

# Telesp Celular Participações S.A.

(VIVO Participações S.A. desde 22 de fevereiro de 2006)  
CNPJ 02.558.074/0001-73 - Companhia Aberta

## RELATÓRIO DA ADMINISTRAÇÃO

A Administração da **Telesp Celular Participações S.A.**, empresa que compõe os ativos da *Joint Venture* entre a Telefônica Móveis e a Portugal Telecom, atuando sob a marca **VIVO**, atendendo às disposições legais e estatutárias, submete à apreciação dos Senhores o Relatório da Administração e as Demonstrações Financeiras da Sociedade, com os pareceres dos Auditores Independentes e do Conselho Fiscal, referentes ao exercício social findo em 31 de dezembro de 2005.

### 1 - Conjuntura Política e Econômica

No ano de 2005 os fundamentos da economia brasileira referentes ao setor externo continuaram a apresentar melhora. A balança comercial atingiu saldo de US\$ 44,8 bilhões, recorde histórico, fazendo com que, mesmo havendo o aumento nas remessas de lucros e dividendos que atingiram US\$ 13,4 bilhões, o superávit em conta corrente atingisse 1,8% do PIB. O nível das reservas internacionais aumentou para US\$ 53,8 bilhões, o mais alto patamar desde 1998, houve pagamento antecipado de US\$ 15,5 bilhões ao FMI, a dívida externa foi diminuída em US\$ 34 bilhões e a dívida interna mobiliária indexada a câmbio foi liquidada. Tais fatos levaram a melhora de todos os indicadores de solvência externa, o que levou a um reforço à tendência de queda do risco-RBR ao longo do ano o qual encerrou o ano em 303 bps, 1 bps acima do menor nível de risco, até então, desde que o indicador passou a ser medido.

Com a melhora dos indicadores de solvência externa e a continuidade de queda do risco-país, a taxa de câmbio acabou por manter a sua trajetória de depreciação. Em 2005 a moeda brasileira apresentou apreciação nominal de 17,1% na média do ano ante a média do ano anterior. Esse cenário de apreciação nominal da moeda brasileira foi um dos fatores que contribuiu para o cumprimento das metas de inflação no ano de 2005. A inflação média pelo IPCA em 2005, de 5,7%, a menor taxa desde 1998, ficou ligeiramente superior à meta central perseguida pelo Banco Central, de 5,1%, mas perfeitamente dentro dos seus intervalos de tolerância.

Uma segunda causa para que a taxa de inflação média pelo IPCA tenha ficado dentro dos intervalos de tolerância da meta perseguida pelo Banco Central está na evolução da taxa de juros em 2005. Ao longo do ano o Banco Central elevou a taxa Selic de 18,25% em janeiro até 19,75% em agosto, reduzindo a mesma até 18,0% até o mês de dezembro. Com isso, a taxa nominal acumulada no ano atingiu 19,0%, ou 12,6% em termos reais. Vale comentar, por outro lado, que esse aumento da taxa real de juros também teve como efeito o arrefecimento da atividade econômica, em especial no segundo semestre do ano. Por conta disso, o PIB brasileiro deverá apresentar taxa de crescimento próxima a 2,0% em 2005.

### Mercado Celular no Mundo

O mercado mundial de telefonia móvel cresceu em 2003 e 2004, 21,0% e 25,3%, respectivamente. Para o ano de 2005 projeta-se um crescimento semelhante, em torno de 24%. Em 2005, o total de usuários mundiais de telefonia móvel já ultrapassou a marca dos 2 bilhões.

Para o ano de 2005, espera-se que o nível de penetração móvel mundial tenha atingido 29%, registrando um crescimento de 5 p.p. em relação a 2004.

Os planos pré-pagos permanecem como o principal incentivador de crescimento de usuários em várias regiões do mundo. A exceção da América do Norte e Europa, os planos pré-pagos são responsáveis por cerca de 96% das adições de novas linhas. Em 2005, 62% dos usuários de telefonia móvel utilizam a modalidade de serviço pré-pago. Estima-se também que 26% dos usuários de serviços móveis mundiais sejam linhas de uso de empresas. Do total de linhas mundiais 77,3% são usuários da tecnologia GSM, 15,3% são usuários da tecnologia CDMA e 7,4% utilizam outras tecnologias. Em relação às tecnologias de terceira geração (3G), o W-CDMA (UMTS) possuiu 49 milhões de assinantes enquanto que na tecnologia 1xEV-DO havia um total de 26 milhões de assinantes. O Brasil é o 5º país em número de celulares no mundo e o crescimento de mercado de 20 milhões, observado em 2005, é também um dos maiores do mundo, tendo sido superado pela China (76 milhões), Rússia (61 milhões) e Índia (28 milhões). A China terminou 2005 com 400 milhões de celulares (31,8 cel/100 hab.). A Rússia com 125 milhões (86,6 cel/100 hab.) e a Índia 76 milhões (7,0 cel/100 hab.).

Acompanhando a mesma tendência do ano anterior, em 2005, os mercados da China, Rússia, Índia, Brasil e Estados Unidos foram os líderes em quantidade de assinantes adicionados. Paquistão, Colômbia, Nigéria e Egito foram os países que apresentaram os maiores percentuais de crescimento de seu parque móvel.

### O Mercado Celular no Brasil

O ano de 2005 foi marcado por um alto crescimento do parque móvel brasileiro causado principalmente pela forte pressão competitiva entre as operadoras, que forçou a queda da barreira de entrada e do preço dos serviços. O ano fechou com 86,2 milhões de linhas registrando um crescimento anual de 31,4%.

Prospecta-se que o ritmo de crescimento do parque móvel venha a sofrer uma pequena desaceleração em 2006, principalmente pela elevada penetração móvel e também pela preocupação das operadoras em melhor rentabilizar seus negócios.

A "VIVO" permaneceu exercendo sua liderança no mercado celular brasileiro atingindo no final do ano 34,5% de participação.

As adições líquidas em 2005 totalizaram 20,6 milhões, 7,3% superior às adições líquidas registradas em 2004. O último trimestre registrou o maior número de adições líquidas do ano, atingindo a marca de 6,2 milhões de novas linhas, valor 16,6% inferior ao registrado no último trimestre de 2004.

Devido ao forte crescimento do parque registrado no ano de 2005, a penetração móvel atingiu 46,6%, um crescimento de 10 p.p. em relação ao ano de 2004. Com isso, o nível de penetração da telefonia móvel está 24 p.p. acima do nível da penetração fixa no Brasil, que encerrou o ano de 2005 em 22%.

A utilização dos serviços de dados também registrou crescimento em 2005. No Brasil a receita de transmissão de dados como percentual do ARPU representava 4,4% no terceiro trimestre de 2004, já no terceiro trimestre de 2005 passou a representar 5,8%. Da mesma forma que já aconteceu em mercados mais desenvolvidos, como Europa e alguns países da Ásia, espera-se que a demanda por serviços de dados continue a crescer de forma significativa no decorrer de 2006. Este crescimento poderá ser impulsionado pela diversidade de soluções e aplicações de serviços proporcionados pelo acesso de dados no celular.

### Ambiente Regulatório

O ano de 2005 foi marcado principalmente pela intensificação das ações de fiscalização por parte da Anatel e a edição de Consultas Públicas propondo alterações na Regulamentação, com foco na proteção dos direitos do consumidor.

A intensificação da fiscalização da Anatel resultou no aumento do número de processos administrativos contra as prestadoras móveis, principalmente quanto ao aspecto da qualidade na prestação do serviço. Tais processos podem resultar na aplicação de sanções contra as operadoras.

Dentre as Consultas Públicas, destaca-se a de nº 642, cujo período para envio de manifestações terminou em 16 de janeiro de 2006, e que propõe a alteração da regulamentação do SMP. Nesse documento, a Anatel aborda pontos de vital importância para o negócio móvel tais como: a obrigatoriedade de atendimento presencial por município atendido, o aumento do prazo de validade do cartão pré-pago; a extensão do prazo para bloqueio dos usuários em caso de inadimplência e a supressão do prazo de carência dos planos de serviço.

Dentre as Resoluções publicadas pela Anatel em 2005, destacam-se a de nº 410, relativa ao novo Regulamento Geral de Interconexão, e a de nº 408 que mantém a regra do *Bill and Keep* parcial na remuneração de uso de redes entre prestadoras do SMP.

O ano de 2005 também foi marcado pelo início da livre pactuação do valor de remuneração de uso das redes móveis (VU-M), enquanto não é implementado o modelo de precificação a custo. Foi celebrado acordo provisório entre as concessionárias fixas locais e as operadoras móveis garantindo um reajuste de 4,5% até que sejam julgados pela Anatel os pedidos de arbitragem dos valores de VU-M.

### 2 - Estratégia de Marketing

A indústria de telefonia celular no Brasil começa a se aproximar da saturação, onde as classes sociais mais altas já apresentam índices muito elevados de penetração. Neste contexto, o valor do mercado começa a ficar cada vez mais concentrado nas bases das próprias operadoras, aumentando a disputa pelos clientes de maior valor. O final do ano demonstrou os primeiros indícios de desaquecimento na indústria, levando as operadoras a buscarem maximizar a criação de valor. Acreditamos que isso pode levar, cada vez mais, a melhores resultados para a indústria.

Neste contexto a estratégia da Vivo para 2005 baseou-se em dois princípios fundamentais:

- Manutenção de sua liderança de mercado;
- Crescimento com rentabilidade, e a fim de maximizar o EBITDA (resultado operacional antes dos juros, impostos, depreciação e amortização) e sua margem.

Esses princípios foram traduzidos em uma estratégia de marketing composta por grande "macro ações", desenvolvidas ao longo de 2005 e com continuidade prevista em 2006:

- **Entrega do Serviço Básico com liderança de Qualidade**, ajustando a estrutura da empresa e otimizando processos-chave tais como o atendimento aos clientes nos *call centers* e lojas de atendimento ao público;
- **Fidelização agressiva**, para atingir redução do churn (número de clientes desligados da base em relação ao número médio de clientes ativos) através de ações estruturadas e focadas, alocando recursos em função de sua rentabilidade e seu retorno;
- **Crescimento seletivo** nos segmentos e regiões com maior potencial de criação de valor;
- **Rentabilização da base atual de clientes bem como os novos clientes adquiridos ao longo do ano**, através da implementação de ações de estímulo ao uso de serviços (principalmente em ações de carregamento de pré-pagos) melhorando a gestão segmentada e adaptando o custo de servir ao valor de cada segmento;
- **Construir/Comunicar diferenciação da marca** explorando o diferencial competitivo da sua cobertura e as vantagens tecnológicas do CDMA (3G - EVDO) traduzida em serviços inovadores e aparelhos mais modernos; e
- **Alteração da percepção de valor da marca** pela exploração de atributos simples e reconhecidos pelos clientes e através do compromisso de atendimento com qualidade e da satisfação (estabelecer credibilidade e confiança).

### Planos e Campanhas

As Campanhas de Varejo em 2005 visaram crescer seletivamente, principalmente em pós-pago e segmentos com maior potencial de geração de valor, buscando melhorar a percepção de preço e fortalecer a liderança de mercado. Dentre os diversos benefícios concedidos nas promoções neste ano a Vivo buscou criar ofertas que fossem atraentes e que ao mesmo tempo favorecessem a criação de hábitos de consumo nos clientes com incentivos a planos de maior rentabilidade pós-pago (vinculando descontos em aparelhos), recargas mensais no pré-pago e adimplência no pós-pago.

Os principais benefícios concedidos foram: tráfego intra-rede (local e longa distância utilizando o CSP 15), serviços de dados (SMS e MMS), ligações no horário *off-peak*; redução seletiva no preço de aparelho (promoções pós-pago com desconto conforme o valor do plano de serviço intensificando o crescimento do segmento alto potencial) entre outros. Em todas as campanhas de aquisição da VIVO houve especial atenção à valorização da base atual de clientes que puderam participar de todas as campanhas realizando trocas de aparelho com a manutenção do número e com isso, fidelizando o cliente e rentabilizando, conforme descrito anteriormente.

A Vivo também realizou ações segmentadas com foco no público jovem e alto potencial. Para o segmento jovem foi realizado o "Vivo nas Universidades", projeto que esteve presente nas 100 maiores e melhores universidades em todas as regiões do país. Esse projeto buscou aproximar a Vivo ainda mais do público universitário, mas dessa vez "invadindo o seu mundo", o que possibilitou uma maior aproximação e identificação dos jovens com a Vivo. Ao todo 700.000 universitários participaram do projeto.

Outro destaque foi a ação de marketing com parceiros que falam a linguagem do jovem. Dentre estas se destaca a parceria com o Terra, o maior portal de internet do Brasil. Foram desenvolvidas ações de marketing direto para aquisição de usuários desse segmento.

Com foco no alto potencial destacaram-se projetos focados em captação de clientes pós-pago de maior valor da concorrência. Estas foram desenvolvidas através de marketing direto e das lojas VIVO. As promoções desta campanha visaram conceder maiores benefícios aos clientes com maior comprometimento de gasto mensal. Paralelamente às Campanhas de Aquisição, a VIVO trabalhou a percepção de preço junto ao mercado e sua base de clientes. O portfólio de planos foi atualizado frente à oferta de novos entrantes em seu mercado de atuação, que trabalharam com descontos em preços e subsídios agressivos como principal alavanca comercial. Esta atualização estendeu-se à base de clientes, através de uma migração de planos seletiva de clientes da base com objetivo de rentabilizar e fidelizar a base através de ofertas segmentadas. Em setembro, com foco na fidelização de clientes pós-pago de alto valor, foi lançado o plano Vivo Ideal que automaticamente ajusta o cliente nos pacotes de 150, 300, 500 e 1.000 minutos conforme o seu consumo.

Além disso, a Vivo lançou em outubro de 2005 a promoção "Vivo e Você na Copa", que tem como foco a atual base de clientes (pós e pré), buscando aumento de rentabilidade. Essa promoção levará 75 clientes com acompanhante para assistir ao Brasil na Copa do Mundo de 2006, sendo válida até 31 de março de 2006.

### Ofertas de Aquisição 2005

O ano de 2005 iniciou-se com a oferta de Verão ("Verão em Dobro VIVO"), que ofereceu o benefício de recargas e franquias de minutos valerem o dobro e exclusivamente para os clientes pós-pagos as ligações de longa distância (LD), com o uso do CSP 15, tarifadas como ligações locais, incentivando o tráfego intra-rede e LD.

Em março, a campanha "Vivo 15 Super Tarifa", que teve sua comunicação voltada para o público jovem, incrementou as altas de pós e pré-pagos com uma oferta agressiva e com forte apelo de percepção de preço com uma tarifa reduzida (R\$ 0,15/ minuto) para todas as ligações intra-rede no Brasil, mais pacote de degustação de dados. A promoção "Dia das Mães VIVO", em maio, trabalhou novamente a percepção de preço com 50% de desconto nas chamadas intra-rede locais e longa distância utilizando o CSP da Telefônica, procurando assim reforçar o conceito de Comunidade VIVO. Além deste benefício, foi ofertado pacote de degustação de dados (SMS + MMS). Em campanha paralela no mesmo período foram lançados os pacotes de minutos "Bom de Papo" de 300 (60 minutos livres + 240 intra-rede) e 600 minutos (120 minutos livres + 480 intra-rede) visando atrair e fidelizar clientes de alto valor pós-pagos, que foram alvo de ataques da concorrência.

Em meados de junho deu-se início à campanha "Noite dos Namorados" que teve por objetivo incentivar as ligações no horário de menor tráfego na rede (*off-peak*), reduzindo a ociosidade neste horário, através do benefício de tarifa reduzida para voz e dados (SMS e MMS) por apenas R\$ 0,10/minuto. No mesmo mês, com foco no público

Alto Potencial, a VIVO lançou a oferta "100 minutos por R\$ 1" (pacote de minutos para ligações locais intra-rede, por apenas R\$ 1,00 ao mês agregado aos planos de 60, 120, 180, 240, 360, 600 e 900 minutos). Ambos os benefícios também trabalharam a percepção de preço e o Conceito de "Comunidade VIVO".

No mês de julho, com o lançamento da Campanha do Dia dos Pais, a VIVO apresentou ao mercado a oferta "Mesada VIVO Pré", uma promoção com benefício diferenciado, simples, atrativo e de valor percebido pelos clientes de bônus de R\$ 30 válido para ligações locais para qualquer operadora, além do pacote de degustação de dados (SMS e MMS). Posteriormente a oferta estendeu-se para os meses de agosto e setembro.

No mesmo período, foi lançada a segunda edição dos pacotes de minutos "Bom de Papo", visando atrair e fidelizar o cliente de alto valor pós-pago, que continuavam sendo alvo de ataque da concorrência.

No mês de outubro, com foco no público jovem, explorou-se novamente o conceito de "Comunidade VIVO" na promoção "Fale + Por -", através de uma tarifa reduzida para ligações intra-rede local no valor de R\$ 0,25 o minuto, mais pacote de degustação de dados. Uma oferta simples e competitiva, que também visou auxiliar a melhoria da percepção de preço da operadora.

Para finalizar o ano, a maior operadora de telefonia móvel do Brasil concedeu um benefício inédito, muito atrativo e de simples entendimento pelos clientes que procurou explorar a liberdade na utilização do celular com o "Metal Bônus Livre", benefício de R\$ 40/mês (durante 6 meses) de bônus para ligações locais para qualquer direção (celular ou fixo), condicionado a recarga mensal e adimplência no pós-pago, além de pacote de dados (SMS e MMS).

### Fidelização

O ano de 2005 foi marcado com ofertas agressivas de "blindagem" de clientes de alto valor, utilizando como principal ferramenta o Programa de Pontos, no qual o cliente acumula pontos de acordo com a sua fatura mensal e esses pontos podem ser utilizados na troca por um novo celular.

Em 2005 o Programa de Pontos foi implementado nas lojas próprias Vivo, o que não só facilitou o acesso do cliente ao resgate como impulsionou ainda mais o número de trocas mensais. Além disso, neste ano foi finalizada a implantação em todas as Regionais, unificando-o em todo o país. Todo este esforço resultou num crescimento de 82% de "blindagens" de nossos clientes quando comparado a 2004, especialmente no terceiro e no quarto trimestres de 2005.

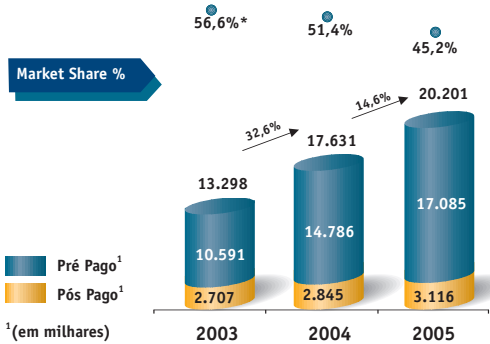
### 3 - Desempenho dos Negócios

A TCP é a *Holding* que controla as operadoras Telesp Celular S.A. ("TC"), Global Telecom S.A. ("GT") e em 25 de abril de 2003, adquiriu a maioria do capital votante da *Holding* Tele Centro Oeste Celular Participações S.A. ("TCO"). Todas as suas controladas possuem autorização para prestação de serviços móveis pessoais sendo que a TC atua no estado de São Paulo, a GT nos estados do Paraná e Santa Catarina e a TCO no Distrito Federal e nos estados de Goiás, Tocantins, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Acre, Rondônia, Roraima, Amapá, Amazonas, Pará e Maranhão. A TC e a GT são subsidiárias integrais da TCP, enquanto que, em 31 de dezembro de 2005, a TCP detinha 52,47% do capital social da TCO sendo 90,59% seu capital votante.

### Performance Operacional

Ao final de 2005, a TCP registrou uma expansão de 14,6%, totalizando 20.201 mil clientes, incluindo a TCO, e apresentou uma participação de mercado (Market Share) de 45,2%, mantendo portanto a liderança, provando a eficiência da estratégia de investir em cobertura, inovação, qualidade de serviços e mantendo elevada relação custo benefício para seus clientes, em um mercado caracterizado por intensa competição.

Os números abaixo retratam o comportamento operacional da TCP:



Market Share %

Pré Pago<sup>1</sup>

Pós Pago<sup>1</sup>

<sup>1</sup>(em milhares)

O ARPU (receita média por usuário) registrado em 2005 de R\$ 28,2 apresentou uma redução de 15,5% frente a 2004, refletindo a redução do ARPU pré-pago, devido entre outros fatores ao tráfego sainte e do MOU (média mensal de minutos de uso por cliente) deste segmento. O MOU total registrado em 2005 foi de 75.

O SAC (custo de aquisição por cliente) atingiu R\$ 146 em 2005, com acréscimo registrado em relação a 2004 estando impactado por um aumento em comissões e publicidade, mantendo-se ao mesmo tempo os esforços para retenção de clientes especialmente os de média e alta gama.

A penetração atingida na região da TCP em 2005 foi de 49,3%, sinalizando que ainda há potencial de crescimento do mercado.

### Infra-Estrutura - Rede

A tecnologia 1xRTT teve em 2005 um grande avanço em sua cobertura. Neste ano, na TCP foram atendidos com esta tecnologia 685 novos municípios, sendo 360 municípios no estado de São Paulo através da operadora TC; 118 municípios no Paraná e Santa Catarina através da GT; mais 207 municípios dentro da cobertura da TCO (incluindo NBT).

Fato relevante também, é que em 2005 100% dos municípios do estado de São Paulo (645 municípios) foram contemplados pela tecnologia CDMA através da operadora TC. Isto só foi possível através do atendimento de 145 novos municípios ao longo do ano e do acordo de roaming feito com a CTBC (Companhia Telecomunicações Brasil Central) em 23 outros municípios que não pertencem à área de autorização da TC.

No ano de 2005 foram digitalizados 100% dos municípios analógicos dos estados atendidos pelas operadoras TC e TCO. Nos estados do Paraná e Santa Catarina 115 novos municípios foram atendidos pela operadora GT; e 50 nos estados das operadoras TCO e NBT.

Em 31 de dezembro de 2005, a rede de telefonia celular da TCP, que opera nas tecnologias digitais TDMA, CDMA e 1xRTT e na tecnologia analógica, cobria 62,8% dos municípios, ou 91,3% da população de sua área de atuação. A rede da Companhia era composta por: 118 centrais de comutação (incluindo *Gateways*), 5.630 estações rádio-base e 224 outros equipamentos.

Outro fato importante ocorrido em 2005 foi a ativação de *hot-spots* EV-DO nas principais capitais e cidades da área de concessão da TCP, como: São Paulo, Brasília, Curitiba, Florianópolis, Campinas, São Bernardo do Campo, Osasco, São José dos Campos, São Caetano do Sul, Campos do Jordão e outras.

No final do ano a TCP tinha instalado em sua rede celular 584 portadoras EV-DO, sendo 501 na TC, 40 na GT e 43 na TCO.

### Rede de Distribuição

Em 31 de dezembro de 2005, a TCP possuía 201 pontos de venda próprios, sendo 94 na TC, 38 na GT e 69 na TCO. A Loja Virtual estava presente na TC, na GT e revista ao DF na TCO. O Televendas tinha atuação exclusiva à TC e à GT. Adicionalmente, possuía uma eficiente rede de credenciados - varejo e revendas - com 5.538 pontos de atendimento (49% exclusivos) capazes de comercializar serviços e aparelhos (2.384 pontos na TC, 1.249 na GT e 1.905 na TCO).

As recargas de créditos para pré-pagos, por sua vez, estavam disponíveis em 147.585 pontos de venda (57.199 pontos na TC, 21.544 na GT e 68.842 na TCO), como lojas próprias, agentes credenciados, lotéricas, distribuidores de cartões físicos e distribuidores virtuais, tais como pequenos lojistas, farmácias, bancas de jornal, livrarias, padarias, postos de gasolina, bares e restaurantes. Recargas eletrônicas também podem ser feitas através de diversos bancos.

### Roaming

A VIVO lançou no mês de outubro o Globalmoto, o primeiro celular do Brasil a permitir Roaming Internacional automático em mais de 170 países. Mesmo em países onde o CDMA não está disponível, o cliente segue utilizando o mesmo aparelho e número. O novo aparelho vem sendo fortemente utilizado pelos clientes corporativos, cujos executivos estão em viagens internacionais constantemente.

Clientes que não possuem o Globalmoto também têm livre acesso a mais de 170 países, uma vez que caso o CDMA não esteja disponível no país a ser visitado pelo cliente, a VIVO oferece um kit "Vivo no Mundo VIP" constituído por um aparelho de tecnologia compatível com a daquele país, sem custo adicional algum para o cliente, que inclusive permanece com o mesmo número.

Hoje, o assinante pós-pago VIVO pode utilizar seu próprio aparelho nos Estados Unidos, Canadá, México, Porto Rico, República Dominicana, Chile, Peru, Argentina, Uruguai, China, Coreia do Sul e Nova Zelândia, comodidade disponível para mais de 2.500 cidades. Ainda para o *roaming* Internacional, decidiu-se pela manutenção de um tarifário mais baixo e mais simples como forma de enfrentar o da concorrência.

Para o *roaming* nacional, a VIVO manteve seus acordos de *roaming* com as operadoras que atuam nos outros Estados do Brasil, beneficiando seus clientes com atendimento nacional.

### Sistemas de Informação

Em 2005, o esforço da área de Sistemas de Informação focou na realização dos projetos de consolidação de sistemas de informação, no desenvolvimento de produtos e serviços para os mercados individual e empresarial e no crescimento da infra-estrutura.

Todas as grandes aplicações estão em fase de consolidação para as diferentes operações, como é o caso do faturamento, *front-office*, pré-pago, *data warehouse*, contabilidade e gestão (entre outros) ou a sua consolidação foi concluída como a mediação, a interconexão e o *co-billing*. Foi também concluído o novo Centro de Processamento de Dados, onde estão instalados todos os novos sistemas e para onde migraram algumas aplicações que ainda não estão consolidadas, disponibilizando um ambiente tecnológico moderno, seguro e eficaz.

### Programa de Qualidade

Em 2005 mantivemos a certificação de qualidade dos métodos de coleta, consolidação e envio dos indicadores de Qualidade do Serviço Móvel Pessoal (PGMQ SMP) obtida em agosto de 2003 junto ao organismo certificador BVQI - Bureau Veritas Quality International. Essa certificação vem atender uma das exigências de migração para o SMP - Serviço Móvel Pessoal e tem como referencial básico o Regulamento de Indicadores de Qualidade do Serviço Móvel Pessoal, definido através de Resolução da Agência Nacional de Telecomunicação.

As boas práticas assumidas no processo de adequação à ISO9001:2000, foram estabelecidas nas rotinas de trabalho. Seguimento dos processos mapeados e registros sobre os mesmos, são assegurados através de auditorias internas da qualidade, abrangendo toda operação.

Direcionamos o foco de atuação para melhoria nos processos, centrada sobre os processos que impactam diretamente a experiência do cliente com a VIVO. Neste contexto, todos os processos que envolvam as atividades de: comercialização, uso dos serviços, faturamento e atendimento, possuem uma forma de atuação bastante específica e com equipes dedicadas, buscando as melhores práticas existentes e melhor eficácia.

### 4 - Atendimento ao Cliente

O cenário de 2005 foi marcado pelo acirramento da competição no mercado de telefonia móvel, propiciando a intensificação das promoções, ações de aquisição, fidelização, retenção e rentabilização e refletindo nas Centrais de Relacionamento com Clientes através do crescimento no número de chamadas (volume médio mensal de 37,2 milhões de chamadas oferecidas), o que representou um aumento de 11% em relação ao ano anterior, alinhado ao crescimento de 12,3% da base de clientes.

Para suportar esta demanda, várias ações de otimização do atendimento foram implantadas, dentre as quais se destacam: centralização do atendimento em um único número \*8486 (\*VIVO), Agente Virtual (reconhecimento dos comandos verbais), Projeto de Redução das Transferências (a partir da avaliação da relevância e aderência dos processos, extinção de grupos e da 2ª transferência), implantação do MDP (Mapa Diário de Performance - Sistema de Gestão da Operação on line), Projeto de Redução das Reincidências e Consultores de Relacionamento. Ressaltando também: a expansão da URA (unidades de resposta audível) de Promoção e Cadastro e de Atendimento nacional da URA de recarga via Banco 24hs; a ampliação dos TMs (Terminais de Auto-Atendimento Vivo) nas lojas próprias; o Portal Nacional da Vivo ([www.vivo.com.br](http://www.vivo.com.br)) - canal de conteúdo que engloba serviços, informações, promoções, *e-commerce*, com quase 5 milhões de visitas por mês e um dos mais visitados do mundo no segmento e o VOL (Vivo Online) - canal de atendimento Web, que realizou aproximadamente 1,5 milhões de serviços/mês. Em relação ao tratamento das incidências, foi lançado no início de 2005 o Portal Cliente Vivo, que focou a análise/solução das causas das incidências em parceria com as demais áreas gestoras, contribuindo para a redução de 15% no índice de incidências encaminhadas ao *back office*.

Também no decorrer de 2005 consolidou-se dentro da Diretoria de Clientes, o núcleo nacional de Operações de Negócios Individuais. Neste, concentram-se todas as ações ativas de aquisição, rentabilidade, retenção e

fidelização, com uma infra-instalada de 1500 PAs, e média de 2.300.000 contatos outbound/mês, assim como os núcleos receptivos de retenção (Save Team) e de fidelização. O Save Team registrou uma melhora de 8,4 p.p. (índice de retenção dez/04 = 76,2%; dez/05 = 84,6%), motivada pela substituição gradual das ofertas de bônus, por ofertas de blindagem (aparelhos e planos), garantindo maior qualidade de retenção e a centralização física de todas as operações em SP, o que contribuiu para implantação de uma gestão alinhada com os objetivos.

A criação da Divisão Nacional de Clientes Empresas e unificação das operações de Back Office, Relacionamento com Cliente, Retenção, CRI, Dados e Missão Crítica em um único *site*, contribuiu para o incremento dos resultados no canal corporativo.

Garantir a continuidade e qualidade do atendimento durante o período de migração dos sistemas de *billing* e *front office*, foi outro desafio alcançado no decorrer de 2005, e que possibilitou agregar maior experiência para as migrações que ainda estão por vir em 2006.

O conjunto destas ações viabilizou a manutenção da estratégia de foco no cliente fortemente baseada na cultura corporativa de respeito ao consumidor, apresentando avanço tanto nos resultados quantitativos quanto nos resultados qualitativos conforme apontados na URA da Qualidade - medição eletrônica on-line da satisfação do cliente quanto ao atendimento prestado e nas pesquisas de satisfação desenvolvida pela empresa especializada Indicador GFK, onde a TCP obteve referente ao atendimento humano, nota 8,3 no último bimestre de 2005.

Vale registrar que em 2005, a VIVO mereceu destaque ao receber diversos Prêmios: Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente - Categoria: Telefonia Móvel Nacional; Prêmio Padrão de Qualidade em B2B - Categoria: Melhor Desenvolvimento de Ambiente de Convergência e também pelo terceiro ano consecutivo foi reconhecida na pesquisa sobre as "Empresas que mais respeitam o Consumidor" - Categoria: Serviços Telefonia Celular - Ed. Padrão.

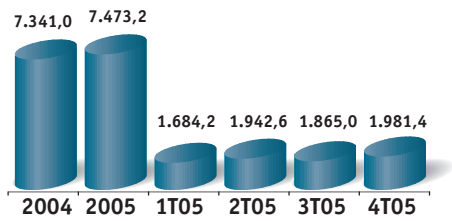
### 5 - Desempenho Econômico e Financeiro

Em R\$ Milhões	2005	2004	Var. (%)
Receita operacional líquida	7.473,2	7.341,0	1,8%
Custos e Despesas Operacionais	6.986,5	6.026,4	15,9%
EBITDA	2.039,1	2.588,9	-21,2%
Resultado do Exercício	(909,2)	(490,1)	85,5%
Emprestimos e Financiamentos	5.193,0	4.963,2	4,6%

### Receita Operacional

A receita operacional líquida da TCP aumentou 1,8% atingindo R\$ 7.473,2 milhões em 2005 em comparação com R\$ 7.341,0 milhões em 2004, pelo aumento de 3,2% na receita líquida de serviços, impactada pela redução de 5,4% na receita de venda de aparelhos e acessórios.

### Receita Líquida - TCP





→ continuação

## Resultado do Exercício

A consolidação dos resultados no exercício apresenta um prejuízo de R\$ 909,2 milhões em 2005.

### R\$ milhões

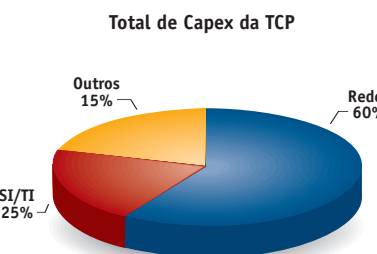
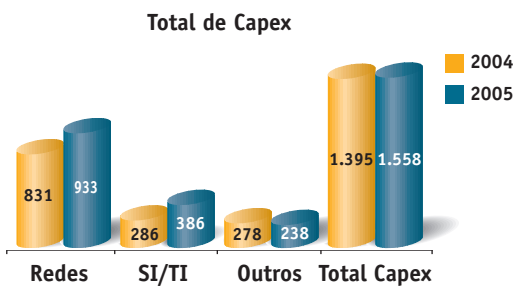
Demonstração do Valor Adicionado Exercício findo em 31 de dezembro de 2005		
	Consolidado	
1. Receitas	8.781,1	(3.656,9)
2. Insumos Adquiridos de Terceiros		5.124,2
3. Valor Adicionado Bruto (1-2)		3.571,7
4. Retenções		(1.552,5)
5. Valor Adicionado Líquido Produzido (3-4)		3.571,7
6. Valor Adicionado Recebido em Transferência		565,7
7. Valor Adicionado Total a Distribuir (5+6)	4.137,4	
<b>Distribuição do Valor Adicionado</b>		
• Pessoal, encargos e benefícios (-INSS)	361,7	8,74%
• Impostos, taxas e contribuições (+INSS)	2.734,1	66,08%
• Juros e aluguéis	1.950,9	47,15%
• Distribuição aos acionistas	(50,4)	-1,22%
• Lucros retidos do exercício	(858,9)	-20,76%

### Empréstimos e Financiamentos

A Sociedade encerrou o exercício de 2005 com dívida de R\$ 5.193,0 milhões (R\$ 4.963,2 milhões no final de 2004), sendo 62% denominada em moeda estrangeira totalmente coberta por operações de hedge. O endividamento registrado em 31 de dezembro de 2005 era compensado pelos recursos disponíveis em caixa e aplicações financeiras (R\$ 1.022,1 milhões) e pelos ativos e passivos de derivativos (R\$ 310,1 milhões a pagar), resultando numa dívida líquida de R\$ 4.481,0 milhões (R\$ 3.809,2 milhões em 31 de dezembro de 2004).

### 6 - Investimentos - CAPEX

A Empresa continuou seu programa em projetos de melhorias e de expansão da capacidade dos serviços prestados, de ampliação da rede CDMA 1xRTT em sobreposição à rede TDMA no TCO, de evolução e expansão da área de cobertura de 1xRTT na GT, de expansão de rotas próprias de transmissão, de centralização e integração de sistemas (de faturamento, cobrança e de CRM, entre outros), de desenvolvimento de novos serviços de transmissão de dados e de abertura e reforma de pontos de venda, investindo um total de R\$ 1.557,7 milhões durante o ano.

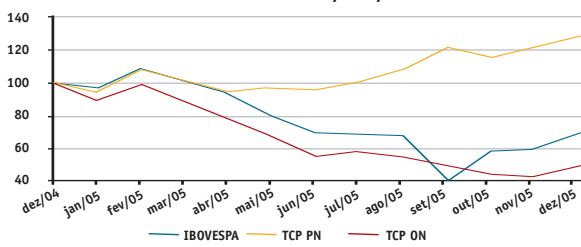


### 7 - Mercado de Capitais

O Índice da Bolsa de Valores de São Paulo - Ibovespa encerrou o ano cotado a 33.436 pontos. Durante o ano de 2005, o Ibovespa subiu 27,7%, enquanto que o Dow Jones Industrial Average (DJIA) caiu 0,6%. O volume médio diário negociado na Bolsa de Valores de São Paulo - BOVESPA em 2005, foi de R\$ 1.610,8 milhões, um aumento de 31,9% em relação a 2004.

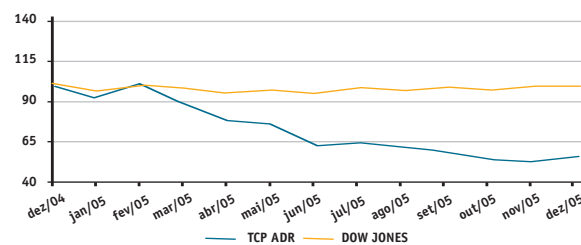
As ações da TCP começaram a ser negociadas na Bolsa de Valores de São Paulo - BOVESPA em 21 de setembro de 1998 sob o código TSP3P (ações ordinárias - ON) e TSP4P (ações preferenciais - PN) e na New York Stock Exchange - NYSE a partir de 16 de novembro de 1998 sob o código TCP (*American Depositary Receipts* - ADRs). Os valores de mercado das ações ordinárias nominativas - ON e das ações preferenciais nominativas - PN atingiram, respectivamente, R\$ 8,49 e R\$ 8,85, no pregão de 30/12/2005. Em 2005, as ações da TCP apresentaram uma média diária de R\$ 396,48 mil nas negociações das ações ON e R\$ 12.494,84 mil nas negociações das PN na Bolsa de Valores de São Paulo.

### Evolução Mensal Ações Base 100 = 30/dez/2004



Na NYSE, os ADRs encerraram o ano negociados a US\$ 3,78 com o volume total de 157.063.941 ADRs *outstanding*. Durante 2005, foram negociados 347,4 milhões de ADRs, representando um montante médio diário de US\$ 6,46 milhões.

### Evolução Mensal da ADR - TCP



Porção	2005	2004 (**)
Prejuízo (R\$)	(1,35)	(0,99)
Valor Patrimonial (R\$)	6,06	6,20
Cotação dos ADR em US\$	3,78	6,74
Cotação das Preferenciais (R\$)*	8,85	7,19
Cotação das Ordinárias (R\$)*	8,49	5,00

(\* Cotação de fechamento do último pregão do ano na Bovespa.  
(\*\*) Mudança devido ao agrupamento de ações.

O Capital Social da Sociedade em dezembro de 2005 era de R\$ 6.670.152.498,26 representado por 250.457.704 ações ordinárias e 411.866.638 ações preferenciais.

### Reestruturação Societária

As administrações da Telesp Celular Participações S.A. ("TCP"), Tele Centro Oeste Celular Participações S.A. ("TCO"), Tele Sudeste Celular Participações S.A. ("TSD"), Tele Leste Celular Participações S.A. ("TLE") e Celular CRT Participações S.A. ("CRTPart"), na forma e para os fins das Instruções CVM nºs 319/99 e 358/02, informam que foi aprovada pelos seus respectivos Conselhos de Administração, em reunião realizada no dia 04 de dezembro de 2005, a proposta a ser submetida aos acionistas das Sociedades, de uma reestruturação societária visando a incorporação de ações da TCO para conversão em subsidiária integral da TCP e a incorporação das sociedades TSD, TLE e CRTPart pela TCP, de acordo com os termos e condições que poderão ser encontrados no Fato Relevante do mesmo dia.

As administrações da TCP, TCO, TSD, TLE e CRTPart entendem que a Reestruturação Societária, com a consequente concentração dos acionistas das Sociedades em uma única companhia de capital aberto, simplificará a estrutura organizacional atual, reduzindo custos e aumentando o valor para os acionistas, permitindo aos mesmos a participação em uma companhia com maior liquidez nas bolsas brasileiras e internacionais e facilitando a unificação, padronização e racionalização da administração geral dos negócios da TCP, TCO, TSD, TLE e CRTPart, possibilitando o maior aproveitamento de sinergias entre as aludidas Sociedades, que, diretamente ou através das respectivas operadoras por elas controladas, já utilizam a marca "VIVO". Maiores informações poderão ser obtidas através do nosso site [www.vivo.com.br/ii](http://www.vivo.com.br/ii).

### Emissão de Debêntures da TCP

Em 1º de maio de 2005, a TCP emitiu duas séries de debêntures no valor principal total de R\$ 1,0 bilhão, ambas com vencimento em maio de 2015. A primeira série, no valor total de R\$ 200.000 milhões rende juros de 103,3% da taxa média dos depósitos interbancários de um dia (DI - Depósitos Interfinanceiros de um dia, extragrupo), pagos semestralmente, e está sujeita a renegociação em maio de 2009. A segunda série, no valor total de R\$ 800.000 milhões, rende juros à taxa de 104,2% da média dos depósitos financeiros de um dia, pagos semestralmente, e está sujeita a renegociação em maio de 2010. Os recursos obtidos por meio dessa emissão de debêntures foram usados para o pagamento de dívidas de curto prazo.

## RELATÓRIO DA ADMINISTRAÇÃO

### Grupamento de Ações e alteração do Quociente dos ADRs

Em 04 de maio de 2005 a TCP concluiu um grupamento de ações unificando cada 2.500 ações ordinárias e preferenciais em uma ação ordinária ou preferencial, respectivamente. A TCP também alterou o quociente de suas ADRs em relação às ações preferenciais de forma que uma ADS passou a representar uma ação preferencial. Após o grupamento as ações da TCP passaram a ser negociadas na Bolsa de Valores de São Paulo com base no preço de uma ação, em vez do preço do lote de mil ações.

O objetivo desse grupamento foi o de reduzir custos administrativos e operacionais para a Companhia e seus Acionistas; melhorar a eficiência dos sistemas de registros, controles e divulgação de informações; conferir melhor visibilidade às cotações das ações representativas do capital social da Companhia no mercado, através da adoção da negociação em Reais (R\$) por ação, atendendo inclusive neste item uma iniciativa da Bovespa; e reduzir as possibilidades de erros de informação e comunicação, melhorando o atendimento aos acionistas da Companhia.

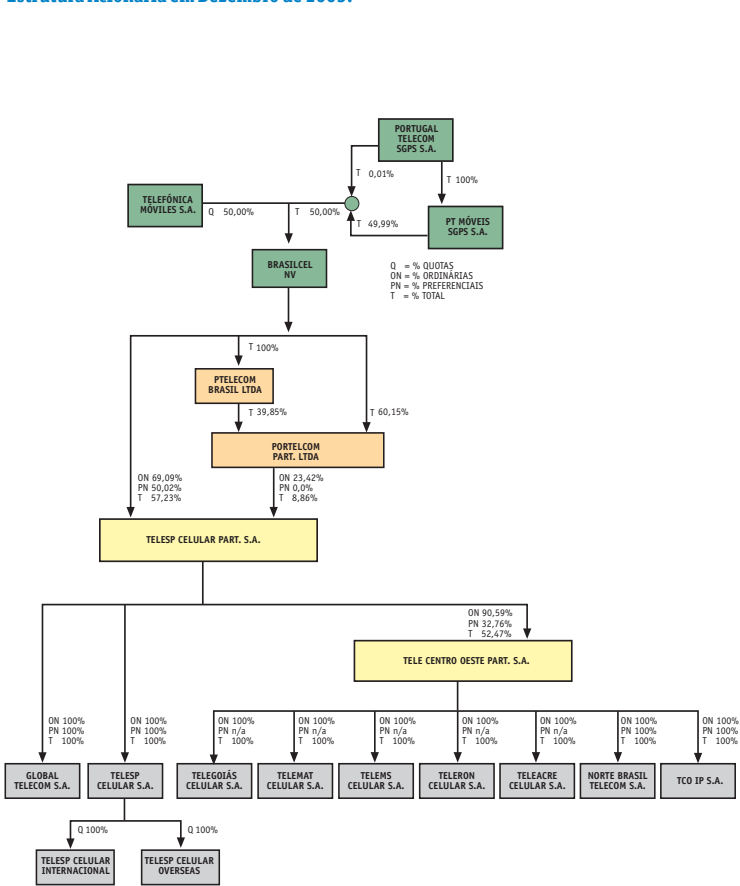
### Aumento de Capital

Em 29 de julho de 2005, o Conselho de Administração da TCP aprovou um aumento de capital social e emitiu 29.298.932 novas ações ordinárias ao preço de emissão de R\$ 8,28 em função dos direitos de preferência.

O preço de emissão correspondeu a 90% da média ponderada do preço de fechamento registrado pela Bolsa de Valores de São Paulo nos 30 dias de negociações entre 16 de maio de 2005 e 27 de junho de 2005. Os direitos de preferência puderam ser exercidos no período compreendido entre 29 de junho de 2005 e 28 de julho de 2005.

Esse aumento de capital permitiu que a Brasilcel, na condição de acionista controladora da TCP, capitalizasse uma parte do benefício fiscal relacionado ao ágio gerado no processo de aquisição da companhia. As regulamentações da CVM permitem ao comprador de sociedades de capital aberto capitalizar o benefício fiscal decorrente da amortização do ágio gerados na aquisição de tal sociedade, desde que os direitos de preferência relacionados ao aumento de capital sejam estendidos aos outros acionistas da sociedade de capital aberto. Os benefícios fiscais capitalizados pela Brasilcel em julho de 2005 em relação à TCP incluíam benefícios fiscais de R\$ 120.850.877 relativos ao exercício encerrado em 31 de dezembro de 2004 e benefícios fiscais de R\$ 121.744.279 relativos aos exercícios de 2002 e 2003.

### Estrutura Acionária em Dezembro de 2005:



### 8 - Governança Corporativa

#### Relações com Investidores

A TCP trabalha para aprimorar constantemente as suas práticas de governança corporativa, ao promover uma gestão profissionalizada e ao dispensar um tratamento igualitário a todos os acionistas. Para manter o mercado de capitais informado sobre as operações da companhia, foram realizadas, ao longo de 2005, reuniões com analistas e investidores, além de ter sido cumprido um calendário de eventos. A TCP, além disso, mantém canais de informações e comunicação por telefone, e-mail e website ([www.vivo.com.br/ii](http://www.vivo.com.br/ii)), no qual estão à disposição as informações atualizadas sobre as operações da empresa.

#### Sarbanes-Oxley

A legislação aplica-se às empresas que negociam valores mobiliários no mercado norte-americano, neste sentido a empresa está tomando as medidas necessárias para se adequar às suas exigências.

#### Código de Ética

O Código de Ética tem como objetivo promover o cumprimento das políticas, regulamentos e demais normas aplicáveis, com uma conduta honesta, precisa e ética. Aplicáveis a todos os gestores (Presidente, Vice-Presidentes, Diretores Gerais, Diretores, Gerentes de Divisão e Seção) e/ou pessoas exercendo funções similares na Companhia. No Código, os executivos da Vivo comprometem-se a cumprir as diretrizes de seus superiores, as normas, políticas, diretrizes e a legislação vigente e a fazer com que seus subordinados as cumpram, assumindo o esclarecimento e a comunicação necessária, quando for o caso.

#### Política de Divulgação de Ato ou Fato Relevante e Comitê de Divulgação

A Política de Divulgação de Ato ou Fato Relevante foi estabelecida pelo Conselho de Administração da TCP em cumprimento ao Artigo 16 da Instrução CVM nº 358, de 03 de janeiro de 2002.

A responsabilidade final pela divulgação de informação, ato ou fato relevante é do CEO, do CFO e do Diretor de Relações com Investidores, sendo os dois primeiros, responsáveis pela autorização das informações a serem divulgadas, enquanto que o Diretor de Relações com Investidores responsabiliza-se pela comunicação propriamente dita, nos termos do quanto previsto na Política de Ato e Fato Relevantes e na Instrução CVM nºs 358/02 e 369/02.

As citadas divulgações são revisadas pelo Comitê de Divulgação no assessoramento ao CEO e CFO. O Comitê de Divulgação é responsável pelo processo de divulgação de informações, Atos e Fatos Relevantes da Companhia, assegurando a qualidade da divulgação das informações, bem como, pela implementação dos Procedimentos e Controles de Divulgação.

O Comitê de Divulgação reporta-se diretamente ao CEO e ao CFO. O comitê é integrado por um coordenador e 10 membros (representantes das diretorias de relações com Investidores, Controle, Comunicação Institucional, Contabilidade, Financeiro, Fusões e Aquisições, Comunicação e Publicidade e Regulamentação e pelo Secretário Geral e Diretor Jurídico) e deve avaliar a necessidade de recorrer a entidades externas (auditores, advogados e outros consultores externos), para assegurar um suporte adequado ao processo de divulgação.

#### Comitê de Auditoria e Controle

O Comitê de Auditoria e Controle tem natureza colegiada e é formado por três membros do Conselho de Administração. Conduzido em conformidade com as regras estabelecidas em seu Regimento Interno, com as deliberações do Conselho de Administração, nos termos e limites da legislação em vigor e do Estatuto Social da Companhia.

#### Conselho de Administração

O atual Conselho de Administração da TCP é integrado por 9 membros. Os conselheiros são eleitos para mandatos de três anos pela Assembleia Geral de Acionistas, que também possui poder de destituição do cargo. Há possibilidade de reeleição.

As reuniões do Conselho de Administração ocorrem ordinariamente uma vez a cada trimestre e extraordinariamente sempre que necessário. Nenhum dos seus integrantes ocupa cargo de direção e três dos seus membros seguem os critérios de independência exigidos pela Lei Sarbanes-Oxley.

#### Conselho Fiscal

O atual Conselho Fiscal é integrado por três membros efetivos e três suplentes eleitos pela Assembleia de Acionistas para mandatos de um ano. O Conselho Fiscal de caráter permanente reúne-se ordinariamente uma vez a cada trimestre e extraordinariamente, quando convocado pelo presidente do Conselho de Administração ou por dois membros do Conselho Fiscal.

#### Diretoria

A Companhia possui 8 Diretorias Estatutárias, sendo seus membros acionistas ou não, residentes no país e eleitos pelo Conselho de Administração, com um mandato de 03 (três) anos, para os cargos de diretor-presidente, vice-presidente executivo de Operações, vice-presidente executivo de Finanças, Planejamento e Controle, vice-presidente executivo de Marketing e Inovação, vice-presidente de Tecnologia e Redes, vice-presidente de Regulamentação e Relações Institucionais, vice-presidente de TI e Engenharia de Produtos e Serviços e vice-presidente de Clientes. Um mesmo diretor pode acumular mais de um cargo. É vedada a participação de membros da diretoria no Conselho de Administração.

### 9 - Pesquisa e Desenvolvimento

A Vivo mantém convênios com a Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS. Tais convênios permitem a criação de laboratórios VIVO nas dependências da universidade, onde são executados projetos de pesquisa e desenvolvimento de novas tecnologias, que apóiam/impulsionam os processos de inovação tecnológica da empresa. Além disso, estes convênios estreitam o relacionamento da VIVO com a sociedade brasileira. Também foi fechado um acordo no final de 2004 com o CPqD, Centro de Pesquisas e Desenvolvimento em Campinas - São Paulo, para avaliações e estudos de novas tecnologias.

### 10 - Recursos Humanos

As pessoas são, para a empresa, o grande diferencial no desenvolvimento de suas estratégias para a conquista de resultados diferenciados.

#### Atração e Retenção de Profissionais

Com expressivo apelo de atração, a empresa está no seu 4º Programa Trainees, que permite a jovens potenciais capacitarem-se nas principais áreas da empresa. Para reter talentos, foram implementadas ações tais como o Programa de *Coaching*, que é realizado com grupo de executivos/*key position* na organização no desenvolvimento de competências organizacionais e na gestão de pessoas, programas de formação internacional dos quadros chave da organização através da integração técnico-cultural entre os dois grupos acionistas - Portugal Telecom e Telefonica Móviles. A conquista de novos patamares de desempenho é compartilhada por meio de programas de remuneração variável e de participação de resultados, que somaram para todas as empresas que operam sob a marca "VIVO", em torno de R\$ 52,2 milhões em 2005 referentes ao exercício de 2004.

### Capacitação e Desenvolvimento

O mercado altamente competitivo e a necessidade de manter a liderança continuaram a exigir da empresa esforços e investimentos no desenvolvimento contínuo de seus profissionais, tendo sido investidos, pelas empresas da VIVO, cerca de R\$ 7,4 milhões em 2005, um dos diferenciais para a evolução da competitividade das empresas que operam sob a marca VIVO.

A Vivo foi agraciada com o Top de RH ADBV 2005, com o programa VIVO APRENDENDO - INICIATIVA PARA AVALIAR, DETERMINAÇÃO PARA CRESCER, programa que reflete a inovação e o uso da tecnologia na gestão dos nossos recursos humanos.

### Ambiente Interno

Especial atenção tem sido dedicada ao ambiente organizacional, demonstrada com a criação da área de Endomarketing com a missão de unificar e consolidar, estrategicamente, a comunicação interna e ações de marketing interno, por meio de campanhas corporativas, intranet, Conexão RH (Portal de Recursos Humanos para os colaboradores), dentre outros.

Em virtude da diversidade existente no quadro de colaboradores da empresa, o foco foi a busca de uma estratégia para a comunicação, com base em diagnósticos cuidadosa e especialmente elaborados respeitando as contribuições regionais na formação da Cultura Vivo.

As ações de reforço à cultura empresarial buscam consolidar a imagem da empresa como uma grande comunidade plural. A integração interna é ponto fundamental para o alcance desse objetivo e, para isso, foram realizados eventos envolvendo os diversos níveis hierárquicos.

Os colaboradores também são ouvidos através de pesquisa de clima, poderoso instrumento de comunicação onde eles manifestam livremente as suas percepções acerca das relações de trabalho e do ambiente interno. O plano de ação decorrente da pesquisa é implementado desde 2004, como avanço no propósito de trabalho conjunto entre a alta administração e os colaboradores na busca da excelência e liderança.

### Força de Trabalho

O quadro de pessoal da empresa encerrou 2005 com o total de 4.199 colaboradores contra 4.217 existentes em dezembro de 2004. Esta redução deve-se, principalmente, à centralização de algumas atividades e otimização dos processos da empresa.

A distribuição por atividades é a seguinte:

Área de Atividade	2005	2004	% var.
Técnica e Operações	1.036	948	9,3%
Marketing e Vendas	1.801	1.941	(7,2%)
Atendimento a Clientes	575	542	6,1%
Suporte Financeiro e Administrativo	787	786	0,1%
<b>TOTAL</b>	<b>4.199</b>	<b>4.217</b>	<b>(0,4%)</b>

Aderiram aos Planos de Previdência Privada 60,3% do efetivo, o que representa 2.534 colaboradores (dezembro/2005).

### 11 - Responsabilidade Ambiental

A Gerência de Meio Ambiente começou a se consolidar como área de planejamento e elaboração de projetos a partir do final de 2004, quando de sua mudança para a Diretoria de Regulamentação e Relações Externas. Tem como missão "transformar a VIVO em um modelo de empresa ambientalmente responsável, visando criar um diferencial competitivo". Para isso, utiliza três grandes Diretrizes:

#### Impacto da VIVO no Meio Ambiente

- Políticas e Procedimentos - criar o comprometimento de desenvolver e implementar uma política e procedimentos visando minimizar riscos e promover a sensibilização do público envolvido.
- Gerenciamento de Resíduos - criar ferramentas para avaliar os resíduos gerados nas operações da empresa e definir a forma mais adequada de coleta e destinação, bem como ações de minimização da geração.

#### Contribuição da VIVO para o Meio Ambiente

- Educação Ambiental - implementar campanhas e eventos internos e externos, visando a sensibilização ambiental dos colaboradores, clientes, comunidade e acionistas. Desenvolvimento da criatividade e percepção da gestão ambiental como fator de diferencial competitivo.

#### Comprometimento com a Comunidade e Governo

- Emissões Eletromagnéticas - propiciar educação e informação à comunidade e participar das discussões dos aspectos legais junto aos órgãos reguladores e criar ferramentas para atualização de pesquisas técnicas sobre o assunto e cumprimento da Res. Anatel 303.

### Retrospectiva 2005:

Dentre as principais ações adotadas pela Companhia destacam-se:

- Recolhimento de baterias de celular nas lojas com o objetivo de conscientizar usuários sobre a importância deste recolhimento como uma atitude de preservação do meio ambiente. Também foi realizada a reciclagem de baterias de estação rádio base, cujo valor arrecadado foi doado ao Instituto VIVO para ser aplicado em projetos sócio-ambientais. Seguindo a mesma linha, a coleta seletiva de resíduos recicláveis nos prédios administrativos, vendidos pela empresa e o valor arrecadado doado a Instituições e Projetos Sócio-Ambientais.
- A VIVO, através de sua Gerência de Meio Ambiente, tem buscado a integração de todos os departamentos internos com a questão ambiental, bem como a aplicação e expansão de seus programas ambientais em todas as regionais do país. Para tanto, iniciou, em junho, a Semana do Meio Ambiente, campanha direcionada para atingir estes objetivos, chamando-a de "1 Semana Meio Ambiente VIVO - Gestão Ambiental no Mundo dos Negócios". Esta semana inclui-se, a partir de então, no calendário de ações e campanhas internas da empresa. A Educação e o Marketing Ambiental são os principais instrumentos para a realização deste trabalho, juntamente com a colaboração das diversas áreas e pessoas das regionais.
- Palestras para a comunidade e ao comprometimento e envolvimento com os órgãos ambientais para questões de Emissões Eletromagnéticas. Foi realizado também um levantamento dos gases refrigerantes em 2005 e, para 2006 a GMA estará preparando as áreas responsáveis, através de distribuição de cartilhas e orientações para o cadastro do IBAMA.

### 12 - Prêmios

Em 2005, a Companhia foi contemplada com vários prêmios, entre os quais destacamos:

- 3º Benchmarking Ambiental** - a Global Telecom S/A - VIVO PR/SC conquista o 3º lugar com o case "Transformando com Arte a Vida" - programa de coleta seletiva e educação ambiental interna, para crianças carentes e cursos de capacitação para professores da rede pública de ensino.
- Prêmio Valor Social** - a VIVO conquistou o prêmio na categoria Respeito ao Meio Ambiente, em âmbito nacional, com o case "Programa de Gerenciamento de Resíduos" que foi o mais votado pelo júri popular.
- Vivo Localiza** recebe prêmio como **serviço mais inovador** da Revista InfoExame.
- Prêmio Caboré** - Vivo é eleita a anunciante do ano.
- Top de Marketing ADBV** - Vivo recebeu o prêmio pelos cases Vivo Encontra e Gisele Bündchen.
- Consumidor Moderno** - Vivo recebe prêmio da Revista Consumidor Moderno para qualidade em atendimento ao cliente.
- Top RH ADBV** - Prêmio pelo projeto Vivo Aprendendo implantado pelo RH da Vivo.

### 13 - Auditoria Independente

A política da Telesp Celular Participações S.A. junto aos seus auditores independentes no que diz respeito à prestação de serviços não relacionados à auditoria externa se substancia nos princípios que preservam a independência do auditor. Estes princípios se baseiam no fato de que o auditor não deve auditar seu próprio trabalho, nem exercer funções gerenciais ou ainda advogar por seu cliente.

No exercício de 2005, a Telesp Celular Participações S.A. contratou junto a estes auditores outros trabalhos não diretamente vinculados à auditoria das demonstrações financeiras cujo valor não excedeu a 5% do total dos honorários relativos aos serviços de auditoria externa.

A independência destes auditores se apresenta assegurada dentro do contexto de que os referidos trabalhos foram desenvolvidos por equipe independente em relação ao grupo responsável pelos trabalhos de auditoria externa. A tomada de decisão sobre os procedimentos adotados foi estabelecida pela Administração.

#### Políticas e Procedimentos:

As políticas da Companhia e de suas controladas vedam a contratação de seus auditores independentes para a prestação de serviços que acarretem em conflito de interesses ou perda de objetividade dos mesmos. Adicionalmente, é vedada a manutenção de qualquer relação da Companhia (ou de seus Administradores) com os auditores independentes que implique na perda de independência.

### 14 - Perspectivas e Planos Futuros

No plano macroeconômico, espera-se que a economia brasileira em 2006 mantenha a trajetória de crescimento iniciada em 2004, incentivado pelo aumento do nível de emprego, da demanda interna e pelo crescimento da economia mundial.

Em relação à telefonia celular, projeta-se que o crescimento, mais uma vez, supere o crescimento médio da economia. Destaca-se para 2006 a manutenção do cenário de forte competição com consequência da consolidação dos atuais competidores, manutenção do foco no negócio de dados, visando o crescimento de ARPU, busca de sinergias e economias de escala e campanhas e ações de retenção e fidelização de clientes.

Neste contexto, a Companhia pretende manter a posição de líder do mercado brasileiro, impulsionando o crescimento, buscando diferenciar-se com o constante desenvolvimento de novas tecnologias e soluções integradas, minimizando os efeitos da forte concorrência através da excelência em serviços e liderança nos atributos: preço, cobertura e inovação, além de oferecer serviços e produtos de alta qualidade para atender e superar as expectativas de nossos clientes.

### 15 - Agradecimentos

A Administração da Telesp Celular Participações S.A. agradece aos acionistas, clientes, fornecedores e instituições financeiras pela cooperação e confiança depositados e, em especial, aos funcionários, pela dedicação e esforço empreendidos, graças aos quais conseguimos obter os resultados apresentados.





# Telesp Celular Participações S.A.

(VIVO Participações S.A. desde 22 de fevereiro de 2006)

CNPJ 02.558.074/0001-73 - Companhia Aberta

→ continuação

## 9. OUTROS ATIVOS

	Controladora		Consolidado	
	31.12.05	31.12.04	31.12.05	31.12.04
Depósitos judiciais	-	-	87.783	76.501
Adiantamento para aquisição de ações	-	-	-	15.584
Adiantamentos a empregados	73	71	4.161	4.865
Créditos com fornecedores	-	-	16.911	33.040
Créditos com empresas do grupo	14.339	13.612	32.761	33.162
Subsídio na venda de terminais	-	-	22.461	59.996
Outros ativos	2.239	6.316	6.943	9.593
Total	16.651	19.999	171.020	228.341
Circulante	14.706	18.052	116.466	154.154
Longo prazo	1.945	1.947	54.554	74.177

## 10. INVESTIMENTOS

### a) Participações nas controladas

	Participação Ordinária	Participação Preferencial	Total da Participação
	%	%	%
Investidas	-	-	-
Telesp Celular S.A.	100,00	-	100,00
Global Telecom S.A.	100,00	-	100,00
Tele Centro Oeste Celular Participações S.A.	90,59	100,00	100,00

### b) Quantidade de ações possuídas

	(em milhares)		
	Ações Ordinárias	Ações Preferenciais	Total de Ações
Investidas	-	-	-
Telesp Celular S.A.	83.155	-	83.155
Global Telecom S.A.	3.810	7.621	11.431
Tele Centro Oeste Celular Participações S.A.	40.161	28.084	68.245

### c) Informações das controladas

	Patrimônio Líquido em		Lucro Líquido (Prejuízo) em	
	31.12.05	31.12.04	31.12.05	31.12.04
Investidas	-	-	-	-
Telesp Celular S.A.	3.052.193	2.966.517	130.853	461.685
Global Telecom S.A.	844.201	1.111.313	(270.635)	(180.348)
Tele Centro Oeste Celular Participações S.A.	2.812.921	2.441.502	339.146	507.051

### d) Composição e movimentação

O saldo de investimentos da Controladora inclui a participação no patrimônio das controladas diretas, ágio, adiantamento para futuro aumento de capital e provisão para perdas em investimentos, bem como outros investimentos conforme demonstrado abaixo:

	Controladora		Consolidado	
	31.12.05	31.12.04	31.12.05	31.12.04
Investimentos em controladas	5.064.501	5.059.262	-	-
Ágio na aquisição de investimentos, líquido	1.869.387	2.397.880	1.999.716	2.498.874
Adiantamento para futuro aumento de capital	586.625	517.148	12.908	5.704
Provisão para perdas em investimentos (a)	(380.541)	(449.615)	(462.523)	(449.615)
Outros investimentos	104	103	110	1.464
Saldo do investimento	7.140.076	7.524.778	1.550.211	2.056.427

(a) Em decorrência dos prejuízos acumulados pela "GT" e do seu endividamento, foram constituídas provisões para perda no ágio resultante das aquisições de investimento em 31 de dezembro de 2001 e de 2002. A movimentação dos investimentos da controladora para os exercícios findos em 31 de dezembro de 2005 e de 2004 é como segue:

	2005		2004	
	TC	GT	TCO	Total
Saldo no início do ano	2.966.517	1.111.313	981.432	5.059.262
Aumento de participação	-	-	48.890	48.890
Doações e subvenções	3.488	3.523	2.136	9.147
Equivalência patrimonial (a)	130.853	(270.635)	180.161	460.077
Distribuição de JSCP	(48.665)	-	(26.803)	(75.468)
Ganhos de participações	-	-	6.647	6.647
Dividendos e JSCP prescritos na controlada	-	-	-	368
Distribuição de dividendos	-	-	(24.356)	(24.356)
Saldo em 31 de dezembro	3.052.193	844.201	1.168.107	5.064.501

(a) O resultado de equivalência patrimonial do exercício compõe-se de: (i) resultado das controladas R\$ 40.379 e (ii) doações R\$ 9.147.

### Ágio na aquisição de investimentos, líquido

	2005		2004	
	GT	TCO	Total	Total
Saldo no início do ano	1.077.020	1.320.860	2.397.880	2.638.076
Aumento de ágio ref. compra de participação	-	12.100	12.100	487.881
Transferência de ágio para TCO	-	(133.370)	(133.370)	-
Amortização do ágio	(125.925)	(281.298)	(407.223)	(215.745)
Transferência para reserva especial de ágio	-	-	-	(511.061)
Baixa de ágio	-	-	-	(1.271)
Saldo em 31 de dezembro	951.095	918.292	1.869.387	2.397.880

### Adiantamento para futuro aumento de capital - TCO

	2005		2004	
	TC	GT	TCO	Total
Saldo no início do ano	517.148	-	25.436	542.584
Aumento de capital na TCO pelo benefício fiscal realizado	(63.893)	-	(19.077)	(82.970)
AFAC originado pelo benefício fiscal - reestruturação TCP	133.370	-	-	133.370
Efeito fiscal	-	-	(272)	(272)
Saldo em 31 de dezembro	586.625	-	517.148	1.103.773

### Provisão de Perdas - GT

	2005		2004	
	TC	GT	TCO	Total
Saldo no início do ano	(449.615)	-	(449.615)	(899.230)
Amortização das perdas	69.074	-	69.074	138.148
Saldo em 31 de dezembro	(380.541)	-	(380.541)	(761.081)

## 15. EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS

### a) Composição da dívida

Descrição	Moeda	Encargos		Vencimento	Controladora		Consolidado	
		31.12.05	31.12.04		31.12.05	31.12.04		
Resolução 2770								
Resolução 2770	US\$	1% a.a. a 9,8% a.a.		03/02/06 a 30/01/08	1.173.390	1.455.484	1.940.082	1.738.126
Debêntures	R\$	0% a 2,98% a.a		18/04/06 a 14/12/07	204.537	77.110	552.575	177.068
Compror	US\$	103,3% do CDI a 104,4% do CDI		01/08/08 a 01/05/15	1.500.000	500.000	1.500.000	500.000
Compror	US\$	1% a 6,25% a.a.		03/02/06 a 30/01/08	-	-	168.749	103.841
BNDES	R\$	0,7% a.a. a 2,75% a.a.		24/01/06 a 07/12/07	-	-	91.875	-
BNDES	URTIJLP	URTIJLP + 3,6% a.a. a 4,6% a.a. (a)		15/01/06 a 15/06/11	-	-	267.714	366.537
BNDES	UMBDES	3,5% a.a. a 4,6% a.a.		15/10/07 a 15/07/11	-	-	48.327	74.981
BNDES	R\$	100% Selic		15/12/05	-	-	152.377	-
Commercial Paper	US\$	Libor + 1,75% a.a. a 6,30% a.a. a 6,55% a.a.		29/07/07 a 30/12/07	-	-	491.547	238.996
Notas Promissórias	R\$	101,6% do CDI		12/05/05	-	1.000.000	-	1.000.000
Unibanco IGP-M	R\$	IGP-M + 9% a.a. a 9,45% a.a.		13/09/07 a 01/11/07	110.441	-	115.264	-
Export Development Canada - EDC	US\$	Libor + 5% a.a.		14/12/06	-	-	23.643	71.158
Teleprodruz (b)	R\$	0,02% a.a.		12/10/12	-	-	-	15.159
Outros	R\$	Coluna 27 FGV		31/10/08	-	-	1.292	1.523
Fornecedores:								
NEC do Brasil	US\$	7,3% a.a.		29/11/05	-	-	-	7.192
Partes relacionadas:								
Commercial Paper	US\$	Libor + 5% a.a.		29/07/05	-	-	-	318.528
Aquisição de investimento - TCO	R\$	CDI + 1% a.a.		-	10.696	53.484	10.697	53.484
Juros					132.765	117.209	181.272	144.303
Total					3.331.829	3.203.287	5.193.037	4.963.173
Circulante					1.066.051	1.909.640	1.546.935	2.896.102
Longo prazo					2.065.778	1.293.647	3.646.102	2.067.071

(a) Caso a TJLP seja superior a 10% a.a., o spread será de 6% a.a.

(b) Em agosto de 2005 foi efetuado o pagamento antecipado com deságio do benefício do Programa Teleprodruz, decorrente do convênio com o governo do Estado de Goiás relativo a implantação do Call Center.

### b) Cronograma de pagamento

Os montantes a longo prazo têm a seguinte composição por ano de vencimento:

Ano	31.12.05	
	Controladora	Consolidado
2007	548.334	2.032.079
2008	517.444	558.091
2009	-	22.253
2010	-	22.253
2011	-	11.426
Após 2011	1.000.000	1.000.000
Total	2.065.778	3.646.102

### c) Cláusulas restritivas

A "GT" possui empréstimo e financiamento junto ao Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), cujo saldo em 31 de dezembro de 2005 é de R\$ 232.535 em 31 de dezembro de 2004. De acordo com os contratos, existem diversos índices econômicos e financeiros que devem ser apurados anualmente. A controlada "GT" constatou o não cumprimento do índice "Divida Líquida Total / EBITDA" na apuração realizada em 31 de dezembro de 2005. Já foi obtido junto ao banco um "waiver" para o não cumprimento de tal obrigação até 31 de dezembro de 2006.

A "TCO" e suas controladas possuem empréstimos junto ao Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) e Export Development Canada (EDC), cujos saldos em 31 de dezembro de 2005 eram de R\$ 83.505 e R\$ 23.643 (R\$ 137.213 e R\$ 71.158 em 31 de dezembro de 2004), respectivamente. Nesta mesma data, os diversos índices econômicos e financeiros previstos nos contratos com o EDC foram atingidos. Já em relação aos contratos com o BNDES, foi constatado o não cumprimento do índice "Margem EBITDA" (EBITDA sobre a receita operacional líquida) na apuração realizada em 31 de dezembro de 2005. Já foi obtido junto ao banco um "waiver" para o não cumprimento de tal obrigação até 31 de dezembro de 2006.

### d) Cobertura

Em 31 de dezembro de 2005, a Sociedade e suas controladas possuem posições de "hedge" cambial de US\$1.189.046 mil, ¥22.508.949 mil e C2.482 mil (US\$1.078.180 mil, ¥6.879.947 mil e C25.247 mil em 31 de dezembro de 2004), para cobertura da total de suas obrigações cambiais. Em 31 de dezembro de 2005, a Sociedade e suas controladas tinham registrado uma perda acumulada de R\$ 310.086 (R\$ 26.935 em 31 de dezembro de 2004) nestas operações de "hedge" cambial apresentado no balanço patrimonial como segue:

Descrição	31.12.05		31.12.04	
	Ativo	Passivo	Ativo	Passivo
Ativo circulante	300.662	-	7.804	-
Realizável a longo prazo	5.354	-	385.296	-
Total do Ativo	306.016	-	393.100	-
Passivo Circulante	(321.686)	-	(266.200)	-
Exigível a longo prazo	(294.416)	-	(153.835)	-
Total do Passivo	(616.102)	-	(420.035)	-
Perda acumulada	(310.086)	-	(26.935)	-

### e) Garantias

Empréstimos e financiamentos da "GT", em moeda local, no valor de R\$ 232.535 representam financiamentos garantidos por penhor de contas a receber, as quais podem ser retidas opcionalmente até o limite de 300% da parcela mensal.

As garantias da "TCO" são como segue:

Bancos	Garantias
BNDES Operadoras TCO	15% dos recebíveis e CDB são caucionados ao valor da próxima parcela a vencer.
BNDES NBT	100% dos recebíveis e CDB são caucionados pelo valor equivalente a próxima parcela a vencer durante o primeiro ano e duas parcelas a vencer no período restante.

### f) Debêntures

Em 1º de agosto de 2004 ocorreu a repactuação da 1ª emissão pública de debêntures composta por 5.000 (cinco mil) debêntures simples, não conversíveis em ações, da espécie sem garantia, com valor nominal unitário de R\$ 100 (cem mil reais) com vencimento em 1º de agosto de 2008. A repactuação deu-se em volume integral, da emissão original ocorrida em 1º de agosto de 2003 à taxa de 104,6% do CDI, ocorrendo o alargamento do prazo (nova repactuação em 1º de agosto de 2007) concomitantemente à redução da taxa para 104,4% do CDI.

No âmbito do Primeiro Programa de Distribuição de Valores Mobiliários no valor de R\$ 2.000.000 (dois bilhões de reais) anunciado em 20 de agosto de 2004, a Sociedade emitiu em 01 de maio de 2005 debêntures no valor de R\$ 1.000.000 (hum bilhão de reais) com prazo de duração de dez anos, contados da data de emissão em 01 de maio de 2005.

A Oferta consistiu na emissão de 100.000 debêntures simples, não conversíveis em ações, da espécie quinquenal, com valor nominal unitário de R\$ 10 (dez mil reais) totalizando o montante de R\$ 1.000.000 (um bilhão de reais) em duas séries, R\$ 200.000 (duzentos milhões de reais) na primeira série e R\$ 800.000 (oitocentos milhões de reais) com vencimento final em 01 de maio de 2015. As debêntures rendem juros, com pagamentos semestrais, correspondentes a 103,3% (primeira série) e 104,2% (segunda série) da acumulação das taxas médias diárias dos DI - Depósitos Interfinanceiros de um dia, extrajuro (Taxas DI), calculadas e divulgadas pela Câmara de Custódia e Liquidação - CETIP.

A remuneração das debêntures tem previsão de repactuação em 01 de maio de 2009 (primeira série) e em 01 de maio de 2010 (segunda série). Conservadoramente, a Sociedade incluiu no cronograma consolidado de vencimentos de longo prazo acima, o principal das debêntures nos anos de 2009 e 2010, datas estas de repactuações das remunerações das duas séries.

## 16. OUTRAS OBRIGAÇÕES

	Controladora		Consolidado	
	31.12.05	31.12.04	31.12.05	31.12.04
Serviços a prestar pré-pago	-	-	102.158	102.158
Provisão programa de fidelização (a)	-	-	8.393	-
Obrigações com empresas do grupo	164	20.997	6.007	23.902
Provisão para fundo de pensão	-	-	483	358
Grupoamento de ações (b)	22.513	-	64.344	-
Outras	97	-	45.361	39.277
Total	22.774	20.997	259.371	174.088
Circulante	22.774	20.997	215.285	134.695
Longo prazo	-	-	44.086	39.393

(a) As controladas possuem programas de fidelização, em que ligações são transformadas em pontos para futura troca por aparelhos. Os pontos acumulados, líquidos de resgates, são provisionados considerando os dados históricos de resgates, pontos gerados e o custo médio do ponto.

(b) Refere-se a crédito disponibilizado para os acionistas beneficiários das sobras de ações decorrentes do grupoamento das ações do capital social da Sociedade e de suas controladas (nota 18).

## NOTAS EXPLICATIVAS ÀS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS

Para os exercícios findos em 31 de dezembro de 2005 e de 2004 (em milhares de reais, exceto quando mencionado)

A partir de 1º de janeiro de 2005, os ágios pagos nas aquisições da "GT" que tiveram por fundamento a lucratividade futura, no montante total de R\$ 1.077.020, passaram a ser amortizados pelo prazo de 10 anos a contar da data de aquisição.

A "TC" possui investimentos nas empresas Telesp Celular International Ltd. e Telesp Celular Overseas Ltd., estabelecidas no exterior, para obtenção e repasse de fundos através de empréstimos internacionais. Estas controladas estão dormentes.

Em 31 de maio de 2004, o benefício fiscal decorrente do ágio pago na aquisição de participação adicional na "TCO" foi transferido para aquela Sociedade e para as suas controladas. Conseqüentemente R\$ 511.061 foram transferidos para adiantamento para futuro aumento de capital, uma vez que serão emitidas ações em favor da "TCO" quando da realização deste benefício pela "TCO" e por suas controladas. O ágio remanescente, no montante de R\$ 992.060, foi atribuído à rentabilidade futura e vem sendo amortizado em 5 anos.

Em 31 de agosto de 2005, o benefício fiscal decorrente do ágio



# Telesp Celular Participações S.A.

(VIVO Participações S.A. desde 22 de fevereiro de 2006)

CNPJ 02.558.074/0001-73 - Companhia Aberta

→ continuação

## NOTAS EXPLICATIVAS ÀS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS Para os exercícios findos em 31 de dezembro de 2005 e de 2004 (em milhares de reais, exceto quando mencionado)

A Sociedade e suas controladas exercem uma postura ativa sobre o gerenciamento dos diversos riscos que estão sujeitas, através de um conjunto de iniciativas, procedimentos e políticas operacionais abrangentes que permitem mitigar os riscos inerentes ao exercício das suas atividades.

**Risco de Crédito**  
O risco de crédito relativo à prestação de serviços de telecomunicações é minimizado por um controle estrito da base de clientes e gerenciamento ativo da inadimplência por meio de políticas claras referentes à concessão de aparelhos pós-pagos. Em 31 de dezembro de 2005 a "TC", a "GT" e a "TCO" e suas controladas têm, respectivamente, 83%, 87% e 86% (83%, 88% e 84% em 31 de dezembro de 2004 respectivamente) das suas bases de clientes na modalidade pré-pago, que requer o carregamento antecipado e, portanto, não representa risco de crédito.

O risco de crédito na venda de aparelhos é administrado por uma política conservadora na concessão de crédito, por meio de métodos modernos de gestão, que envolvem a aplicação de técnicas de "credit scoring", análise de balanço e consulta a bases de dados comerciais bem como o controle automático de liberação das vendas integrado com o módulo de distribuição do software ERP da SAP.

A Sociedade e suas controladas também estão sujeitas a risco de crédito oriundo de suas aplicações financeiras e valores a receber de operações de swap. A Sociedade e suas controladas atuam de modo a diversificar essa exposição entre instituições financeiras de primeira linha.

**Risco de Taxas de Juros**  
A Sociedade e suas controladas estão expostas ao risco das taxas subirem, especialmente a composta de juros associados ao custo dos Certificados de Depósitos Interfinanceiros - CDI, em função da parte passiva das operações com derivativos (Hedge Cambial) e por empréstimos contratados em reais. Entretanto, o saldo de aplicações financeiras, também indexadas ao CDI, neutraliza parcialmente este efeito.

Além disso, a Sociedade e suas controladas também estão expostas ao risco de oscilação da TJLP, em função dos empréstimos contratados junto ao BNDES. Em 31 de dezembro de 2005, estas operações somavam o principal de R\$ 267.714 (R\$ 366.537 em 31 de dezembro de 2004). A Sociedade e suas controladas não têm contratado operações de derivativos para cobertura do risco da TJLP.

Os empréstimos contratados em moeda estrangeira apresentam, igualmente, risco das taxas de juros (libor) associadas aos empréstimos externos subirem. Em 31 de dezembro de 2005, estas operações somavam US\$130.101 mil (US\$146.808 em 31 de dezembro de 2004) de principal.

Do total de empréstimos e financiamentos associados a taxas de juros externas variáveis (Libor), US\$120.000 mil têm proteção contra variações na taxa de juros (Libor) através de derivativos (swap de taxa de juros). A Sociedade e suas controladas continuam monitorando as taxas de juros de mercado com o objetivo de avaliar a eventual necessidade de contratação de outros derivativos para proteção contra o risco de volatilidade de taxas externas variáveis na posição remanescente.

**Risco de Taxas de Câmbio**  
A Sociedade e suas controladas têm contratado operações financeiras com derivativos de forma a proteger-se da variação cambial decorrente de empréstimos e outras obrigações em moedas estrangeiras. Os instrumentos usualmente utilizados são contratos de swap e "forward".

O quadro abaixo resume a exposição líquida da Sociedade e suas controladas ao fator taxa de câmbio em 31 de dezembro de 2005:

	Em milhares de	
	US\$	¥

Empréstimos e financiamentos	(1.163.978)	(22.508.949)
Empréstimos e financiamentos - UMBNDES (a)	(20.882)	-
Instrumentos derivativos	1.189.046	2.482
Outras obrigações	(1.346)	(9.408)
Total	(2.840)	(6.926)

(a) A UMBNDES é uma unidade monetária preparada pelo BNDES, composta por uma cesta de moedas estrangeiras, sendo a principal moeda o dólar norte-americano, razão pela qual a Sociedade e suas controladas a consideram na análise de cobertura do risco relacionado às flutuações das taxas de câmbio.

**Operações com Derivativos**

A Sociedade e suas controladas registram os ganhos e as perdas com contratos de derivativos como receitas ou despesas financeiras líquidas.

O quadro abaixo apresenta uma estimativa da avaliação do valor contábil e do valor de mercado dos empréstimos e financiamentos, bem como das operações com derivativos:

	Valor contábil	Valor de mercado	Ganho (perda) não realizado
--	----------------	------------------	-----------------------------

Empréstimos e financiamentos	(5.133.037)	(5.224.017)	(30.980)
Instrumentos derivativos	(310.086)	(372.496)	(62.410)
Outras obrigações	(29.129)	(29.129)	-
Total	(5.532.252)	(5.625.642)	(93.390)

b) Valor de Mercado dos Instrumentos Financeiros  
O valor de mercado dos empréstimos e financiamentos, bem como dos contratos de swaps, foi determinado com base no fluxo de caixa descontado, utilizando-se projeções de taxas de juros disponíveis.

Os valores de mercado são calculados em um momento específico com base em informações disponíveis e metodologias de avaliação próprias. Assim, as estimativas indicadas não representam necessariamente valores de realização a mercado. A utilização de diferentes premissas pode afetar significativamente as estimativas.

**27. PLANOS DE BENEFÍCIOS PÓS-EMPREGO**  
A Sociedade e suas controladas "TC" e "TCO", juntamente com outras empresas do antigo Sistema Telesbrás, patrocinam planos de previdência privada e de assistência médica aos aposentados, administrados pela Fundação Sistel de Seguridade Social - SISTEL, como segue:

a) **PBS-A:** plano de benefício definido, multipatrocinado, destinado aos participantes já assistidos que se encontravam em tal condição em 31 de janeiro de 2000.

b) **PBS-Telesp Celular e PBS-TCO:** planos de benefícios definidos de aposentadoria patrocinados individualmente pelas Sociedades.

c) **PAMA:** plano multipatrocinado de assistência médica aos empregados aposentados e a seus dependentes, a custo compartilhado.

As contribuições para os planos PBS-Telesp Celular e PBS-TCO são determinadas com base em estudos atuariais preparados por atuários independentes, de acordo com as normas em vigor no Brasil. O regime de determinação do custeio é de capitalização e a contribuição devida pela patrocinadora é de 13,5% sobre a folha de salários dos seus empregados participantes do plano, dos quais 12% são destinados ao custeio dos planos PBS-Telesp Celular e PBS-TCO e 1,5% ao plano PAMA. No exercício findo em 31 de dezembro de 2005 as contribuições para esses planos foram de R\$ 0 (R\$ 9 em 31 de dezembro de 2004).

d) **Plano TCE Prev e TCO Prev:** planos individuais de contribuição definida e contribuição variável, respectivamente, instituídos pela SISTEL em agosto de 2000. A Sociedade arca com os riscos de morte e invalidez dos participantes em ambos os planos, sendo que no plano TCO Prev alguns participantes oriundos do plano PBS-TCO fazem jus a benefícios vitais de aposentadoria (benefício saldaado), além dos benefícios de contribuição definida. As contribuições da Sociedade aos planos TCE Prev e TCO Prev são iguais às dos participantes, variando de 1% a 8% do salário de participação, em função do percentual escolhido pelo participante. No exercício findo em 31 de dezembro de 2005 as contribuições para esses planos foram de R\$ 7.637 (R\$ 4.012 em 31 de dezembro de 2004).

A avaliação atuarial dos planos foi feita em dezembro de 2005 e 2004, com base no cadastro dos participantes de setembro de 2005 e 2004, respectivamente, tendo sido adotado o método do crédito unitário projetado. Para os planos multipatrocinados (PAMA e PBS-A), o rateio dos atos dos planos foi feito com base no passivo atuarial da empresa em relação ao passivo atuarial total do plano. O valor total da obrigação reconhecida em 31 de dezembro de 2005 foi de R\$ 483.

Através da ação ordinária nº 04/081.668-0, movida pela ASTEL contra a Fundação Sistel de Seguridade Social, na qual são citadas, além da Sistel, a Telefônica e a Telesp Celular, são formulados diversos pleitos, resumidos a seguir:

i) que a Sistel seja proibida de cobrar dos aposentados e demais inscritos quaisquer contribuições referentes ao PAMA - Plano de Assistência Médica aos Aposentados, cabendo aos mesmos o pagamento apenas de "uma participação mínima nas utilizações realizadas", participação esta limitada a 1% da remuneração mensal do assistido; ii) que a Sistel reinscreva no PAMA, sem quaisquer restrições, os aposentados e assistidos que estão com suas inscrições suspensas por inadimplência, bem como aqueles que não suportaram a pressão e pediram o cancelamento da inscrição no PAMA ou aderiram ao PCE (Plano de Coberturas Especiais), se quiserem, também sem qualquer restrição;

iii) que a Sistel realice as necessidades econômicas do PAMA, inclusive dos valores das contribuições mensais das patrocinadoras Telefônica e Telesp Celular; iv) que a contribuição das patrocinadoras seja calculada com base na folha de todos os seus empregados, conforme anterior disposição estatutária, e não pelo percentual sobre a folha dos participantes ativos do PBS; v) que a Sistel restabeleça o credenciamento de todos os hospitais, clínicas e laboratórios descredenciados; vi) que seja procedida uma revisão da distribuição contábil do patrimônio, de sorte a atribuir ao PAMA os valores relativos da sua reestruturação das suplementações, na forma acima exposta, devendo a Sistel, enquanto a referida revisão não for feita, ficar proibida de qualquer coisa do patrimônio líquido do plano PBS-A ou qualquer outro plano gerido pela Entidade; vii) que a Sistel e as patrocinadoras reponham a "transferência de patrimônio do substrato principal destinado à garantia do PBS-2 e PAMA, portadas ilegalmente para o Plano Visão Telesp e Visão Prev (Vivo) da Telesp Celular" ("vivo") concedido em quantidade quanto aos itens "a", "b" e "c".

A Telesp Celular através da sua assessoria atuarial elaborou estudo considerando os impactos acima descritos, portanto, a alteração no custeio na forma pleiteada pela Ação Ordinária da ASTEL representa um agravamento nas provisões da Telesp Celular no montante de R\$ 824.

Com base na opinião dos seus advogados e consultores tributários, a Administração acredita que nesse momento não existe risco de pagamento, sendo que em 31 de dezembro de 2005 a probabilidade de perda foi classificada como possível. Demonstramos a seguir a composição da provisão para os planos de aposentadoria de benefícios definidos e plano de assistência médica aos aposentados em 31 de dezembro de 2005 e de 2004, bem como as demais informações requeridas pela Deliberação CVM nº 371 sobre tais planos:

Plano	2005	2004
-------	------	------

PAMA - TCP	225	191
PAMA - TCO	258	167
Total	483	358

**TCO**

1) **Conciliação dos Ativos e Passivos**

	2005			
	TCO Prev (ii)	PAMA (i)	PBS (ii)	PBS-A (i)

Total do passivo atuarial	3.060	759	9.376	6.574
Valor justo dos ativos	(5.993)	(534)	(10.849)	(8.517)
Passivo (ativo) líquido	(2.933)	225	(1.473)	(1.943)

	2004			
	TCO Prev (ii)	PAMA (i)	PBS (ii)	PBS-A (i)

Total do passivo atuarial	3.060	759	9.376	6.574
Valor justo dos ativos	(3.644)	(571)	(9.706)	(7.864)
Passivo (ativo) líquido	(1.919)	191	(1.082)	(1.817)

ii) Refere-se à participação proporcional da Sociedade nos ativos e passivos do plano multipatrocinado - PAMA e PBS-A;

iii) Embora o TCO Prev, PBS-A e PBS-A estejam superavaliados em 31 de dezembro de 2005, nenhum ativo foi reconhecido pela patrocinadora, em virtude da falta de perspectiva para aproveitamento desse superávit.

2) **Movimentação do passivo (ativo) atuarial líquido**

	2005			
	TCO Prev	PAMA	PBS	PBS-A

(Ativo) Passivo líquido em 31.12.04	(1.919)	191	(1.082)	(1.817)
Custo do serviço corrente	445	87	938	654
Contribuição da patrocinadora no exercício	-	(1)	(5)	-
(Ganhos) ou perdas atuariais do exercício	890	(38)	656	396
Rendimentos passivos	(2.349)	(14)	(1.980)	(1.176)
(Ativos) do plano no exercício	(2.933)	(225)	(1.473)	(1.943)

3) **Movimentação do passivo atuarial**

	2005			
	TCO Prev	PAMA	PBS	PBS-A

Passivo atuarial em 31.12.04	1.725	762	8.624	6.047
Custo do serviço corrente	267	3	4	-
Juros sobre o passivo atuarial	178	84	934	654
Benefícios pagos no exercício	(890)	(38)	(642)	(523)
(Ganhos) perdas atuariais do exercício	890	(38)	656	396
Passivo atuarial em 31 de dezembro	3.060	759	9.376	6.574

	2004			
	TCO Prev	PAMA	PBS	PBS-A

Passivo atuarial em 31.12.04	1.725	762	8.624	6.047
Custo do serviço corrente	267	3	4	-
Juros sobre o passivo atuarial	178	84	934	654
Benefícios pagos no exercício	(890)	(38)	(642)	(523)
(Ganhos) perdas atuariais do exercício	890	(38)	656	396
Passivo atuarial em 31 de dezembro	3.060	759	9.376	6.574

	2005			
	TCO Prev	PAMA	PBS	PBS-A

Passivo atuarial em 31.12.04	1.725	762	8.624	6.047
Custo do serviço corrente	267	3	4	-
Juros sobre o passivo atuarial	178	84	934	654
Benefícios pagos no exercício	(890)	(38)	(642)	(523)
(Ganhos) perdas atuariais do exercício	890	(38)	656	396
Passivo atuarial em 31 de dezembro	3.060	759	9.376	6.574

	2004			
	TCO Prev	PAMA	PBS	PBS-A

Passivo atuarial em 31.12.04	1.725	762	8.624	6.047
Custo do serviço corrente	267	3	4	-
Juros sobre o passivo atuarial	178	84	934	654
Benefícios pagos no exercício	(890)	(38)	(642)	(523)
(Ganhos) perdas atuariais do exercício	890	(38)	656	396
Passivo atuarial em 31 de dezembro	3.060	759	9.376	6.574

	2005			
	TCO Prev	PAMA	PBS	PBS-A

Passivo atuarial em 31.12.04	1.725	762	8.624	6.047
Custo do serviço corrente	267	3	4	-
Juros sobre o passivo atuarial	178	84	934	654
Benefícios pagos no exercício	(890)	(38)	(642)	(523)
(Ganhos) perdas atuariais do exercício	890	(38)	656	396
Passivo atuarial em 31 de dezembro	3.060	759	9.376	6.574

	2004			
	TCO Prev	PAMA	PBS	PBS-A

Passivo atuarial em 31.12.04	1.725	762	8.624	6.047
Custo do serviço corrente	267	3	4	-
Juros sobre o passivo atuarial	178	84	934	654
Benefícios pagos no exercício	(890)	(38)	(642)	(523)
(Ganhos) perdas atuariais do exercício	890	(38)	656	396
Passivo atuarial em 31 de dezembro	3.060	759	9.376	6.574

	2005			
	TCO Prev	PAMA	PBS	PBS-A

Passivo atuarial em 31.12.04	1.725	762	8.624	6.047
Custo do serviço corrente	267	3	4	-
Juros sobre o passivo atuarial	178	84	934	654
Benefícios pagos no exercício	(890)	(38)	(642)	(523)
(Ganhos) perdas atuariais do exercício	890	(38)	656	396
Passivo atuarial em 31 de dezembro	3.060	759	9.376	6.574

	2004			
	TCO Prev	PAMA	PBS	PBS-A

Passivo atuarial em 31.12.04	1.725	762	8.624	6.047
Custo do serviço corrente	267	3	4	-
Juros sobre o passivo atuarial	178	84	934	654
Benefícios pagos no exercício	(890)	(38)	(642)	(523)
(Ganhos) perdas atuariais do exercício	890	(38)	656	396
Passivo atuarial em 31 de dezembro	3.060	759	9.376	6.574

	2005			
	TCO Prev	PAMA	PBS	PBS-A

Passivo atuarial em 31.12.04	1.725	762	8.624	6.047
Custo do serviço corrente	267	3	4	-
Juros sobre o passivo atuarial	178	84	934	654
Benefícios pagos no exercício	(890)	(38)	(642)	(523)
(Ganhos) perdas atuariais do exercício	890	(38)	656	396
Passivo atuarial em 31 de dezembro	3.060	759	9.376	6.574

	2004			
	TCO Prev	PAMA	PBS	PBS-A

Passivo atuarial em 31.12.04	1.725	762	8.624	6.047
Custo do serviço corrente	267	3	4	-
Juros sobre o passivo atuarial	178	84	934	654
Benefícios pagos no exercício	(890)	(38)	(642)	(523)
(Ganhos) perdas atuariais do exercício	890	(38)	656	396
Passivo atuarial em 31 de dezembro	3.060	759	9.376	6.574

	2005			
	TCO Prev	PAMA	PBS	PBS-A

Passivo atuarial em 31.12.04	1.725	762	8.624	6.047
Custo do serviço corrente	267	3	4	-
Juros sobre o passivo atuarial	178	84	934	654
Benefícios pagos no exercício	(890)	(38)	(642)	(523)
(Ganhos) perdas atuariais do exercício	890	(38)	656	396
Passivo atuarial em 31 de dezembro	3.060	759	9.376	6.574

	2004			
	TCO Prev	PAMA	PBS	PBS-A

Passivo atuarial em 31.12.04	1.725	762	8.624	6.047
Custo do serviço corrente	267	3	4	-
Juros sobre o passivo atuarial	178	84	934	654
Benefícios pagos no exercício	(890)	(38)	(642)	(523)
(Ganhos) perdas atuariais do exercício	890	(38)	656	396
Passivo atuarial em 31 de dezembro	3.060	759	9.376	6.574

	2005			
	TCO Prev	PAMA	PBS	PBS-A

Passivo atuarial em 31.12.04	1.725	762	8.624	6.047
Custo do serviço corrente	267	3	4	-
Juros sobre o passivo atuarial	178	84	934	654
Benefícios pagos no exercício	(890)	(38)	(642)	(523)
(Ganhos) perdas atuariais do exercício	890	(38)	656	396
Passivo atuarial em 31 de dezembro	3.060	759	9.376	6.574

	2004			
	TCO Prev	PAMA	PBS	PBS-A

Passivo atuarial em 31.12.04	1.725	762	8.624	6.047
Custo do serviço corrente	267	3	4	-
Juros sobre o passivo atuarial	178	84	934	654
Benefícios pagos no exercício	(890)	(38)	(642)	(523)
(Ganhos) perdas atuariais do exercício	890	(38)	656	396
Passivo atuarial em 31 de dezembro	3.060	759	9.376	6.574

	2005			
	TCO Prev	PAMA	PBS	PBS-A

Passivo atuarial em 31.12.04	1.725	762	8.624	6.047
Custo do serviço corrente	267	3	4	-
Juros sobre o passivo atuarial	178	84	934	654
Benefícios pagos no exercício	(890)	(38)	(642)	(523)
(Ganhos) perdas atuariais do exercício	890	(38)	656	396
Passivo atuarial em 31 de dezembro	3.060	759	9.376	6.574

|--|