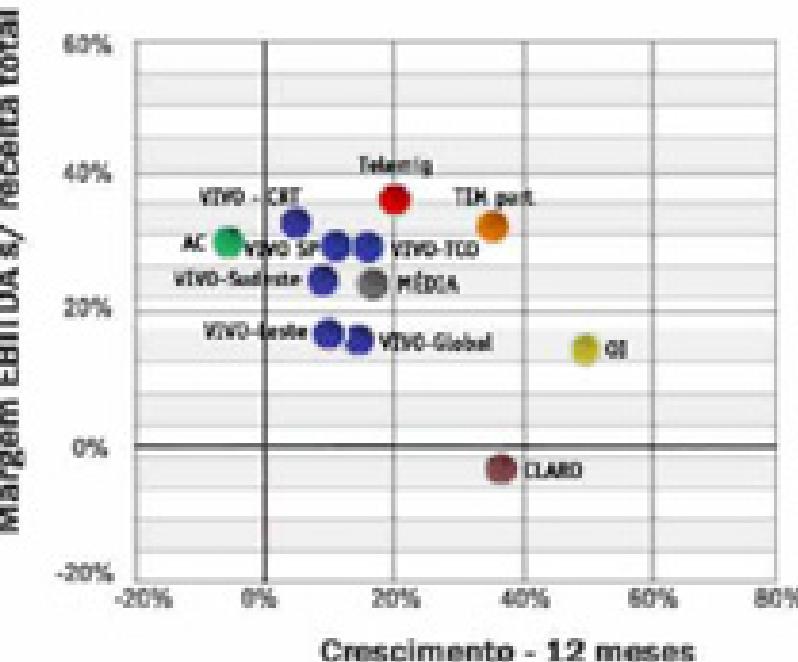
2004



2004

|                      | AC  | Média | Diferença |
|----------------------|-----|-------|-----------|
| Margem EBITDA        | 22% | 20%   | -4 p.p.   |
| Crescimento 12 meses | 22% | 32%   | -10 p.p.  |

2005



2005

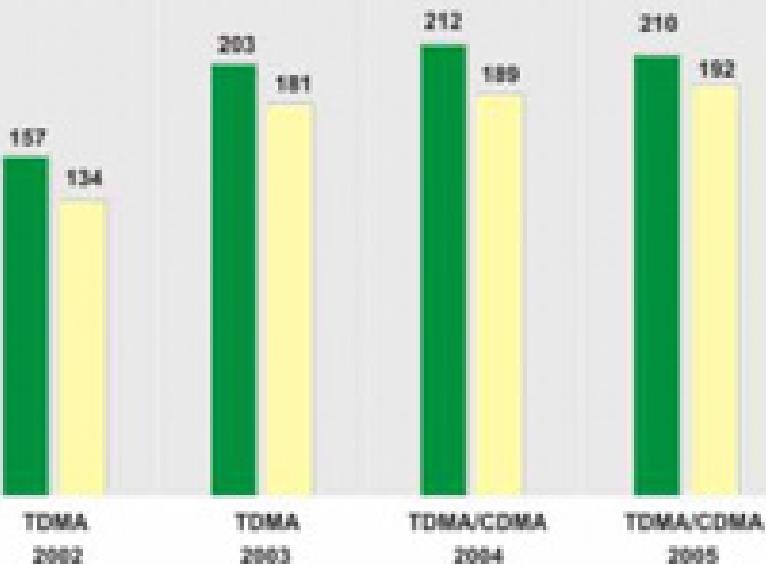
|                      | AC  | Média | Diferença |
|----------------------|-----|-------|-----------|
| Margem EBITDA        | 29% | 24%   | 5 p.p.    |
| Crescimento 12 meses | -3% | 19%   | -22 p.p.  |

- Rentabilidade acima da média do setor em 2005

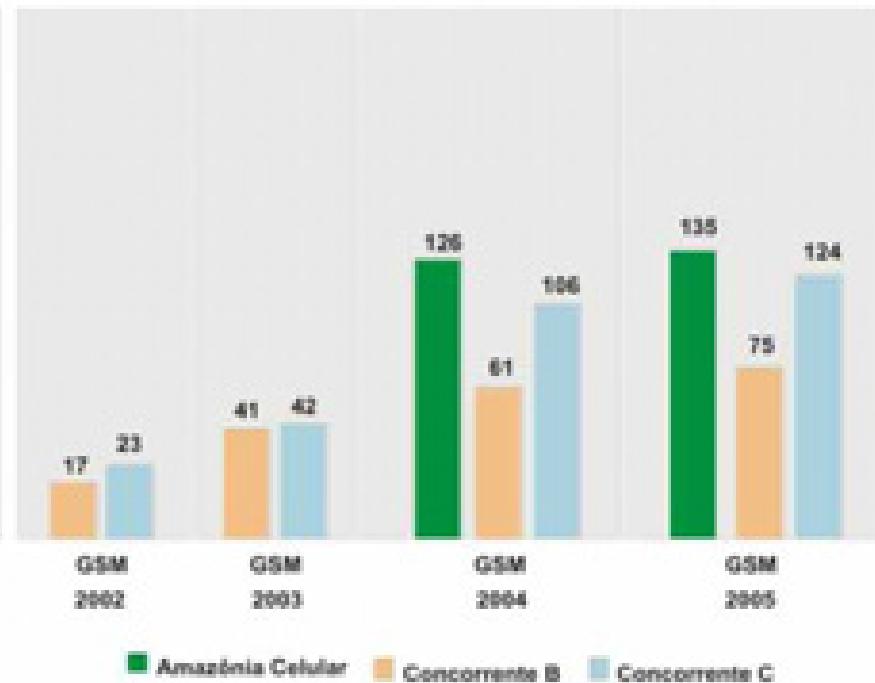


## Localidades Atendidas

### TDMA



### GSM



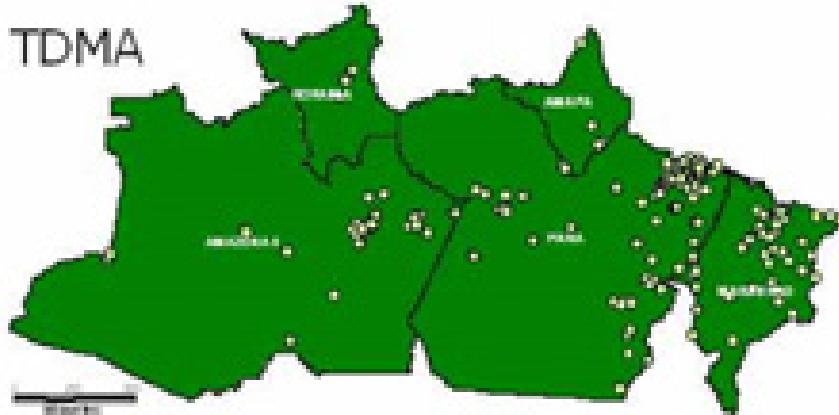
- Rede com maior cobertura nas tecnologias GSM e TDMA



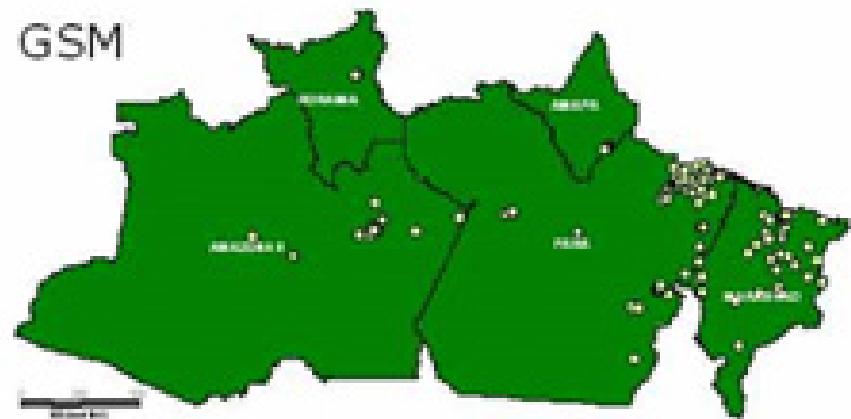
Amazônia Celular

## Cobertura (dez/05)

TDMA



GSM

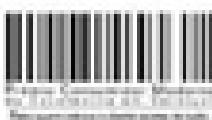


210 localidades atendidas

135 localidades atendidas



- A Amazônia Celular é referência de eficiência e qualidade no setor de telecomunicações no Brasil.
  
- Prêmio Consumidor Moderno – o maior e mais importante prêmio de Relações de Consumo do Mercado Brasileiro reconheceu que a Amazônia Celular é a melhor da categoria Telefonia Móvel Regional
  
- As 150 Melhores Empresas para Você Trabalhar – A Amazônia Celular integra o grupo das 150 empresas destacadas na nona edição do Guia Exame - Você S/A
  
- As Melhores em Gestão de Pessoas - A Amazônia Celular está entre as 82 melhores empresas na gestão de pessoas, de acordo com pesquisa realizada pelo jornal Valor Econômico.





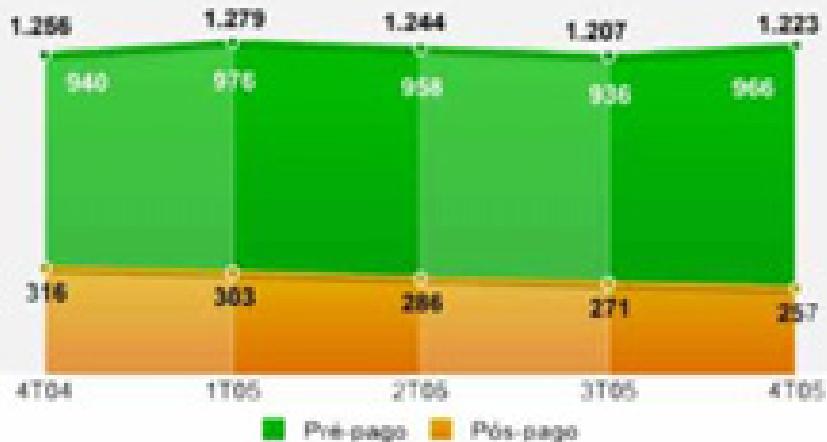
Amazônia Celular

## RESULTADOS OPERACIONAIS E FINANCEIROS 4T05 E 2005





## Base de Clientes ( mil )

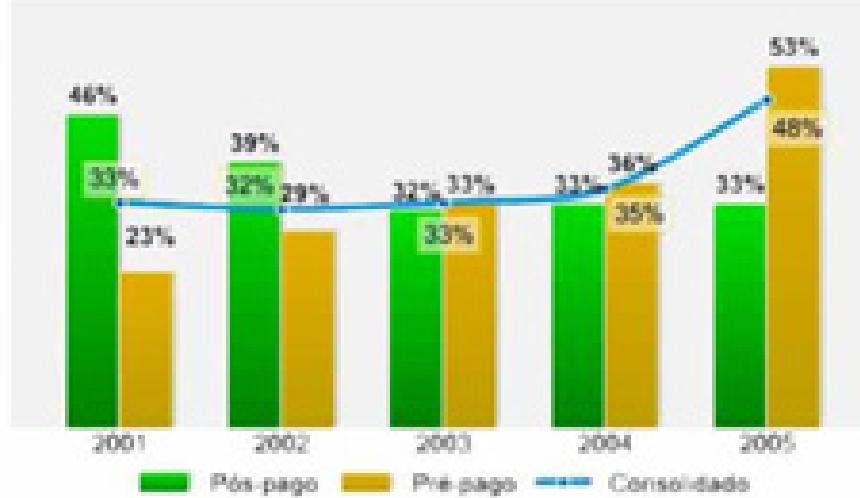
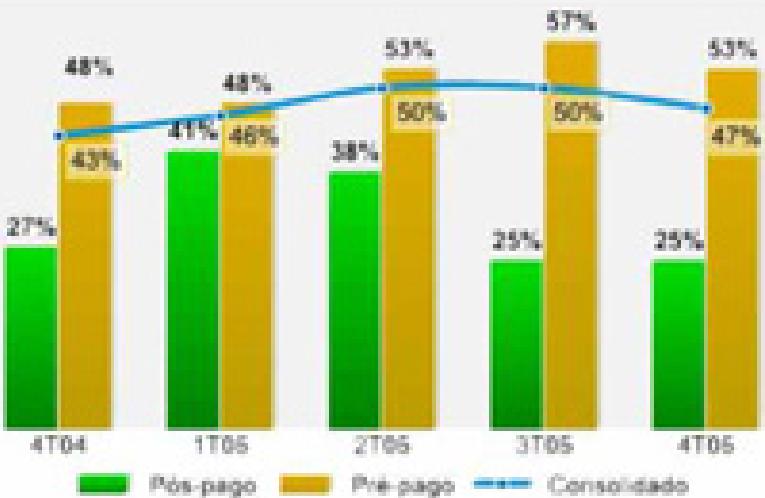


- 16 mil adições líquidas no trimestre
- Crescimento de 1,3% na base de clientes no trimestre

- Depuração da base com postura comercial racional e menos agressiva
- Pequena redução de 2,6% na base de clientes no ano



## Taxa de Cancelamentos (% anualizado)

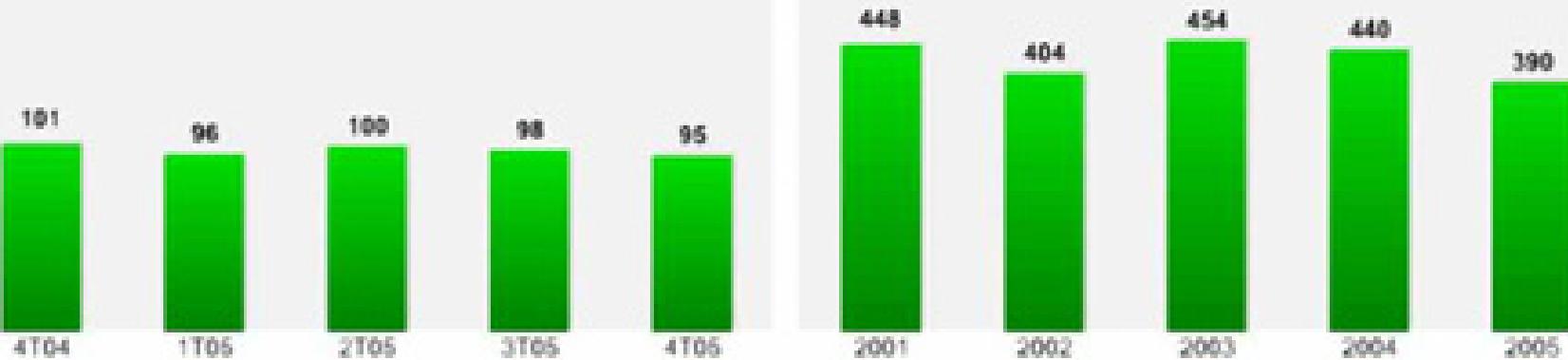


- Redução no nível de cancelamentos do segmento pré-pago no trimestre
- Estabilidade das taxas de cancelamento do segmento pós-pago

- Elevação no nível de cancelamentos consolidado em função do aumento na taxa de cancelamento do segmento pré-pago em consequência da qualidade das aquisições realizadas em 2004



## Receita Líquida de Serviços (R\$ milhões)

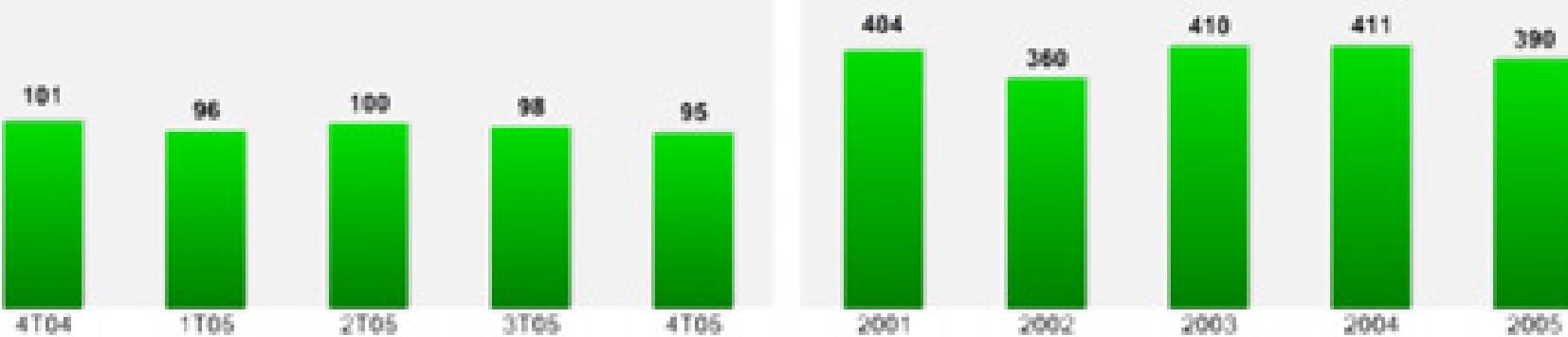


- Pequena redução de 3% na receita líquida de serviços no trimestre

- Redução na receita líquida de serviços devido: menor volume de vendas, introdução das regras do SHP em ago/2004 e reajuste de apenas 4,5% no VC-1 em jul/2005.



## Receita Líquida de Serviços – pró-forma (R\$ milhões)

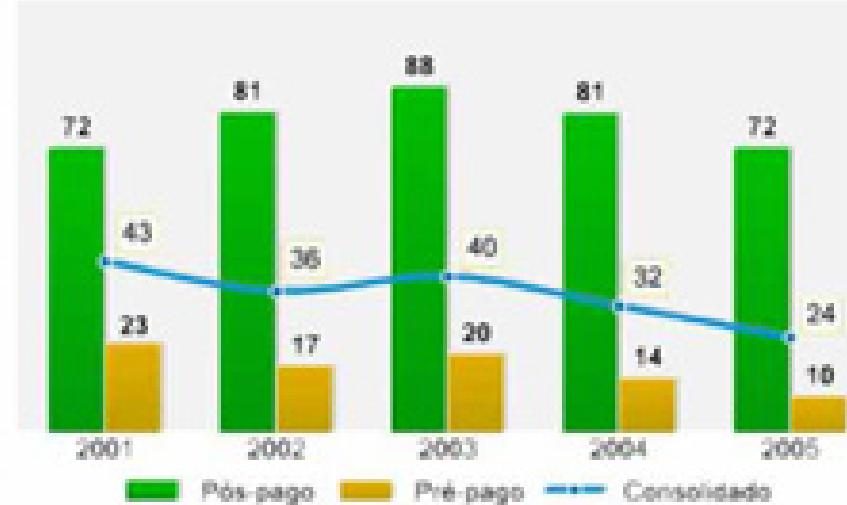


- Pequena redução de 3% na receita líquida de serviços no trimestre

- Ao ajustarmos as receitas de serviços em função das mudanças das regras do SMP, verificamos em 2005 uma redução de 5% em relação a 2004 devido principalmente ao aumento da carteira de pré-pagos e da inexistência de reajuste de VU-M no 1S05



## ARPU (R\$)

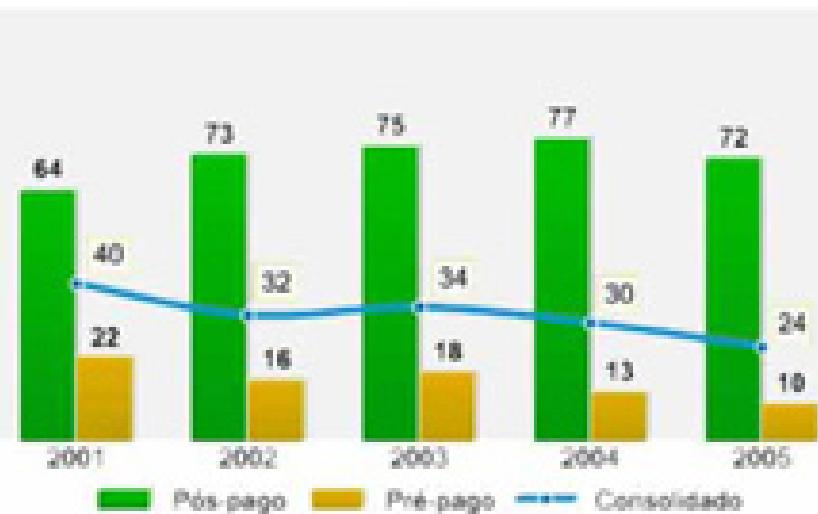


- Elevação dos ARPUs pós e pré-pago no trimestre

- Redução decorrente do aumento da carteira de clientes pré-pagos e da inexistência de reajuste de VU-M no 1S05 e do *bill & keep* que foi implementado em 01/08/04
- Reajuste da VU-M (4,5%) apenas para o VC- 1 e somente a partir de 17/07/05



## ARPU – pró-forma (R\$)



- Elevação dos ARPUs pós e pré-pago no trimestre

Mesmo ajustando-se os ARPUs de acordo com a implementação do SMP, observa-se redução decorrente do aumento da carteira de pré-pagos, da inexistência de reajuste de VU-M em 1S05 e da introdução do *bill & keep* em agosto/04

Destaca-se que o reajuste da VU-M em 2005 (4,5%) foi apenas para as chamadas locais e somente a partir de julho



## Despesas de Vendas e Marketing (R\$ milhões)

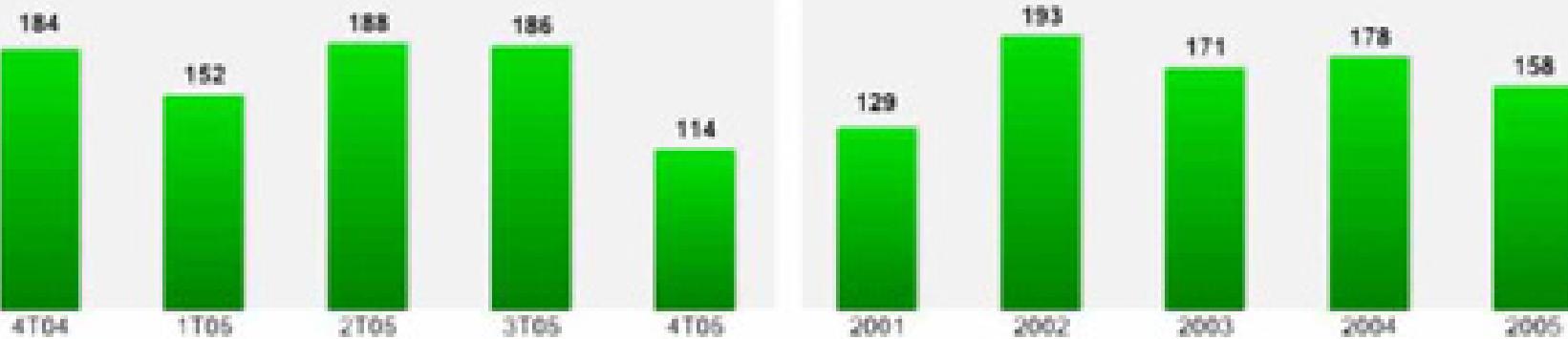


- Relativa estabilidade nas despesas de vendas e marketing ao longo do ano

- Redução de 11% e relação a 2004 como consequência de estratégia comercial menos agressiva



## Custo de Aquisição (R\$)

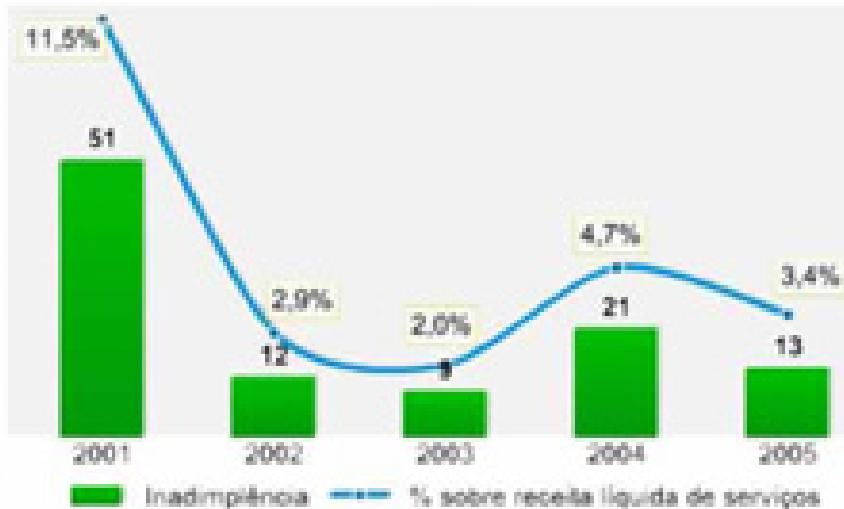
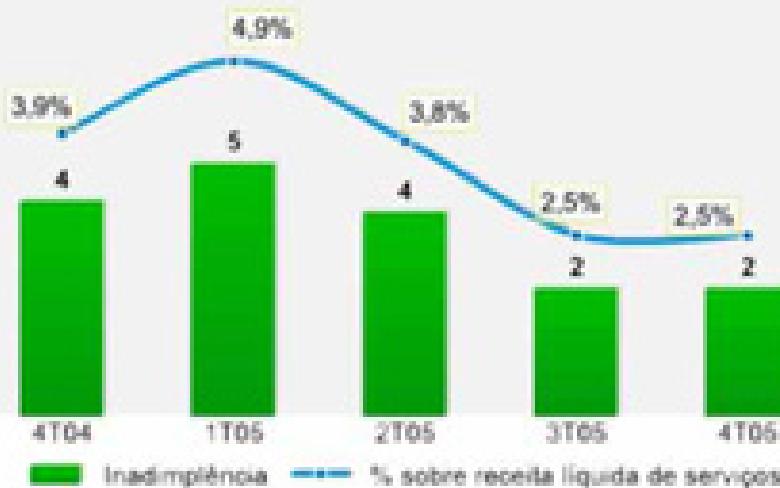


- Redução de 39% no custo de aquisição em relação ao trimestre anterior em função de menores subsídios, descontos promocionais e despesas com publicidade e propaganda

- Apesar do ambiente altamente competitivo, o custo de aquisição por cliente foi 11% inferior ao registrado em 2004



## Inadimplência (R\$ milhões)

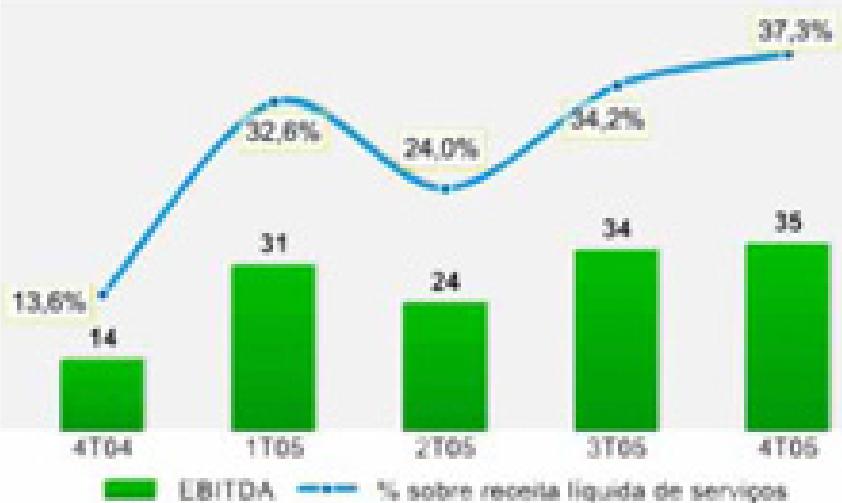


- Estabilidade dos níveis de inadimplência em relação ao trimestre anterior

- Queda expressiva nos níveis de inadimplência no ano



## EBITDA (R\$ milhões)

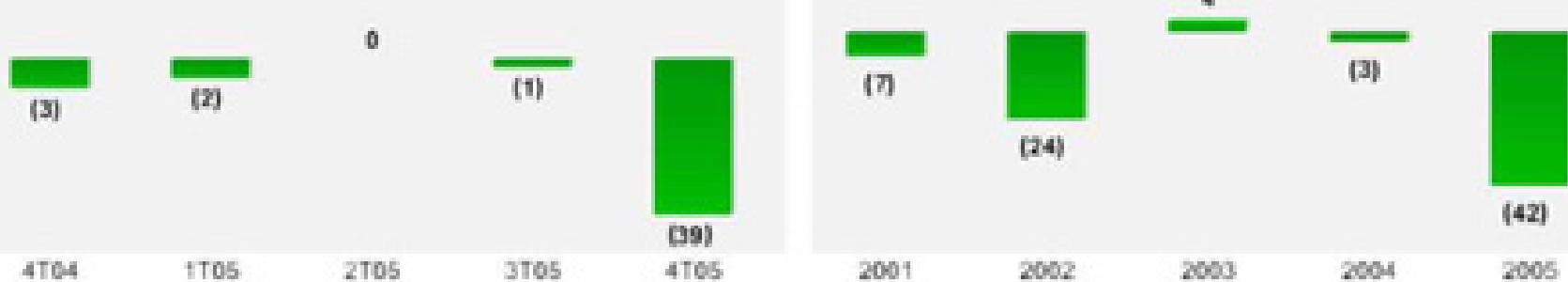


- Maior margem EBITDA sobre a receita líquida de serviços desde a entrada no SMP

- Apesar do acirramento da competição a margem EBITDA foi 7,6 p.p. acima da registrada em 2004



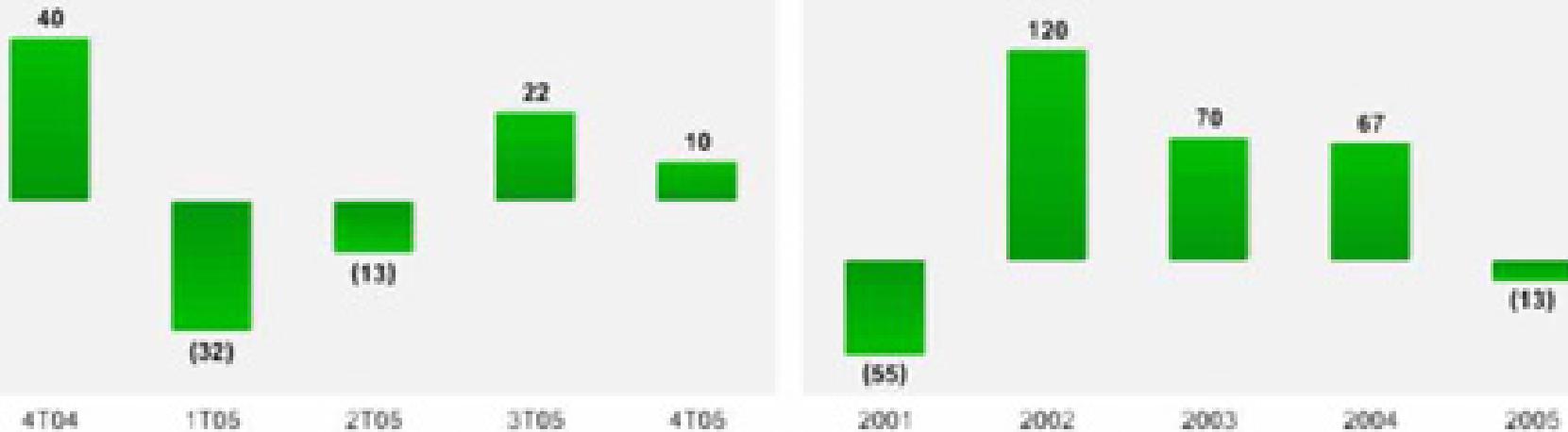
## Resultado Líquido (R\$ milhões)



- Resultado líquido impactado por provisão para perda de ativo fiscal diferido no montante de R\$34 milhões (Instrução 371 da CVM) e por perda com variação cambial



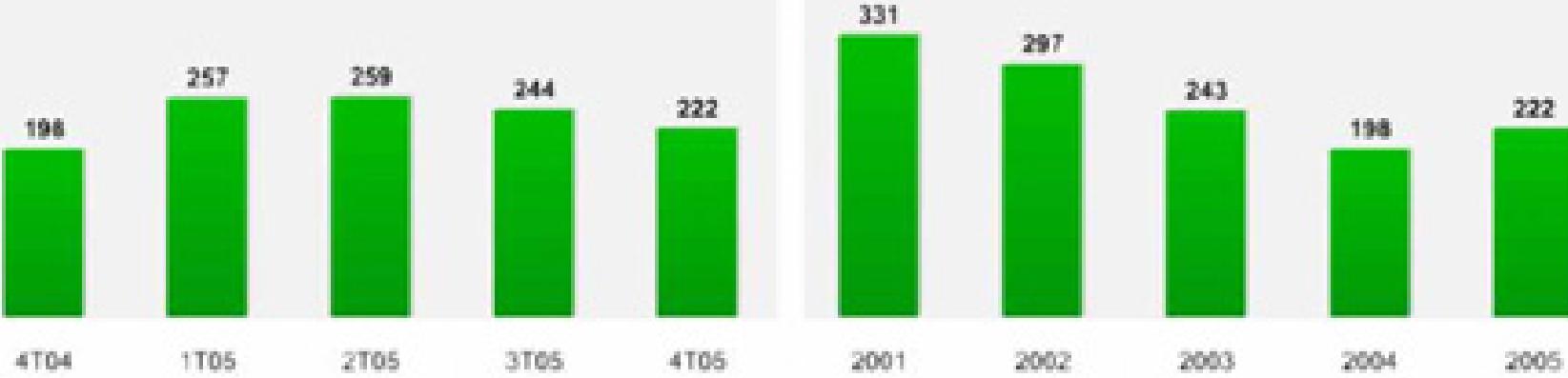
## Fluxo de Caixa Livre (R\$ milhões)



- Fluxo de caixa livre negativo no ano em função do maior pagamento de empréstimos, da elevação do pagamento a fornecedores e do efeito negativo das operações de hedge

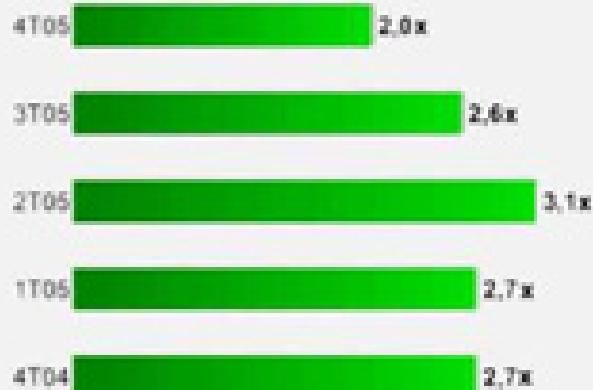
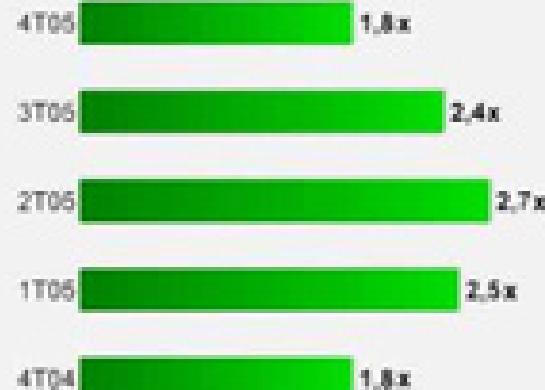


## Dívida Líquida (R\$ milhões)



- Redução da dívida líquida nos últimos 2 trimestres

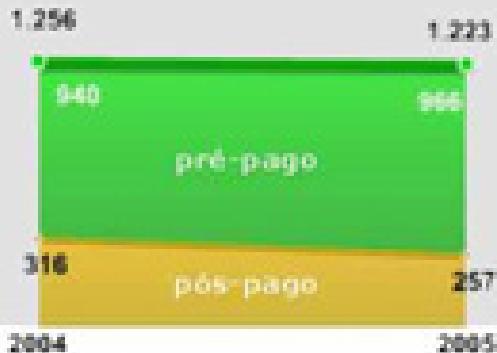
- Pequena elevação da dívida líquida para R\$ 222,0 milhões em 2005

**Dívida Total / EBITDA****Dívida Líquida / EBITDA**

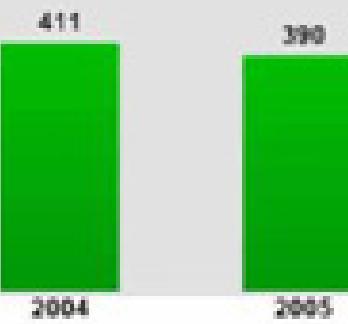
- Boa evolução dos indicadores refletindo melhorias operacionais e austeridade financeira



## Base de Clientes (mil)



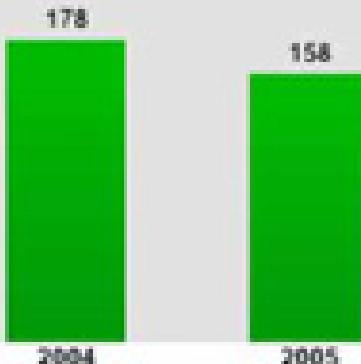
## Receita Líquida de Serviços - Pró-forma (R\$ milhões)



## Despesas de Vendas e Marketing (R\$ milhões)



## Custo de Aquisição (R\$)



## Inadimplência (R\$ milhões)



## EBITDA (R\$ milhões)





- Foco em fidelização e retenção
- Manutenção da rentabilidade
- Crescimento qualificado
- Maior investimento em imagem



*Telemig Celular*

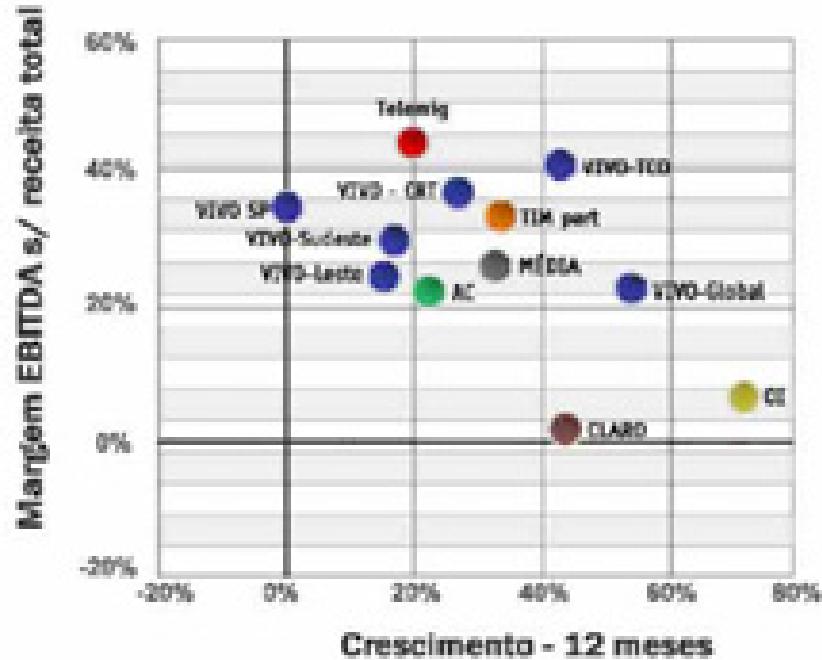
**TELEMIG CELULAR  
PARTICIPAÇÕES S.A.**

**RESULTADO ANUAL - 2005**

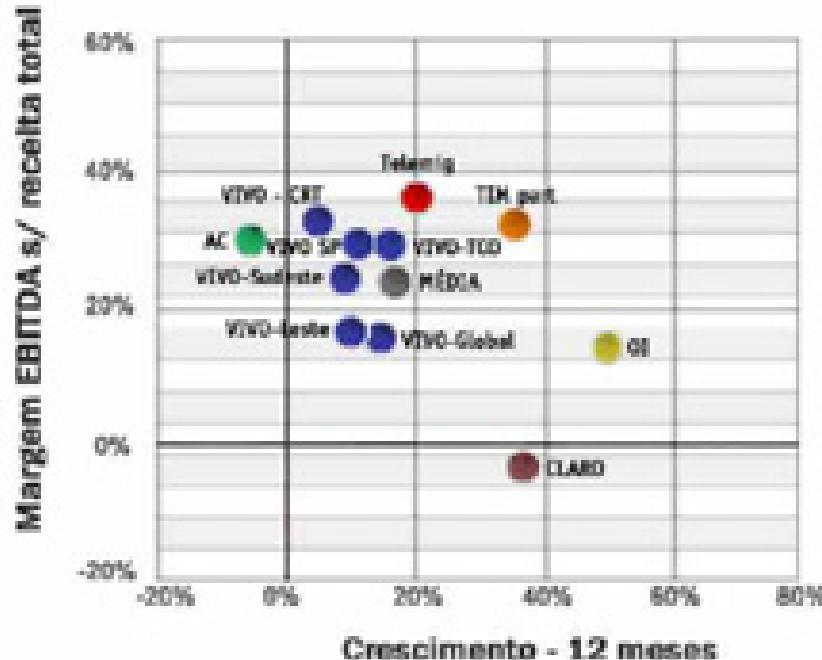




- Maior lucro líquido da sua história (R\$174 milhões)
- Maior margem EBITDA do setor pelo segundo ano consecutivo
- Posição de caixa líquido de R\$450 milhões
- Crescimento de 20% da base de clientes (567 mil adições líquidas)
- Consolidação da rede GSM/EDGE. Maior cobertura do Estado
- Sucesso nas operações na Região do Triângulo Mineiro (12,4% de *market share* em 7 meses de operação, *benchmark* mundial 4º entrante)



|                      | TC  | Média | Diferença |
|----------------------|-----|-------|-----------|
| Margem EBITDA        | 41% | 26%   | 15 p.p.   |
| Crescimento 12 meses | 20% | 32%   | -12 p.p.  |



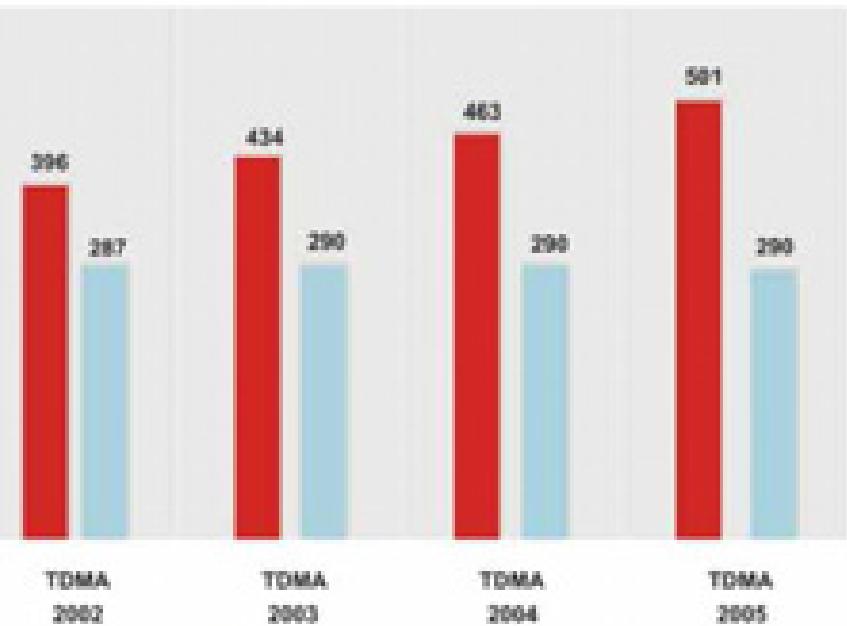
|                      | TC  | Média | Diferença |
|----------------------|-----|-------|-----------|
| Margem EBITDA        | 38% | 24%   | 14 p.p.   |
| Crescimento 12 meses | 20% | 19%   | 1 p.p.    |

- Maior rentabilidade do setor em 2004 e 2005

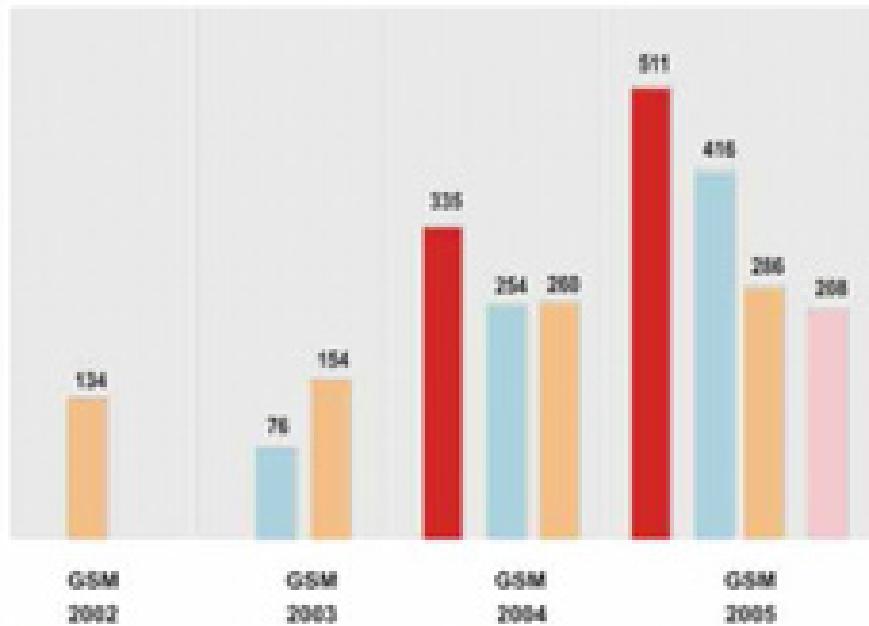


## Localidades Atendidas

TDMA



GSM



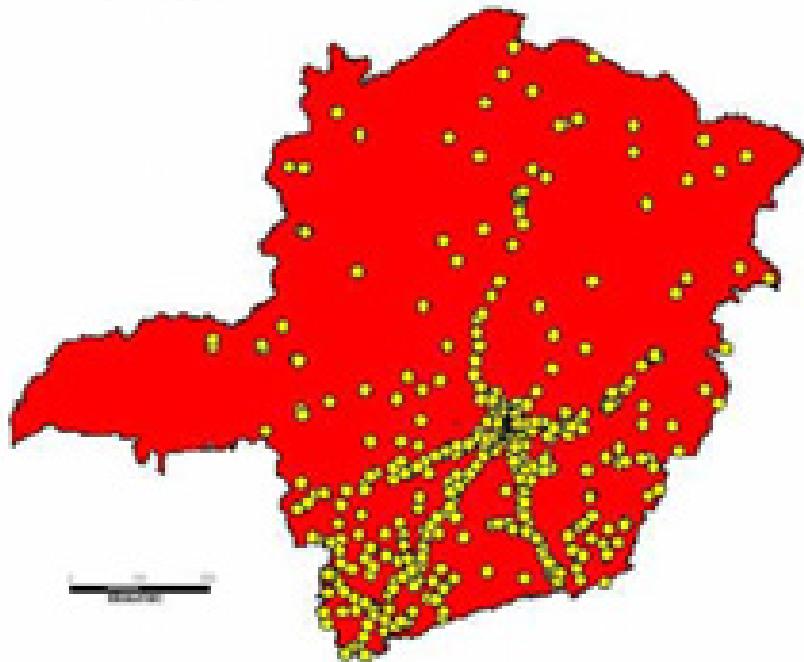
• Rede com maior cobertura nas tecnologias GSM e TDMA



Telemig Celular

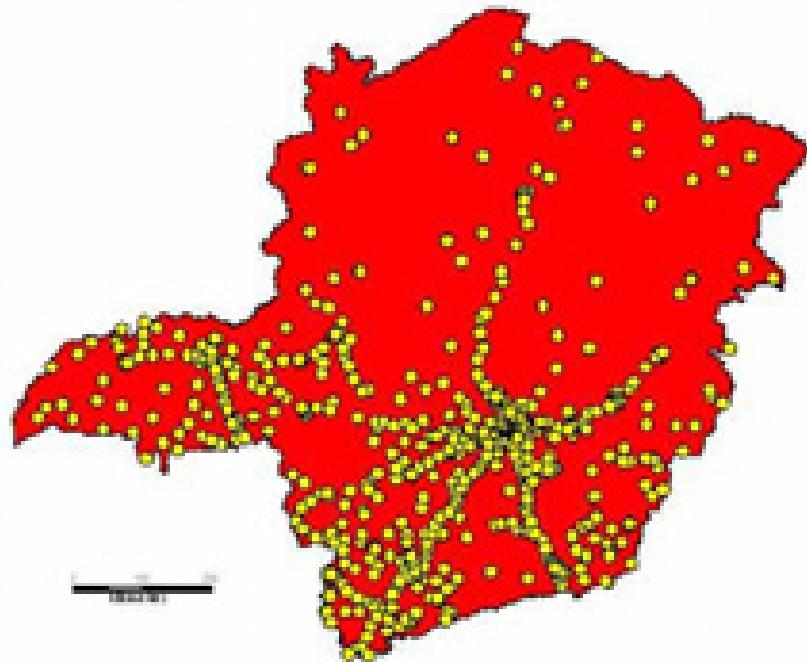
## Cobertura (dez/05)

**TDMA**



501 localidades atendidas

**GSM**



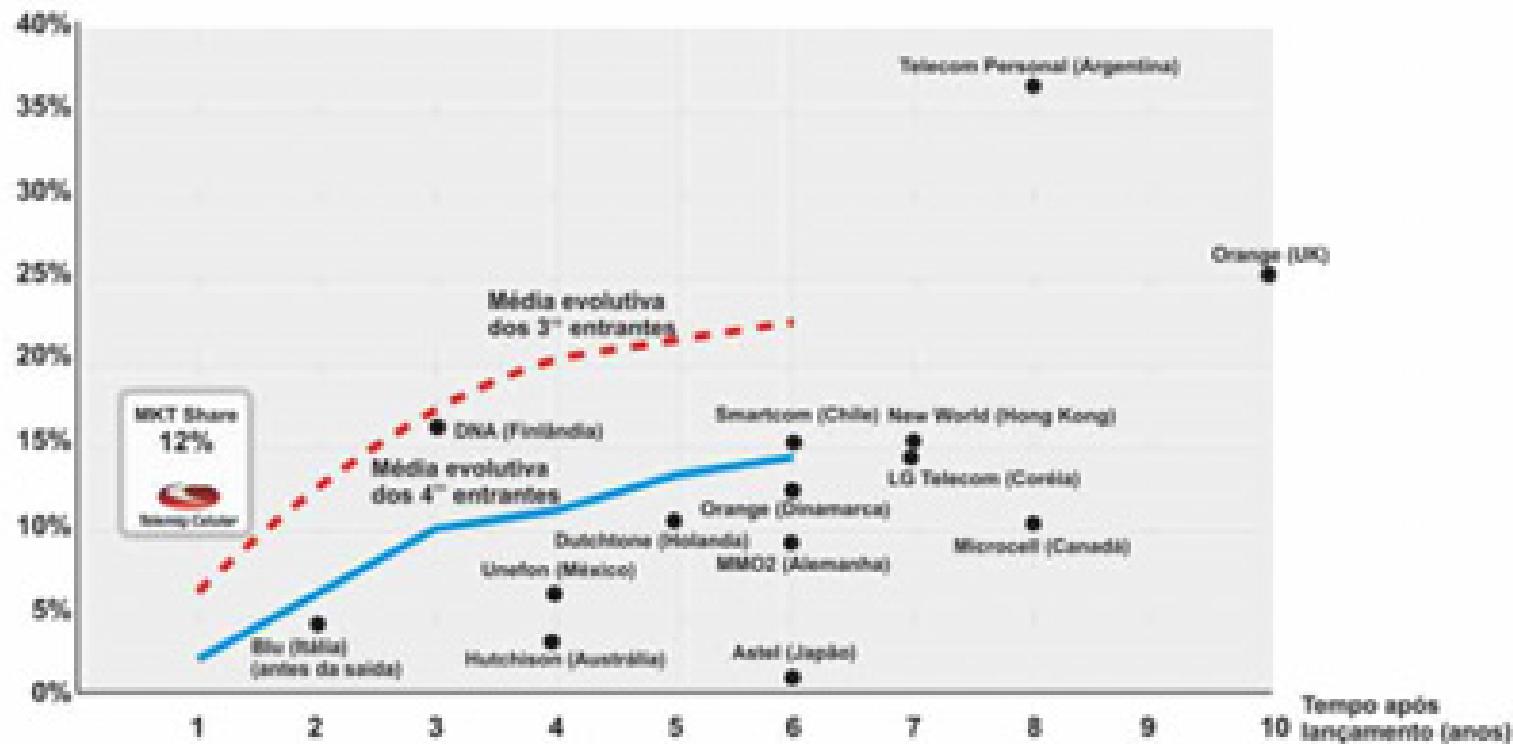
511 localidades atendidas



- O market share atingiu o patamar de 12% em 7 meses de operação.  
Um case mundial

Participação  
de mercado  
do 4º  
entrante (%)

### EVOLUÇÃO DE PARTICIPAÇÃO DE MERCADO DO 4º ENTRANTE EM DIFERENTES PAÍSES



Note: Os share representados podem apresentar diferenças de até 6 meses em relação ao observado.  
É importante ressaltar que os mercados representados apresentam especificidades diferentes do mercado brasileiro.  
Fonte: Pyramid Research, Frost&Sullivan, Merrill Lynch, website das operadoras, análise Advisia.



- A Telemig Celular é a empresa líder no Estado de Minas Gerais e é referência de eficiência e qualidade no setor de telecomunicações no Brasil.



- As melhores da Dinheiro 2005 - melhor empresa de telecomunicações pelo 2º ano consecutivo conferido pela Isto É Dinheiro, uma das principais revistas econômicas do País.



- Prêmio ABRAREC - Programa Você foi reconhecido pela Associação Brasileira das Relações Empresa Cliente como o melhor 'Programa de Relacionamento com Clientes do Brasil'.



- As Melhores em Gestão de Pessoas - A Telemig Celular está entre as 82 melhores empresas na gestão de pessoas, de acordo com pesquisa realizada pelo jornal Valor Econômico.



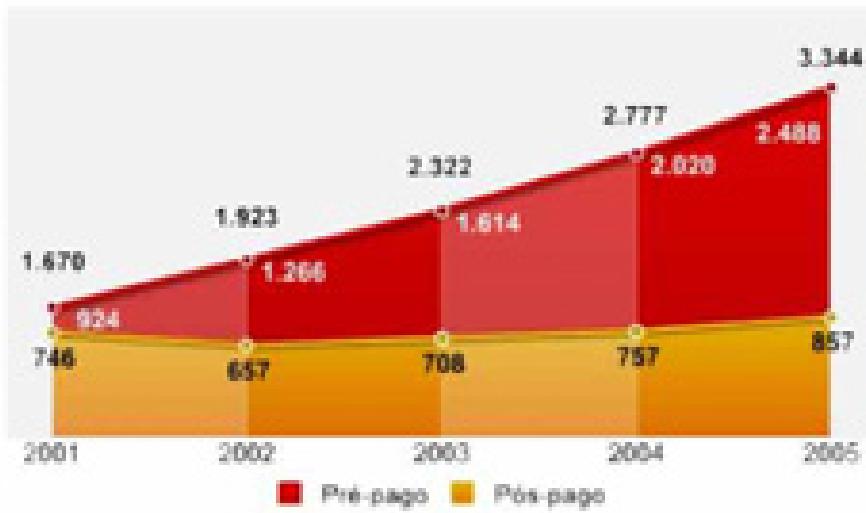
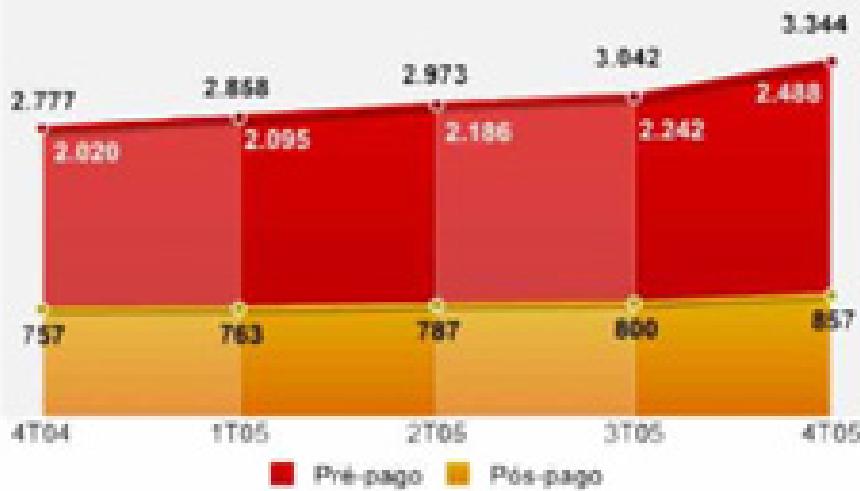
**Telemig Celular**

## **RESULTADOS OPERACIONAIS E FINANCEIROS 4T05 E 2005**





## Base de Clientes ( mil )

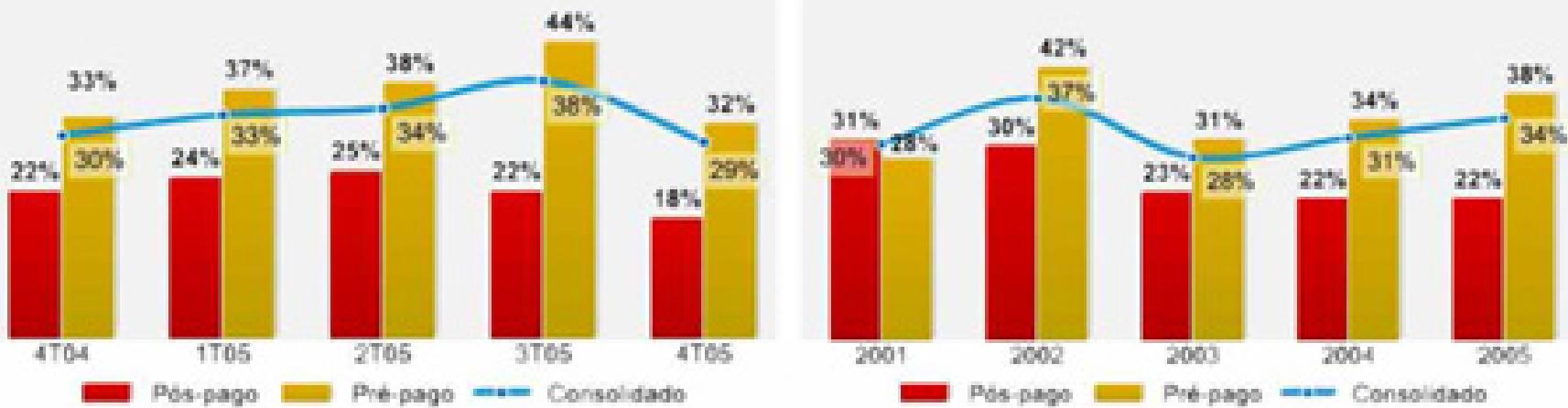


- Base de clientes atingiu 3,3 milhões de clientes
- 302 mil adições líquidas no trimestre – bom crescimento nos segmentos pós-pago e pré-pago

- Expressiva elevação nas adições líquidas (24% maiores que 2004)
- Crescimento da base de clientes pós-pagos de 13% (acima do atingido em 2004)
- Crescimento de 20% em relação a 2004



## Taxa de Cancelamentos (% anualizado)

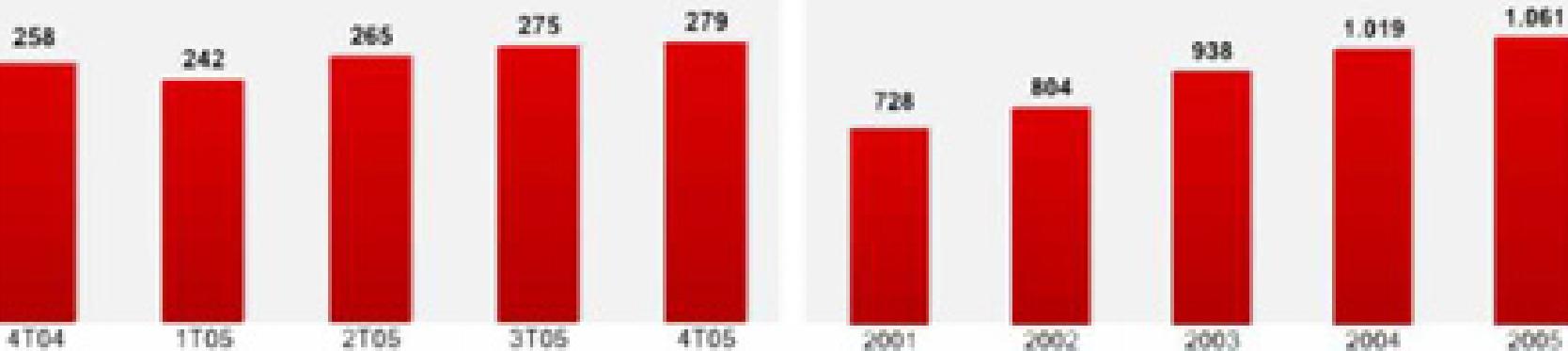


- Expressiva redução nas taxas de cancelamento tanto no segmento pós-pago quanto no segmento pré-pago no 4T05

- Estabilidade nos níveis de cancelamento do segmento pós-pago, apesar do forte acirramento do ambiente competitivo



## Receita Líquida de Serviços – Pró-forma (R\$ milhões)

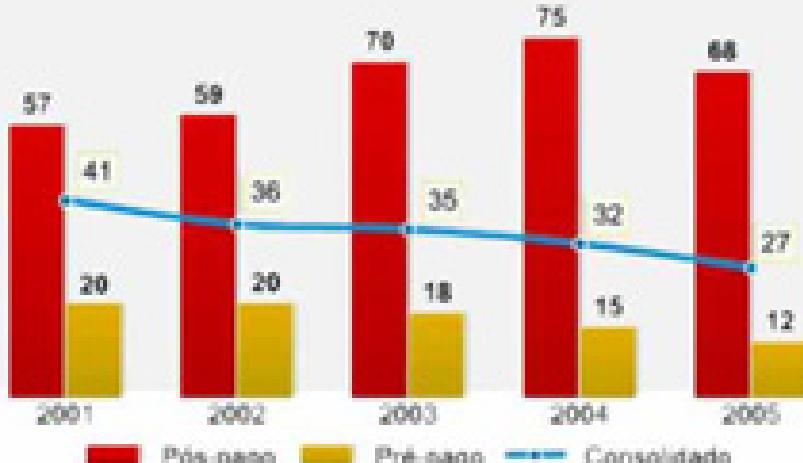


- Receita de serviços se elevou R\$ 3,6 milhões em relação ao trimestre anterior

- Ao ajustarmos as receitas de serviços em função das mudanças das regras do SMP, verificamos em 2005 uma elevação de R\$42 milhões em relação ao exercício anterior



## ARPU – Pró-forma (R\$)



- Estabilidade no ARPU consolidado

Mesmo ajustando-se os ARPUs de acordo com a implementação do SMP, observa-se redução decorrente do aumento da carteira de pré-pagos, da inexistência de reajuste de VU-M no 1S05 e da introdução do *bill & keep* em agosto/04

Destaca-se que o reajuste da VU-M em 2005 (4,5%) foi apenas para as chamadas locais e somente a partir de julho



## Despesas de Vendas e Marketing (R\$ milhões)

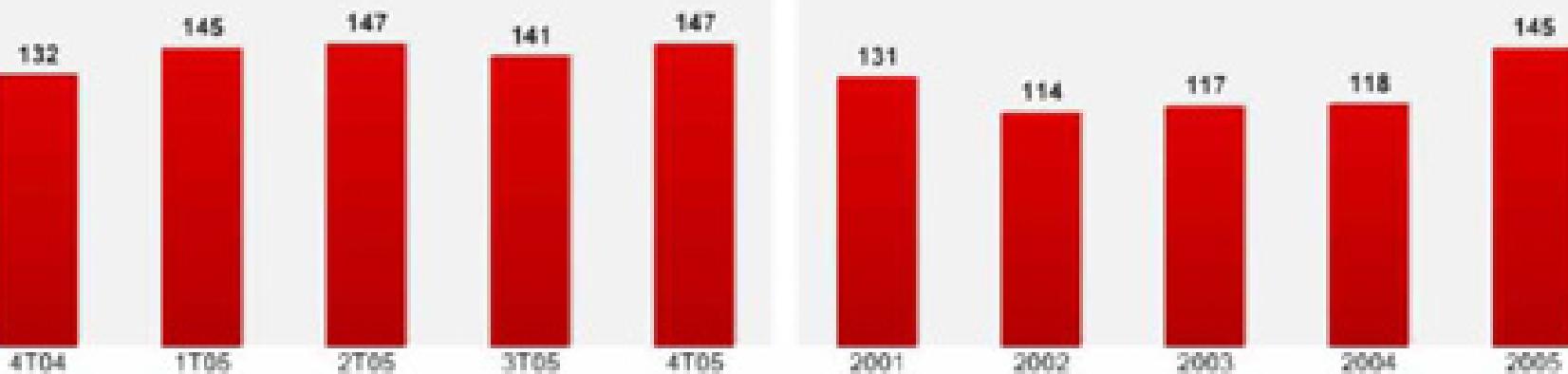


- O aumento nas despesas de vendas e marketing no trimestre está diretamente relacionado aos maiores esforços para crescimento

- Aumento devido à estratégia comercial mais agressiva, à entrada na Região do Triângulo Mineiro e acirramento do cenário competitivo



## Custo de Aquisição (R\$)

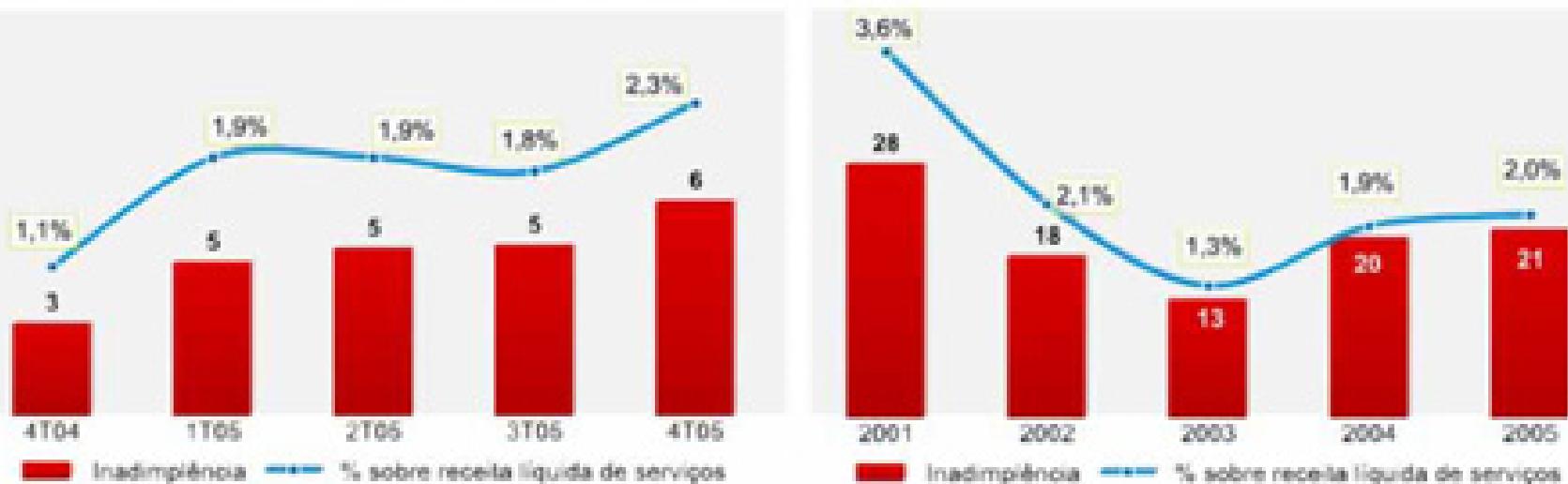


- Apesar do ambiente altamente competitivo, o custo de aquisição por cliente permaneceu relativamente estável ao longo de 2005

- Elevação no custo de aquisição por cliente em função do ambiente competitivo



## Inadimplência (R\$ milhões)



- Os níveis de inadimplência como percentual da receita líquida de serviços foram superior em 0,5 p.p. quando comparado ao 3T05

- Os níveis de inadimplência permanecem sob controle e entre os mais baixos do setor



## EBITDA (R\$ milhões)



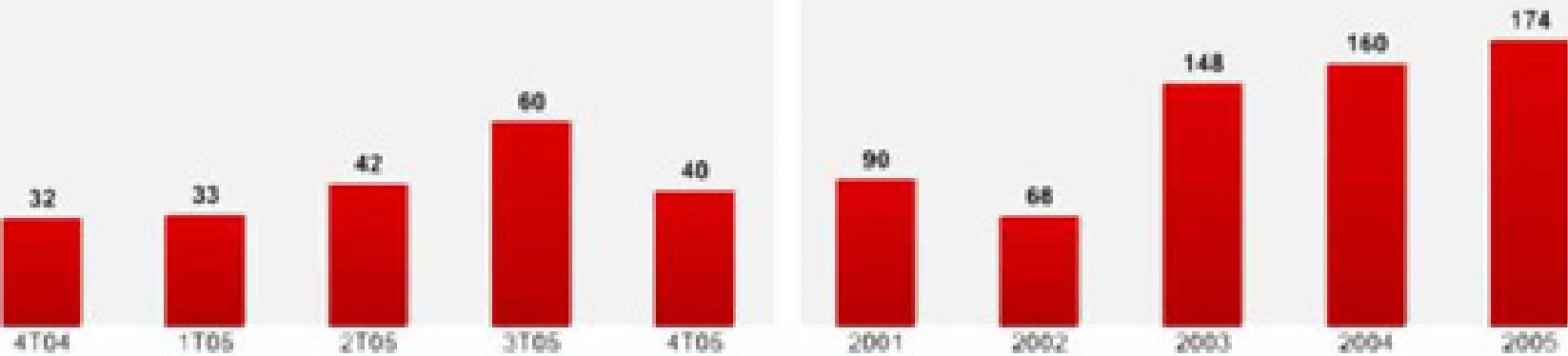
\* Fonte: Inteligência competitiva da Telemig Celular.

- A redução da margem no 4T05 está principalmente relacionada às despesas de aquisição e retenção de clientes

- Maior margem do setor pelo segundo ano consecutivo
- Margem EBITDA de 38% sobre a receita líquida total
- Margem EBITDA média do setor de telecomunicações de 24% sobre a receita líquida total



## Lucro Líquido (R\$ milhões)

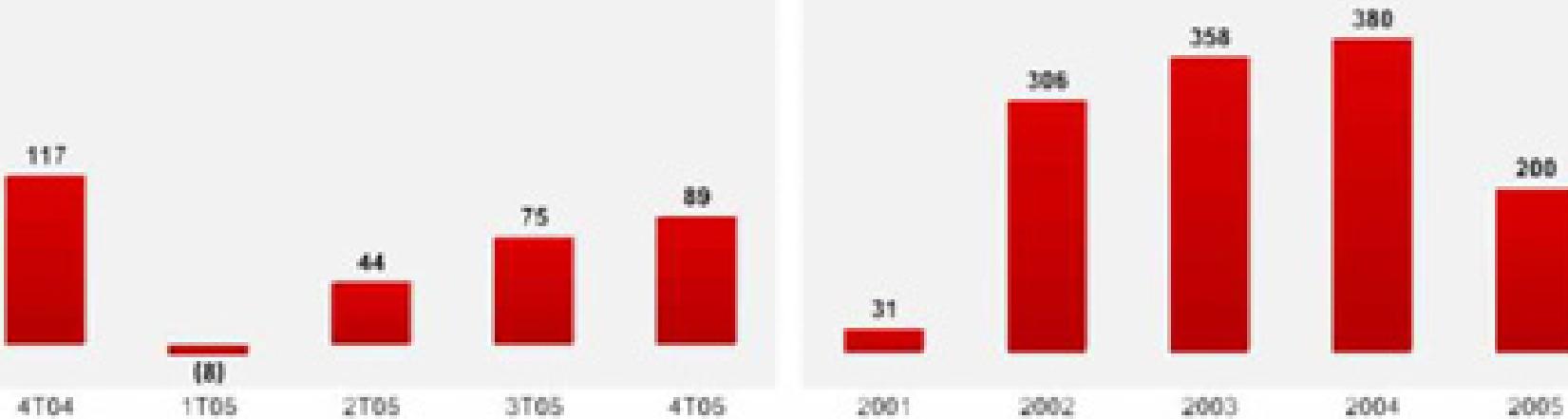


- Redução devido a perda com variação cambial

- Maior lucro da sua história  
- Resultado 9% superior ao registrado em 2004



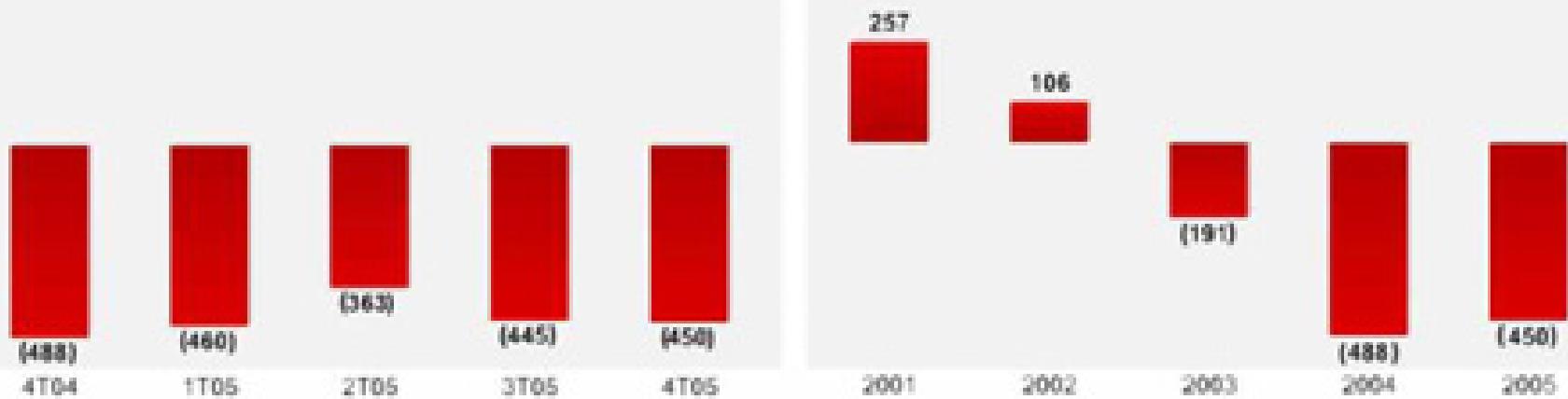
## Fluxo de Caixa Livre (R\$ milhões)



- Mesmo considerando os investimentos na Região do Triângulo Mineiro, a Companhia apresentou expressiva geração de caixa no ano



## Dívida Líquida (R\$ milhões)



- Dívida líquida estável
- Posição líquida de caixa de R\$450 milhões



## Dívida Total / EBITDA



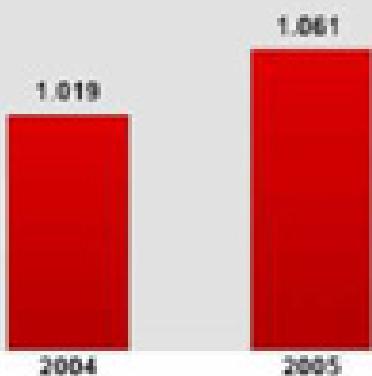
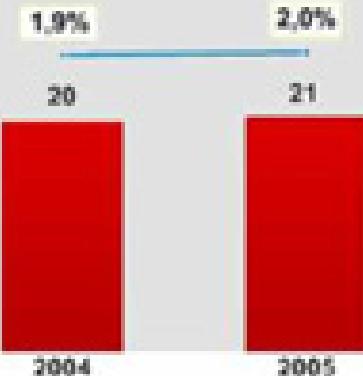
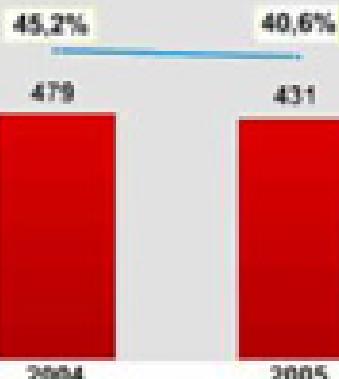
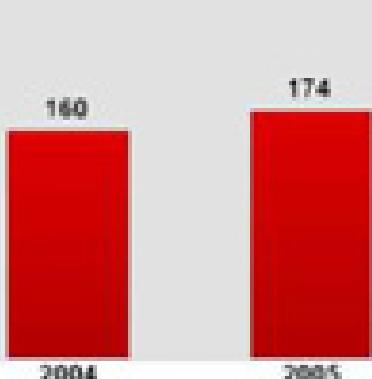
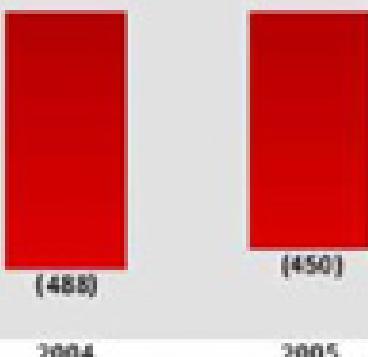
## Dívida Líquida / EBITDA



- Sólida estrutura financeira e de capital
- Evolução consistente da relação Dívida Total / EBITDA nos últimos períodos
  - Manutenção de balanço com a alavancagem reduzida



## Base de Clientes (mil)

Receita Líquida de Serviços -  
Pró-forma (R\$ milhões)Inadimplência  
(R\$ milhões)EBITDA  
(R\$ milhões)Lucro Líquido  
(R\$ milhões)Dívida Líquida  
(R\$ milhões)



Amazonia Celular



Telemig Celular

## Contatos

### **Departamento de Relações com Investidores**

Leonardo Dias / Renata Pantoja / Fernanda Ribeiro

Fones: 55-61-3429-5673 / 5616 / 5617

Fax: 55-61-3429-5626

E-mail: ri@telepart.com.br

**Informações adicionais estão disponíveis nos sites:**

[www.telemigholding.com.br](http://www.telemigholding.com.br)

[www.telenorteholding.com.br](http://www.telenorteholding.com.br)



Amazonia Celular



Telemig Celular

## Aviso

Esta apresentação contém previsões acerca de eventos futuros. Tais previsões não constituem fatos ocorridos no passado e refletem apenas expectativas dos administradores das Companhias. Os termos "antecipa", "acredita", "estima", "espera", "prevê", "pretende", "planeja", "projeta", "objetiva", bem como outros termos similares, visam identificar tais previsões as quais evidentemente envolvem riscos ou incertezas previstas ou não pelas Companhias. Portanto, os resultados futuros das operações das Companhias podem diferir das atuais expectativas e o leitor não deve se basear exclusivamente nas posições aqui realizadas.

Estas previsões emitem a opinião unicamente na data em que são feitas e as Companhias não se obrigam a atualizá-las à luz de novas informações ou de seus desdobramentos futuros.