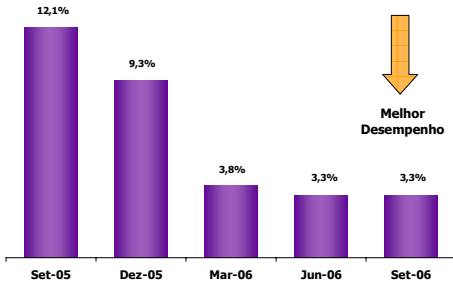


A **VIVO** é o maior grupo de telefonia móvel do Hemisfério Sul e a décima maior do mundo. Criada em 2003, lidera o mercado brasileiro com 30,0% do *market share*. Atende a 19 estados brasileiros e ao Distrito Federal, o equivalente a uma área de 7 milhões de quilômetros quadrados ou 86% do território 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 Setembro 2006



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

Desempenho Financeiro Consolidado VIVO

RS milhões	3T06	2T06	%Δ	3T05	%Δ
Receita Operacional Líquida	2.824,9	2.598,3	8,7%	2.810,4	0,5%
Receita de Serviços	2.467,7	2.184,1	13,0%	2.412,1	2,3%
Receita de Mercadorias	357,2	414,2	-13,8%	398,3	-10,3%
Custos Operacionais	(2.109,3)	(2.292,0)	-8,0%	(2.013,8)	4,7%
Pessoal	(150,9)	(155,3)	-2,8%	(149,4)	1,0%
Serviços Prestados	(664,3)	(418,2)	58,8%	(371,8)	78,7%
Mercadorias Vendidas	(511,9)	(546,8)	-6,4%	(556,9)	-8,1%
Comercialização de Serviços	(697,4)	(1.002,4)	-30,4%	(767,8)	-9,2%
Gerais e Administrativos	(112,7)	(145,5)	-22,5%	(158,7)	-29,0%
Outras Receitas (Despesas)	27,9	(23,8)	n.d.	(9,2)	n.d.
Ebitda	715,6	306,3	133,6%	796,6	-10,2%
Margem Ebitda	25,3%	11,8%	13,5 p.p.	28,3%	-3,0 p.p.
Resultado Financeiro Líquido	(201,6)	(213,6)	-5,6%	(212,7)	-5,2%
Lucro/Prejuízo Líquido	(196,9)	(493,1)	-60,1%	(120,1)	63,9%
Total do endividamento	4.699,6	4.686,4	0,3%	n.d.	n.d.
Dívida Líquida	4.147,6	4.333,9	-4,3%	n.d.	n.d.
Capex	444,8	337,9	31,6%	389,7	14,1%

O Mercado de Celular no Brasil

A telefonia móvel fechou o trimestre com 95,9 milhões de linhas no país registrando um crescimento de 11,2% em comparação a dezembro de 2005. A base de clientes no Brasil está dividida em 80,7% de pré-pagos e 19,3% de pós-pagos.

As adições líquidas no mercado brasileiro no terceiro trimestre de 2006 totalizaram 4,1 milhões. A penetração móvel atingiu 51,3% em setembro.

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.

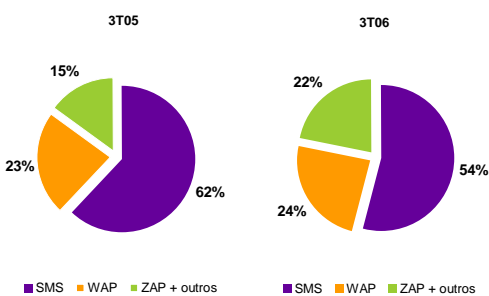
Composição Acionária Total	VIVO
Free Float - Ações Ordinárias	10,7%
Free Float - Ações Preferenciais	52,0%
Free Float - Total	36,9%
Ações em Tesouraria	0,3%
Grupo Controlador	62,8%
Total de Ações Ordinárias	524.931.665
Total de Ações Preferenciais	917.186.080

Desempenho Operacional Consolidado VIVO

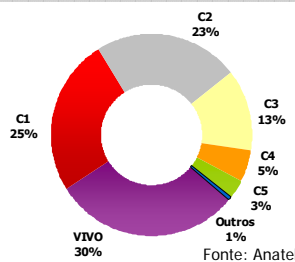
	3T06	2T06	%Δ	3T05	%Δ
Total de assinantes (mil)	28,726	28,525	0,7%	28,840	-0,4%
Pos Pago	5,244	5,268	-0,5%	5,650	-7,2%
Pré Pago	23,482	23,257	1,0%	23,190	1,3%
Market Share (*)	39,3%	40,6%	-1,3 p.p.	45,7%	-6,4 p.p.
Adições líquidas (mil)	201	(1,613)	n.d.	394	n.d.
Share de Adições Líquidas	7,6%	-185,6%	193,2 p.p.	12,9%	-5,3 p.p.
Penetração (*)	53,4%	52,9%	0,5 p.p.	46,5%	6,9 p.p.
SAC (R\$)	105	128	-18,0%	153	-31,4%
Churn mensal	2,6%	4,6%	-2,0 p.p.	2,0%	0,6 p.p.
ARPU (em R\$/mês)	28,7	24,1	19,1%	28,2	1,8%
MOU Total (minutos)	78	66	18,2%	76	2,6%

(*) fonte Anatel

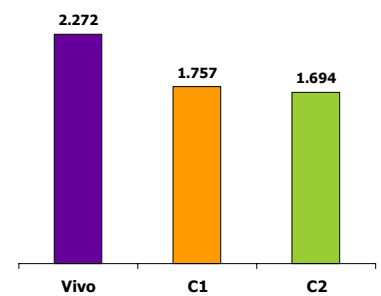
Serviço de Dados



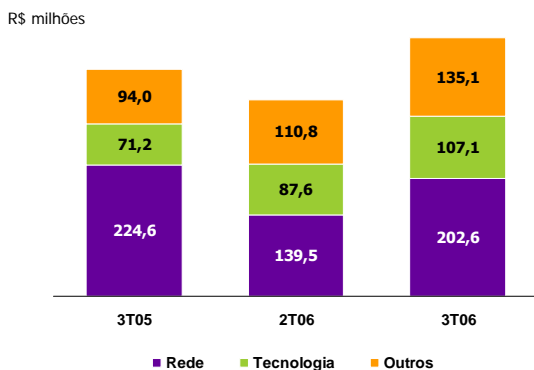
Market Share Brasil – Setembro 2006



Número de Municípios cobertos



Investimentos



Endividamento

Credores (R\$ Milhões)	Moeda				
	R\$	URTJLP*	UMBND**	US\$	Yen
Instituições Financeiras	1.685,9	192,8	33,4	1.842,9	925,0
Fixcel - Aquisição da TCO	19,6	-	-	-	-
Total	1.705,5	192,8	33,4	1.842,9	925,0
Taxas de câmbio utilizadas		1,955839	0,041868	2,174200	0,018408
Cronograma de pagamento - Longo Prazo					
2007	0,3	13,7	2,6	130,5	140,4
Apos 2007	1.630,3	69,3	12,3	565,4	610,7
Total	1.630,6	83,0	14,9	695,9	751,1

ENDIVIDAMENTO LÍQUIDO		
	30-Sep-06	30-Jun-06
Curto Prazo	1.524,1	1.861,7
Longo Prazo	3.175,5	2.824,7
Total do endividamento	4.699,6	4.686,4
Disponibilidades(Caixa e Aplicações)	(966,9)	(644,0)
Derivativos	414,9	291,6
Dívida Líquida	4.147,6	4.334,0

(*) 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\$.



Sumário Executivo

- ✓ Unificação dos sistemas em processo acelerado, com mais de 90% de clientes já inseridos na nova plataforma sistêmica, o que atesta o sucesso dos projetos de unificação da empresa.
- ✓ Medidas enérgicas de combate a fraudes e clonagem, com autenticação da rede e dos aparelhos de clientes pré e pós-pagos, representando uma significativa redução de casos de clonagem – aproximadamente 84% menos em relação a agosto/2005
- ✓ Segunda fase da Reorganização Societária em conclusão, o que promoverá a incorporação de 14 operadoras em uma única, com decorrente simplificação de estruturas, processos e com eficiência operacional e de controle.
- ✓ A VIVO obteve geração positiva de fluxo de caixa operacional (free cash flow) no 3T06, conseqüência da melhoria do EBITDA, fechando o trimestre em R\$ 270,8 milhões contra R\$ 31,6 milhões negativo do trimestre anterior.
- ✓ Aumento do ARPU Pós de 18,3% e de 22,7% no ARPU Pré em relação ao 2T06
- ✓ SAC diminuiu 31,4% em relação ao 3T05 e 18,0% em relação ao 2T06

Principais Eixos Estratégicos

Clone e Fraude	▶ Combate permanente e redução progressiva
Plataformas Sistêmicas	▶ Unificação
Reestruturação Societária	▶ Em finalização
Qualidade de Cobertura	▶ Assegurada
Cobertura Nacional	▶ Roaming Digital (aparelhos híbridos) Faixa de 1.9 MHz
Preços de Aparelhos e Serviços	▶ Campanhas de adequação

Overlay em GSM

Competitividade	▶ Maior gama de aparelhos Cobertura nacional em roaming digital Baixo risco de clonagem
Cobertura	▶ Overlay em 850 MHz resulta em : Área de cobertura equivalente à atual <i>Indoor coverage</i> mais eficiente
Overlay	▶ Disponibilização de GSM em paralelo à CDMA
Qualidade	▶ Compromisso de manutenção de níveis de qualidade em CDMA e GSM Experiência em GSM da PT e da TEF
Convívio de Tecnologias	▶ Opex compensado por outras economias Melhor adequação em soluções de comunicação

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. Chucrí Zaidan, 860 - 4a lado A - Morumbi - 04583-110 - São Paulo - SP

www.vivo.com.br/ri

