

**vivo** VIVO, O MAIOR GRUPO EMPRESARIAL DE TELEFONIA MÓVEL DO HEMISFÉRIO SUL DIVULGA OS RESULTADOS CONSOLIDADOS DO PRIMEIRO TRIMESTRE DE 2005 DA TELE CENTRO OESTE CELULAR PARTICIPAÇÕES S.A.

**Brasília – Brasil, 28 de abril de 2005** – Tele Centro Oeste Celular Participações S.A. – TCO (Bovespa: TCOC3 (ON) / TCOC4 (PN); NYSE: TRO) anuncia hoje seus resultados consolidados do primeiro trimestre de 2005 (1T05). A TCO atua no Distrito Federal e em onze estados brasileiros, Acre, Amazonas, Amapá, Goiás, Maranhão, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Pará, Rondônia, Roraima e Tocantins, em 5,8 milhões de km<sup>2</sup> e para 32,5 milhões de habitantes, representando aproximadamente 18% da população brasileira.

## DESTAQUES

R\$ milhões	1 T 05	4 T 04	Δ%	1 T 04	Δ%
<b>Receita Operacional Líquida</b>	<b>523,0</b>	<b>608,9</b>	<b>-14,1%</b>	<b>462,6</b>	<b>13,1%</b>
Receita líquida dos serviços	465,0	505,0	-7,9%	404,4	15,0%
Receita líquida de vendas de mercadorias	58,0	103,9	-44,2%	58,2	-0,3%
<b>Total dos Custos Operacionais</b>	<b>(301,7)</b>	<b>(403,8)</b>	<b>-25,3%</b>	<b>(268,4)</b>	<b>12,4%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>221,3</b>	<b>205,1</b>	<b>7,9%</b>	<b>194,2</b>	<b>14,0%</b>
Margem EBITDA (%)	42,3%	33,7%	8,6 p.p.	42,0%	0,3 p.p.
<b>Depreciação e Amortização</b>	<b>(60,3)</b>	<b>(58,2)</b>	<b>3,6%</b>	<b>(51,8)</b>	<b>16,4%</b>
<b>EBIT</b>	<b>161,0</b>	<b>146,9</b>	<b>9,6%</b>	<b>142,4</b>	<b>13,1%</b>
<b>Resultado do Período</b>	<b>121,9</b>	<b>129,6</b>	<b>-5,9%</b>	<b>99,7</b>	<b>22,3%</b>
Lucro por ação (R\$ por mil ações)	0,32	0,34	-5,9%	0,26	20,6%
Lucro por ADR (R\$)	0,95	1,01	-5,9%	0,78	20,6%
N.º de ações (bilhões)	386,7	386,7	-	381,4	1,4%
<b>Investimentos</b>	<b>82,7</b>	<b>131,2</b>	<b>-37,0%</b>	<b>41,8</b>	<b>97,8%</b>
Investimento como % da receita líquida	15,8%	21,5%	-5,7 p.p.	9,0%	6,8 p.p.
<b>Fluxo de Caixa Operacional</b>	<b>138,6</b>	<b>73,9</b>	<b>87,6%</b>	<b>152,4</b>	<b>-9,1%</b>
<b>Clientes</b>	<b>6.047</b>	<b>5.820</b>	<b>3,9%</b>	<b>4.452</b>	<b>35,8%</b>
Adições Líquidas	227	513	-47,3%	340	30,4%

\* Para efeito de comparação no número de ações não está sendo considerado o grupamento.

A Tele Centro Oeste é controlada pela Telesp Celular Participações S.A. que em conjunto com Tele Leste Celular Participações S.A., Tele Sudeste Celular Participações S.A. e a Celular CRT Participações S.A, compõe os ativos da *Joint Venture* entre a Portugal Telecom e a Telefónica Móviles, atuando sobre a marca **VIVO, Top of Mind** no mercado brasileiro. Em abril de 2005, o Grupo VIVO alcançou 27 milhões de clientes, consolidando sua liderança de mercado.



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

**HIGHLIGHTS  
1T05**

- **Liderança** absoluta em inovação e diversidade de serviços lançados. Sucesso na estratégia de **diferenciação** frente a competição com o lançamento de serviços inovadores.
- Na comparação ano a ano, a **base de clientes** da TCO aumentou 35,8% quando comparado ao 1T04, alcançando 6.047 mil clientes.
- Liderança de mercado com um **market share** de 50,2% e uma participação das **adições líquidas** de 32,0% no 1T05, num mercado que conta com 4 operadoras em todas as regiões.
- **Churn** mensal em 1,3% decresceu 1,0 ponto percentual comparado com o 4T04, demonstrando o êxito das campanhas de retenção de clientes.
- O **ARPU pós pago** apresentou elevação de 2,3%, frente ao 1T04.
- **MOU pós pago** cresceu 11,2% no 1T05 comparado com o 1T04, refletido na elevação do ARPU pós pago.
- Aumento da **receita líquida de serviços** de 15,0%, comparado com o 1T04, sustentado pelo crescimento das **receitas de dados** de 46,0%, no período, representando 5,4% da receita líquida de serviços no 1T05, demonstrando o sucesso dos serviços de alto valor oferecidos aos clientes.
- Aumento de 14,0% e 7,9% no **EBITDA** em relação ao 1T04 e 4T04, chegando a R\$ 221,3 milhões. **Margem EBITDA** de 42,3% no trimestre, 8,6 pontos percentuais superior ao 4T04.
- **Lucro líquido** acumulado do 1T05 de R\$ 121,9 milhões, 22,3% maior do que no mesmo período de 2004.
- A **produtividade** no 4T04 aumentou 50,1% e 6,0%, em relação ao 1T04 e ao 4T04, respectivamente, devido à contínua busca de sinergias, integração e racionalização organizacionais e de processos.



**VIVO**

A **VIVO** comemorou dois anos em abril, alcançando mais de 27 milhões de clientes. Esses dois anos de vida foram de 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 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 é alinhada a “**Missão**” expressa pelo Presidente: “*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 31 de março de 2005, a TCO possuía 66 pontos de venda próprios, além de contar com uma eficiente rede de credenciados, exclusivos ou não, com cerca de 1.775 pontos de atendimento, capacitados para comercializar serviços e aparelhos, colocando a Companhia também na liderança em número de canais de distribuição.

**Inovações Tecnológicas**

A VIVO e o Banco do Brasil lançaram o sistema *Download Banking* no celular. O serviço permite acesso à conta corrente do Banco do Brasil por meio do celular VIVO, com a mesma comodidade e segurança do *Internet Banking*. Inicialmente, estarão disponíveis as transações de consulta de saldo e extrato da conta corrente, pagamentos de títulos e convênios, transferência entre contas BB, DOC/TED, recarga de celulares pré-pagos e doação ao Programa Fome Zero. A facilidade está disponível no serviço VIVO *Downloads*, que permite baixar aplicativos em celulares compatíveis e utilizá-los como num microcomputador comum.

A VIVO lançou em fevereiro, o novo *Chat* que proporciona aos usuários mais opções de interatividade. Com mais comandos, salas de bate-papo e muito mais diversão, a nova versão possibilita navegação mais inteligente e intuitiva, tornando as conversas rápidas e em tempo real. Desde de dezembro de 2004 no ar, o *Chat* da VIVO já atinge a marca de 17 mil usuários diários.

**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.

Algumas das informações divulgadas, relativas ao 1T04 e 4T04, foram reclassificadas, quando aplicável, para fins de comparabilidade. Os números apresentados estão sujeitos a diferenças, devido a arredondamento.



## DESEMPENHO OPERACIONAL CONSOLIDADO - TCO

	1 T 05	4 T 04	Δ%	1 T 04	Δ%
<b>Total de assinantes (mil)</b>	<b>6.047</b>	<b>5.820</b>	<b>3,9%</b>	<b>4.452</b>	<b>35,8%</b>
Pós Pago	949	945	0,4%	954	-0,5%
Pré Pago	5.098	4.875	4,6%	3.498	45,7%
<b>Market Share (*)</b>	<b>50,2%</b>	<b>51,3%</b>	<b>-1,1 p.p.</b>	<b>55,7%</b>	<b>-5,5 p.p.</b>
<b>Adições líquidas (mil)</b>	<b>227</b>	<b>513</b>	<b>-55,8%</b>	<b>340</b>	<b>-33,2%</b>
Pós Pago	4	5	-18,9%	4	0,0%
Pré Pago	223	508	-56,1%	336	-33,6%
<b>Market Share de adições líquidas (*)</b>	<b>32,0%</b>	<b>34,8%</b>	<b>-2,8 p.p.</b>	<b>59,8%</b>	<b>-27,8 p.p.</b>
<b>Penetração do mercado (*)</b>	<b>35,9%</b>	<b>34,8%</b>	<b>1,1 p.p.</b>	<b>24,5%</b>	<b>11,4 p.p.</b>
<b>SAC (R\$)</b>	<b>114</b>	<b>124</b>	<b>-8,5%</b>	<b>84</b>	<b>35,1%</b>
<b>Churn mensal</b>	<b>1,3%</b>	<b>2,3%</b>	<b>-1,0 p.p.</b>	<b>1,7%</b>	<b>-0,4 p.p.</b>
<b>ARPU (em R\$/mês)</b>	<b>26,2</b>	<b>30,5</b>	<b>-14,1%</b>	<b>31,6</b>	<b>-17,1%</b>
Pós Pago	76,6	82,4	-7,1%	74,8	2,3%
Pré Pago	14,6	16,3	-10,5%	18,0	-19,0%
<b>MOU Total (minutos)</b>	<b>79</b>	<b>86</b>	<b>-8,1%</b>	<b>86</b>	<b>-8,1%</b>
Pós Pago	205	213	-3,9%	184	11,2%
Pré Pago	52	55	-5,5%	57	-8,8%
<b>Empregados</b>	<b>1.330</b>	<b>1.357</b>	<b>-2,0%</b>	<b>1.470</b>	<b>-9,5%</b>
Produtividade (cliente/empregado)	4.547	4.290	6,0%	3.029	50,1%

(\*) fonte Anatel

**Destaques Operacionais da TCO Consolidado**

- Manutenção da liderança com o aumento da **base de clientes** de 35,8% nos últimos 12 meses, apesar da forte competição no mercado de telefonia celular. É importante destacar ainda as práticas contábeis da organização, que trata com extremo rigor as fraudes, desligamentos e subscrições, agregando confiabilidade e transparência aos seus números.
- As **adições líquidas** somaram 227 mil clientes no 1T05, em um mercado que passou a contar desde setembro com 4 operadoras em todas as regiões. A TCO manteve a liderança com um **market share** de 50,2%, apesar da forte agressividade comercial do período.
- O **SAC** decresceu 8,5% na comparação entre o 1T05 e o 4T04, decorrente da sazonalidade do período e do aumento nos preços dos aparelhos de gama baixa com o fim das promoções de Natal.
- O **Churn** de 1,3% registrou uma queda de 1,0 ponto percentual na comparação com o 4T04, confirmando assim o êxito das práticas comerciais adotadas para fidelização de clientes, mesmo operando numa área de acirrada competição.
- O **ARPU blended** no valor de R\$ 26,2, apresentou uma redução de 14,1% em relação ao 4T04, basicamente devido a sazonalidade do período. Já a variação ano a ano, deve-se ao efeito de mix de clientes, queda no ARPU entrante, devido a migração do tráfego entrante de fixo-móvel para móvel-móvel, além do efeito *Bill & Keep* e de programas de adequação de perfil (*right planning*) efetivados na base pós pago. Cabe ressaltar também que a VU-M não sofreu atualização no trimestre. O ARPU pós pago aumentou 2,3%, frente ao 1T04, refletindo o incremento do ARPU sainte.
- O **MOU pós pago** aumentou 11,2% em relação ao 1T04, representando um incremento de 19 minutos, causado pela redução do parque médio pós pago. O MOU Total foi impactado pela mudança ocorrida no mix.
- A ganho em eficiência da operação pode ser medida pelo aumento da **produtividade** de 50,1% e de 6,0% em relação ao 1T04 e 4T04, respectivamente, devido à contínua busca de sinergias, integração e racionalização organizacionais e de processos.



**DESEMPENHO OPERACIONAL - CO - ÁREA 7**

	1 T 05	4 T 04	Δ%	1 T 04	Δ%
<b>Total de assinantes (mil)</b>	<b>4.611</b>	<b>4.491</b>	<b>2,7%</b>	<b>3.570</b>	<b>29,2%</b>
Pós Pago	780	787	-0,9%	804	-3,0%
Pré Pago	3.831	3.704	3,4%	2.766	38,5%
<b>Market Share (*)</b>	<b>56,9%</b>	<b>59,1%</b>	<b>-2,2 p.p.</b>	<b>67,1%</b>	<b>-10,2 p.p.</b>
<b>Adições líquidas (mil)</b>	<b>121</b>	<b>312</b>	<b>-61,2%</b>	<b>259</b>	<b>-53,3%</b>
Pós Pago	(6)	(6)	-4,5%	4	-250,0%
Pré Pago	127	318	-60,1%	255	-50,2%
<b>Market Share de adições líquidas (*)</b>	<b>23,8%</b>	<b>30,6%</b>	<b>-6,8 p.p.</b>	<b>66,9%</b>	<b>-43,1 p.p.</b>
<b>Penetração do mercado (*)</b>	<b>49,4%</b>	<b>47,9%</b>	<b>1,5 p.p.</b>	<b>33,6%</b>	<b>15,8 p.p.</b>

(\*) fonte Anatel

**Destaques**

**Operacionais da Área 7 (CO)** – que compreende o Distrito Federal, e os estados do Acre, Goiás, Mato Grosso, Mato Grsso do Sul, Rondônia e Tocantins

- No 1T05, o crescimento de **clientes** da área 7 foi de 29,2% comparado ao 1T04 e de 2,7% em relação ao 4T04, encerrando o trimestre com 4.611 mil clientes.
- Liderança absoluta com um **market share** de 56,9%, sendo a maior participação das operadoras brasileiras.
- A área 7 da TCO foi responsável por uma participação de 23,8% nas **adições líquidas** em seus estados de atuação no 1T05, num ambiente de intensa atividade competitiva, com a entrada de um novo competidor.
- Aumento da **penetração** de mercado de 15,8 pontos percentuais na comparação ano a ano, demonstrando a sustentabilidade do crescimento da Companhia.

**DESEMPENHO OPERACIONAL - NBT - ÁREA 8**

	1 T 05	4 T 04	Δ%	1 T 04	Δ%
<b>Total de assinantes (mil)</b>	<b>1.436</b>	<b>1.329</b>	<b>8,1%</b>	<b>883</b>	<b>62,6%</b>
Pós Pago	169	158	7,0%	150	12,7%
Pré Pago	1.267	1.171	8,2%	733	72,9%
<b>Market Share (*)</b>	<b>36,4%</b>	<b>35,5%</b>	<b>0,9 p.p.</b>	<b>33,3%</b>	<b>3,1 p.p.</b>
<b>Adições líquidas (mil)</b>	<b>106</b>	<b>201</b>	<b>-47,3%</b>	<b>81</b>	<b>30,4%</b>
Pós Pago	10	11	-10,9%	0	n.d.
Pré Pago	96	190	-49,4%	81	18,5%
<b>Market Share de adições líquidas (%)*</b>	<b>52,4%</b>	<b>44,0%</b>	<b>8,4 p.p.</b>	<b>44,6%</b>	<b>7,8 p.p.</b>
<b>Penetração do mercado (*)</b>	<b>23,0%</b>	<b>22,5%</b>	<b>0,5 p.p.</b>	<b>15,9%</b>	<b>7,1 p.p.</b>

(\*) fonte Anatel

**Destaques**

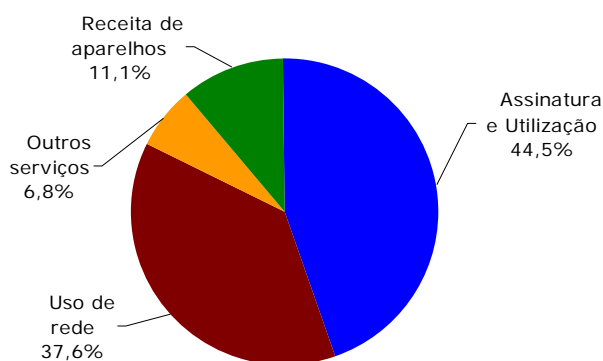
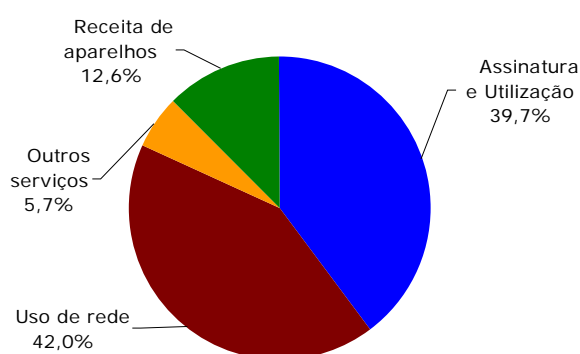
**Operacionais da Área 8 (NBT)** – que compreende os estados de Amazonas, Amapá, Maranhão, Pará e Roráima

- No 1T05, o crescimento da **base de clientes** na área 8 foi de 62,9% e 8,1% em relação ao 1T04 e 4T04, respectivamente, encerrando o trimestre com 1.436 mil clientes.
- Novo aumento do **market share** de 3,1 e 0,9 ponto percentual em relação ao 1T04 e 4T04, respectivamente, atingindo 36,4% de participação na sua área de atuação.
- As **adições líquidas** no trimestre foram 30,4% acima da registrada no ano anterior, destacando o crescimento sustentável da base de pós pago.
- No trimestre, a área 8 da TCO foi responsável por uma participação de 52,4% nas **adições líquidas** em seus estados de atuação, 7,8 p.p. e 8,4 p.p. superiores em relação ao 1T04 e 4T04, respectivamente, refletindo o êxito das campanhas comerciais realizadas na região.



**RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA - TCO**
**Legislação Societária**

<b>R\$ milhões</b>	<b>1 T 05</b>	<b>4 T 04</b>	<b>Δ%</b>	<b>1 T 04</b>	<b>Δ%</b>
Assinatura e Utilização	232,5	253,4	-8,2%	183,8	26,5%
Uso de rede	196,8	220,7	-10,8%	194,2	1,3%
Outros serviços	35,7	30,9	15,5%	26,4	35,2%
<b>Receita de serviços de telecom.</b>	<b>465,0</b>	<b>505,0</b>	<b>-7,9%</b>	<b>404,4</b>	<b>15,0%</b>
Venda de aparelhos celulares	58,0	103,9	-44,2%	58,2	-0,3%
<b>Receita líquida total</b>	<b>523,0</b>	<b>608,9</b>	<b>-14,1%</b>	<b>462,6</b>	<b>13,1%</b>

**Composição Receitas Operacionais 1T05**

**Composição Receitas Operacionais 1T04**

**Receita Líquida de Serviços**

Crescimento de 15,0% na receita líquida dos serviços em relação ao 1T04, alcançando R\$ 465,0 milhões, no trimestre. Vale observar que a receita de serviços sainte experimentou um aumento no 1T05, apesar do *right planning*. Este aumento foi parcialmente compensado por uma redução na receita entrante, em função do deslocamento de tráfego fixo-móvel, para móvel-móvel, com conseqüente queda na receita de interconexão e pelo efeito do *Bill & Keep*. Frente ao 4T04, a queda de 7,9%, foi causada pela sazonalidade entre os períodos e pela acirrada competição.

Devemos salientar que neste ano, até o encerramento do primeiro trimestre, não houve o aumento da VU-M, como vinha ocorrendo nos anos anteriores em fevereiro.

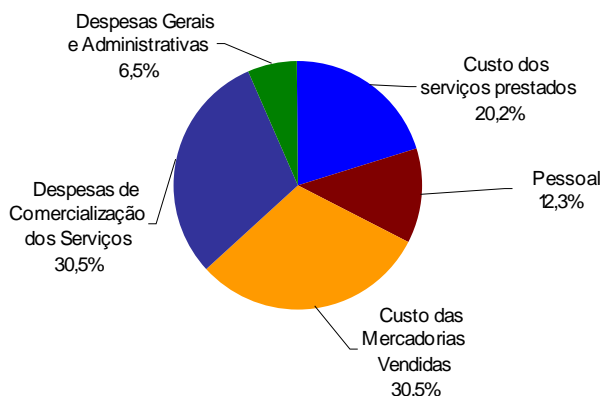
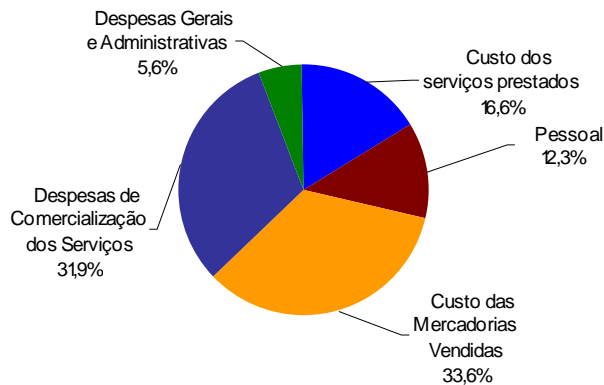
A receita de dados apresentou um aumento de 46,0% na comparação ano a ano, representando 5,4% da receita líquida de serviços no 1T05. Este incremento continua ocorrendo em função da popularização do acesso e uso dos serviços, além dos diversos lançamentos realizados durante 2004, como o Vivo Agenda, Vivo Encontra e Vivo *Downloads*. No 1T05, o SMS representou 79% da receita de dados. A média mensal de envio de SMS no trimestre foi de aproximadamente 38 milhões.

O êxito dos serviços voltados para o mercado corporativo e de alto valor também continuam a contribuir para manter a sustentabilidade do aumento das receitas de dados. Neste segmento destaca-se o papel da VIVO no lançamento de serviços inovadores e de soluções integradas, como o "Vivo Direto" (*Push To Talk* no celular) e Vivo Entrega.



**CUSTOS OPERACIONAIS - TCO**
**Legislação Societária**

R\$ milhões	1 T 05	4 T 04	Δ%	1 T 04	Δ%
<b>Pessoal</b>	<b>(37,3)</b>	<b>(37,6)</b>	<b>-0,8%</b>	<b>(33,6)</b>	<b>11,0%</b>
<b>Custo dos serviços prestados</b>	<b>(61,4)</b>	<b>(39,3)</b>	<b>56,2%</b>	<b>(45,5)</b>	<b>34,9%</b>
Meios de conexão	(7,0)	(6,2)	12,9%	(8,4)	-16,7%
Interconexão	(12,4)	(13,8)	-10,1%	(20,4)	-39,2%
Aluguéis/Seguros/Condomínios	(3,2)	(3,2)	0,0%	(4,3)	-25,6%
Fistel e outras taxas e contribuições	(26,2)	(5,1)	413,7%	(1,0)	n.d.
Serviços de terceiros	(10,7)	(8,2)	30,5%	(8,2)	30,5%
Outros	(1,9)	(2,8)	-32,1%	(3,2)	-40,6%
<b>Custo de mercadorias vendidas</b>	<b>(92,4)</b>	<b>(195,9)</b>	<b>-52,8%</b>	<b>(91,8)</b>	<b>0,7%</b>
<b>Comercialização dos serviços</b>	<b>(92,6)</b>	<b>(114,7)</b>	<b>-19,3%</b>	<b>(87,3)</b>	<b>6,1%</b>
Provisão para devedores duvidosos	(18,0)	(19,2)	-6,3%	(16,7)	7,8%
Serviços de terceiros	(71,4)	(90,9)	-21,5%	(66,5)	7,4%
Outros	(3,2)	(4,6)	-30,4%	(4,1)	-22,0%
<b>Despesas gerais e administrativas</b>	<b>(19,6)</b>	<b>(19,2)</b>	<b>2,1%</b>	<b>(15,4)</b>	<b>27,3%</b>
<b>Outras receitas (despesas) operacionais</b>	<b>1,6</b>	<b>2,9</b>	<b>-44,8%</b>	<b>5,2</b>	<b>-69,2%</b>
<b>Total dos custos antes deprec./amort.</b>	<b>(301,7)</b>	<b>(403,8)</b>	<b>-25,3%</b>	<b>(268,4)</b>	<b>12,4%</b>
Depreciação e amortização	(60,3)	(58,2)	3,6%	(51,8)	16,4%
<b>Total dos custos operacionais</b>	<b>(362,0)</b>	<b>(462,0)</b>	<b>-21,6%</b>	<b>(320,2)</b>	<b>13,1%</b>

**Composição Custos Operacionais 1T05**

**Composição Custos Operacionais 1T04**


**Custo de Pessoal** No comparativo 1T05 e 1T04, o incremento no custo de pessoal, foi decorrente do reajuste médio de 6% nos salários, conforme o acordo coletivo de dezembro de 2004. Outro fator que elevou a rubrica foi a redução no quadro de pessoal, que provocou o aumento dos encargos das rescisões.

**Custo dos Serviços Prestados** Aumento de 34,9% no custo dos serviços prestados da TCO, no 1T05, frente ao mesmo período do ano anterior, é decorrente de equalização dos critérios contábeis na TCO com as demais Companhias do Grupo realizado no 1T04, referente a Taxa Fistel.



**Custo das Mercadorias Vendidas**

No trimestre, o custo de mercadorias vendidas da Companhia permaneceu estável em relação ao 1T04 e registrou uma redução frente o 4T04, causada pelo menor número de adições de clientes na comparação dos períodos.

**Comercialização dos Serviços**

A Companhia priorizou a fidelização dos clientes das gamas média e alta, que pode ser verificado pela diminuição do *Churn* frente ao 4T04. A estratégia durante o 1T05 foi o de manter a liderança de mercado sem destruir valor.

As despesas registraram decréscimo de 19,3%, frente ao 4T04, pela diminuição do número de adições líquidas no período e também do custo com serviços de terceiros, especialmente com comissões pagas à rede de distribuição e despesas de marketing.

No 1T05, a provisão para devedores duvidosos (PDD) de R\$ 18,0 milhões apresenta redução de 6,3% frente o 4T04, representando 2,6% da receita bruta, em linha com o 1T04 (2,7%) e o 4T04 (2,3%).

**Despesas Gerais e Administrativas**

As despesas gerais e administrativas permaneceram em linha com o 4T04, devido ao sucesso do programa de redução de custos estruturais e ao alto grau de sinergia alcançado entre as Companhias do Grupo.

**EBITDA**

Considerando a sazonalidade do período e a forte atividade comercial registrada no 1T05, a evolução obtida seguiu a estratégia adotada pela Companhia de agregar valor à sua operação. Neste contexto, o EBITDA (lucro antes do juros, impostos, depreciações e amortizações) atingiu R\$ 221,3 milhões superior em 14,0% e 7,9%, comparado com o 1T04 e 4T04, respectivamente. A margem EBITDA foi de 42,3% no 1T05, 8,6 pontos percentuais acima do trimestre anterior.

A margem EBITDA de serviços do 1T05, excluindo a receita e o custo de venda de aparelhos, foi de 55,0%.

**Depreciação e Amortização**

A rubrica depreciação e amortização durante o 1T05 ficou estável em relação ao trimestre anterior e é decorrente dos investimentos realizados, principalmente em função do *overlay* para a rede CDMA.



## RECEITAS (DESPESAS) FINANCEIRAS - TCO

Legislação Societária					
<i>R\$ milhões</i>	1 T 05	4 T 04	Δ%	1 T 04	Δ%
<b>Receitas Financeiras</b>	<b>40,6</b>	<b>43,5</b>	<b>-6,7%</b>	<b>35,3</b>	<b>15,0%</b>
Variação cambial	0,0	5,0	n.d.	0,0	n.d.
Outras receitas financeiras	40,7	47,0	-13,4%	40,1	1,5%
(-) Pis/Cofins sobre receitas financeiras	(0,1)	(8,5)	-98,8%	(4,8)	-97,9%
<b>Despesas Financeiras</b>	<b>(16,7)</b>	<b>(32,1)</b>	<b>-48,0%</b>	<b>(21,0)</b>	<b>-20,5%</b>
Variação cambial	(4,8)	(3,2)	50,0%	(7,1)	-32,4%
Outras despesas financeiras	(9,8)	(14,8)	-33,8%	(10,9)	-10,1%
Perdas/Ganhos com derivativos	(2,1)	(14,1)	-85,1%	(3,0)	-30,0%
<b>Receitas (Despesas) Financeiras Líquidas</b>	<b>23,9</b>	<b>11,4</b>	<b>109,6%</b>	<b>14,3</b>	<b>67,1%</b>

**Receitas  
(Despesas)  
Financeiras**

As receitas financeiras líquidas no 1T05, apresentaram elevação de R\$ 12,5 milhões quando comparado ao 4T04. Entre as variações apresentadas, destacam-se a incidência de PIS e COFINS sobre a destinação de juros sobre capital próprio ocorrida em dezembro de 2004 (alíquota de 9,25% sobre R\$ 90,3 milhões) sem repetição no 1T05 e a elevação da taxa de juros (3,99% no 4T04 e 4,18% no 1T05) impactando positivamente na posição líquida de caixa.

No comparativo do 1T05 em relação ao 1T04, a TCO registrou um aumento na receita financeira líquida no valor de R\$ 9,6 milhões, principalmente em função da maior posição líquida de caixa média da Companhia e da maior taxa de juros no período (3,76% no 1T04 e 4,18% no 1T05).

**Lucro Líquido**

O lucro líquido no 1T05 de R\$ 121,9 milhões foi 22,3% superior comparado ao mesmo período do ano anterior.



## EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS - TCO

Credores (R\$ milhões)	MOEDA			
	R\$	US\$	URTJLP *	UMBND **
Instituições financeiras	16.5	73.3	114.7	10.4
<b>Total</b>	<b>16.5</b>	<b>73.3</b>	<b>114.7</b>	<b>10.4</b>
Taxas do câmbio utilizadas		2.666	1.875	0.052

## Cronograma de pagamento - Longo Prazo

2006	2.5	26.9	25.6	2.7
2007	2.6	-	34.1	3.7
após 2007	10.6	-	2.8	0.3
<b>Total</b>	<b>15.7</b>	<b>26.9</b>	<b>62.5</b>	<b>6.7</b>

## ENDIVIDAMENTO LÍQUIDO - TCO

	31/mar/05	31/dez/04
Curto Prazo	103.1	102.7
Longo Prazo	111.8	123.6
<b>Total do endividamento</b>	<b>214.9</b>	<b>226.3</b>
Disponibilidades	(901.2)	(951.2)
Derivativos	21.3	20.7
<b>Dívida Líquida</b>	<b>(665.0)</b>	<b>(704.2)</b>

(\*) Unidade de Referencia 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 dolar americano, razão pelo qual a sociedade e suas controladas a consideram como US\$.

**Endividamento**

Em 31 de março de 2005, a dívida com empréstimos e financiamentos da TCO somava R\$ 214,9 milhões (R\$ 226,3 milhões em 31 de dezembro de 2004) sendo 38,9% denominada em moeda estrangeira. A Companhia faz contratos de derivativos (*hedge* cambial) para proteger sua dívida contra a volatilidade do câmbio. Esse endividamento foi compensado pelos recursos disponíveis em caixa e aplicações financeiras (R\$ 901,2 milhões) e pelos ativos e passivos de derivativos (R\$ 21,3 milhões a pagar), resultando numa posição líquida de caixa de R\$ 665,0 milhões, redução de 5,6% quando comparado com dezembro de 2004.

A diminuição do caixa líquido em relação a dezembro de 2004, deve-se principalmente, aos desembolsos da taxa Fistel de fiscalização e funcionamento (TFF) paga anualmente no mês de março (Anatel) e aos fornecedores de aparelhos referente às entregas do final do ano de 2004 para a campanha de Natal.



## CAPEX - TCO

	1 T 05	4 T 04	1 T 04
Rede	56,1	87,2	20,4
Tecnologia/Sist. Informação	4,1	11,2	8,9
Outros	22,5	32,8	12,5
<b>Total</b>	<b>82,7</b>	<b>131,2</b>	<b>41,8</b>
<b>Percentual da Receita Líquida</b>	<b>15,8%</b>	<b>21,5%</b>	<b>9,0%</b>

**Investimentos (Capex)**

Os investimentos realizados no trimestre foram de R\$ 82,7 milhões, representando um decréscimo de 37,0% comparado com o total investido no 4T04. Os investimentos devem-se fundamentalmente aos seguintes fatores: (i) migração de tecnologia TDMA para CDMA, acompanhando desta forma as operadoras GSM, que também estão migrando de TDMA; (ii) consolidação e racionalização dos sistemas de informações, especialmente os de *billing*, *customer care*, plataformas de pré pago e sistemas de gestão SAP; e (iii) manutenção da qualidade e expansão da cobertura para atender o crescimento da base de clientes.

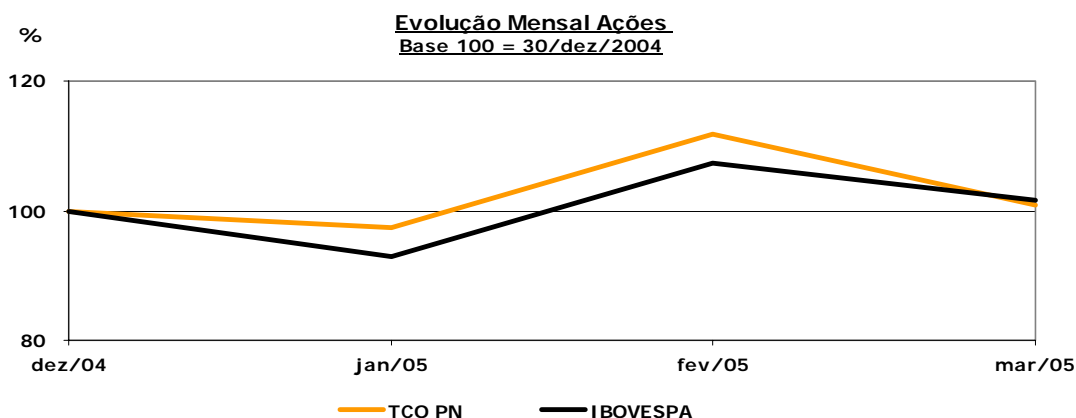
**Fluxo de Caixa Operacional**

O fluxo de caixa operacional positivo em qualquer dos períodos analisados evidencia que a TCO gera recursos pelas operações, suficientes para realizar seu programa de investimento de capital, alcançando R\$ 138,6 milhões no trimestre, 87,5% acima do registrado no 4T04.

**Mercado de Capitais**

Durante o 1T05, as ações ordinárias (ON) e preferenciais (PN) da TCO valorizaram 10,5% e 0,8%, respectivamente, enquanto o índice Bovespa obteve ganho de 1,6%. Entre janeiro e março de 2005, as ações PN da Companhia, tiveram presença em 100% dos pregões, com um volume financeiro médio diário negociado de R\$ 6,4 milhões. Ao final do 1T05, as ações ON e PN fecharam cotadas por lote de mil, em R\$ 14,25 e R\$ 8,80, respectivamente.

Os ADRs nível II da TCO apresentaram uma alta de 0,4% durante o trimestre, ante uma desvalorização de 2,6% no índice Dow Jones. O volume médio diário negociado na NYSE durante o 1T05 foi de US\$ 2,4 milhões. Os ADRs da TCO encerraram o 1T05 cotados em US\$ 9,91.



**Grupamento de Ações**

O Conselho de Administração da Sociedade, submeteu à Assembléia Geral Extraordinária realizada em 31/03/2005, a proposta de grupamento das 386.664.974.968 ações nominativas escriturais, sem valor nominal, da TCO, sendo deste total, 129.458.666.783 ações ordinárias e 257.206.308.185 ações preferenciais, representativas de seu capital social, na proporção de 3.000 (três mil) ações para 1 (uma) ação da respectiva espécie, transformando-as em 128.888.325 ações nominativas escriturais, sem valor nominal, da TCO, sendo deste total, 43.152.889 ações ordinárias e 85.735.436 ações preferenciais, de acordo com o disposto no Artigo 12 da Lei no 6.404/76, conforme posteriormente alterada.

Nos Estados Unidos da América, não haverá grupamento de ADRs, ficando alterado somente a relação da quantidade de ações para cada ADR que passará a partir de 04/05/2005 das atuais 3.000 ações para cada ADR, para 1 (uma) ação para cada ADR. Desta forma não haverá frações resultantes no programa de ADRs, diferentemente do que ocorrerá na operação no Brasil.

O Capital Autorizado da TCO deverá também ser grupado na mesma proporção, passando de 700 bilhões de ações para 233,3 milhões de ações, com a conseqüente atualização no Estatuto Social.

**Responsabilidade Social**

- Em fevereiro, o Instituto VIVO inaugurou o Espaço VIVO Voluntário em São Paulo, um centro de produção de materiais em braile. A abertura do Espaço permitirá que os voluntários da VIVO produzam conteúdos em braile solicitados por instituições parceiras do Instituto VIVO em toda a área de atuação das operadoras. Com isso, o Programa vai contribuir para a alfabetização de crianças e adultos com deficiência visual, facilitando o acesso a informações.
- No dia 8 de março, foi dada a largada da “Caravana do Esporte”, um projeto da ESPN Brasil, patrocinado pelo Instituto VIVO que, durante 10 meses, levará o esporte a algumas das regiões de baixa renda do Norte, Nordeste e Centro Oeste do Brasil. Essas viagens serão gravadas e exibidas em 10 documentários a partir de abril. A realização da “Caravana do Esporte” será possível graças ao patrocínio do Instituto Vivo, a aliança com o UNICEF (Fundo das Nações Unidas para a Infância) e parcerias com diversos atletas consagrados. A “Caravana do Esporte” pretende atender cerca de cinco mil crianças e jovens de 10 cidades indicadas pelo UNICEF.
- Em março, o Instituto VIVO e o Instituto Ayrton Senna promoveram evento de mobilização e convocação dos prefeitos do Tocantins para a edição 2005 dos Programas Acelera Tocantins e Se Liga Tocantins, que visam corrigir a defasagem aluno/série. Também foram apresentados os resultados dos programas, desenvolvidos em 2004 graças à parceria entre Instituto Ayrton Senna e Instituto VIVO.
- Também em março, foi lançada a Parceria Efort para Inclusão Digital, que reúne Instituto Efort, Instituto VIVO, Furnas Centrais Elétricas, Prefeitura de São Paulo, Previdência Social e Ministério Público em prol da inclusão de jovens, adultos e idosos com necessidades educativas especiais ao mercado de trabalho. O Instituto VIVO contribuiu com o projeto doando equipamentos para a montagem de um telecentro totalmente adaptado, que abriga microcomputadores com softwares especiais (amplificadores e leitores de texto para deficientes visuais), plataforma elevatória (para levar deficientes físicos ao auditório) e impressoras de braile.



**Principais  
Premiações,  
Reconhecimento  
e Eventos**

- A VIVO foi indicada, pelo segundo ano consecutivo, como uma das operadoras de telefonia móvel que mais respeitam o consumidor na categoria telefonia móvel, durante o evento Marketing Show, promovido pela Revista Consumidor Moderno.
- A Ipsos-ASI, divisão do instituto de pesquisas Ipsos-Brasil focada na avaliação de comunicação (eficácia publicitária), destacou apenas três campanhas como as mais eficazes de 2004. Entre elas, está a campanha de Dia das Mães da VIVO.
- A VIVO patrocina a segunda edição do Open Air que neste ano acontecerá em três capitais. O VIVO Open Air, que no ano passado já foi um grande sucesso, possibilita ao público assistir a grandes produções da sétima arte a céu aberto. Esse ano o evento aconteceu de 10 a 31/03 na cidade de São Paulo. No Rio de Janeiro o evento vai até 28/04 e, pela primeira vez em Brasília, será de 11 a 29/05. A expectativa é reunir mais de 100 mil pessoas nas três cidades.
- A VIVO esteve presente na Telexpo 2005, principal evento de TI e Telecom da América Latina, que aconteceu em março, em São Paulo. O espaço foi utilizado para a demonstração de todo o portfólio de produtos e serviços do Grupo, divididos em cinco famílias denominadas “VIVO Encontra”, “VIVO Inovando”, “VIVO 3G”, “VIVO Pagamentos” e “VIVO Empresas”.
- A VIVO fechou acordo com a Confederação Brasileira de Futebol para patrocinar as Seleções Brasileiras, nas categorias masculina principal, feminina principal e de base. Com validade de dez anos, a parceria inclui a distribuição de conteúdos multimídia por meio dos celulares da operadora, além da aplicação da marca VIVO em acessórios, em alguns veículos de transporte das seleções, e, especialmente, em uniformes de treino.



## BALANÇO PATRIMONIAL - TCO

R\$ milhões

ATIVO	31/mar/05	31/dez/04
<b>Circulante</b>	<b>1.887,6</b>	<b>1.999,2</b>
Disponibilidades	901,2	951,2
Contas a receber, líquida	422,7	477,1
Estoques	156,4	193,5
Tributos diferidos e a recuperar	285,2	309,3
Outros ativos	122,1	68,1
<b>Realizável a Longo Prazo</b>	<b>439,4</b>	<b>466,2</b>
Tributos diferidos e a recuperar	400,2	424,6
Outros ativos	39,2	41,6
<b>Permanente</b>	<b>1.153,1</b>	<b>1.130,3</b>
Investimentos	3,8	4,2
Imobilizado	1.128,5	1.104,3
Diferido	20,8	21,8
<b>Total do Ativo</b>	<b>3.480,1</b>	<b>3.595,7</b>
<b>PASSIVO</b>		
<b>Circulante</b>	<b>656,8</b>	<b>886,2</b>
Fornecedores e Consignações	260,3	467,4
Impostos, taxas e contribuições	87,9	102,9
Juros sobre o capital próprio	144,4	144,4
Empréstimos e financiamento	103,1	102,7
Provisão para contingências	6,2	5,5
Operações com derivativos	14,6	13,9
Outras obrigações	40,3	49,4
<b>Exigível a Longo Prazo</b>	<b>259,6</b>	<b>267,9</b>
Empréstimos e financiamento	111,8	123,6
Provisão para contingências	132,2	128,6
Operações com derivativos	6,7	6,8
Outras obrigações	8,9	8,9
<b>Patrimônio Líquido</b>	<b>2.563,6</b>	<b>2.441,5</b>
<b>Recursos Capitalizáveis</b>	<b>0,1</b>	<b>0,1</b>
<b>Total do Passivo</b>	<b>3.480,1</b>	<b>3.595,7</b>



## DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO - TCO

## Legislação Societária

<i>R\$ milhões</i>	1 T 05	4 T 04	Δ%	1 T 04	Δ%
<b>Receita Bruta</b>	<b>701,3</b>	<b>820,0</b>	<b>-14,5%</b>	<b>619,6</b>	<b>13,2%</b>
Receita de serviços	617,5	663,7	-7,0%	535,3	15,4%
Deduções - Impostos e outros	(152,5)	(158,7)	-3,9%	(130,9)	16,5%
Receita de aparelhos	83,8	156,3	-46,4%	84,3	-0,6%
Deduções - Impostos e outros	(25,8)	(52,4)	-50,8%	(26,1)	-1,1%
<b>Receita Líquida</b>	<b>523,0</b>	<b>608,9</b>	<b>-14,1%</b>	<b>462,6</b>	<b>13,1%</b>
<b>Receita de serviços</b>	<b>465,0</b>	<b>505,0</b>	<b>-7,9%</b>	<b>404,4</b>	<b>15,0%</b>
Assinatura e Utilização	232,5	253,4	-8,2%	183,8	26,5%
Uso de rede	196,8	220,7	-10,8%	194,2	1,3%
Outros serviços	35,7	30,9	15,5%	26,4	35,2%
Receita de aparelhos	58,0	103,9	-44,2%	58,2	-0,3%
<b>Custos Operacionais</b>	<b>(301,7)</b>	<b>(403,8)</b>	<b>-25,3%</b>	<b>(268,4)</b>	<b>12,4%</b>
Pessoal	(37,3)	(37,6)	-0,8%	(33,6)	11,0%
<b>Custo dos serviços prestados</b>	<b>(61,4)</b>	<b>(39,3)</b>	<b>56,2%</b>	<b>(45,5)</b>	<b>34,9%</b>
Meios de conexão	(7,0)	(6,2)	12,9%	(8,4)	-16,7%
Interconexão	(12,4)	(13,8)	-10,1%	(20,4)	-39,2%
Aluguéis/Seguros/Condomínios	(3,2)	(3,2)	0,0%	(4,3)	-25,6%
Fistel e outras taxas e contribuições	(26,2)	(5,1)	413,7%	(1,0)	2520,0%
Serviços de terceiros	(10,7)	(8,2)	30,5%	(8,2)	30,5%
Outros	(1,9)	(2,8)	-32,1%	(3,2)	-40,6%
Custo das Mercadorias Vendidas	(92,4)	(195,9)	-52,8%	(91,8)	0,7%
<b>Despesas de Comercialização dos Serviços</b>	<b>(92,6)</b>	<b>(114,7)</b>	<b>-19,3%</b>	<b>(87,3)</b>	<b>6,1%</b>
Provisão para devedores duvidosos	(18,0)	(19,2)	-6,3%	(16,7)	7,8%
Serviços de terceiros	(71,4)	(90,9)	-21,5%	(66,5)	7,4%
Outros	(3,2)	(4,6)	-30,4%	(4,1)	-22,0%
Despesas Gerais e Administrativas	(19,6)	(19,2)	2,1%	(15,4)	27,3%
Outras receitas (despesas) operacionais	1,6	2,9	-44,8%	5,2	-69,2%
<b>EBITDA</b>	<b>221,3</b>	<b>205,1</b>	<b>7,9%</b>	<b>194,2</b>	<b>14,0%</b>
<b>Margem EBITDA %</b>	<b>42,3%</b>	<b>33,7%</b>	<b>8,6 p.p.</b>	<b>42,0%</b>	<b>0,3 p.p.</b>
Depreciação e Amortizações	(60,3)	(58,2)	3,6%	(51,8)	16,4%
<b>EBIT</b>	<b>161,0</b>	<b>146,9</b>	<b>9,6%</b>	<b>142,4</b>	<b>13,1%</b>
Resultado financeiro líquido	23,9	11,4	109,6%	14,3	67,1%
<b>Receitas Financeiras</b>	<b>40,6</b>	<b>43,5</b>	<b>-6,7%</b>	<b>35,3</b>	<b>15,0%</b>
Variação cambial	0,0	5,0	n.d.	0,0	n.d.
Outras receitas financeiras	40,7	47,0	-13,4%	40,1	1,5%
(-) Pis/Cofins sobre receitas financeiras	(0,1)	(8,5)	-98,8%	(4,8)	-97,9%
<b>Despesas Financeiras</b>	<b>(16,7)</b>	<b>(32,1)</b>	<b>-48,0%</b>	<b>(21,0)</b>	<b>-20,5%</b>
Variação cambial	(4,8)	(3,2)	50,0%	(7,1)	-32,4%
Outras despesas financeiras	(9,8)	(14,8)	-33,8%	(10,9)	-10,1%
Perdas/Ganhos com derivativos	(2,1)	(14,1)	-85,1%	(3,0)	-30,0%
Receitas/despesas não operacionais	0,7	(7,0)	n.d.	(2,2)	n.d.
Impostos	(63,7)	(21,7)	193,5%	(53,2)	19,7%
<b>Resultado do período</b>	<b>121,9</b>	<b>129,6</b>	<b>-5,9%</b>	<b>99,7</b>	<b>22,3%</b>



**VIVO – Relações com Investidores**

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

Telefone: +55 11 5105-1172

Email: [ri@vivo.com.br](mailto:ri@vivo.com.br)Informações 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

**EBIT** = Resultado operacional antes de juros e impostos.

**EBITDA** = Resultado operacional antes de juros, impostos, depreciação e amortização.

**PDD** – provisão para devedores duvidosos. Conceito contábil que mede a provisão feita para a contas de contas a receber com valores vencidos há mais de 90 dias

**PL** – patrimônio líquido

**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

**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.

**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:**

**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

**Barreira de Entrada** – valor do aparelho mais barato oferecido

**Clientes** – número de linhas móveis em serviço

**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

**SAC** - custo de aquisição por cliente = (70% despesas c/ marketing + custos da rede de distribuição + subsídios de aparelhos) / adições brutas.

**VC1** – **Chamadas locais**

**VC2** – **Chamadas para fora da sua área e dentro do Estado**

**VC3** – **Chamadas para fora do Estado**

**Adições brutas** – total de novos clientes adquiridos no período

**Adições líquidas** = adições brutas – baixas de clientes

**Blended ARPU** – ARPU da base total de clientes (pré-pagos + pós-pagos)

**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 =  $n^{\circ}$  de baixas do período / ((clientes do início do período + clientes ao final do período)/2)

**Market share:** participação do mercado estimado =  $n^{\circ}$  de clientes da Companhia /  $n^{\circ}$  de clientes da área de atuação

**Market share de adições líquidas:** participação adições líquidas estimadas na área de atuação

**Penetração do mercado** =  $n^{\circ}$  de clientes da Companhia +  $n^{\circ}$  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.

