



# Divulgação de resultados

## 2T14





## Destaques 2T14

Tabela 1.

Destaques 2T14	2T13	1T14	2T14	2T14 / 2T13	2T14 / 1T14
<b>Destaques Operacionais</b>					
RGUs Totais	7,240.9	7,215.2	7,295.6	0.8%	1.1%
RGUs Convergentes	34.3	555.8	1,007.7	n.a.	81.3%
Subscritores Móveis	3,203.5	3,288.4	3,397.1	6.0%	3.3%
% Clientes de 3P&4P	65.3%	68.0%	69.2%	3.8pp	1.2pp
Subscritores IRIS	338.7	498.6	561.3	65.7%	12.6%
<b>Destaques Financeiros</b>					
Receitas de Exploração	357.1	337.3	345.0	(3.4%)	2.3%
EBITDA	140.3	129.9	133.6	(4.8%)	2.9%
Margem EBITDA	39.3%	38.5%	38.7%	(0.6pp)	0.2pp
Resultado Consolidado Líquido	30.6	25.3	18.4	(39.8%)	(27.1%)
Free Cash Flow Antes de Dividendos	19.9	14.3	11.6	(41.5%)	(18.6%)

- Lançamento da "NOS" no dia 16 de maio – uma marca única para todos os segmentos e para todos os serviços. Apenas 7 semanas após o lançamento, os resultados superaram todas as expectativas, com a recordação de marca a superar os 90% e com mais de 70% de reconhecimento da associação da NOS aos serviços prestados sob as marcas ZON e OPTIMUS;
- Ritmo comercial muito forte nos serviços convergentes core, com mais de 1,007 milhões de RGUs convergentes no final do 2T14, representando adições líquidas de 451,9 mil RGUs;
- Os clientes convergentes já representam 17% da base de clientes fixos;
- Adições líquidas de 108,7 mil serviços móveis no 2T14, impulsionadas pelo crescimento de 143,1 mil subscritores pós-pagos, consolidando a sequência de crescimento muito forte impulsionada pela convergência;
- A IRIS obteve um novo trimestre recorde com adições líquidas de 62,7 mil clientes, atingindo-se os 69,2% de penetração da base de clientes de 3&4P;
- As perdas líquidas trimestrais de clientes de DTH reduziram-se para apenas 1,9 mil clientes, devido ao sucesso das ofertas convergentes lançadas para este segmento, utilizando tecnologia 4G;
- Melhoria da tendência anual dos resultados financeiros, impulsionada pelo forte desempenho operacional; as Receitas de Exploração decresceram 3,4% (o que compara com uma quebra de 4,1% no 1T14) e o EBITDA caiu 4,8% (o que compara com um decréscimo de 5,9% no 1T14), representando uma margem EBITDA de 38,7%;
- Custos operacionais não recorrentes de 12,6 milhões de euros relacionados com o processo de fusão e com o lançamento da nova marca, levaram a um Resultado Consolidado Líquido menor, de 18,4 milhões de euros no 2T14.

## 1 – Resultados Consolidados 2T14

Foi atingido um marco muito relevante da fusão entre a ZON e a OPTIMUS no 2T14 com o lançamento, a 16 de maio, da nova marca, NOS. Este foi um passo lógico e essencial para o desenvolvimento de uma estratégia de crescimento ambiciosa, elevando o potencial de obtenção de sinergias.

O lançamento da NOS corporiza a integração de todas as necessidades de telecomunicações e entretenimento num ponto de acesso único e convergente, baseando-se numa experiência de cliente de total entrega e excelência. A NOS nasceu para proporcionar a melhor experiência de telecomunicações e entretenimento, para todos, em toda a parte, para todos os serviços, conteúdos, dispositivos e plataformas, desde a televisão ao móvel, incluindo a internet, telefone, cinema e convergência. O nome da marca enfoca as necessidades de um mundo que trabalha cada vez mais em rede e de forma colaborativa.

Temos um conjunto de ativos único, que proporciona uma plataforma muito sólida para as nossas ambições de crescimento: a nossa rede é a mais moderna, quer em termos de cobertura, quer de capacidade; a nossa oferta de televisão é a mais avançada, com funcionalidades únicas e a melhor interface de utilização; e as nossas ofertas derrubam as barreiras do efeito de rede.

Com o lançamento da NOS, as equipas podem agora focar-se inteiramente no incremento dos esforços comerciais e na reestruturação das operações da entidade resultante da fusão.

Até à data, os resultados do lançamento da nova marca e das grandes campanhas estão bastante acima das melhores expectativas. A recordação de marca excede os 90% apenas após 7 semanas do lançamento, com mais de 70% de reconhecimento da associação da NOS aos serviços prestados sob as marcas ZON e OPTIMUS. Igualmente relevante é o facto de a associação espontânea aos serviços da NOS exceder os 75%, o que significa que os consumidores na sua quase totalidade têm conhecimento dos serviços da NOS.

### 1.1 – Mais de um milhão de RGUs Convergentes

A adesão a serviços convergentes continua a ser muito forte, estando a NOS extremamente bem posicionada para tirar partido das tendências do mercado. Ancorada numa posição muito forte no mercado de TV por Subscrição, a capacidade de venda adicional de pacotes convergentes por parte da NOS foi significativamente reforçada com o lançamento de novas ofertas mais segmentadas, na sequência do lançamento da nova marca, que têm sido dirigidas a camadas do mercado que previamente não estavam a ser endereçadas.

No final do 2T14, a NOS tinha atingido mais de 1 milhão de RGUs convergentes, representando mais de 200 mil clientes convergentes, uma média de 5 RGUs por lar, e mais de 17% dos subscritores de acesso fixo. Estes resultados refletem um crescimento médio mensal de RGUs convergentes no 2T14 de mais de 150 mil, aumentando o já forte ritmo médio de cerca de 115 mil RGUs mensais que se verificou no 1T14.

A aceleração no ritmo de crescimento coincidiu com o lançamento da marca NOS e dos novos pacotes mais segmentados, cujos preços vão desde a oferta de base de gama, de 49,99 euros, e vão até às propostas de



valor mais elevadas, de 79,99 euros. A nova oferta convergente de entrada, de 49,99 euros, lançada no início de junho, combina uma oferta de TV com a interface IRIS com menos canais (121 canais de TV), uma oferta de banda larga fixa menos rápida, de 30 Mbps, voz fixa ilimitada e um cartão SIM incluindo chamadas de voz e SMS ilimitados e 200 MB de tráfego de dados. No topo da gama, a oferta de 79,99 euros inclui mais canais de TV (151), banda larga fixa de 100 Mbps, voz fixa ilimitada e dois cartões SIM, com voz e SMS ilimitados e 200 MB de tráfego de dados.

Estes novos pacotes convergentes proporcionam aos clientes maior escolha e flexibilidade, podendo optar entre 1, 2, 3 ou 4 cartões SIM. Apesar do lançamento das ofertas de base de gama, o ritmo de crescimento nos subscritores com mais de um cartão SIM permaneceu intacto, sendo que a adesão a ofertas com apenas um cartão SIM representou um crescimento adicional em segmentos anteriormente não endereçados.

Um desenvolvimento positivo que teve lugar no 2T14 foi também a redução significativa do ritmo de perdas líquidas de clientes de DTH neste trimestre, devido ao lançamento de ofertas convergentes que combinam TV por satélite com serviços de internet e de voz através de tecnologia 4G. As tendências mensais de perdas líquidas de DTH durante o trimestre foram impactadas de forma muito positiva, reduzindo-se para 1,9 mil clientes no 2T14, o que compara com uma média de 10,4 mil nos 4 trimestres anteriores, tendo-se mesmo registado adições líquidas positivas no mês de junho.

## 1.2 – IRIS na vanguarda da preferência dos consumidores com mais um trimestre de crescimento recorde

A nossa interface premiada, IRIS, continua a ser o principal impulsionador da nossa estratégia de TV e entretenimento, sendo hoje a interface por defeito de todas as ofertas da NOS. Este foi mais um trimestre de crescimento recorde para a IRIS, com mais 62,7 mil adições líquidas, cifrando-se a penetração da base de clientes de 3&4P em 69,2%, tendo crescido face aos 42% que se verificavam no 2T13. A proporção de subscritores que beneficiam da IRIS é uma indicação clara de quanto os clientes valorizam as suas capacidades inovadoras e fáceis de utilizar, bem como as funcionalidades de visionamento e gravação baseadas na *cloud*, no âmbito de um ecossistema multi-dispositivo.

Os níveis de satisfação e da experiência dos clientes com a IRIS são extremamente elevados, com a utilização das funcionalidades de ponta, baseadas na *cloud*, a transformar por completo a forma como as pessoas vêem televisão – mais de 75% dos clientes utiliza o Timewarp e a Restart TV todos os dias, pelo menos duas vezes por dia.

A NOS continua a melhorar a interface IRIS e a integrar novas e inovadoras funcionalidades e aplicações. Durante o 2T14, foi lançada uma nova versão do *software*, IRIS 3.2, que permite aplicações baseadas em HTML5, sendo que a plataforma *online* da IRIS passou a ser parte integrante da oferta para clientes de DTH. Algumas das aplicações mais recentes lançadas durante o 2T14 foram a do Mundial de 2014, com uma *timeline* de eventos completamente interativa e uma nova aplicação de jogos, para clássicos como o Pacman, Tron e Sokoban, entre outros.

### 1.3 – NOS lidera na satisfação de cliente em Portugal – ECSI Portugal Estudo de Satisfação de Cliente 2013

Os serviços de TV por subscrição, voz móvel e voz fixa da NOS foram recentemente distinguidos pelos Portugueses como os melhores do país no ECSI Portugal 2013 – Índice Nacional de Satisfação do Cliente. Os serviços da NOS foram reconhecidos pelo quarto ano consecutivo num inquérito de satisfação que revela anualmente quais os bens e serviços preferidos pelos consumidores Portugueses em vários setores de negócio. A NOS lidera na satisfação global dos consumidores face aos outros operadores de TV por subscrição, com uma pontuação de 7,39 pontos numa escala de 1 a 10, 7,94 pontos para os serviços de voz móvel, e de 7,50 pontos na voz fixa.

### 1.4 – Forte aceleração das adições líquidas móveis impulsionando o crescimento anual da base de clientes

Impulsionada pelo forte crescimento nos pacotes convergentes, a NOS registou adições líquidas de 108,7 mil subscritores móveis, um aumento muito significativo do ritmo de aquisição de clientes face aos 45 mil clientes do 1T14 e às adições líquidas negativas de 57,6 mil subscritores do 2T13.

Este crescimento líquido resulta da combinação de 143,1 mil adições líquidas em serviços móveis pós-pagos e de adições líquidas negativas em 34,4 mil cartões pré-pagos, ilustrando a movimentação estrutural das subscrições móveis *stand-alone* para ofertas integradas em pacotes convergentes. Ajustando para o decréscimo de 9 mil cartões de dados móveis, devido à continuação do impacto negativo do final do programa subsidiado pelo Governo, e-escolas, o crescimento em cartões móveis pós-pagos foi na realidade mais elevado neste trimestre, cifrando-se em 152 mil cartões. No segmento Pessoal *stand-alone*, o enfoque permanece na promoção de tarifas sem qualquer tipo de restrições de rede. Existe ainda uma oportunidade significativa para o crescimento da penetração de *smartphones* no mercado Português, sendo que a NOS está ativamente a explorar oportunidades nesta área, com iniciativas tais como o lançamento de equipamentos de marca própria a preços mais acessíveis e através da venda de *smartphones* em prestações, quando adquiridos no âmbito de planos tarifários pós-pagos.

### 1.5 – Forte crescimento nos serviços Empresariais fixos, embora não acompanhado ainda pelas receitas. Pressão de Mercado nas receitas unitárias de PME e SoHo

As tendências no segmento Empresarial têm sido positivas, com um crescimento anual de RGUs de 6% para 1,016 milhões, com o enfoque colocado na venda adicional de serviços móveis e de TV. O incremento dos canais de vendas e o alinhamento operacional está em desenvolvimento nos segmentos PME e SoHo, com o novo lançamento de uma marca única para todos os serviços, melhorando as propostas de valor da NOS e tornando o relacionamento com os clientes mais eficiente.



O número de contas obtidas no segmento Empresarial aumentou significativamente com grandes progressos no setor público e grandes empresas. As receitas dos segmentos Empresarial, PME e SoHo apresentam ainda um atraso face às fortes tendências operacionais, devido ao período de instalação mais longo necessário para clientes Empresariais e devido à forte pressão de mercado, sentida nas receitas unitárias no segmento das pequenas empresas, tal como esperado, tendo em conta as tendências de convergência no mercado de consumo.

Tabela 2.

Indicadores Operacionais ('000)	2T13	1T14	2T14	2T14 / 2T13	2T14 / 1T14	1S13	1S14	1S14 / 1S13
<b>Telecomunicações <sup>(1)</sup></b>								
<b>Indicadores Agregados</b>								
Casas Passadas	3,213.3	3,255.5	3,243.2	0.9%	(0.4%)	3,213.3	3,243.2	0.9%
RGUs Totais	7,240.9	7,215.2	7,295.6	0.8%	1.1%	7,240.9	7,295.6	0.8%
Subscritores Móveis	3,203.5	3,288.4	3,397.1	6.0%	3.3%	3,203.5	3,397.1	6.0%
Pré-Pagos	2,284.2	2,161.5	2,127.1	(6.9%)	(1.6%)	2,284.2	2,127.1	(6.9%)
Pós-Pagos	919.3	1,126.9	1,270.0	38.1%	12.7%	919.3	1,270.0	38.1%
ARPU / Subscritor Móvel (Euros)	9.8	9.0	9.2	(6.0%)	1.9%	9.7	9.1	(6.2%)
TV por Subscrição	1,569.1	1,493.3	1,474.3	(6.0%)	(1.3%)	1,569.1	1,474.3	(6.0%)
Acesso Fixo <sup>(2)</sup>	1,233.5	1,189.4	1,172.3	(5.0%)	(1.4%)	1,233.5	1,172.3	(5.0%)
DTH	335.7	303.9	302.1	(10.0%)	(0.6%)	335.7	302.1	(10.0%)
Voz Fixa	1,549.3	1,491.3	1,472.5	(5.0%)	(1.3%)	1,549.3	1,472.5	(5.0%)
Banda Larga	905.2	927.0	934.5	3.2%	0.8%	905.2	934.5	3.2%
Outros e Dados	13.7	15.2	17.2	25.4%	12.7%	13.7	17.2	25.4%
Subscritores 3P&4P	805.9	808.4	810.7	0.6%	0.3%	805.9	810.7	0.6%
% 3P&4P	65.3%	68.0%	69.2%	3.8pp	1.2pp	65.3%	69.2%	3.8pp
RGUs Convergentes	34.3	555.8	1,007.7	n.a.	81.3%	34.3	1,007.7	n.a.
Subscritores IRIS	338.7	498.6	561.3	65.7%	12.6%	338.7	561.3	65.7%
% Subscritores IRIS 3P&4P	42.0%	61.7%	69.2%	27.2pp	7.6pp	42.0%	69.2%	27.2pp
<b>Adições Líquidas</b>								
Casas Passadas	13.6	13.7	(12.3)	n.a.	n.a.	27.7	1.4	(94.9%)
RGUs Totais	(54.5)	2.2	80.3	n.a.	n.a.	(116.0)	82.5	n.a.
Subscritores Móveis	(57.6)	45.0	108.7	n.a.	141.4%	(101.5)	153.7	n.a.
Pré-Pagos	(71.9)	(89.5)	(34.4)	(52.1%)	(61.5%)	(124.2)	(123.9)	(0.3%)
Pós-Pagos	14.3	134.5	143.1	n.a.	6.4%	22.7	277.6	n.a.
TV por Subscrição	(13.8)	(24.7)	(19.0)	37.1%	(23.3%)	(24.5)	(43.7)	78.3%
Acesso Fixo <sup>(2)</sup>	(3.9)	(14.4)	(17.1)	n.a.	18.5%	(4.0)	(31.5)	n.a.
DTH	(9.9)	(10.3)	(1.9)	(81.2%)	(81.9%)	(20.5)	(12.2)	(40.6%)
Voz Fixa	6.8	(23.7)	(18.8)	n.a.	(20.8%)	(8.4)	(42.5)	n.a.
Banda Larga	9.7	4.9	7.5	(22.9%)	52.7%	17.5	12.4	(29.2%)
Outros e Dados	0.5	0.7	1.9	275.5%	186.1%	1.0	2.6	155.1%
Subscritores 3P&4P	6.4	2.5	2.3	(64.1%)	(8.8%)	14.7	4.8	(67.3%)
RGUs Convergentes	34.3	343.4	451.9	n.a.	31.6%	34.3	795.3	n.a.
Subscritores IRIS	54.2	61.0	62.7	15.8%	2.9%	103.8	123.7	19.1%

(1) Operações Portuguesas

(2) Os Subscritores de Acesso Fixo incluem os clientes servidos pelas redes de HFC, FTTH e ULL.



Tabela 3.

Indicadores Operacionais ('000)	2T13	1T14	2T14	2T14 / 2T13	2T14 / 1T14	1S13	1S14	1S14 / 1S13
<b>Telecomunicações<sup>(1)</sup></b>								
<b>Indicadores por Segmento</b>								
<b>Consumo</b>								
Total RGUs	6,282.4	6,214.7	6,279.4	(0.0%)	1.0%	6,282.4	6,279.4	(0.0%)
Subscritores Únicos de Acesso Fixo <sup>(2)</sup>	1,218.9	1,159.1	1,127.0	(7.5%)	(2.8%)	1,218.9	1,127.0	(7.5%)
TV por Subscrição	1,505.1	1,429.2	1,406.5	(6.5%)	(1.6%)	1,505.1	1,406.5	(6.5%)
Acesso Fixo	1,183.3	1,138.2	1,118.4	(5.5%)	(1.7%)	1,183.3	1,118.4	(5.5%)
DTH	321.8	291.0	288.1	(10.5%)	(1.0%)	321.8	288.1	(10.5%)
Subscritores IRIS	329.6	484.8	544.4	65.2%	12.3%	329.6	544.4	65.2%
Banda Larga Fixa	833.3	853.8	858.9	3.1%	0.6%	833.3	858.9	3.1%
Voz Fixa	1,356.9	1,299.2	1,281.1	(5.6%)	(1.4%)	1,356.9	1,281.1	(5.6%)
Subscritores Móveis	2,587.2	2,632.5	2,733.0	5.6%	3.8%	2,587.2	2,733.0	5.6%
% 1P	16.9%	14.4%	14.0%	(2.9pp)	(0.4pp)	16.9%	14.0%	(2.9pp)
% 2P	18.1%	19.2%	18.5%	0.4pp	(0.7pp)	18.1%	18.5%	0.4pp
% 3P&4P	65.0%	66.4%	67.9%	2.9pp	1.6pp	65.0%	67.9%	2.9pp
ARPU / Subscritor Único de Acesso Fixo (Euros)	36.6	37.1	37.8	3.3%	1.8%	36.8	37.6	2.3%
<b>Adições Líquidas</b>								
Total RGUs	(56.8)	(21.0)	64.7	n.a.	n.a.	(135.4)	43.7	n.a.
Subscritores Únicos de Acesso Fixo <sup>(2)</sup>	(6.5)	(24.1)	(32.1)	n.a.	33.3%	(10.5)	(56.2)	n.a.
Tv por Subscrição	(12.8)	(26.4)	(22.7)	77.2%	(13.9%)	(23.5)	(49.1)	108.7%
Acesso Fixo	(3.2)	(16.1)	(19.8)	n.a.	23.3%	(3.8)	(35.9)	n.a.
DTH	(9.7)	(10.3)	(2.9)	(70.1%)	(72.0%)	(19.8)	(13.2)	(33.3%)
Subscritores IRIS	52.9	58.6	59.6	12.6%	1.8%	101.4	118.2	16.6%
Banda Larga Fixa	10.2	3.9	5.1	(50.2%)	30.3%	17.4	9.0	(48.6%)
Voz Fixa	5.8	(25.0)	(18.2)	n.a.	(27.4%)	(11.8)	(43.2)	267.0%
Subscritores Móveis	(59.9)	26.5	100.5	n.a.	279.6%	(117.5)	127.0	n.a.
<b>Empresarial</b>								
Total RGUs	958.5	1,000.5	1,016.1	6.0%	1.6%	958.5	1,016.1	6.0%
TV por Subscrição	64.1	64.1	67.8	5.9%	5.8%	64.1	67.8	5.9%
Subscritores IRIS	9.1	13.8	16.9	85.7%	22.5%	9.1	16.9	85.7%
Banda Larga Fixa	85.6	88.4	92.8	8.4%	4.9%	85.6	92.8	8.4%
Voz Fixa	192.5	192.0	191.4	(0.6%)	(0.3%)	192.5	191.4	(0.6%)
Subscritores Móveis	616.4	656.0	664.1	7.8%	1.2%	616.4	664.1	7.8%
ARPU por RGU (Euros)	26.6	25.2	23.2	(12.4%)	(7.7%)	26.6	24.2	(8.9%)
<b>Adições Líquidas</b>								
Total RGUs	2.3	23.2	15.6	n.a.	(32.7%)	19.4	38.8	100.5%
TV por Subscrição	(1.0)	1.7	3.7	n.a.	125.8%	(1.0)	5.4	n.a.
Subscritores IRIS	1.2	2.4	3.1	152.4%	30.3%	2.4	5.5	123.4%
Banda Larga Fixa	0.0	1.7	4.3	n.a.	158.6%	1.1	6.0	n.a.
Voz Fixa	1.0	1.3	(0.6)	n.a.	n.a.	3.3	0.7	(78.9%)
Subscritores Móveis	2.3	18.6	8.2	n.a.	(56.0%)	16.0	26.7	67.4%

<sup>(1)</sup> Operações Portuguesas

<sup>(2)</sup> Os Subscritores de Acesso Fixo incluem os clientes servidos pelas redes de HFC, FTTH e ULL.



## 1.6 – Base de clientes Fixos regista inflexão positiva durante o trimestre

Embora ainda se tenham registado adições líquidas negativas de 19 mil clientes de TV por Subscrição no 2T14, a tendência trimestral revela uma melhoria de abril a junho, à medida que o ritmo de adições líquidas mensais melhorou progressivamente. A base de clientes de acesso fixo ainda sofreu um impacto negativo no 2T14, devido aos remédios impostos pela Autoridade da Concorrência, através dos quais, após a aprovação da fusão, a NOS foi obrigada a libertar os clientes de FTTH da OPTIMUS das suas cláusulas de fidelização, tendo ainda sido impedida de os abordar com propostas comerciais. Este efeito deixará de ser material nos próximos trimestres, na medida em que os clientes de FTTH da OPTIMUS remanescentes passaram a ser clientes NOS, ou desligaram os serviços. Os números de Voz e Banda Larga Fixa foram impactados, de igual modo, pelo efeito referido anteriormente.

Uma tendência muito positiva no 2T14 foi o facto de a base de clientes de DTH ter apresentado um decréscimo significativo nas perdas líquidas para 1,9 mil, comparativamente com 9,9 mil no 2T13 e 10,3 mil no 1T14. A melhoria da tendência mensal da base de clientes de DTH é ainda mais encorajadora, revelando adições líquidas positivas em junho, pela primeira vez desde dezembro de 2011. O lançamento de ofertas convergentes de DTH recorrendo à rede 4G tem provado ser bastante bem sucedida na inversão da tendência negativa neste segmento nos anos transatos, proporcionando à NOS uma proposta de valor mais forte e reduzindo a sua desvantagem relativa de rede em regiões onde compete com DTH contra uma infraestrutura fixa.

## 1.7 – Performance sólida do ARPU residencial Fixo sustentada pela convergência

O ARPU por cliente único com acesso fixo aumentou 3,3% para 37,8 euros devido ao forte aumento de RGUs convergentes e ao contínuo aumento nos RGUs por cliente. Embora ainda exista pressão no mercado através de promoções por parte dos concorrentes, o intuito de subscrição de pacotes com maior valor integrado mais do que compensa este efeito.

O ARPU do negócio Móvel registou um aumento marginal comparativamente com o trimestre anterior, apesar do decréscimo anual de 6,0% para 9,2 euros, revelando que o crescimento substancial de clientes convergentes com contratos pós-pagos está a contribuir para mitigar a pressão inerente sobre as receitas sentida no consumo de serviços móveis *stand-alone*.

O ARPU por RGU no segmento empresarial registou um decréscimo no 2T14 de 12,4% para 23,2 euros, demonstrando a continuação do impacto da pressão dos novos níveis de preços neste segmento, afetado pela tendência dos preços do segmento residencial com a aceleração da mudança para soluções convergentes.



## 1.8 – Cinemas e Audiovisuais

Tabela 4.

Indicadores Operacionais ('000)	2T13	1T14	2T14	2T14 / 2T13	2T14 / 1T14	1S13	1S14	1S14 / 1S13
<b>Cinema <sup>(1)</sup></b>								
Receitas por Espetador (Euros)	4.7	4.7	4.7	1.1%	1.0%	4.6	4.7	1.3%
Bilhetes Vendidos	1,758.3	1,595.7	1,676.6	(4.6%)	5.1%	3,542.8	3,272.3	(7.6%)
Salas (Unidades)	210	209	209	(0.5%)	0.0%	210	209	(0.5%)

(1) Operações Portuguesas

No 2T14, as vendas de bilhetes de cinema da NOS sofreram uma diminuição de 4,6% para 1,677 milhões de bilhetes, o que compara com um decréscimo comparável nas vendas totais do mercado de 6,2%<sup>1</sup>, ajustadas para a reabertura de vários cinemas por outro operador. A queda nas vendas de bilhetes é explicada, maioritariamente, pelo facto de o 2T14 ter sido menos marcado por êxitos de bilheteira que o 2T13, trimestre em que, por exemplo, os filmes “Velocidade Furiosa 6” e “A Ressaca - Parte III” venderam ambos mais bilhetes do que o filme de maior sucesso no 2T14, “Rio 2”. Adicionalmente, embora o trimestre tenha apresentado um começo bastante forte, com o período da Páscoa em abril, os meses de maio e junho foram afetados pela oferta menos atrativa de filmes e também pelo Mundial de Futebol.

Os filmes exibidos com maior sucesso no 2T14 foram “Rio 2”, “Noé”, “Maléfica”, “X-Men: Dias de um Futuro Esquecido” e “Mil e Uma Maneiras de Bater as Botas”.

A NOS abriu o primeiro ecrã IMAX® DMR - Digital 3D em Lisboa em junho de 2013. Esta experiência *premium* de cinema tem-se revelado muito bem sucedida, tendo já atingido, até ao momento, um total de 124 mil espetadores, no seu primeiro ano de operação.

A receita média por bilhete vendido melhorou face ao período homólogo, com um aumento de 1,1% para 4,7 euros.

Em proporção das vendas de bilhetes totais da NOS, as vendas de bilhetes para filmes em 3D estabilizaram no 2T14, representando cerca de 11%. Esta proporção é inferior à que se registou no passado, principalmente devido ao menor número de filmes em 3D e ao facto de os clientes optarem por alternativas menos dispendiosas, em 2D.

Não obstante o decréscimo anual no 2T14 de 3,6% nas receitas brutas de bilheteira, a NOS mantém a sua posição de liderança de mercado, com uma quota de mercado de 62,5% em termos de receita bruta no 2T14. As receitas totais de Exibição Cinematográfica sofreram um decréscimo anual de 5,3% no 2T14 para 11,4 milhões de euros, devido à anteriormente referida quebra nas vendas de bilhetes e ainda ao declínio de receitas não *core*.

<sup>1</sup> Fonte: ICA – Instituto do Cinema e do Audiovisual



As receitas da divisão de Audiovisuais diminuíram 1,3% para 14,2 milhões de euros no 2T14, mantendo-se estáveis face ao trimestre anterior. As receitas foram impactadas maioritariamente pelo descréscimo na venda de bilhetes de cinema no mercado Português e ainda pela comparação difícil com o 2T13, quando a quota de mercado de receitas brutas de bilheteira da NOS Audiovisuais foi de 68,7%, sustentada pelo forte desempenho do filme de maior êxito de bilheteira do trimestre, "Velocidade Furiosa 6", o qual foi distribuído pela NOS. A NOS distribuiu 5 dos 10 filmes com maior sucesso de bilheteira no 2T14, "Noé", "Maléfica", "Mil e Uma Maneiras de Bater as Botas", "Má Vizinhaça" e "Godzilla", mantendo a sua forte posição de liderança com uma quota de mercado de 55,5% em termos de receitas brutas.

O contrato que a divisão de Audiovisuais assinou com a Warner para a distribuição cinematográfica do seu catálogo para Portugal, entrou em vigor a 1 de abril de 2014. É, por conseguinte, expectável que venha a ter uma contribuição relevante no futuro.

## 1.9 – ZAP

A ZAP tornou-se um operador de referência em Angola e Moçambique, em África e na indústria de telecomunicações, na medida em que as suas operações continuam a ser muito bem sucedidas. A ZAP mantém-se focada na contínua expansão dos seus canais de vendas, aumentando a sua presença nestes territórios. Por conseguinte, abriu duas lojas próprias, uma em Angola (Caxito-Bengo) e uma em Moçambique (Tete). A ZAP tem, neste momento, 29 lojas próprias em Angola e 8 em Moçambique.

A ZAP continua a diferenciar-se dos seus concorrentes nestes países melhorando os seus produtos e serviços, procurando corresponder às elevadas expectativas dos seus clientes. Neste trimestre, a ZAP adicionou mais um novo canal aos seus pacotes, SIC Caras, o qual apresenta uma visão especializada do universo das celebridades nacionais e internacionais, com uma oferta de programação que cobre vários géneros televisivos: notícias, reportagens, análises, entrevistas, debates, *talent shows*, ficção, documentários, magazines, programas de auditório, *talk shows*, grandes eventos e emissões especiais.

## 2 – Demonstrações Financeiras Consolidadas Pró-Forma

As Demonstrações Financeiras Consolidadas foram sujeitas a revisão limitada. Como prática recorrente, apenas as contas anuais são auditadas, sendo que os valores trimestrais não foram auditados de forma autónoma.

### 2.1 – Demonstração de Resultados Consolidados

Tabela 5.

<b>Demonstração de Resultados Pró-Forma*</b> (Milhões de Euros)	2T13	1T14	<b>2T14</b>	2T14 / 2T13	2T14 / 1T14	1S13	<b>1S14</b>	1S14 / 1S13
Receitas de Exploração	357.1	337.3	345.0	(3.4%)	2.3%	708.9	682.3	(3.8%)
Telecomunicações	341.9	323.5	330.2	(3.4%)	2.1%	678.5	653.7	(3.7%)
Receitas de Consumo	217.9	207.5	204.8	(6.0%)	(1.3%)	439.8	412.3	(6.3%)
Receitas Empresariais	99.8	96.2	98.1	(1.7%)	1.9%	193.8	194.3	0.3%
Vendas de Equipamentos	8.8	8.2	8.9	0.6%	9.1%	15.1	17.1	13.1%
Outros e Eliminações	15.4	11.6	18.4	19.9%	58.5%	29.8	30.1	0.7%
Audiovisuais	14.4	14.2	14.2	(1.3%)	0.6%	29.3	28.4	(3.0%)
Exibição Cinematográfica <sup>(1)</sup>	12.1	10.7	11.4	(5.3%)	6.9%	23.9	22.2	(7.2%)
Outros e Eliminações	(11.4)	(11.0)	(10.9)	(4.4%)	(1.3%)	(22.8)	(21.9)	(3.6%)
Custos Operacionais, Excluindo Amortizações	(216.7)	(207.5)	(211.3)	(2.5%)	1.9%	(430.6)	(418.8)	(2.7%)
Custos com Pessoal	(23.7)	(21.0)	(18.7)	(21.0%)	(11.1%)	(47.0)	(39.8)	(15.3%)
Custos Diretos dos Serviços Prestados	(101.8)	(96.7)	(100.5)	(1.3%)	3.9%	(199.5)	(197.2)	(1.1%)
Custos Comerciais <sup>(2)</sup>	(22.9)	(22.7)	(21.8)	(4.7%)	(4.2%)	(42.2)	(44.5)	5.5%
Outros Custos Operacionais	(68.3)	(67.0)	(70.4)	3.0%	5.1%	(141.9)	(137.3)	(3.2%)
EBITDA	140.3	129.9	133.6	(4.8%)	2.9%	278.3	263.5	(5.3%)
Margem EBITDA	39.3%	38.5%	38.7%	(0.6pp)	0.2pp	39.3%	38.6%	(0.6pp)
Telecomunicações	131.5	120.4	124.9	(5.0%)	3.7%	262.6	245.3	(6.6%)
Margem EBITDA	38.5%	37.2%	37.8%	(0.6pp)	0.6pp	38.7%	37.5%	(1.2pp)
Audiovisuais e Exibição Cinematográfica	8.8	9.5	8.8	(0.6%)	(7.5%)	15.8	18.3	15.7%
Margem EBITDA	37.3%	42.4%	37.4%	0.1pp	(5.0pp)	32.8%	39.8%	7.0pp
Participação nos Resultados de Empresas Associadas e Joint-Ventures	0.4	4.9	2.7	n.a.	(44.8%)	1.7	7.6	n.a.
EBITDA incluindo Resultados de Empresas Associadas e Joint-Ventures	140.7	134.8	136.3	(3.1%)	1.2%	280.0	271.1	(3.2%)
Amortizações	(82.0)	(83.9)	(86.2)	5.1%	2.8%	(169.1)	(170.1)	0.6%
Outros Custos / (Proveitos)	(1.0)	(2.8)	(12.6)	n.a.	n.a.	(1.3)	(15.5)	n.a.
EBIT (Res. Antes de Resultados Financeiros e Impostos)	57.6	48.1	37.5	(35.0%)	(22.0%)	109.6	85.6	(22.0%)
(Custos) / Ganhos Financeiros Líquidos	(17.9)	(15.2)	(14.2)	(21.0%)	(6.7%)	(34.7)	(29.4)	(15.3%)
Resultado Antes de Impostos e Interesses Não Controlados	39.7	32.9	23.3	(41.3%)	(29.1%)	75.0	56.2	(25.0%)
Imposto Sobre o Rendimento	(9.0)	(7.3)	(4.8)	(46.5%)	(34.6%)	(16.5)	(12.1)	(26.6%)
Resultado das Operações Continuadas	30.7	25.6	18.5	(39.8%)	(27.5%)	58.5	44.1	(24.6%)
Interesses Não Controlados	(0.2)	(0.3)	(0.1)	(31.7%)	(64.3%)	(0.4)	(0.4)	14.3%
Resultado Consolidado Líquido	30.6	25.3	18.4	(39.8%)	(27.1%)	58.1	43.7	(24.8%)

(1) Inclui operação em Moçambique.

(2) Custos Comerciais incluem Comissões, Marketing e Publicidade e Custos das Mercadorias Vendidas.

\* A fusão por incorporação da OPTIMUS na ZON que levou à criação da ZON OPTIMUS (atualmente NOS) ficou concluída no dia 27 de agosto de 2013. Principalmente em resultado da fusão, no 3T13 foi necessário alinhar algumas políticas, práticas e estimativas contabilísticas. As principais alterações às políticas contabilísticas, com a respetiva reexpressão das contas dos períodos anteriores, foram a capitalização dos custos de aquisição de clientes na ZON, por forma a alinhar com a política seguida pela OPTIMUS e também por outros operadores de telecomunicações e a capitalização de determinados direitos de filmes na divisão de Audiovisuais, de acordo com a IAS 38, tendo sido efetuada a reexpressão desde o 1T12 nas contas estatutárias. Para além disto, e em antecipação da implementação obrigatória da IFRS 11 a partir do 1T14, segundo a qual as joint ventures já não podem ser consolidadas pelo método proporcional, a NOS (anteriormente ZON OPTIMUS) procedeu à desconexão das três joint ventures nas quais detém participações, ZAP (30%), Sport TV (50%) e Dreama (50%), tendo reexpresso as demonstrações financeiras dos períodos anteriores para refletir o seu reconhecimento através do método da equivalência patrimonial. No sentido de facilitar a comparação entre o corrente período de resultados e os anteriores, para a nova NOS (anteriormente ZON OPTIMUS), foram preparadas as seguintes demonstrações financeiras consolidadas pró-forma, refletindo não apenas a reexpressão das demonstrações financeiras estatutárias devido às alterações de políticas contabilísticas, mas também a consolidação de 12 meses de resultados da OPTIMUS em 2013 (6 meses no 1S13). As demonstrações financeiras refletem o impacto, desde Setembro de 2013, nas amortizações e depreciações do cálculo provisional do justo valor dos ativos e passivo da OPTIMUS que foi utilizado para efeitos da alocação do preço de compra resultante da consolidação da OPTIMUS. A análise financeira baseia-se nestas demonstrações financeiras pró-forma. O Anexo III a este relatório inclui a demonstração de resultados estatutária da NOS (anteriormente ZON OPTIMUS).



## 2.2 – Receitas de Exploração

As **Receitas de Exploração** cifraram-se em 345 milhões de euros no 2T14, representando um decréscimo de 3,4% face ao 2T13. As receitas para o segmento de Telecomunicações decresceram em 3,4% para 330,2 milhões de euros, refletindo uma melhoria face ao trimestre anterior em termos de crescimento anual, devido ao desempenho muito positivo evidenciado por alguns dos principais indicadores operacionais.

As receitas de Consumo registaram um decréscimo anual de 6% para 204,8 milhões de euros em comparação com o 2T13, demonstrando uma recuperação marginal face ao decréscimo anual de 6,5% que se verificou no 1T14. Nas receitas de Consumo, é importante destacar que a tendência das receitas residenciais fixas foi muito menos negativa, apresentando uma queda anual de apenas 2,9% no 2T14, refletindo o forte crescimento do volume nas soluções convergentes, que impulsionou o desempenho positivo do ARPU. Adicionalmente, a tendência anual negativa nas receitas residenciais de DTH melhorou de forma significativa no 2T14, impulsionada pelo lançamento das ofertas convergentes de DTH. O negócio móvel *stand-alone* ainda regista tendências de crescimento anual desafiantes. No entanto, isto não deve ser analisado de forma isolada, na medida em que muitos dos anteriores clientes móveis pessoais estão a migrar para pacotes convergentes pós-pagos, de valor mais elevado, com um efeito líquido positivo para a NOS no seu todo. As receitas Empresariais diminuíram no 2T14 em 1,7% face ao 2T13, resultado da combinação do crescimento das receitas de *Corporate* e *Wholesale*, que no entanto não são ainda suficientes para compensar a pressão ao nível dos preços que se faz sentir no mercado de PME e SoHo, influenciado pela tendência, no sentido da convergência, do mercado residencial.

As receitas da divisão de Audiovisuais diminuíram em 1,3% face ao 2T13 para 14,2 milhões de euros, sendo que as receitas de Exibição Cinematográfica decresceram em 5,3% para 11,4 milhões de euros, registando uma melhoria significativa da taxa de decréscimo anual face ao trimestre anterior.

Apesar do decréscimo anual de 3,6% da receita bruta de bilheteira no 2T14, a NOS continua a manter a sua posição de liderança do mercado, com uma quota de mercado de 62,5% em termos de receita bruta no 2T14. Em resultado da já mencionada diminuição do número de bilhetes vendidos e também da diminuição de receitas não *core*, as receitas totais de Exibição Cinematográfica diminuíram 5,3% no 2T14 face ao 2T13.

As receitas de Audiovisuais decresceram 1,3% para 14,2 milhões de euros no 2T14, permanecendo estáveis face ao trimestre anterior. As receitas foram impactadas principalmente pelo decréscimo das vendas de bilhetes de cinema no mercado Português e também por uma comparação difícil com o 2T13, trimestre em que a quota de mercado em termos de receita bruta da NOS Audiovisuais se cifrou em 68,7%, suportada pelo forte desempenho do principal êxito de bilheteira do trimestre, “Velocidade Furiosa 6”, que foi distribuído pela NOS.

A ZAP continua a registar um desempenho operacional e financeiro sólido, com as receitas da participação de 30% da NOS a aumentarem 33,1% para 14,6 milhões de euros no 2T14.

## 2.3 – EBITDA

O **EBITDA Consolidado** registou um decréscimo anual de 4,8% no 2T14 para 133,6 milhões de euros, gerando uma Margem EBITDA de 38,7%. O EBITDA de Telecomunicações registou uma queda de 5,0% no 2T14 para 124,9 milhões de euros, sendo que o EBITDA das operações de Audiovisuais e Exibição Cinematográfica decresceu 0,6% para 8,8 milhões de euros. No 2T14 o EBITDA da participação de 30% da NOS na ZAP cresceu em 66,5% para 5,1 milhões de euros.

## 2.4 – Custos Operacionais Consolidados Excluindo Amortizações

Os **Custos Operacionais Consolidados** registaram um decréscimo de 2,5% no 2T14 face ao 2T13, para 211,3 milhões de euros.

Os **Custos com Pessoal** decresceram 21% para 18,7 milhões de euros no 2T14, principalmente em resultado do nível médio de colaboradores na divisão de Telecomunicações, inferior face ao 2T13.

A maior parte da otimização planeada no número de colaboradores resultante do processo de fusão já ocorreu, sendo que isso continuará a refletir-se em poupanças nesta linha de custos, face ao ano anterior.

Os **Custos Diretos** registaram um decréscimo de 1,3% para 100,5 milhões de euros no 2T14, refletindo tendências semelhantes às verificadas no trimestre anterior, nomeadamente a combinação de custos de programação e de capacidade significativamente mais reduzidos face ao 2T13, que decresceram em 7% e 18%, respetivamente, devido a poupanças obtidas já no âmbito da fusão, nomeadamente através da integração dos anteriores clientes fixos e de TV da OPTIMUS na rede fixa da NOS; com um aumento nos custos de tráfego de 6,1%, devido ao maior nível de atividade.

Os **Custos Comerciais** decresceram em 4,7% no 2T14 para 21,8 milhões de euros, resultado da combinação de um custo das mercadorias vendidas mais elevado, devido ao aumento das vendas de terminais móveis, com um menor nível de custos com comissões, marketing e publicidade. O lançamento da nova marca no 2T14 ocasionou custos de marketing não recorrentes significativos, que foram isolados na Demonstração de Resultados na linha de "Outros Custos".

Os **Outros Custos Operacionais** registaram um crescimento anual de 3% no 2T14 para 70,4 milhões de euros, devido a uma combinação de efeitos, sendo os principais impactos resultantes do decréscimo dos Fornecimentos e Serviços Externos e do aumento do nível de provisões.

## 2.5 – Resultado Líquido

O **Resultado Consolidado Líquido** cifrou-se em 18,4 milhões de euros no 2T14, o que compara com 30,6 milhões de euros no 2T13, devido a custos não recorrentes significativos, relacionados com o lançamento da nova marca "NOS".



Os **Ganhos em Empresas Participadas** registaram uma melhoria anual muito significativa para 2,7 milhões de euros no 2T14, um valor que compara com 0,4 milhões de euros no 2T13. Este aumento é devido ao crescimento anual do contributo financeiro da JV internacional, ZAP, que ascendeu a 3,7 milhões de euros no 2T14, sendo compensado por uma contribuição trimestral negativa por parte das outras JV de 1 milhão de euros.

Nas **Depreciações e Amortizações** registou-se um aumento anual relativamente pequeno de 5,1% para 86,2 milhões de euros, devido ao impacto da atividade comercial mais intensa no trimestre e de alguns investimentos de reestruturação no âmbito da fusão.

Os **Outros Custos**\* de 12,6 milhões de euros aumentaram significativamente no 2T14, sendo que a maior parte está relacionada com custos não recorrentes relacionados com a fusão, nomeadamente o lançamento da nova marca.

Os **Custos Financeiros Líquidos** diminuíram em 21% para 14,2 milhões de euros no 2T14, o que compara com um valor de 17,9 milhões de euros no 2T13, em resultado do nível médio mais reduzido de dívida bruta e do menor custo médio da nova dívida contratada no 4T13. Os custos com juros líquidos no 2T14 ascenderam a 8,9 milhões de euros, o que compara com 12,3 milhões de euros no 2T13.

A provisão para o **Imposto Sobre o Rendimento** cifrou-se em 4,8 milhões de euros no 2T14, representando um decréscimo de 46,5% face ao 2T13, em linha com a queda do Resultado Antes de Impostos.

## 3 – CAPEX e Cash Flow

### 3.1 – CAPEX

Tabela 6.

CAPEX Pró-Forma (Milhões de Euros)	2T13	1T14	2T14	2T14 / 2T13	2T14 / 1T14	1S13	1S14	1S14 / 1S13
Telecomunicações	58.5	45.1	63.4	8.4%	40.6%	109.2	108.5	(0.6%)
Infraestrutura	27.1	12.6	27.8	2.8%	121.1%	44.9	40.4	(9.9%)
CAPEX Relacionado com Cliente	29.7	29.1	34.8	17.2%	19.5%	60.5	64.0	5.7%
Outro	1.8	3.4	0.8	(54.7%)	(76.5%)	3.8	4.2	8.9%
Audiovisuais e Exibição Cinematográfica	7.1	7.6	8.4	18.3%	10.2%	15.0	16.0	7.1%
CAPEX Recorrente	65.6	52.7	71.8	9.5%	36.2%	124.2	124.6	0.3%
CAPEX Não Recorrente	1.0	3.9	16.8	n.a.	n.a.	3.0	20.7	n.a.
CAPEX Total	66.7	56.7	88.6	33.0%	56.4%	127.2	145.3	14.2%

\*De acordo com a IAS 1, os “Outros Custos” refletem custos materiais e não usuais que devem ser reportados separadamente das habituais linhas de custos, no sentido de evitar uma distorção da informação financeira das operações regulares, nomeadamente custos de reestruturação relacionados com a fusão (incluindo custos com rescisões), bem como itens não monetários não recorrentes que resultem do alinhamento de estimativas entre as duas empresas.



O CAPEX Recorrente ascendeu a 71,8 milhões de euros no 2T14, um crescimento anual de 9,5%, com o CAPEX de Telecomunicações a registar um acréscimo de 8,4% para 63,4 milhões de euros, representando 19,2% das Receitas de Telecomunicações.

O crescimento do CAPEX foi impulsionado por CAPEX adicional relacionado com o cliente e com o processo de integração, refletido no nível mais elevado de CAPEX Não Recorrente de 16,8 milhões de euros. O investimento previsto na expansão da rede tornar-se-á mais relevante nos próximos meses à medida que as novas casas passadas forem ligadas.

O CAPEX de Audiovisuais e Exibição Cinematográfica de 8,4 milhões de euros no 2T14, representando um crescimento anual de 18,3%, reflete principalmente a capitalização de determinados direitos de filmes na divisão de Audiovisuais.

## 3.2 – Cash Flow

Tabela 7.

Cash Flow Pró-Forma (Milhões de Euros)	2T13	1T14	2T14	2T14 / 2T13	2T14 / 1T14	1S13	1S14	1S14 / 1S13
EBITDA	140.3	129.9	133.6	(4.8%)	2.9%	278.3	263.5	(5.3%)
CAPEX Recorrente	(65.6)	(52.7)	(71.8)	9.5%	36.2%	(124.2)	(124.6)	0.3%
EBITDA - CAPEX Recorrente	74.7	77.1	61.8	(17.3%)	(19.9%)	154.2	138.9	(9.9%)
Itens Não Monetários Incl. no EBITDA-CAPEX Recorrente <sup>(1)</sup> e Variação no Fundo de Maneio	(26.6)	(35.7)	(10.1)	(61.9%)	(71.6%)	(61.2)	(45.8)	(25.2%)
Cash Flow Operacional Após Investimento	48.1	41.4	51.7	7.4%	24.6%	92.9	93.1	0.2%
Contratos de Longo Prazo	(6.2)	(3.9)	(4.2)	(32.3%)	5.6%	(11.5)	(8.1)	(29.7%)
Juros Pagos (Líquidos) e Outros Encargos Financeiros	(17.7)	(13.8)	(15.4)	(12.7%)	11.8%	(24.2)	(29.2)	20.7%
Impostos Sobre o Rendimento	(2.2)	(1.1)	(0.3)	(86.3%)	(73.1%)	(3.7)	(1.4)	(60.5%)
Outros Movimentos	(0.6)	0.1	0.5	n.a.	n.a.	(0.6)	0.6	n.a.
Free Cash Flow Recorrente	21.4	22.6	32.3	50.5%	42.6%	52.9	54.9	3.8%
Pagamentos de LTE	0.0	0.0	0.0	n.a.	n.a.	(6.0)	0.0	n.a.
CAPEX Não Recorrente	(1.0)	(0.4)	(16.8)	n.a.	n.a.	(3.0)	(17.2)	n.a.
Pagamentos Cash de Reestruturação	(0.5)	(8.0)	(3.9)	n.a.	(51.3%)	(0.5)	(11.8)	n.a.
Free Cash Flow Antes de Dividendos	19.9	14.3	11.6	(41.5%)	(18.6%)	43.3	25.9	(40.3%)
Efeito Cambial da Dívida em Moeda Estrangeira	(0.0)	0.0	0.0	n.a.	(44.5%)	0.0	0.0	66.5%
Dividendos	(62.0)	0.0	(62.0)	0.1%	n.a.	(62.0)	(62.0)	0.1%
Free Cash Flow Total	(42.1)	14.3	(50.4)	(19.6%)	n.a.	(18.6)	(36.1)	(94.0%)
Variação da Dívida por Acréscimos e Diferimentos e Outros (2)	1.6	2.0	4.7	186.4%	137.8%	(6.5)	6.6	n.a.
Variação da Dívida Financeira Líquida	(40.5)	16.2	(45.7)	(12.9%)	n.a.	(25.1)	(29.5)	(17.4%)

(1) Este item inclui essencialmente provisões non-cash incluídas no EBITDA.

(2) Os Acréscimos de pagamentos de juros foram reclassificados para baixo do Free Cash Flow Total no 4T13 sendo que as Demonstrações de Free Cash Flow de períodos anteriores foram reexpressas para incluir esta reclassificação.

O **Cash Flow Operacional Após Investimento** registou um acréscimo de 7,4% para 51,7 milhões de euros em resultado da previamente explicada queda de 4,8% do EBITDA e do aumento do CAPEX Recorrente, fatores que foram mais do que compensados pela melhoria do desempenho da linha de Itens Não Monetários Incluídos no EBITDA - CAPEX e Variação no Fundo de Maneio.

O **FCF Recorrente** aumentou 50,5% no 2T14 para 32,3 milhões de euros, em resultado da combinação do Cash Flow Operacional Após Investimento mais elevado com pagamentos de contratos de longo prazo e juros e outros encargos financeiros mais reduzidos. A redução nos pagamentos de contratos de longo prazo



deve-se às poupanças previstas, obtidas devido à renegociação dos termos do contrato de *transponders* que ocorreu no final de 2012.

Os impactos monetários não recorrentes no CAPEX e no OPEX ascenderam no 2T14 a 16,8 e a 3,9 milhões de euros, respetivamente, estando principalmente relacionados com pagamentos no contexto do processo de reestruturação/fusão.

O **Free Cash Flow Antes de Dividendos** cifrou-se em 11,6 milhões de euros neste trimestre. O pagamento no 2T14 de dividendos sobre os resultados de 2013 no montante de 62 milhões de euros, levou a um aumento da Dívida Financeira Líquida de 45,7 milhões de euros, ajustada para os acréscimos e diferimentos de juros.

## 4 – Balanço Consolidado Pró-Forma

Tabela 8.

<b>Balanço Consolidado Pró-Forma</b> (Milhões de Euros)	2013 reexpresso	<b>1S14</b>
Ativo Corrente	454.8	470.8
Caixa e Equivalentes de Caixa	74.4	42.8
Contas a Receber	309.6	342.5
Existências	32.6	37.4
Impostos a Recuperar	11.8	17.7
Custos Diferidos e Outros Ativos Correntes	26.4	30.4
Ativo não Corrente	2,443.8	2,400.5
Investimentos em Empresas Participadas	31.6	31.7
Ativos Intangíveis	1,136.4	1,123.0
Ativos Tangíveis	1,096.8	1,085.5
Ativos por Impostos Diferidos	149.4	134.9
Outros Ativos não Correntes	29.5	25.4
Total do Ativo	2,898.7	2,871.3
Passivo Corrente	762.2	985.1
Dívida de Curto Prazo	213.4	424.9
Contas a Pagar	367.6	345.2
Acréscimos de Custos	129.9	158.4
Proveitos Diferidos	25.5	28.0
Impostos a Pagar	23.0	26.8
Provisões e Outros Passivos Correntes	2.8	1.7
Passivo Não Corrente	1,076.2	852.6
Dívida de Médio e Longo Prazo	928.2	705.7
Provisões e Outros Passivos não Correntes	148.0	146.8
Total do Passivo	1,838.5	1,837.7
Capital Próprio antes de Interesses Não Controlados	1,050.6	1,023.8
Capital Social	5.2	5.2
Prémio de Emissão	854.2	854.2
Acções Próprias	(2.0)	(2.6)
Reservas e Resultados Transitados	129.8	123.4
Resultado Líquido	63.4	43.7
Interesses Não Controlados	9.6	9.9
Capital Próprio	1,060.2	1,033.6
Total do Passivo e Capital Próprio	2,898.7	2,871.3



## 4.1 – Estrutura de Capital

No final do 1S14, a Dívida Financeira Líquida ascendia a 969,2 milhões de euros, representando um crescimento de 3,1% em comparação com o final de 2013 e de 5,0% face ao final do 1T14.

A dívida financeira total no final do 1S14 cifrava-se em 1.014,0 milhões de euros, sendo compensada por uma posição de caixa e equivalentes de caixa no Balanço Consolidado de 44,9 milhões de euros. No final do 1S14, a NOS tinha ainda 235 milhões de euros de programas de papel comercial não emitidos. O custo médio *all-in* da Dívida Financeira Líquida da NOS era de 5,13% no final do 2T14 (5,22% no final do 1S14).

Devido ao pagamento de dividendos que teve lugar neste trimestre, o Rácio de Alavancagem Financeira aumentou para 48,4% no final do 1S14, o que compara com 47,0% no final de 2013, sendo que o rácio Dívida Financeira Líquida / EBITDA (últimos 4 trimestres) é agora de 1,9x.

Durante o 2T14, a NOS completou uma emissão de obrigações no montante de 100 milhões de euros, liderada pelo Banco BPI através de uma oferta particular, com uma maturidade de 5,5 anos. Estas novas Obrigações foram emitidas em conjunto com a compra, para cancelamento, das Obrigações ZON 2010-2014 existentes, emitidas em novembro de 2010, no montante de 100 milhões de euros, numa colocação particular também liderada pelo Banco BPI. Adicionalmente, a NOS recebeu neste trimestre os fundos relativos ao novo empréstimo do BEI que tem maturidade em junho de 2022, num total de 110 milhões de euros.

Estas duas transações de financiamento, finalizadas antes do final do trimestre, começarão a impactar muito favoravelmente o custo médio *all-in* da dívida, no futuro.

A maturidade média da Dívida Financeira Líquida da NOS é de 2,1 anos.

O montante total de operações de cobertura de taxa de juro em vigor no final do 2T14 ascendia a 232 milhões de euros. Tendo em conta as obrigações de retalho emitidas em junho de 2012 e o empréstimo do BEI recebido em junho de 2014, ambos emitidos a uma taxa fixa – num total de 200 milhões de euros e 110 milhões de euros, respetivamente – a proporção da Dívida Financeira Líquida da NOS que se encontra protegida contra variações da taxa de juro é de 56%.

Tabela 9.

<b>Dívida Financeira Líquida Pró-Forma</b> (Milhões de Euros)	2013	<b>1S14</b>	1S14 / 2013
Dívida de Curto Prazo	196.0	406.3	107.3%
Empréstimos Bancários e Outros	187.5	398.3	112.5%
Locações Financeiras	8.6	8.0	(6.4%)
Dívida de Médio e Longo Prazo	821.7	607.7	(26.0%)
Empréstimos Bancários e Outros	811.5	596.5	(26.5%)
Locações Financeiras	10.1	11.2	10.2%
Dívida Total	1,017.7	1,014.0	(0.4%)
Caixa, Equivalentes de Caixa e Empréstimos Intra-Grupo	78.0	44.9	(42.5%)
Dívida Financeira Líquida	939.7	969.2	3.1%
Rácio de Alavancagem Financeira <sup>(1)</sup>	47.0%	48.4%	1.4pp
Dívida Financeira Líquida / EBITDA	1.8x	1.9x	n.a.

<sup>(1)</sup> Rácio de Alavancagem Financeira = Dívida Financeira Líquida / (Dívida Financeira Líquida + Capital Próprio)

## 5 – Anexos

### 5.1 – Anexo I

Tabela 10.

Indicadores Operacionais ('000)	1T13	2T13	3T13	4T13	1T14	2T14
<b>Telecomunicações <sup>(1)</sup></b>						
<b>Indicadores Agregados</b>						
Casas Passadas	3,199.7	3,213.3	3,228.5	3,241.8	3,255.5	3,243.2
RGUs Totais	7,295.4	7,240.9	7,253.7	7,213.0	7,215.2	7,295.6
Subscritores Móveis	3,261.1	3,203.5	3,237.9	3,243.4	3,288.4	3,397.1
Pré-Pagos	2,356.1	2,284.2	2,304.0	2,251.0	2,161.5	2,127.1
Pós-Pagos	905.1	919.3	934.0	992.4	1,126.9	1,270.0
ARPU / Subscritor Móvel (Euros)	9.6	9.8	10.0	9.2	9.0	9.2
TV por Subscrição	1,583.0	1,569.1	1,546.2	1,518.0	1,493.3	1,474.3
Acesso Fixo <sup>(2)</sup>	1,237.4	1,233.5	1,219.8	1,203.8	1,189.4	1,172.3
DTH	345.6	335.7	326.4	314.2	303.9	302.1
Voz Fixa	1,542.6	1,549.3	1,539.0	1,514.9	1,491.3	1,472.5
Banda Larga	895.6	905.2	916.3	922.1	927.0	934.5
Outros e Dados	13.2	13.7	14.2	14.6	15.2	17.2
Subscritores 3P&4P	799.5	805.9	810.0	805.9	808.4	810.7
% 3P&4P	64.6%	65.3%	66.4%	66.9%	68.0%	69.2%
RGUs Convergentes	0.0	34.3	71.6	212.4	555.8	1,007.7
Subscritores IRIS	284.5	338.7	390.3	437.6	498.6	561.3
% Subscritores IRIS 3P&4P	35.6%	42.0%	48.2%	54.3%	61.7%	69.2%
<b>Adições Líquidas</b>						
Casas Passadas	14.1	13.6	15.2	13.3	13.7	(12.3)
RGUs Totais	(61.5)	(54.5)	12.7	(40.6)	2.2	80.3
Subscritores Móveis	(43.9)	(57.6)	34.4	5.4	45.0	108.7
Pré-Pagos	(52.3)	(71.9)	19.8	(53.0)	(89.5)	(34.4)
Pós-Pagos	8.4	14.3	14.6	58.4	134.5	143.1
TV por Subscrição	(10.7)	(13.8)	(22.9)	(28.2)	(24.7)	(19.0)
Acesso Fixo <sup>(2)</sup>	(0.1)	(3.9)	(13.7)	(16.0)	(14.4)	(17.1)
DTH	(10.5)	(9.9)	(9.2)	(12.2)	(10.3)	(1.9)
Voz Fixa	(15.2)	6.8	(10.4)	(24.0)	(23.7)	(18.8)
Banda Larga	7.8	9.7	11.1	5.8	4.9	7.5
Outros e Dados	0.5	0.5	0.5	0.4	0.7	1.9
Subscritores 3P&4P	8.3	6.4	4.1	(4.1)	2.5	2.3
RGUs Convergentes	0.0	34.3	37.3	140.9	343.4	451.9
Subscritores IRIS	49.7	54.2	51.6	47.3	61.0	62.7

(1) Operações Portuguesas

(2) Os Subscritores de Acesso Fixo incluem os clientes servidos pelas redes de HFC, FTTH e ULL.



Tabela 11.

Indicadores Operacionais ('000)	1T13	2T13	3T13	4T13	1T14	2T14
<b>Telecomunicações <sup>(1)</sup></b>						
<b>Indicadores por Segmento</b>						
<b>Consumo</b>						
Total RGUs	6,339.2	6,282.4	6,290.6	6,235.8	6,214.7	6,279.4
Subscritores Únicos de Acesso Fixo <sup>(2)</sup>	1,225.4	1,218.9	1,202.4	1,183.3	1,159.1	1,127.0
TV por Subscrição	1,517.9	1,505.1	1,483.0	1,455.6	1,429.2	1,406.5
Acesso Fixo	1,186.4	1,183.3	1,169.9	1,154.3	1,138.2	1,118.4
DTH	331.5	321.8	313.1	301.3	291.0	288.1
Subscritores IRIS	276.6	329.6	380.4	426.2	484.8	544.4
Banda Larga Fixa	823.2	833.3	844.7	849.9	853.8	858.9
Voz Fixa	1,351.1	1,356.9	1,347.4	1,324.2	1,299.2	1,281.1
Subscritores Móveis	2,647.1	2,587.2	2,615.5	2,606.0	2,632.5	2,733.0
% 1P	17.9%	16.9%	15.5%	14.8%	14.4%	14.0%
% 2P	17.9%	18.1%	18.4%	18.6%	19.2%	18.5%
% 3P&4P	64.3%	65.0%	66.1%	66.6%	66.4%	67.9%
ARPU / Subscritor Único de Acesso Fixo (Euros)	37.0	36.6	36.5	36.5	37.1	37.8
<b>Adições Líquidas</b>						
Total RGUs	(78.6)	(56.8)	8.2	(54.9)	(21.0)	64.7
Subscritores Únicos de Acesso Fixo <sup>(2)</sup>	(3.9)	(6.5)	(16.5)	(19.1)	(24.1)	(32.1)
Tv por Subscrição	(10.7)	(12.8)	(22.1)	(27.4)	(26.4)	(22.7)
Acesso Fixo	(0.6)	(3.2)	(13.4)	(15.6)	(16.1)	(19.8)
DTH	(10.1)	(9.7)	(8.7)	(11.8)	(10.3)	(2.9)
Subscritores IRIS	48.4	52.9	50.9	45.8	58.6	59.6
Banda Larga Fixa	7.3	10.2	11.4	5.2	3.9	5.1
Voz Fixa	(17.6)	5.8	(9.4)	(23.2)	(25.0)	(18.2)
Subscritores Móveis	(57.6)	(59.9)	28.3	(9.5)	26.5	100.5
<b>Empresarial</b>						
Total RGUs	956.2	958.5	963.0	977.3	1,000.5	1,016.1
TV por Subscrição	65.1	64.1	63.2	62.4	64.1	67.8
Subscritores IRIS	7.9	9.1	9.9	11.4	13.8	16.9
Banda Larga Fixa	85.6	85.6	85.8	86.8	88.4	92.8
Voz Fixa	191.5	192.5	191.5	190.7	192.0	191.4
Subscritores Móveis	614.1	616.4	622.5	637.4	656.0	664.1
ARPU por RGU (Euros)	26.5	26.6	26.7	26.0	25.2	23.2
<b>Adições Líquidas</b>						
Total RGUs	17.1	2.3	4.5	14.3	23.2	15.6
TV por Subscrição	0.0	(1.0)	(0.8)	(0.8)	1.7	3.7
Subscritores IRIS	1.2	1.2	0.8	1.5	2.4	3.1
Banda Larga Fixa	1.0	0.0	0.2	1.0	1.7	4.3
Voz Fixa	2.3	1.0	(1.0)	(0.8)	1.3	(0.6)
Subscritores Móveis	13.7	2.3	6.1	14.9	18.6	8.2
<b>Cinema <sup>(1)</sup></b>						
Receitas por Espetador (Euros)	4.6	4.7	4.7	4.7	4.7	4.7
Bilhetes Vendidos	1,784.5	1,758.3	2,413.5	1,948.3	1,595.7	1,676.6
Salas (Unidades)	210	210	209	209	209	209

(1) Operações Portuguesas

(2) Os Subscritores de Acesso Fixo incluem os clientes servidos pelas redes de HFC, FTTH e ULL.



## 5.2 – Anexo II

Tabela 12.

<b>Demonstração de Resultados Pró-Forma*</b> (Milhões de Euros)	1T13	2T13	3T13	4T13	2013	1T14	2T14
Receitas de Exploração	351.9	357.1	361.6	356.3	1,426.8	337.3	345.0
Telecomunicações	336.6	341.9	342.9	337.3	1,358.7	323.5	330.2
Receitas de Consumo	221.9	217.9	216.1	209.9	865.9	207.5	204.8
Receitas Empresariais	94.0	99.8	102.4	98.1	394.3	96.2	98.1
Vendas de Equipamentos	6.2	8.8	9.4	11.5	35.9	8.2	8.9
Outros e Eliminações	14.5	15.4	15.0	17.8	62.6	11.6	18.4
Audiovisuais	14.9	14.4	14.0	17.4	60.6	14.2	14.2
Exibição Cinematográfica <sup>(1)</sup>	11.8	12.1	15.8	13.2	52.9	10.7	11.4
Outros e Eliminações	(11.4)	(11.4)	(11.0)	(11.6)	(45.4)	(11.0)	(10.9)
Custos Operacionais, Excluindo Amortizações	(213.8)	(216.7)	(221.7)	(238.0)	(890.3)	(207.5)	(211.3)
Custos com Pessoal	(23.3)	(23.7)	(24.5)	(25.2)	(96.6)	(21.0)	(18.7)
Custos Diretos dos Serviços Prestados	(97.7)	(101.8)	(106.4)	(105.0)	(410.9)	(96.7)	(100.5)
Custos Comerciais <sup>(2)</sup>	(19.3)	(22.9)	(24.0)	(33.2)	(99.4)	(22.7)	(21.8)
Outros Custos Operacionais	(73.6)	(68.3)	(66.8)	(74.6)	(283.3)	(67.0)	(70.4)
EBITDA	138.0	140.3	139.9	118.3	536.6	129.9	133.6
Margem EBITDA	39.2%	39.3%	38.7%	33.2%	37.6%	38.5%	38.7%
Telecomunicações	131.1	131.5	129.4	107.4	499.4	120.4	124.9
Margem EBITDA	38.9%	38.5%	37.7%	31.8%	36.8%	37.2%	37.8%
Audiovisuais e Exibição Cinematográfica	7.0	8.8	10.5	10.9	37.2	9.5	8.8
Margem EBITDA	28.6%	37.3%	39.0%	39.3%	36.1%	42.4%	37.4%
Participação nos Resultados de Empresas Associadas e Joint-Ventures	1.3	0.4	0.7	1.5	3.9	4.9	2.7
EBITDA incluindo Resultados de Empresas Associadas e Joint-Ventures	139.3	140.7	140.6	119.8	540.4	134.8	136.3
Amortizações	(87.1)	(82.0)	(83.5)	(83.6)	(336.2)	(83.9)	(86.2)
Outros Custos / (Proveitos)	(0.3)	(1.0)	(32.8)	(26.8)	(60.9)	(2.8)	(12.6)
EBIT (Res. Antes de Resultados Financeiros e Impostos)	52.0	57.6	24.3	9.4	143.4	48.1	37.5
(Custos) / Ganhos Financeiros Líquidos	(16.7)	(17.9)	(18.3)	(13.5)	(66.4)	(15.2)	(14.2)
Resultado Antes de Impostos e Interesses Não Controlados	35.3	39.7	6.1	(4.1)	76.9	32.9	23.3
Imposto Sobre o Rendimento	(7.6)	(9.0)	12.5	(9.1)	(13.1)	(7.3)	(4.8)
Resultado das Operações Continuadas	27.7	30.7	18.6	(13.2)	63.9	25.6	18.5
Interesses Não Controlados	(0.2)	(0.2)	(0.2)	0.1	(0.4)	(0.3)	(0.1)
Resultado Consolidado Líquido	27.5	30.6	18.4	(13.1)	63.4	25.3	18.4
CAPEX Recorrente	(58.6)	(65.6)	(60.1)	(77.1)	(261.4)	(52.7)	(71.8)
CAPEX Total	(60.5)	(66.7)	(61.6)	(80.7)	(269.5)	(56.7)	(88.6)
EBITDA - CAPEX Recorrente	79.4	74.7	79.8	41.2	275.2	77.1	61.8
Itens Não Monetários Incl. no EBITDA-CAPEX Recorrente <sup>(3)</sup> e Variação no Fundo de Maneio	(34.6)	(26.6)	(4.9)	36.5	(29.6)	(35.7)	(10.1)
Cash Flow Operacional Após Investimento	44.8	48.1	74.9	77.7	245.6	41.4	51.7
Contratos de Longo Prazo	(5.4)	(6.2)	(6.7)	(5.4)	(23.7)	(3.9)	(4.2)
Juros Pagos (Líquidos) e Outros Encargos Financeiros	(6.5)	(17.7)	(17.0)	(18.0)	(59.2)	(13.8)	(15.4)
Impostos Sobre o Rendimento	(1.4)	(2.2)	(7.5)	(7.1)	(18.2)	(1.1)	(0.3)
Outros Movimentos	(0.0)	(0.6)	1.3	2.5	3.2	0.1	0.5
Free Cash Flow Recorrente <sup>(4)</sup>	31.4	21.4	45.1	49.6	147.6	22.6	32.3
Dívida Financeira Líquida	955.3	995.8	957.2	939.7	939.7	923.4	969.2

(1) Inclui operação em Moçambique.

(2) Custos Comerciais incluem Comissões, Marketing e Publicidade e Custos das Mercadorias Vendidas.

(3) Este item inclui essencialmente provisões non-cash incluídas no EBITDA.

(4) Os Acréscimos de pagamentos de juros foram reclassificados para baixo do Free Cash Flow Total no 4T13 sendo que as Demonstrações de Free Cash Flow de períodos anteriores foram reexpressas para incluir esta reclassificação.

\* A fusão por incorporação da OPTIMUS na ZON que levou à criação da ZON OPTIMUS (atualmente NOS) ficou concluída no dia 27 de agosto de 2013. Principalmente em resultado da fusão, no 3T13 foi necessário alinhar algumas políticas, práticas e estimativas contabilísticas. As principais alterações às políticas contabilísticas, com a respetiva reexpressão das contas dos períodos anteriores, foram a capitalização dos custos de aquisição de clientes na ZON, por forma a alinhar com a política seguida pela OPTIMUS e também por outros operadores de telecomunicações e a capitalização de determinados direitos de filmes na divisão de Audiovisuais, de acordo com a IAS38, tendo sido efetuada a reexpressão desde o 1T12 nas contas estatutárias. Para além disto, e em antecipação da implementação obrigatória da IFRS 11 a partir do 1T14, segundo a qual joint ventures já não podem ser consolidadas pelo método proporcional, a NOS (anteriormente ZONOPTIMUS) procedeu à desconsolidação das três joint ventures nas quais detém participações, ZAP (30%), Sport TV (50%) e Dreamia (50%), tendo reexpresso as demonstrações financeiras dos períodos anteriores para refletir o seu reconhecimento através do método da equivalência patrimonial. No sentido de facilitar a comparação entre o corrente período de resultados e os anteriores, para a nova NOS (anteriormente ZONOPTIMUS), foram preparadas as seguintes demonstrações financeiras consolidadas pró-forma, refletindo não apenas a reexpressão das demonstrações financeiras estatutárias devido às alterações de políticas contabilísticas, mas também a consolidação de 12 meses de resultados da OPTIMUS em 2013 (6 meses no 1S13). As demonstrações financeiras refletem o impacto, desde Setembro de 2013, nas amortizações e depreciações do cálculo provisional do justo valor dos ativos e passivo da OPTIMUS que foi utilizado para efeitos da alocação do preço de compra resultante da consolidação da OPTIMUS. A análise financeira baseia-se nestas demonstrações financeiras pró-forma. O Anexo III a este relatório inclui a demonstração de resultados estatutária da NOS (anteriormente ZON OPTIMUS).



## 5.3 – Anexo III

Tabela 13.

<b>Demonstração de Resultados Estatutária</b> (Milhões de Euros)	1T13	2T13	3T13	4T13	2013	1T14	<b>2T14</b>
Receitas de Exploração	194.4	190.4	251.6	353.9	990.3	337.3	345.0
Telecomunicações	179.0	175.2	232.8	334.9	922.0	323.5	330.2
Audiovisuais	14.9	14.4	14.0	17.4	60.6	14.2	14.2
Exibição Cinematográfica <sup>(1)</sup>	11.8	12.1	15.8	13.2	52.9	10.7	11.4
Outros e Eliminações	(11.3)	(11.3)	(11.0)	(11.6)	(45.3)	(11.0)	(10.9)
Custos Operacionais, Excluindo Amortizações	(115.0)	(113.1)	(150.3)	(235.6)	(614.1)	(207.5)	(211.3)
Custos com Pessoal	(11.9)	(12.3)	(16.9)	(25.2)	(66.2)	(21.0)	(18.7)
Custos Diretos dos Serviços Prestados	(53.9)	(54.0)	(75.2)	(102.7)	(285.8)	(96.7)	(100.5)
Custos Comerciais <sup>(2)</sup>	(7.0)	(6.6)	(10.9)	(33.2)	(57.8)	(22.7)	(21.8)
Outros Custos Operacionais	(42.2)	(40.2)	(47.3)	(74.6)	(204.3)	(67.0)	(70.4)
EBITDA	79.3	77.3	101.3	118.3	376.2	129.9	133.6
Margem EBITDA	40.8%	40.6%	40.3%	33.4%	38.0%	38.5%	38.7%
Participação nos Resultados de Empresas Associadas e Joint-Ventures	1.3	0.4	0.7	1.5	3.9	4.9	2.7
EBITDA incluindo Resultados de Empresas Associadas e Joint-Ventures	80.6	77.7	102.0	119.8	380.1	134.8	136.3
Amortizações	(52.6)	(47.0)	(59.8)	(83.6)	(243.1)	(83.9)	(86.2)
Outros Custos / (Proveitos)	(0.1)	0.6	(32.3)	(26.8)	(58.5)	(2.8)	(12.6)
EBIT (Res. Antes de Resultados Financeiros e Impostos)	27.9	31.4	9.8	9.4	78.5	48.1	37.5
(Custos) / Ganhos Financeiros Líquidos	(10.8)	(12.1)	(14.3)	(13.5)	(50.8)	(15.2)	(14.2)
Resultado Antes de Impostos e Interesses Não Controlados	17.0	19.2	(4.5)	(4.1)	27.7	32.9	23.3
Imposto Sobre o Rendimento	(4.5)	(6.1)	3.3	(9.1)	(16.4)	(7.3)	(4.8)
Resultado das Operações Continuadas	12.5	13.2	(1.2)	(13.2)	11.3	25.6	18.5
Interesses Não Controlados	(0.2)	(0.2)	(0.2)	0.1	(0.4)	(0.3)	(0.1)
Resultado Consolidado Líquido	12.3	13.0	(1.4)	(13.1)	10.8	25.3	18.4

(1) Inclui operação em Moçambique.

(2) Custos Comerciais incluem Comissões, Marketing e Publicidade e Custos das Mercadorias Vendidas.

## 5.4 – Anexo IV

Tabela 14.

<b>Balanço Consolidado Estatutário</b> (Milhões de Euros)	2013 reexpresso	<b>1S14</b>
Ativo Corrente	454.8	470.8
Caixa e Equivalentes de Caixa	74.4	42.8
Contas a Receber	309.6	342.5
Existências	32.6	37.4
Impostos a Recuperar	11.8	17.7
Custos Diferidos e Outros Ativos Correntes	26.4	30.4
Ativo não Corrente	2,443.8	2,400.5
Investimentos em Empresas Participadas	31.6	31.7
Ativos Intangíveis	1,136.4	1,123.0
Ativos Tangíveis	1,096.8	1,085.5
Ativos por Impostos Diferidos	149.4	134.9
Outros Ativos não Correntes	29.5	25.4
Total do Ativo	2,898.7	2,871.3
Passivo Corrente	762.2	985.1
Dívida de Curto Prazo	213.4	424.9
Contas a Pagar	367.6	345.2
Acréscimos de Custos	129.9	158.4
Proveitos Diferidos	25.5	28.0
Impostos a Pagar	23.0	26.8
Provisões e Outros Passivos Correntes	2.8	1.7
Passivo Não Corrente	1,076.2	852.6
Dívida de Médio e Longo Prazo	928.2	705.7
Provisões e Outros Passivos não Correntes	148.0	146.8
Total do Passivo	1,838.5	1,837.7
Capital Próprio antes de Interesses Não Controlados	1,050.6	1,023.8
Capital Social	5.2	5.2
Prémio de Emissão	854.2	854.2
Acções Próprias	(2.0)	(2.6)
Reservas e Resultados Transitados	182.4	123.4
Resultado Líquido	10.8	43.7
Interesses Não Controlados	9.6	9.9
Capital Próprio	1,060.2	1,033.6
Total do Passivo e Capital Próprio	2,898.7	2,871.3

NOTA: O Balanço Consolidado acima foi preparado considerando os resultados correspondentes à consolidação de 12 meses da ZON e 4 meses da OPTIMUS para 2013. A fusão implicou um aumento do capital social da ZON através da emissão de 206.064.552 novas ações, mantendo o valor nominal de 0,01 Euros cada, com base na cotação de fecho da data de registo da fusão, 27 de agosto de 2013, o que implicou o registo de um prémio de emissão no montante de 854 milhões de euros. Foi efetuada uma análise do justo valor dos ativos e passivos da OPTIMUS, resultando o reconhecimento de um montante de cerca de 404 milhões de euros de Goodwill, ajustado no 1T14 para 430 milhões de euros, o qual poderá ainda ser revisto nos 12 meses seguintes à realização da operação (até agosto de 2014). Devido a este ajuste do GW, o Balanço Consolidado Estatutário de 2013 foi reexpresso.



## Aviso Legal

Este documento contém previsões, inclusive declarações que constituem previsões, de acordo com o U.S. Private Securities Litigation Reform Act de 1995. Estas declarações refletem as crenças e pressupostos atuais da gestão e têm por base a informação disponível à gestão apenas à data em que estas foram proferidas. As previsões incluem: a) informação respeitante a estratégia, resultados futuros possíveis ou assumidos das nossas operações, ganhos, condições do setor, procura e preços dos nossos produtos e outros aspetos do nosso negócio, eventual ou futuro pagamento de dividendos e programas de compra de ações próprias; e b) declarações que são precedidas por, seguidas de ou incluem as palavras "acredita", "prevê", "antecipa", "tenciona", "está confiante", "planeia", "estima", "poder", "poderá", "poderia", "seria", e ainda a negativa destes termos ou expressões similares. Estas declarações não envolvem qualquer garantia sobre resultados futuros e estão sujeitas a fatores, riscos e incertezas que poderão causar suposições e crenças de que as previsões se basearam no objetivo de diferirem das expectativas previstas neste documento. Tais factores, riscos e incertezas incluem, entre outros, alterações na procura dos serviços da sociedade, as evoluções tecnológicas, as condições do sector das telecomunicações, as alterações na regulação e as condições económicas. Adicionalmente, certas previsões poderão ser baseadas em suposições relativas a eventos futuros, as quais poderão não estar inteiramente exatas. Por conseguinte, os efeitos reais e os resultados poderão ser, materialmente, diferentes dos planos, estratégia, objetivos, expectativas, estimativas e intenções expressas ou implícitas nestas previsões. As previsões sobre eventos futuros são baseadas em expectativas à data em que são produzidas e a NOS não assume qualquer obrigação de actualizar a informação à luz de novas informações ou desenvolvimentos futuros ou de fornecer motivos que expliquem a diferença para os resultados. Alerta-se que não deverá ser colocada confiança indevida em quaisquer previsões sobre eventos futuros. A NOS não está obrigada a submeter informação periódica junto da Securities and Exchange Commission ("SEC"), nos Estados Unidos da América, de acordo com o disposto na Rule 12g3-2(b) ao abrigo do Securities Exchange Act de 1934, na sua versão actualizada. Ao abrigo desta excepção, a ZON OPTIMUS deve colocar no respectivo website traduções para língua inglesa da informação que tenha divulgado ou esteja obrigada a divulgar ao mercado em Portugal, que tenha submetido ou esteja obrigada a submeter junto do mercado regulamentado Eurolist by Euronext Lisbon ou que tenha distribuído ou seja obrigada a distribuir aos titulares dos respectivos valores mobiliários. Este documento não é uma oferta para venda nem uma solicitação de uma oferta para compra de quaisquer valores mobiliários.

## Contactos

**Chief Financial Officer:** José Pedro Pereira da Costa

Telefone: (+351) 21 799 88 19

**Analistas/Investidores:** Maria João Carrapato

Telefone: (+351) 21 782 47 25 / E-mail: [ir@nos.pt](mailto:ir@nos.pt)

**Imprensa:** Isabel Borgas / Irene Luís

Telefone: (+351) 21 782 48 07 / E-mail: [comunicacao.corporativa@nos.pt](mailto:comunicacao.corporativa@nos.pt)

Conference call agendada para as **11.00** no dia **31 de Julho de 2014**

**ID da Conferencia Call: 71368094**

Standard International Dial-In: +44 (0) 1452 555 566

UK Dial-in: +44 (0) 800 69 40 257

US Dial-in: +1 866 966 94 39

**Nº Acesso Encore Replay: 71368094**

International Encore Dial In: +44 1452 550 000

