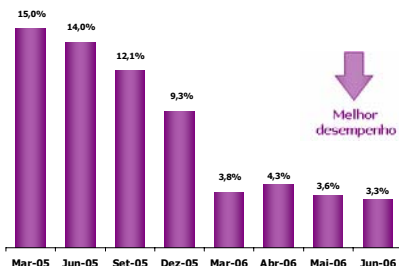


A **VIVO** é o maior grupo de telefonia móvel do Hemisfério Sul e a décima maior do mundo. Criada em 2003, lidera o mercado brasileiro com 31,09% do *market share*. Atende a 19 estados brasileiros e ao Distrito Federal, o equivalente a uma área de 7 milhões de quilômetros quadrados ou 86% do território nacional. A Vivo tem suas ações listadas na Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa), e ADRs na Bolsa de Valores de Nova York (NYSE).

ANATEL – Melhora nos Indicadores Junho 2006



O Mercado de Celular no Brasil

A telefonia móvel fechou o trimestre com 91,8 milhões de linhas no país registrando um crescimento de 6,4% em comparação a dezembro de 2005. A base de clientes no Brasil está dividida em 80,5% de pré-pagos e 19,5% de pós-pagos.

As adições líquidas no mercado brasileiro no segundo trimestre de 2006, totalizaram 4,2 milhões. A penetração móvel atingiu 49,2% em junho.

Como consequência da melhora na qualidade dos serviços, a VIVO apresentou redução no percentual de indicadores da ANATEL não atingidos, com apenas 3,3% em junho de 2006.

Tickers	VIVO
Ação ON (Bovespa)	VIVO 3
Ação PN (Bovespa)	VIVO 4
ADR (NYSE)	VIV

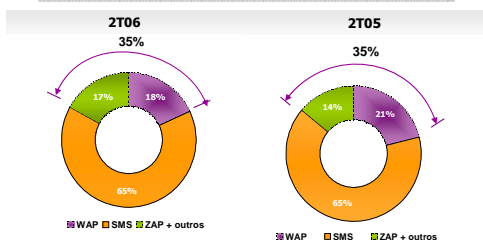
Composição Acionária Total	VIVO
Free Float - Ações Ordinárias	10,7%
Free Float - Ações Preferenciais	52,0%
Free Float - Total	36,9%
Ações em Tesouraria	0,3%
Grupo Controlador	62,8%
Total de Ações Ordinárias	524.931.665
Total de Ações Preferenciais	917.186.080

Desempenho Financeiro Consolidado VIVO					
RS milhões	2T06	1T06	%Δ	2T05	%Δ
Receita Operacional Líquida	2.598,3	2.577,0	0,8%	2.879,3	-9,8%
Receita de Serviços	2.184,1	2.261,7	-3,4%	2.360,0	-7,5%
Receita de Mercadorias	414,2	315,3	31,4%	519,3	-20,2%
Custos Operacionais	(2.292,0)	(1.859,9)	23,2%	(2.280,0)	0,5%
Pessoal	(155,3)	(155,7)	-0,3%	(151,5)	2,5%
Serviços Prestados	(418,2)	(434,0)	-3,6%	(381,6)	9,6%
Mercadorias Vendidas	(546,8)	(432,6)	26,4%	(829,8)	-34,1%
Comercialização de Serviços	(1.024,4)	(711,3)	40,9%	(809,3)	23,9%
Gerais e Administrativos	(145,5)	(129,0)	12,8%	(126,6)	14,9%
Outras Receitas (Despesas)	(23,8)	2,7	n.d.	18,8	n.d.
Ebitda	306,3	717,1	-57,3%	599,3	-48,9%
Margem Ebitda	11,8%	27,8%	-16,0 p.p.	20,8%	-9,0 p.p.
Resultado Financeiro Líquido	(213,6)	(186,3)	14,7%	(246,3)	-13,3%
Lucro/Prejuízo Líquido	(493,1)	(179,3)	175,0%	(252,7)	95,1%
Total do endividamento	4.686,4	5.482,6	-14,5%	n.d.	n.d.
Dívida Líquida	4.333,9	4.464,4	-2,9%	n.d.	n.d.
Capex	335,7	281,3	19,3%	419,0	-19,9%

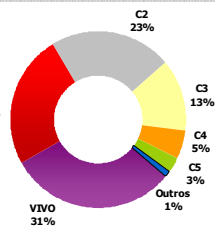
Desempenho Operacional Consolidado VIVO					
	2T06	1T06	%Δ	2T05	%Δ
Total de assinantes (mil)	28.525	30.138	-5,4%	28.446	0,3%
Pós Pago	5.268	5.761	-8,6%	5.511	-4,4%
Pré Pago	23.257	24.377	-4,6%	22.935	1,4%
Market Share (*)	40,6%	43,5%	-2,9 p.p.	47,4%	-6,8 p.p.
Adições líquidas (mil)	(1.613)	333	n.d.	1.487	n.d.
Share de Adições Líquidas	-185,6%	16,0%	-201,6 p.p.	27,4%	-213,0 p.p.
Penetração (*)	52,9%	50,9%	2,0 p.p.	44,6%	8,3 p.p.
SAC (R\$)	128	125	2,4%	171	-25,1%
Churn mensal	4,6%	1,8%	2,8 p.p.	1,7%	2,9 p.p.
ARPU (em R\$/mês)	24,1	25,4	-5,1%	28,6	-15,7%
MOU Total (minutos)	66	68	-2,9%	79	-16,5%

(*) fonte Anatel

Serviço de Dados

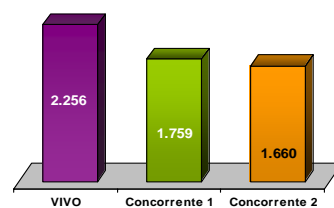


Market Share Brasil – Junho 2006

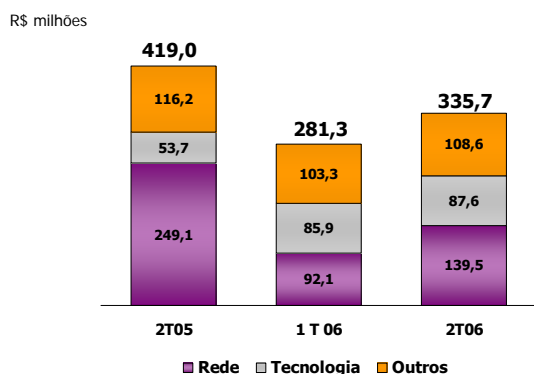


Fonte: Anatel

Número de Municípios cobertos



Investimentos



Endividamento

Credores (R\$ Milhões)	R\$	URTLP*	Moeda		
			UMBND**	US\$	Yen
Instituições Financeiras	1.676,5	220,5	38,6	2.149,1	582,8
Fixcel - Aquisição da TCO	18,9	-	-	-	-
Total	1.695,4	220,5	38,6	2.149,1	582,8
Taxas de câmbio utilizadas		1,948814	0,042460	2,164300	0,018920
Cronograma de pagamento - Longo Prazo					
2007	118,2	37,1	7,3	636,8	159,8
Apos 2007	1.519,2	69,1	12,4	103,5	161,3
Total	1.637,4	106,2	19,7	740,3	321,1

ENDIVIDAMENTO LÍQUIDO		
	30/jun/06	31/mar/06
Curto Prazo	1.861,7	2.193,7
Longo Prazo	2.824,7	3.288,9
Total do endividamento	4.686,4	5.482,6
Disponibilidades(Caixa e Aplicações)	(644,0)	(1.659,9)
Derivativos	291,5	641,6
Dívida Líquida	4.333,9	4.464,4

(*) Unidade de Referência da Taxa de Juros de Longo Prazo do BNDES.

(**) A UMBND é uma unidade monetária preparada pelo BNDES, composta por uma cesta de moedas estrangeiras, cuja principal é o dólar americano, razão pelo qual a sociedade e suas controladas a consideram como US\$.



Estratégia - Sumário Executivo

DESAFIOS		
Pontos de Atenção	Ação	Situação Atual
Falta de Cobertura Nacional	Buscar condições para oferecer roaming nacional e serviços incluindo GSM	Acordo de roaming digital em GSM/ <i>Worldphone</i> desde fev 06 Aguardando licitação de novas frequências
Fraude e Clonagem	Combate sustentável por meio de projetos específicos	Redução de 85% nos casos de clonagem
Múltiplas Plataformas	Integrar SAP, Data Warehouse, TI e SI	SAP e Data Warehouse 100% integrado 78% da Base de Clientes em plataformas unificadas
Reestruturação Societária	Projetos de Reestruturação em duas fases	1ª Fase: Concluída com redução da dívida 2ª Fase em andamento
Tecnologia : Diferencial no preço dos aparelhos	Projeto específico com base em overlay GSM escalável a W-CDMA a ser comentado adiante	Projeto aprovado e em início de execução
Destaques Operacionais		
Aumento na Receita sainte pós-pago de 15,3% em SP e 21,2% no RJ/ES Aumento no ARPU sainte pós-pago de 4% em SP e 9% no RJ/ES Queda de tráfego entrante com migração FxM para MxM/ redução na receita de interconexão Baixa de clientes inativos com impacto no churn mas sem impacto na receita		

Pontos Importantes

Forte Atividade Comercial	Mercado mais competitivo Dia das Mães/ Namorados Campanhas Comerciais
Base de Clientes	Baixa de Inativos Impacto no <i>Churn</i> Receita não afetada
Receita	Receita gerada pelo tráfego sainte cresceu em relação ao 2T05 Pressão sobre os preços com forte concorrência
PDD	Impacto de R\$ 161,5 MM no Trimestre PDD normalizado de R\$177,2 MM ou 4,7% da receita bruta
EBITDA	Redução devido a maiores provisões Valor normalizado: R\$467,8 MM com Margem de 18,0%
Endividamento	Volume administrável e redução nos custos financeiros
Avanços	Qualidade: 98% das metas da ANATEL atingidas Rede completamente autenticada 78% da base de clientes já centralizada em sistema único de billing 57% da base de clientes já centralizada nas plataformas de pré-pago 72% da base de clientes já centralizada no front office
Curto Prazo	Combate à Fraude e Clonagem Consolidação/ Racionalização de TI/SI Cobertura Nacional Atendimento a segmento corporativo Reestruturação societária
Médio Prazo	Lançamento Rede GSM (overlay) Competição e evolução em 3G Manutenção de Liderança em 850MHz e melhor rede Redução de Custos CapEx já incluído e sem impacto

Overlay para GSM

Projeto Construção de uma rede GSM/EDGE escalável a W-CDMA a ser acrescentada a atual rede CDMA, que continuará em pleno funcionamento.	Frequência Usaremos a frequência de 850Mhz e CDMA com EV-DO.	Capex • O Capex para o Overlay em GSM é de aprox. R\$1.080mm; • Capex já incluído nos planos da companhia sem impacto pelo balançamento entre investimentos em CDMA e GSM.
Motivos • Futura cobertura também em GSM; • Roaming digital facilitado com acordos atuais; • Menor custo do terminal GSM; • Conho de escala; • Evolução para UMTS; • Alto aproveitamento da infraestrutura existente; • Redução em preços dos equipamentos GSM; • Economia em Capex recorrente.	Vantagens • Preço de aparelhos; • Pay-back em curto prazo; • Melhora no posicionamento competitivo; • Experiência da PT e TBM em outros mercados.	Diferenciais Competitivos • Maior oferta de aparelhos e serviços do mercado; • Única operadora do mercado brasileiro a oferecer as opções tecnológicas CDMA e GSM; • Oferta de serviços adequados a todos os segmentos do mercado.

Instituto Vivo


O Instituto VIVO é uma associação constituída pelas operadoras que hoje formam a VIVO. Tem objetivo de alinhar e estender o trabalho de responsabilidade social da VIVO a todos os estados onde a empresa está presente.

Com a criação do Instituto VIVO, o foco de atuação da VIVO na área social foi redefinido, estabelecendo-se educação e meio ambiente como áreas prioritárias. O Instituto Vivo comemorou um ano e já beneficiou mais de 300 mil pessoas através de seus projetos.

Contato
Email: ir@vivo.com.br

Telefone: 11-5105-1172

Fax: 11-5105-2247

Endereço: Av. Dr. Churci Zaidan, 860 - 4a lado A - Morumbi - 04583-110 - São Paulo - SP

www.vivo.com.br/ri
