

continuação

AMAZÔNIA CELULAR S.A.

CNPJ Nº 02.340.278/0001-33

esse resultado está o fortalecimento do *telemarketing* ativo, que se antecipa às demandas das corporações. As promoções também foram importantes para a blindagem da base. Conforme o tempo de duração dos novos contratos, elas se tornam mais agressivas e estendem-se por períodos mais longos. Enquanto em 2006, 98% das promoções tinham prazo de 12 meses, no final de 2007, 35% já alcançavam períodos de 15, 18 ou 24 meses.

Além disso, em todo o cliente corporativo há um gestor com quem a Amazônia Celular mantém contato mais próximo, por meio de e-mail, *mailing* (lista de distribuição) ou SMS, de forma a estreitar o relacionamento.

Roaming

Ao final de 2007 a Amazônia Celular contabilizava 129 acordos de *roaming* GSM internacional firmados, o que representa 99% do interesse de tráfego dos seus usuários. Além da ampliação de sua cobertura, a Empresa também passou a oferecer aos clientes opção de escolha entre mais de uma operadora dentro dos países com maior demanda de tráfego, o que permitirá a oferta de tarifas mais baixas. Em 2007, o serviço foi estendido para as principais nações da América Central, Leste Europeu, África, Ásia e Oceania. Também estabeleceu acordos de *roaming* de serviços de dados GPRS com operadoras na Europa, América do Norte e América do Sul.

No ano também foi lançado o *roaming* internacional pré-pago e de planos Controle. O serviço permite o recebimento de chamadas no exterior e o recebimento e envio de mensagens de texto gratuitas.

Já o *roaming* automático GSM nacional cobre todo o Brasil por meio de acordos com as operadoras Claro, TIM, Brasil Telecom Celular, CTBC Celular e Telemig Celular, inclusive para acessos pré-pagos e *roaming* de serviço de dados. Em 2007 foi lançado o *roaming* GSM com a Vivo, o que permitiu a oferta de tarifas mais competitivas.

ASPECTOS REGULATÓRIOS

Entre os eventos regulatórios no ano, destacam-se:

- Em julho de 2007 foi firmado acordo entre as operadoras de Serviço Telefônico Fixo Comutado e de Serviço Móvel Pessoal (com exceção de Embratel, Intelig, GVT e TIM-LD), ratificando o pacto provisório estabelecido em 2006, que propiciou o reajuste de 4,5% no VU-M e determinou novo reajuste de 1,97% sobre o VU-M praticado em 31/05/2007. Na mesma negociação foram deliberados os termos para o reajuste em 2008, de valor equivalente a 68,5% do índice que vier a ser aplicado e homologado pela Anatel para as tarifas das chamadas locais VC-1 Fixo-Móvel do Plano Básico das Concessionárias Locais.

- A publicação do Novo Regulamento do SMP, que entrou em vigor em fevereiro de 2008, exigiu que a Amazônia Celular se preparasse, ao longo do último trimestre, para atender aos prazos estabelecidos e minimizar possíveis impactos resultantes das alterações demandadas, principalmente relacionadas ao atendimento ao cliente.

- O Grupo de Implantação da Portabilidade (GIP), liderado pela Anatel com a participação de todas as prestadoras de telefonia, deliberou de forma conjunta sobre a operacionalização do modelo previsto pelo regulamento de Portabilidade Numérica e elegeu a Associação Brasileira de Recursos em Telecom (ABRT) como Entidade Administradora da Base de Dados da Portabilidade, dando um grande passo para tornar viável o novo modelo no prazo previsto. A Amazônia Celular já contratou soluções de rede e Tecnologia da Informação, bem como revisou todos os processos operacionais necessários à introdução da portabilidade em novembro de 2008.

INVESTIMENTOS

No ano, os investimentos em ativo imobilizado da Companhia chegaram a R\$28,0 milhões em linha com as estimativas da Companhia.

Do total, R\$23,2 milhões foram investidos em redes, com foco na ampliação de capacidade, expansão de cobertura em novos municípios e estradas e melhoria da qualidade da rede GSM/EDGE, que apresentou crescimento significativo de tráfego.

Investimentos (R\$ milhões)

	2003	2004	2005	2006	2007
Rede	14,2	123,0	57,9	38,1	23,2
Tecnologia/ Sist. Informação	9,8	20,1	5,9	7,8	0,7
Outros	2,1	8,9	1,4	5,4	4,1
Total	26,1	152,0	65,2	51,3	28,0

Os investimentos da Amazônia Celular sempre são avaliados e definidos considerando-se o EVA (*Economic Value Added* – Valor Econômico Agregado), indicador capaz de apontar o retorno sobre o capital destinado a programas específicos das unidades de negócios e alinhar o interesse dos gestores e acionistas.

DESEMPENHO ECONÔMICO E FINANCEIRO**Receita líquida**

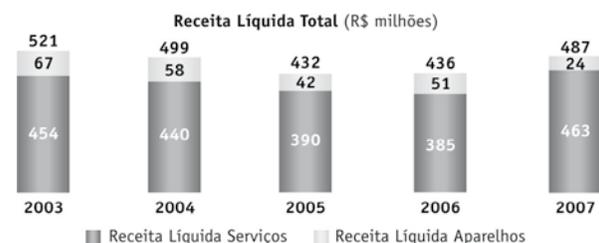
A receita líquida de serviços em 2007 foi a maior já registrada pela Companhia, atingindo R\$462,6 milhões em 2007, aumento de 20,1% na comparação com os R\$385,0 milhões registrados em 2006, como consequência, principalmente, da expansão de R\$58,6 milhões, ou 36,5%, nas receitas de interconexão. Essa variação é resultado (i) da melhora do perfil de uso dos clientes e do crescimento da base, tanto no segmento pré-pago como no pós-pago, e (ii) da adoção da regra de *full billing*.

A receita de dados, cujo portfólio pôde ser ampliado e aprimorado com o lança-

mento da tecnologia GSM/EDGE, atingiu R\$27,1 milhões em 2007 acima dos R\$26,1 milhões registrados no ano anterior.

A receita líquida de aparelhos em 2007 totalizou R\$24,1 milhões, queda de 53,0% em relação aos R\$51,2 milhões registrados em 2006. Esta queda está relacionada à menor participação de aparelhos nas novas ativações.

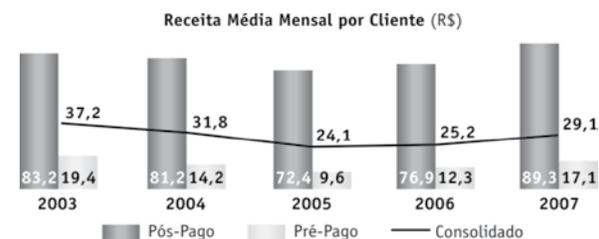
Como resultado, a receita líquida total atingiu R\$486,7 milhões, crescimento de 11,6% em relação ao ano anterior.

**Receita média mensal por cliente**

A média de utilização mensal por cliente do segmento pós-pago totalizou 243 minutos em 2007, acima dos 221 minutos verificados em 2006, devido à eficiência das campanhas de incentivo ao uso e à melhor qualidade de aquisição. Como resultado, a receita média mensal por cliente (ARPU) no segmento foi de R\$89,3 em 2007, acima dos R\$76,9 registrados no ano anterior. Este aumento é consequência do sucesso obtido com as campanhas de incentivo ao uso e da adoção, em julho de 2006, da regra de *full billing*.

Já a média de utilização mensal por cliente do segmento pré-pago foi de 44 minutos, acima dos 36 minutos registrados no ano anterior, como consequência da eficiência das campanhas de incentivo ao uso. Como resultado, a receita média mensal por cliente (ARPU) no segmento pré-pago foi de R\$17,1 no ano, superando os R\$12,3 registrados no ano anterior. Este aumento é consequência do sucesso obtido com as campanhas de incentivo ao uso que provocou maior volume de tráfego sainte e entrante e da adoção da regra de *full billing*.

Como resultado, a média de utilização mensal por cliente consolidada foi de 77 minutos em 2007, indicador superior aos 73 minutos registrados em 2006. A receita média mensal por cliente, também considerando os dois segmentos, subiu para R\$29,1 no ano acima dos R\$25,2 registrados em 2006.

**Custos e despesas operacionais**

Em 2007 os custos e as despesas operacionais (excluindo depreciação e amortização e custo de aparelhos vendidos) atingiram R\$308,6 milhões, redução de R\$30,2 milhões ou 8,9% em relação aos R\$338,7 milhões registrados em 2006. Excluindo as provisões de ICMS registradas em 2006 e a reversão da provisão de ICMS no Estado do Pará em 2007, houve um aumento de R\$25,8 milhões nos custos e despesas operacionais, o que era de se esperar, devido ao aumento do tráfego e às maiores despesas de interconexão associadas à adoção do *full billing*. O comprometimento da Companhia com a racionalização dos custos pode ser evidenciado, pela queda de 13,5% nas demais despesas (excluindo custo de serviços) com destaque na otimização das despesas de vendas e marketing.

**Custo de Aquisição e Retenção**

O custo de aquisição por cliente foi acrescido em 13,0%, atingindo R\$138 em

continua

CONTINUA NO CADERNO 4