

VIVO, O MAIOR GRUPO EMPRESARIAL DE TELEFONIA MÓVEL DO HEMISFÉRIO SUL DIVULGA OS RESULTADOS CONSOLIDADOS DO SEGUNDO TRIMESTRE DE 2005 DA CELULAR CRT PARTICIPAÇÕES S.A.

Porto Alegre – Brasil, 25 de julho de 2005 – Celular CRT Participações S.A. – “CRT” (Bovespa: CRTP3 (ON) / CRTP5 (PN)) anuncia hoje seus resultados consolidados do segundo trimestre de 2005 (2T05). A Celular CRT Participações é a *holding* que controla 100% da Celular CRT S.A., operadora de serviços de telecomunicações móveis da Banda A no Estado do Rio Grande do Sul. A CRT é líder numa área que representa cerca de 3% do território brasileiro e cuja população representa mais de 6% da população brasileira.

DESTAQUES

R\$ milhões	2 T 05	1 T 05	Δ%	2 T 04	Δ%
Receita Operacional Líquida	290,3	289,1	0,4%	287,2	1,1%
Receita líquida dos serviços	253,7	264,3	-4,0%	232,9	8,9%
Receita líquida de vendas de mercadorias	36,6	24,8	47,6%	54,3	-32,6%
Total dos Custos Operacionais	(213,9)	(174,8)	22,4%	(194,4)	10,0%
EBITDA	76,4	114,3	-33,2%	92,8	-17,7%
Margem EBITDA (%)	26,3%	39,5%	-13,2 p.p.	32,3%	-6,0 p.p.
Depreciação e Amortização	(54,1)	(52,7)	2,7%	(51,1)	5,9%
EBIT	22,3	61,6	-63,8%	41,7	-46,5%
Resultado do Período	20,0	45,9	-56,4%	27,1	-26,2%
Lucro por ação (R\$ por ação)	0,62	1,42	-56,4%	0,85	-27,1%
N.º de ações (milhões)	32,4	32,4	-	32,0	1,3%
Investimentos	43,8	46,7	-6,2%	16,9	159,2%
Investimento como % da receita líquida	15,1%	16,2%	-1,1 p.p.	5,9%	9,2 p.p.
Fluxo de Caixa Operacional	32,6	67,6	-51,8%	75,9	-57,0%
Clientes	3.359	3.246	3,5%	2.821	19,1%
Adições Líquidas	113	31	264,5%	204	-44,6%

A Celular CRT é uma das Companhias que, em conjunto com a Telesp Celular Participações S.A (controladora da Tele Centro Oeste Celular Participações S.A.), Tele Leste Celular Participações S.A., e a Tele Sudeste Celular Participações S.A., compõem os ativos da *Joint Venture* entre a Portugal Telecom e a Telefónica Móviles, atuando sob a marca **VIVO, Top of Mind** no mercado brasileiro. Em junho de 2005, o Grupo VIVO ultrapassou 28 milhões de clientes, mantendo sua liderança de mercado.



Diretoria de Relações com Investidores
Avenida Dr. Chucrê Zaidan, 860 - 6º andar
04583-110 - Morumbi - São Paulo - SP

**HIGHLIGHTS
2T05**

- **Acirrada competição e intensa atividade comercial** durante o 2T05, com destaque para as campanhas do dia das mães e do dia dos namorados.
- Na comparação com o 2T04, a **base de clientes** apresentou um crescimento de 19,1% e quando comparado ao 1T05, de 3,5%, alcançando 3.359 mil clientes.
- A **base de clientes pós pago** da CRT cresceu 19,3% e 2,6% em relação ao 2T04 e 1T05, respectivamente, demonstrando o êxito das campanhas comerciais
- **Market share de adições líquidas** de 26,8%.
- **Churn** mensal de 1,6% no trimestre, mantendo-se em baixos níveis, resultado das campanhas de retenção de clientes.
- **Receita líquida de serviços** apresentou uma elevação de 11,1% na comparação entre os acumulados de 2005 e 2004. Em relação ao 2T04 o incremento foi de 8,9%, refletindo os esforços comerciais da Companhia, em um ambiente de forte competição.
- Crescimento sustentado da **receita de dados**, que aumentou 48,6% na comparação ano a ano, representando 9,7% da receita líquida de serviços no 2T05.
- Lançamento do **VIVO Play 3G**, serviço baseado em tecnologia de 3ª Geração que oferece acesso no celular a conteúdos multimídia, consolidando a **Liderança** absoluta em inovação e diversidade de serviços lançados. Sucesso na estratégia de **diferenciação** frente a competição com serviços inovadores.
- **EBITDA** acumulado no ano de R\$ 190,7 milhões, representando uma margem de 32,9% no semestre.
- **Receita Financeira Líquida** superior em 24,8% no acumulado do ano em comparação com o mesmo período do ano anterior.



VIVO

Em abril a **VIVO** comemorou dois anos que foram marcados pela superação, demonstrada pela conquista da maior comunidade de clientes do Brasil, unindo inovação à maior cobertura CDMA do território nacional. A adoção da tecnologia mais avançada possibilitou a oferta de inúmeras novidades e inovações, como os serviços: VIVO Play 3G, VIVO Agenda, VIVO Localiza, Olho VIVO, soluções corporativas de última geração, games interativos como o VIVO em Ação, *downloads* de jogos, vídeos e músicas e ainda a visualização dos gols de campeonatos brasileiro e europeu que são exclusividades da VIVO.

Política de Qualidade

Dentre os objetivos estratégicos foi implantada a gestão de processos que resultou na **certificação ISO 9001:2000** da Companhia. Esta política está alinhada a "**Missão**": *"Satisfazer e fidelizar os clientes por meio da qualidade e inovação de nossos produtos e serviços, oferecidos por profissionais comprometidos e capacitados. Manter a liderança com crescimento rentável, gerando valor para os acionistas e buscando a melhoria permanente dos processos e resultados. Consolidar a imagem de Empresa que contribui para o desenvolvimento da sociedade."*

Canais de Distribuição

Em 30 de junho de 2005, a Celular CRT Participações possuía 29 pontos de venda próprios, além de contar com uma eficiente rede de credenciados, exclusivos ou não, com cerca de 993 pontos de atendimento, capazes de comercializar serviços e aparelhos, colocando a Companhia também na liderança em número de canais de distribuição.

Inovações Tecnológicas

A VIVO lançou no mercado nacional um novo conceito de serviço baseado em tecnologia de 3ª Geração, que oferece acesso no celular a conteúdos multimídia - o VIVO Play 3G. O primeiro aplicativo proveniente desse serviço é o VIVO Player 3G, que permite ao usuário fazer *download* e *streaming* de vídeos, músicas e imagens em alta velocidade de transmissão de dados, que chega a 2,4 Mbps nas cidades de São Paulo, Rio de Janeiro e Curitiba. Por meio desse serviço, o cliente da VIVO poderá conferir todos os conteúdos multimídia, tanto para acessar informações como para se divertir. Entre os serviços, estão TV, notícias, desenhos, vídeo clipes, trailers de filme, músicas, acesso à Internet, além de poder fotografar, filmar e encaminhar imagens instantâneas para outro celular VIVO ou para um endereço de e-mail.

O Grupo também lançou o VIVO Moblog, diário multimídia móvel no qual os clientes criam uma página com fotos, textos, sons e vídeos. Diferentemente dos Blogs comuns, o VIVO Moblog permite a configuração não só pela web, mas também pelo celular.

Base para Apresentação dos Resultados

Foi implementado em julho de 2003, o *Bill & Keep* (B&K) parcial, no qual a remuneração pelo uso de rede local entre as operadoras de SMP só ocorre quando a proporção do tráfego entre elas exceder 55%, o que causa impacto na receita e custo de interconexão.

Os acumulados de 2005 e 2004 compreendem os valores registrados entre os meses de janeiro e junho dos anos mencionados.

Algumas das informações divulgadas, relativas ao 2T04, 1T05 e acumulado 2004, foram reclassificadas, quando aplicável, para fins de comparabilidade. Os totais estão sujeitos a diferenças, devido a arredondamento.



DESEMPENHO OPERACIONAL CONSOLIDADO - CRT

	2 T 05	1 T 05	Δ%	2 T 04	Δ%
Total de assinantes (mil)	3.359	3.246	3,5%	2.821	19,1%
Pós Pago	842	821	2,6%	706	19,3%
Pré Pago	2.517	2.425	3,8%	2.115	19,0%
Market Share (*)	51,6%	53,3%	-1,7 p.p.	58,7%	-7,1 p.p.
Adições Líquidas (mil)	113	31	264,5%	204	-44,6%
Pós Pago	22	33	-33,3%	13	69,2%
Pré Pago	91	(2)	n.d.	191	-52,4%
Market Share de adições líquidas (*)	26,8%	14,0%	12,8 p.p.	51,2%	-24,4 p.p.
Penetração do mercado (*)	60,1%	56,4%	3,7 p.p.	45,3%	14,8 p.p.
SAC (R\$)	188	164	14,6%	124	51,6%
Churn mensal	1,6%	1,5%	0,1 p.p.	1,7%	-0,1 p.p.
ARPU (em R\$/mês)	25,5	27,3	-6,6%	28,7	-11,1%
Pós Pago	61,3	66,0	-7,1%	63,2	-3,0%
Pré Pago	12,8	13,7	-6,6%	15,9	-19,5%
MOU Total (minutos)	67	74	-9,5%	81	-17,3%
Pós Pago	148	155	-4,5%	151	-2,0%
Pré Pago	40	46	-13,0%	56	-28,6%
Empregados	447	455	-1,8%	577	-22,5%
Produtividade (cliente/empregado)	7.515	7.134	5,3%	4.889	53,7%

(*) fonte Anatel

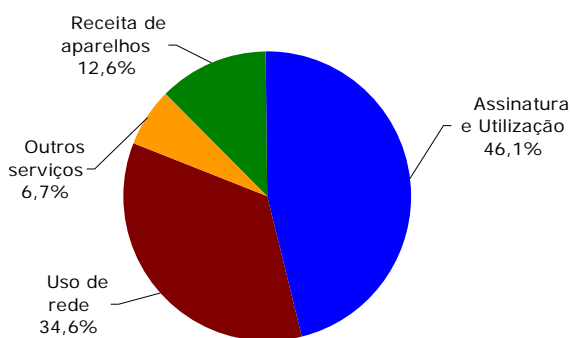
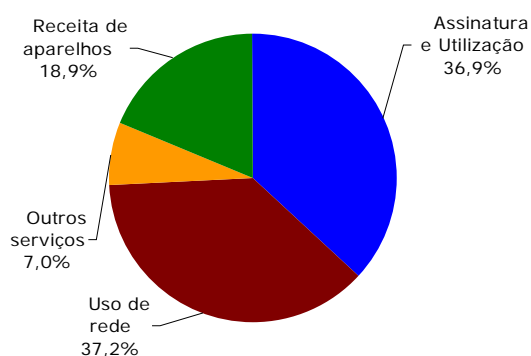
Destaques**Operacionais**

- Manutenção da liderança com o aumento da **base de clientes** de 19,1% em relação ao 2T04 atingindo 3.359 mil clientes, em ambiente de forte competição no mercado de telefonia celular. É importante destacar ainda os critérios de apuração conservadores da organização.
- A CRT teve uma participação de 26,8% nas **adições líquidas**, em um ambiente de intensa competição, com redução do valor das “barreiras de entrada” praticada no período.
- **SAC** aumentou 14,6% em relação ao 1T05, decorrente de maiores gastos com comissões e publicidade, em consequência da forte competição registrada no mercado durante as promoções do dia das mães e do dia dos namorados.
- **Churn** de 1,6% manteve-se praticamente estável, demonstrando uma sustentabilidade e confirmando o resultado das práticas comerciais adotadas para fidelização, como por exemplo, a oferta de diversos planos para atender demandas específicas dos clientes.
- O **ARPU blended** no valor de R\$ 25,5 apresentou uma redução de 6,6% frente ao 1T05, impactado pela queda no ARPU entrante, devido entre outros fatores a migração do tráfego entrante de fixo-móvel para móvel-móvel, além do efeito *Bill & Keep* parcial e dos efeitos dos programas de adequação de perfil (*right planning*) efetivados na base pós pago.
- O **MOU Total** no 2T05 decresceu 17,3% frente ao 2T04, impactado pela queda no MOU sainte pré pago, parcialmente compensado pelo aumento no MOU sainte pós pago. Vale lembrar que o MOU pré pago, é impactado pela redução trafego entrante fixo-móvel.
- O aumento da eficiência na operação pode ser medido pelo crescimento da **produtividade** no 2T05 de 53,7% e de 5,3% em relação ao 2T04 e 1T05, respectivamente, devido ao êxito das iniciativas da Companhia em buscar sinergias e eficiências operacionais.



RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA - CRT
Legislação Societária

R\$ milhões	2 T 05	1 T 05	Δ%	2 T 04	Δ%	Acumulado em:		
						2005	2004	Δ%
Assinatura e Utilização	133,9	132,6	1,0%	106,0	26,3%	266,5	210,0	26,9%
Uso de rede	100,4	107,1	-6,3%	106,8	-6,0%	207,5	218,3	-4,9%
Outros serviços	19,4	24,6	-21,1%	20,1	-3,5%	44,0	37,8	16,4%
Receita de serviços de telecom.	253,7	264,3	-4,0%	232,9	8,9%	518,0	466,1	11,1%
Venda de aparelhos celulares	36,6	24,8	47,6%	54,3	-32,6%	61,4	92,4	-33,5%
Receita líquida total	290,3	289,1	0,4%	287,2	1,1%	579,4	558,5	3,7%

Composição Receitas Operacionais 2T05

Composição Receitas Operacionais 2T04

Receita Líquida de Serviços

Crescimento de 8,9% na receita líquida de serviços, quando comparada com o 2T04, alcançando R\$ 253,7 milhões no trimestre e R\$ 518,0 milhões no acumulado do ano, 11,1% superior a registrada no mesmo período de 2004. Este resultado é fruto do acréscimo da base de clientes e do aumento obtido com a utilização dos serviços de dados, mas parcialmente contrabalançados pelos efeitos do *right planning* e do fato de que o aumento da VU-M ter sido autorizado apenas no mês de junho e não ter sido adotado por todas as operadoras fixas. Nota-se que os números do 2T04 consideram o aumento da tarifa de interconexão em todo o período.

Destaca-se o aumento de 26,3% no item "receita de assinatura e utilização", quando comparado com o 2T04, devido ao incremento no tráfego sainte total, que foi parcialmente compensado por uma redução na receita de tráfego entrante, em função do deslocamento de tráfego fixo-móvel, para móvel-móvel, com conseqüente queda na receita de interconexão e efeito *Bill & Keep* parcial.

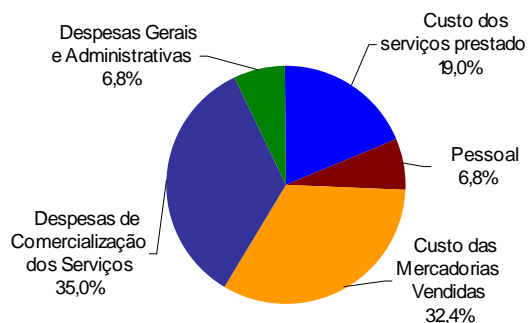
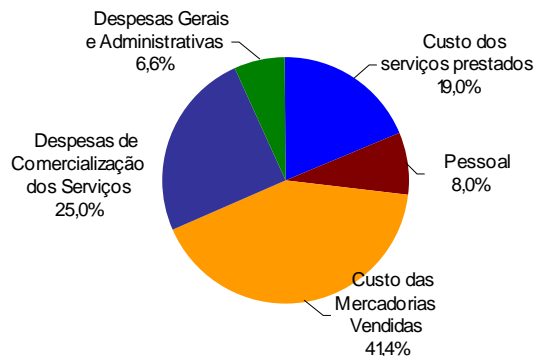
A receita de dados no 2T05 apresentou um aumento de 48,6% na comparação ano a ano, representando 9,7% da receita líquida de serviços (7,1% no 2T04). Este incremento continua ocorrendo em função da popularização do acesso e uso dos serviços, além dos diversos lançamentos de serviços e o aumento da base habilitada. No 2T05, o SMS representou 72,3% da receita de dados. A média mensal de envio de SMS no trimestre foi de aproximadamente 28 milhões.

O jogo interativo "VIVO em Ação 2", encerrado em maio de 2005, após a conclusão de 5 episódios, reuniu mais de 1,5 milhão de cadastrados. O jogo também cumpriu seus objetivos por conseguir fidelizar os usuários no desenrolar do enredo e incentivou-os a conhecer outros serviços da VIVO, tais como Portal de Voz, Chat, Quiz, Cupido, Caixa Postal, Vivo Informa, etc.



CUSTOS OPERACIONAIS - CRT

R\$ milhões	Legislação Societária					Acumulado em:		
	2 T 05	1 T 05	Δ%	2 T 04	Δ%	2005	2004	Δ%
Pessoal	(14,5)	(15,2)	-4,6%	(15,7)	-7,6%	(29,7)	(28,1)	5,7%
Custo dos serviços prestados	(40,5)	(40,8)	-0,7%	(37,5)	8,0%	(81,3)	(72,8)	11,7%
Meios de conexão	(6,3)	(7,3)	-13,7%	(6,1)	3,3%	(13,6)	(12,2)	11,5%
Interconexão	(5,8)	(6,8)	-14,7%	(7,8)	-25,6%	(12,6)	(14,7)	-14,3%
Aluguéis/Seguros/Condomínios	(4,8)	(4,9)	-2,0%	(3,8)	26,3%	(9,7)	(9,0)	7,8%
Fistel e outras taxas e contribuições	(14,9)	(14,8)	0,7%	(11,7)	27,4%	(29,7)	(22,8)	30,3%
Serviços de terceiros	(8,8)	(6,6)	33,3%	(7,9)	11,4%	(15,4)	(13,7)	12,4%
Outros	0,1	(0,4)	n.d.	(0,2)	n.d.	(0,3)	(0,4)	-25,0%
Custo de mercadorias vendidas	(68,7)	(42,7)	60,9%	(81,7)	-15,9%	(111,4)	(135,2)	-17,6%
Comercialização dos serviços	(74,5)	(66,7)	11,7%	(49,3)	51,1%	(141,2)	(88,2)	60,1%
Provisão para devedores duvidosos	(8,8)	(13,9)	-36,7%	(9,3)	-5,4%	(22,7)	(11,5)	97,4%
Serviços de terceiros	(62,9)	(51,0)	23,3%	(37,8)	66,4%	(113,9)	(72,4)	57,3%
Outros	(2,8)	(1,8)	55,6%	(2,2)	27,3%	(4,6)	(4,3)	7,0%
Despesas gerais e administrativas	(14,5)	(14,1)	2,8%	(13,0)	11,5%	(28,6)	(24,9)	14,9%
Outras receitas (despesas) operacionais	(1,2)	4,7	n.d.	2,8	n.d.	3,5	16,4	-78,7%
Total dos custos antes deprec.Jamort.	(213,9)	(174,8)	22,4%	(194,4)	10,0%	(388,7)	(332,8)	16,8%
Depreciação e amortização	(54,1)	(52,7)	2,7%	(51,1)	5,9%	(106,8)	(102,0)	4,7%
Total dos custos operacionais	(268,0)	(227,5)	17,8%	(245,5)	9,2%	(495,5)	(434,8)	14,0%

Composição Custos Operacionais 2T05

Composição Custos Operacionais 2T04

Custo de Pessoal

A redução do custo de pessoal frente ao 2T04, deve-se principalmente a ações de terceirização da força de trabalho. Na comparação entre os acumulados do ano, os custos de pessoal sofreram incremento, devido ao acordo coletivo e a investimentos em treinamento.

Custo dos Serviços Prestados

O aumento de 8,0% no custo dos serviços prestados, quando comparado com o 2T04, é decorrente do aumento na taxa Fistel pelo aumento da base média de clientes em 23,3% e pela renegociação do aluguel de *sites* de rede (implantação do CDMA), parcialmente compensado pela redução no custo de interconexão que também sofre os efeitos do *Bill & Keep* parcial.



**Custo das
Mercadorias
Vendidas**

O custo das mercadorias vendidas cresceu 60,9% em relação ao 1T05 devido a intensa atividade comercial do período com destaque para as campanhas comerciais que elevaram o número de ativações (adições brutas aumentaram 52,5%), bem como para os esforços comerciais dedicado a clientes de alta e média gama e para custos inerentes ao incentivo à troca de terminais TDMA para CDMA, que também elevam o valor do 2T04.

**Comercialização
dos Serviços**

Durante o 2T05, a Companhia promoveu várias ações com o objetivo de conquistar novos clientes e também fidelizar sua base, que podem ser observadas pelo maior número de adições e pela estabilidade do *Churn*.

No 2T05, a despesa com comercialização dos serviços aumentou 51,1% em relação ao 2T04, motivada pela forte atividade comercial e conseqüente incremento nos gastos com serviços de terceiros, especialmente nas despesas associadas a publicidade e comissões.

A provisão para devedores duvidosos (PDD) do 2T05 foi de R\$ 8,8 milhões, 2,1% sobre a receita bruta (2,8% no 2T04), refletindo a sensível melhora nas ações de cobrança. Vale observar que a PDD do 1T05 está impactada por efeitos não recorrentes.

EBITDA

Nos primeiros seis meses do ano, o EBITDA (lucro antes dos juros, impostos, depreciações e amortizações) foi de R\$ 190,7 milhões, com margem de 32,9%.

Considerando a forte atividade comercial registrada no 2T05 para fazer face à concorrência, o EBITDA registrou R\$ 76,4 milhões, com margem de 26,3%.

**Depreciação e
Amortização**

As despesas com depreciação e amortização totalizaram R\$ 54,1 milhões no 2T05, um aumento de 5,9% em relação ao 2T04, é decorrente dos investimentos realizados, principalmente em função do *overlay* para a rede CDMA.



RECEITAS (DESPESAS) FINANCEIRAS - CRT

R\$ milhões	Legislação Societária					Acumulado em:		
	2 T 05	1 T 05	Δ%	2 T 04	Δ%	2005	2004	Δ%
Receitas Financeiras	54,4	20,5	165,4%	19,0	186,3%	74,9	38,5	94,5%
Variação cambial	30,7	0,1	n.d.	3,20	859,4%	30,8	3,2	862,5%
Outras receitas financeiras	23,7	20,5	15,6%	20,1	17,9%	44,2	41,5	6,5%
(-) Pis/Cofins sobre receitas financeiras	0,0	(0,1)	n.d.	(4,3)	n.d.	(0,1)	(6,2)	-98,4%
Despesas Financeiras	(45,6)	(9,7)	370,1%	(13,0)	250,8%	(55,3)	(22,8)	142,5%
Variação cambial	0,7	(1,2)	n.d.	(28,3)	n.d.	(0,5)	(31,1)	-98,4%
Outras despesas financeiras	(4,9)	(5,2)	-5,8%	(7,5)	-34,7%	(10,1)	(14,5)	-30,3%
Perdas/Ganhos com derivativos	(41,4)	(3,3)	1154,5%	22,80	n.d.	(44,7)	22,8	n.d.
Receitas (Despesas) Financeiras Líquidas	8,8	10,8	-18,5%	6,0	46,7%	19,6	15,7	24,8%

Receitas Financeiras

Apesar da elevação da taxa de juros no período (4,18% no 1T05 e 4,56% no 2T05) que impactou positivamente na posição líquida de caixa, as receitas financeiras líquidas no 2T05 foram menores em R\$ 2 milhões quando comparadas ao 1T05, principalmente devido à ocorrência no 1T05 de uma receita não recorrente referente à reversão antecipada de operações de derivativos e ao resultado negativo no 2T05 das operações de cobertura da exposição cambial a fornecedores.

No comparativo do acumulado do ano de 2005, com o mesmo período de 2004, a Celular CRT apresenta uma melhor receita financeira líquida, principalmente devido à incidência de Pis/Cofins sobre as receitas financeiras no 2T04, de acordo com a legislação vigente na época.

Lucro Líquido

O lucro líquido no 2T05 foi de R\$ 20,0 milhões.



EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS - CRT

	30/jun/05	31/mar/05
	Denominado	
	US\$	US\$
Credores (R\$ milhões)		
Instituições financeiras	238,0	268,5
Total	238,0	268,5
Taxas do câmbio utilizadas	2,3504	2,6662

Cronograma de pagamento - Longo Prazo

2007	141,0
Total	141,0

ENDIVIDAMENTO LÍQUIDO - CRT

	30/jun/05	31/mar/05
Curto Prazo	97,0	108,5
Longo Prazo	141,0	160,0
Total do endividamento	238,0	268,5
Disponibilidades	(508,7)	(466,4)
Derivativos	22,6	(9,8)
Dívida Líquida	(248,1)	(207,7)

Endividamento

Em 30 de junho de 2005, a dívida com empréstimos e financiamentos da CRT somava R\$ 238,0 milhões (R\$ 268,5 milhões em 31 de março de 2005) sendo 100% denominada em dólares norte-americanos. A Companhia faz contratos de derivativos (*hedge* cambial) para proteger 100% de sua dívida contra a volatilidade do câmbio. Este endividamento foi compensado pelos recursos disponíveis em caixa e aplicações financeiras (R\$ 508,7 milhões) e por ativos e passivos de derivativos (R\$ 22,6 milhões a pagar), resultando numa posição líquida de caixa de R\$ 248,1 milhões, elevação de 19,5%, comparado com março de 2005.

Os desembolsos sazonais do 1T05 (aparelhos comprados para a campanha do Natal de 2004 e Taxa Fistel de Funcionamento-TFF paga anualmente no mês de março), aliados a geração de caixa decorrente da melhor gestão do capital de giro obtida no 2T05, possibilitaram o aumento do caixa líquido no trimestre.



CAPEX - CRT

	2 T 05	1 T 05	2 T 04	Acumulado	
				2005	2004
Rede	30,4	34,8	7,5	65,2	13,4
Outros	13,4	11,9	9,4	25,3	13,2
Total	43,8	46,7	16,9	90,5	26,6
Percentual da Receita Líquida	15,1%	16,2%	5,9%	15,6%	4,8%

Investimentos (Capex)

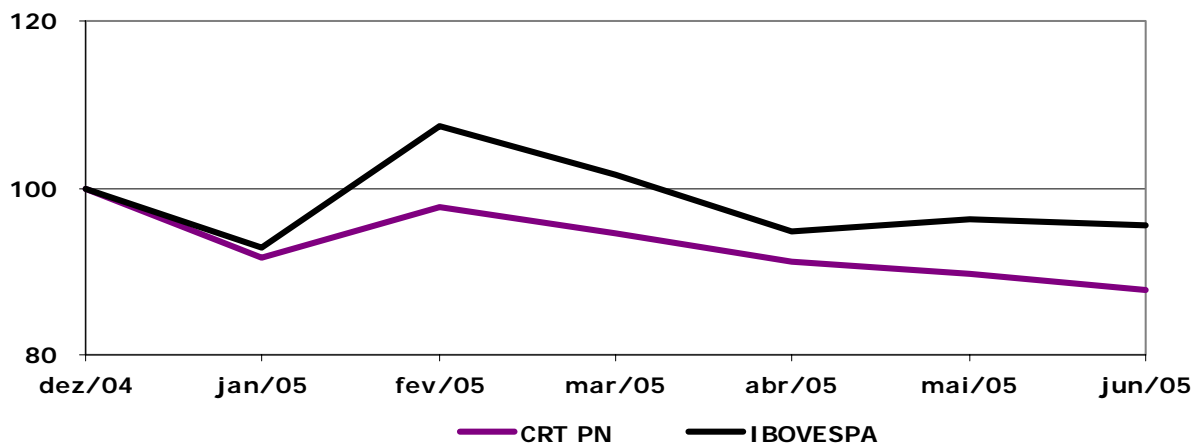
Os investimentos realizados no trimestre foram de R\$ 43,8 milhões, devem-se fundamentalmente aos seguintes fatores: (i) migração mais acelerada de tecnologia TDMA para CDMA, acompanhando desta forma as operadoras GSM, que também estão migrando de TDMA; (ii) sistemas de informações, especialmente o de *customer care* e (iii) manutenção da qualidade e expansão da cobertura para atender o crescimento da base de clientes.

Fluxo de Caixa Operacional

O fluxo de caixa operacional positivo no 2T05 de R\$ 32,6 milhões evidencia que a CRT gera recursos pelas operações, suficientes para realizar seu programa de investimento de capital.

Mercado de Capitais

Durante o 2T05, as ações ordinárias (ON) valorizaram 5,8% e as preferenciais (PN) desvalorizaram 7,1%, enquanto o índice Bovespa obteve perda de 5,9%. Entre abril e junho de 2005, as ações PN da Companhia, tiveram presença em 100% dos pregões, com um volume financeiro médio diário negociado de R\$ 2,2 milhões. As ações ON e PN da CRT encerraram o trimestre cotadas em R\$ 41,50 e R\$ 47,00, respectivamente.

Evolução Mensal Ações
Base 100 = 30/dez/2004**Grupamento de Ações**

A Companhia finalizou em junho a operação de Grupamento de Ações na proporção de 100 (cem) ações para 1 (uma) ação da respectiva espécie aprovado em Assembléia Geral Extraordinária. Após tal operação, a CRT passou a ser negociada na Bolsa de Valores de São Paulo por ação e não mais por lote de mil ações. Desta forma, a nova composição do capital social da Companhia ficou sendo 32.350.953 ações nominativas escriturais, sem valor nominal, sendo deste total, 13.509.171 ações ordinárias e 18.841.782 ações preferenciais.



Aumento de Capital O Conselho de Administração da CRT aprovou em 28 de junho de 2005, o aumento de capital social em decorrência de processo de reestruturação societária, envolvendo a sociedade e sua controlada e acionista controlador. A amortização do ágio resultante do processo de reestruturação societária resultou em 2004 em benefício fiscal de R\$ 33.290.159,91 (trinta e três milhões, duzentos e noventa mil, cento e cinqüenta e nove reais e noventa e um centavos), com emissão de 929.892 novas ações ordinárias, garantido o direito de preferência previsto no artigo 171 da Lei nº 6.404/76, sendo que os recursos decorrentes de eventuais exercícios do direito de preferência deverão ser creditados ao acionista controlador TBS Celular Participações Ltda. O valor de emissão de R\$ 35,80 (trinta e cinco reais e oitenta centavos) por ação ordinária corresponde a 90% da média ponderada das cotações do mercado principal dos 30 pregões da Bovespa, compreendidos entre 16 de maio a 27 de junho de 2005, inclusive. O prazo para exercício do direito de preferência é de 29 de junho a 28 de julho de 2005.

Responsabilidade Social

- Em abril, o Instituto VIVO formalizou parceria de quatro anos com o Parque Nacional do Iguaçu, localizado no Estado do Paraná, por meio de um convênio assinado com o Instituto Brasileiro de Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (Ibama), que irá contribuir para o desenvolvimento das atividades da Escola Parque, Escola de Educação Ambiental do IBAMA/Parque Nacional do Iguaçu. A Escola Parque atendeu cerca de 24 mil pessoas no ano passado.
- O Dia Mundial do Meio Ambiente, em maio foi comemorado pela VIVO com atividades em todo o país por meio de debates, congressos, encontros, atividades lúdicas e palestras. A VIVO, preocupada com essa tendência mundial, apresenta, em suas regionais, uma programação variada para promover a reflexão sobre a importância da aplicação da gestão ambiental no mundo dos negócios.
- Também em maio, teve início o Projeto MAM Educação, desenvolvido pelo Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro (MAM) com o apoio do Instituto VIVO. Com as ações educativas do MAM, o objetivo será aproximar o público da arte, por meio das “Visitas Guiadas”. A meta é alcançar mais de mil pessoas por mês com o patrocínio do Instituto VIVO, especialmente alunos de instituições públicas de ensino.
- O Governo do Estado de São Paulo, o Instituto Ayrton Senna e o Instituto VIVO homenagearam dirigentes de ensino durante a apresentação dos resultados do “Programa SuperAção Jovem”, desenvolvido pelo Instituto Ayrton Senna, em aliança com o Instituto VIVO. O encontro, promovido pela Secretaria de Estado de Educação, idealizadora do Programa Escola da Família, reuniu quase 2.400 diretores de escola e dirigentes de ensino envolvidos na implantação do “SuperAção”.



**Principais
Premiações,
Reconhecimentos
e Eventos**

- A VIVO recebeu em maio os prêmios Top de Marketing 2005 da Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil – ADVB pelos cases “Vivo Encontra: uma inovação exclusiva da Vivo” e “Vivo e Gisele Bundchen – o encontro da maior Top Model com a operadora Top do Brasil”.
- A VIVO conquistou o Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente 2005, concedido pela revista Consumidor Moderno, que comemorou seu 10º aniversário, promovendo a entrega do Prêmio.
- A VIVO foi selecionada entre as dez melhores operadoras de telecomunicações da América Latina segundo um estudo realizado por analistas das consultorias Yankee Group, Pyramid Research, Frost & Sullivan, Competitive Intelligence Unit e IDC e publicado pela revista “Frecuencia Latinoamérica”. O comitê avaliador levou em conta os melhores desempenhos em aspectos como serviços corporativos, serviços de dados, qualidade de serviço, inovação tecnológica e rentabilidade. Além disso, o estudo levou em consideração o desempenho das companhias de todas as categorias de telecomunicações, e não somente as de telefonia móvel. A análise do júri destaca a VIVO na categoria de serviços de dados pelo desenvolvimento trazido com a rede CDMA 1x EVDO; bem como por ser a operadora brasileira mais comprometida com a inovação tecnológica como estratégia para consolidar sua liderança frente à concorrência, com exemplos de serviços como VIVO Agenda.



BALANÇO PATRIMONIAL - CRT

R\$ milhões

ATIVO	30/jun/05	31/mar/05
Circulante	1.053,6	975,7
Caixa e Bancos	1,4	1,3
Aplicações Financeiras	507,3	465,1
Contas a receber, líquida	279,3	228,7
Estoques	61,1	67,5
Adiantamento a fornecedores	9,0	2,9
Tributos diferidos e a recuperar	131,8	131,5
Operações com derivativos	0,0	5,2
Despesas Antecipadas	39,3	51,6
Outros ativos	24,4	21,9
Realizável a Longo Prazo	45,9	53,0
Operações com derivativos	0,0	9,0
Tributos diferidos e a recuperar	32,3	30,2
Despesas Antecipadas	3,8	4,1
Outros ativos	9,8	9,7
Permanente	727,6	736,9
Investimentos	0,9	0,6
Imobilizado	726,1	735,8
Diferido	0,6	0,5
Total do Ativo	1.827,1	1.765,6
PASSIVO		
Circulante	538,3	487,8
Pessoal, encargos e Benefícios Sociais	7,0	7,1
Fornecedores e Consignações	226,0	195,0
Impostos, taxas e contribuições	51,5	36,6
Juros sobre o capital próprio	68,3	68,3
Empréstimos e financiamento	97,0	108,5
Provisão para contingências	5,1	4,7
Operações com derivativos	13,1	4,3
Outras obrigações	70,3	63,3
Exigível a Longo Prazo	161,3	170,3
Empréstimos e financiamento	141,0	160,0
Provisão para contingências	2,9	2,4
Operações com derivativos	9,5	0,1
Outras obrigações	7,9	7,8
Patrimônio Líquido	1.127,5	1.107,5
Total do Passivo	1.827,1	1.765,6



DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO - CRT

R\$ milhões	Legislação Societária					Acumulado em:		
	2 T 05	1 T 05	Δ%	2 T 04	Δ%	2005	2004	Δ%
Receita Bruta	409,7	392,9	4,3%	326,8	25,4%	802,6	727,0	10,4%
Receita de serviços	340,8	345,1	-1,2%	248,3	37,3%	685,9	592,8	15,7%
Deduções - Impostos e outros	(87,1)	(80,8)	7,8%	(15,4)	465,6%	(167,9)	(126,7)	32,5%
Receita de aparelhos	68,9	47,8	44,1%	78,5	-12,2%	116,7	134,2	-13,0%
Deduções - Impostos e outros	(32,3)	(23,0)	40,4%	(24,2)	33,5%	(55,3)	(41,8)	32,3%
Receita Líquida	290,3	289,1	0,4%	287,2	1,1%	579,4	558,5	3,7%
Receita de serviços	253,7	264,3	-4,0%	232,9	8,9%	518,0	466,1	11,1%
Assinatura e Utilização	133,9	132,6	1,0%	106,0	26,3%	266,5	210,0	26,9%
Uso de rede	100,4	107,1	-6,3%	106,8	-6,0%	207,5	218,3	-4,9%
Outros serviços	19,4	24,6	-21,1%	20,1	-3,5%	44,0	37,8	16,4%
Receita de aparelhos	36,6	24,8	47,6%	54,3	-32,6%	61,4	92,4	-33,5%
Custos Operacionais	(213,9)	(174,8)	22,4%	(194,4)	10,0%	(388,7)	(332,8)	16,8%
Pessoal	(14,5)	(15,2)	-4,6%	(15,7)	-7,6%	(29,7)	(28,1)	5,7%
Custo dos serviços prestados	(40,5)	(40,8)	-0,7%	(37,5)	8,0%	(81,3)	(72,8)	11,7%
Meios de conexão	(6,3)	(7,3)	-13,7%	(6,1)	3,3%	(13,6)	(12,2)	11,5%
Interconexão	(5,8)	(6,8)	-14,7%	(7,8)	-25,6%	(12,6)	(14,7)	-14,3%
Aluguéis/Seguros/Condomínios	(4,8)	(4,9)	-2,0%	(3,8)	26,3%	(9,7)	(9,0)	7,8%
Fistel e outras taxas e contribuições	(14,9)	(14,8)	0,7%	(11,7)	27,4%	(29,7)	(22,8)	30,3%
Serviços de terceiros	(8,8)	(6,6)	33,3%	(7,9)	11,4%	(15,4)	(13,7)	12,4%
Outros	0,1	(0,4)	n.d.	(0,2)	n.d.	(0,3)	(0,4)	-25,0%
Custo das Mercadorias Vendidas	(68,7)	(42,7)	60,9%	(81,7)	-15,9%	(111,4)	(135,2)	-17,6%
Despesas de Comercialização dos Serviços	(74,5)	(66,7)	11,7%	(49,3)	51,1%	(141,2)	(88,2)	60,1%
Provisão para devedores duvidosos	(8,8)	(13,9)	-36,7%	(9,3)	-5,4%	(22,7)	(11,5)	97,4%
Serviços de terceiros	(62,9)	(51,0)	23,3%	(37,8)	66,4%	(113,9)	(72,4)	57,3%
Outros	(2,8)	(1,8)	55,6%	(2,2)	27,3%	(4,6)	(4,3)	7,0%
Despesas Gerais e Administrativas	(14,5)	(14,1)	2,8%	(13,0)	11,5%	(28,6)	(24,9)	14,9%
Outras receitas (despesas) operacionais	(1,2)	4,7	n.d.	2,8	n.d.	3,5	16,4	-78,7%
EBITDA	76,4	114,3	-33,2%	92,8	-17,7%	190,7	225,7	-15,5%
Margem EBITDA %	26,3%	39,5%	-13,2 p.p.	32,3%	-6,0 p.p.	32,9%	40,4%	-14,1 p.p.
Depreciação e Amortizações	(54,1)	(52,7)	2,7%	(51,1)	5,9%	(106,8)	(102,0)	4,7%
EBIT	22,3	61,6	-63,8%	41,7	-46,5%	83,9	123,7	-32,2%
Resultado financeiro líquido	8,8	10,8	-18,5%	6,0	46,7%	19,6	15,7	24,8%
Receitas Financeiras	54,4	20,5	165,4%	19,0	186,3%	74,9	38,5	94,5%
Varição cambial	30,7	0,1	n.d.	3,2	859,4%	30,8	3,2	862,5%
Outras receitas financeiras	23,7	20,5	15,6%	20,1	17,9%	44,2	41,5	6,5%
(-) Pis/Cofins sobre receitas financeiras	-	(0,1)	-100,0%	(4,3)	n.d.	(0,1)	(6,2)	-98,4%
Despesas Financeiras	(45,6)	(9,7)	370,1%	(13,0)	250,8%	(55,3)	(22,8)	142,5%
Varição cambial	0,7	(1,2)	n.d.	(28,3)	n.d.	(0,5)	(31,1)	-98,4%
Outras despesas financeiras	(4,9)	(5,2)	-5,8%	(7,5)	-34,7%	(10,1)	(14,5)	-30,3%
Perdas/Ganhos com derivativos	(41,4)	(3,3)	1154,5%	22,8	n.d.	(44,7)	22,8	n.d.
Receitas/despesas não operacionais	(0,1)	(2,2)	-95,5%	(1,4)	-92,9%	(2,3)	(1,7)	35,3%
Impostos	(11,0)	(24,3)	-54,7%	(19,2)	-42,7%	(35,3)	(47,0)	-24,9%
Resultado do período	20,0	45,9	-56,4%	27,1	-26,2%	65,9	90,7	-27,3%



VIVO – Relações com Investidores

Charles E. Allen	
Ana Beatriz Batalha	
Antonio Sergio M. Botega	Mara Boaventura Dias
Carlos Alberto B. Lazar	Maria Ednéia Pinto
Janaina São Felício	Pedro Gomes de Souza

Telefone: +55 11 5105-1172

Email: ri@vivo.com.brInformações disponíveis no website: <http://www.vivo.com.br/ri>

O presente relatório de desempenho contém previsões acerca de eventos futuros. Tais previsões não constituem fatos ocorridos no passado e refletem apenas expectativas dos administradores da Companhia. 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 pela Companhia. Portanto, os resultados futuros das operações da Companhia 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 a Companhia não se obriga a atualizá-las à luz de novas informações ou de seus desdobramentos futuros.



GLOSSÁRIO

Termos Financeiros:

CAPEX – (*capital expenditure*) investimento de capital.
Capital Circulante = Ativo Circulante – Passivo Circulante.
Capital de giro = Capital circulante – dívida líquida.
Dívida líquida = Dívida bruta – caixa – aplicações financeiras – títulos – operações ativas com derivativos + operações passivas com derivativos.
Dívida / EBITDA – índice que avalia a capacidade da Companhia de pagar sua dívida com geração de caixa operacional no período de um ano.
EBIT = Resultado operacional antes de juros e impostos.
EBITDA = Resultado operacional antes de juros, impostos, depreciação e amortização.
Endividamento = Dívida líquida / (Dívida líquida + PL) – índice que mede a alavancagem financeira da Companhia.
Fluxo de caixa operacional = EBITDA – CAPEX.
Margem EBITDA = EBITDA / Receita Operacional Líquida.
PDD – provisão para devedores duvidosos. Conceito contábil que mede a provisão feita para a contas a receber com valores vencidos há mais de 90 dias.
PL – patrimônio líquido.
Subsídio = (receita líquida de mercadorias – custo de mercadorias vendidas + descontos dados por fornecedores) / adições brutas.

Tecnologia e Serviços

1xRTT - (*1x Radio Transmission Technology*) - É a tecnologia CDMA 2000 1x que, segundo a UIT (União Internacional de Telecomunicações), e de acordo com as regras do IMT-2000, é Tecnologia 3G (terceira Geração).
CDMA – (*Code Division Multiple Access*) – Acesso múltiplo por Divisão de Código. Tecnologia de interface aérea para redes celulares baseadas em espalhamento espectral do sinal de rádio e divisão de canais no domínio dos códigos.
CDMA 2000 1xEV-DO – Tecnologia de acesso da 3ª Geração com velocidade de transmissão de dados de até 2,4 Megabits por segundo.
CSP – Código de Seleção de Prestadora.
SMP – Serviços Móvel Pessoal.
SMS – *Short Message Service* – Serviço de mensagens curtas de texto para aparelhos celulares, possibilitando o envio e recebimento de mensagens alfanuméricas.
WAP – *Wireless Application Protocol* é um protocolo aberto e padronizado iniciado em 1997, que permite o acesso a servidores Internet através de equipamento específico, *Gateway WAP* no operador e terminais com *browser WAP* dos clientes. O WAP suporta linguagem específica (WML) e aplicações no telefone (*WML script*).
ZAP – Serviço que permite acesso rápido à Internet sem fio, através do computador, *notebook* ou *palmtop*, utilizando a tecnologia CDMA 1xRTT.

Indicadores operacionais:

Adições brutas – total de novos clientes adquiridos no período.
Adições líquidas = adições brutas – baixas de clientes.
ARPU (*Average Revenue per user*) – Receita média por usuário por mês – Receita líquida de serviços por mês / média mensal de clientes do período
ARPU pós-pago – ARPU dos usuários do serviço pós-pago.
ARPU pré-pago – ARPU dos usuários do serviço pré-pago.
ARPU Blended – ARPU da base total de clientes (pré-pagos + pós-pagos).
Barreira de Entrada – valor do aparelho mais barato oferecido.
Cientes – número de linhas móveis em serviço.
Churn rate – taxa percentual que mede o número de clientes desligados da base de clientes durante um determinado período de tempo, em relação ao número médio de clientes ativos no mesmo período = n° de baixas do período / ((clientes do início do período + clientes ao final do período) / 2)
Market share: participação do mercado estimado = n° de clientes da Companhia / n° de clientes da área de atuação.
Market share de adições líquidas: participação adições líquidas estimadas na área de atuação.
MOU (*minutes of use*) – média mensal, em minutos, do tráfego por cliente = (Total de minutos originados + minutos entrantes) / média mensal de clientes do período.
MOU pós-pago – MOU dos usuários do serviço pós-pago.
MOU pré-pago – MOU dos usuários do serviço pré-pago.
Penetração do mercado = n° de clientes da Companhia + n° de clientes estimado das concorrentes) / cada 100 habitantes da área de atuação da Companhia.
Produtividade = número de clientes / empregados próprios.
Right Planning – Programa de adequação de perfil.
SAC - custo de aquisição por cliente = (70% despesas c/ marketing + custos da rede de distribuição + subsídios de aparelhos) / adições brutas.
VC – Valores de comunicação, por minuto.
VC1 – Valores de comunicação entre Chamadas na mesma área de registro do assinante.
VC2 – Valores de comunicação entre Chamadas para fora da sua área e dentro do Estado.
VC3 – Valores de comunicação entre Chamadas para fora do Estado
VU-M – Valor de uso móvel da rede da Operadora de Celular que a Operadora de Telefonia Fixa paga para uma chamada de Fixo para Móvel (tarifa de interconexão).

