

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

Rio de Janeiro, Brasil – 25 de julho de 2005 – Tele Sudeste Celular Participações S.A. - TSD (Bovespa: TSEP3 (ON); TSEP4 (PN); NYSE: TSD), anuncia hoje seus resultados consolidados do segundo trimestre de 2005 (2T05). A TSD é a *holding* que detém 100% da Telerj Celular S.A. - Telerj e da Telest Celular S.A. - Telest, operadoras líderes em serviços de telecomunicações móveis no Rio de Janeiro e no Espírito Santo, respectivamente. Ela presta serviço numa área que representa aproximadamente 1% do território brasileiro, cuja população representa cerca de 10% da população brasileira.

DESTAQUES

R\$ milhões	2 T 05	1 T 05	Δ%	2 T 04	Δ%
Receita Operacional Líquida	521,0	476,1	9,4%	469,0	11,1%
Receita líquida dos serviços	417,7	421,9	-1,0%	388,3	7,6%
Receita líquida de vendas de mercadorias	103,3	54,2	90,6%	80,7	28,0%
Total dos Custos Operacionais	(430,8)	(323,7)	33,1%	(340,2)	26,6%
EBITDA	90,2	152,4	-40,8%	128,8	-30,0%
Margem EBITDA (%)	17,3%	32,0%	-14,7 p.p.	27,5%	-10,2 p.p.
Depreciação e Amortização	(86,3)	(90,0)	-4,1%	(94,2)	-8,4%
EBIT	3,9	62,4	-93,8%	34,6	-88,7%
Resultado do Período	4,1	40,7	-89,9%	25,6	-84,0%
Lucro por ação (R\$ por ação)	0,05	0,45	-89,9%	0,29	-84,0%
Lucro por ADR (R\$)	0,05	0,45	-89,9%	0,29	-84,0%
N.º de ações (milhões)	89,8	89,8	-	89,8	-
Investimentos	58,2	56,8	2,5%	12,2	377,0%
Investimento como % da receita líquida	11,2%	11,9%	-0,8 p.p.	2,6%	8,6 p.p.
Fluxo de Caixa Operacional	32,0	95,6	-66,5%	116,6	-72,6%
Clientes	4.665	4.424	5,4%	3.924	18,9%
Adições Líquidas	241	47	412,8%	150	60,7%

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



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

**HIGHLIGHTS
2T05**

- **Acirrada competição e intensa atividade comercial** durante o 2T05, com destaque para as campanhas do dia das mães e do dia dos namorados.
- Na comparação ano a ano, a **base de clientes pós pago** aumentou 21,9% frente ao 2T04, enquanto a **base de clientes** da TSD cresceu 18,9% no mesmo período alcançando 4.665 mil clientes.
- O crescimento das **adições líquidas do pós pago** no 2T05 em relação ao mesmo período do ano anterior demonstra o êxito das campanhas comerciais.
- **Churn** de 2,3%, com redução de 0,7 p.p. em relação ao 2T04, evidenciando o resultado das campanhas de retenção de clientes.
- Novo aumento do **MOU pós pago** de 1,6% em relação aos registrados no 1T05. Em relação ao 2T04, o aumento foi de 3,7%.
- Incremento da **receita de serviços** de 7,6%, quando comparada com o 2T04.
- As **receitas de dados** aumentaram 159,4% em relação ao 2T04, alcançando 4,9% da receita líquida de serviços no 2T05.
- Lançamento do **VIVO Play 3G**, serviço baseado em tecnologia de 3ª Geração que oferece acesso no celular a conteúdos multimídia, reafirmando a **Liderança** absoluta em inovação e diversidade de serviços lançados. Sucesso na estratégia de **diferenciação** frente a competição com serviços inovadores.
- **EBITDA** acumulado no ano de R\$ 242,6 milhões, representando uma margem de 24,3% no semestre.
- **100% de cobertura** dos municípios da sua área de atuação com a tecnologia digital CDMA 1xRTT e uso da tecnologia CDMA2000 1xEV-DO na cidade do Rio de Janeiro.



VIVO

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

Política de Qualidade

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

Canais de Distribuição

Em 30 de junho de 2005, a TSD possuía 54 pontos de venda próprios, além de contar com uma eficiente rede de credenciados, exclusivos ou não, com cerca de 912 pontos de atendimento, capacitadas para comercializar serviços e aparelhos, colocando a Companhia também na liderança em número de canais de distribuição.

Inovações Tecnológicas

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

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

Base para Apresentação Dos Resultados

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

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

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



DESEMPENHO OPERACIONAL CONSOLIDADO - TSD

	2 T 05	1 T 05	Δ%	2 T 04	Δ%
Total de assinantes (mil)	4.665	4.424	5,4%	3.924	18,9%
Pós Pago	1.384	1.308	5,8%	1.135	21,9%
Pré Pago	3.281	3.116	5,3%	2.789	17,6%
Market Share (*)	45,9%	47,3%	-1,4 p.p.	48,7%	-2,8 p.p.
Adições líquidas (mil)	241	47	412,8%	150	60,7%
Pós Pago	76	49	55,1%	(13)	n.d.
Pré Pago	165	(2)	n.d.	163	1,2%
Market Share de adições líquidas (*)	29,7%	26,5%	3,2 p.p.	39,8%	-10,1 p.p.
Penetração do mercado (*)	54,2%	50,0%	4,2 p.p.	44,0%	10,2 p.p.
SAC (R\$)	207	152	36,2%	136	52,2%
Churn mensal	2,3%	2,1%	0,2 p.p.	3,0%	-0,7 p.p.
ARPU (em R\$/mês)	30,5	32,0	-4,7%	33,7	-9,5%
Pós Pago	65,8	69,9	-5,9%	72,9	-9,7%
Pré Pago	14,6	15,7	-7,0%	16,2	-9,9%
MOU Total (minutos)	92	95	-3,2%	97	-5,2%
Pós Pago	195	192	1,6%	188	3,7%
Pré Pago	48	54	-11,1%	56	-14,3%
Empregados	1.132	1.191	-5,0%	1.608	-29,6%
Produtividade (cliente/empregado)	4.121	3.715	10,9%	2.440	68,9%

(*) fonte Anatel

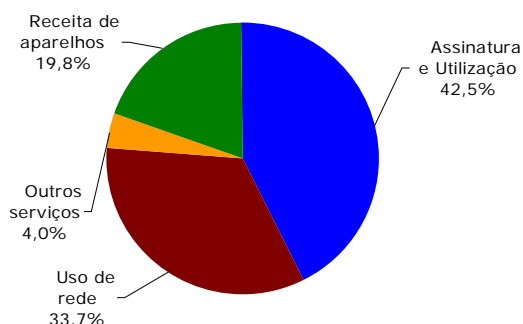
- Destques Operacionais**
- Manutenção da liderança com o aumento da **base de clientes** de 18,9% comparado com o 2T04 atingindo 4.665 mil clientes. É importante destacar ainda os critérios de apuração conservadores da organização.
 - Mesmo levando-se em conta o ambiente competitivo que conta com 4 operadoras, a TSD teve uma participação de 29,7% nas **adições líquidas**.
 - O **SAC** sofreu incremento de 36,2% comparado com o 1T05, decorrente dos esforços de retenção de clientes e da intensa atividade comercial no período, o qual registrou uma redução das “barreiras de entrada” durante as promoções do dia das mães e do dia dos namorados.
 - O **churn** de 2,3% apresentou redução de 0,7 ponto percentual comparado com o 2T04, mesmo operando numa área de acirrada competição, inclusive no segmento de alto valor, resultado das práticas comerciais adotadas, como por exemplo, a oferta de diversos planos para atender e fidelizar os clientes.
 - O **blended ARPU** no valor de R\$ 30,5 apresentou uma redução de 4,7% em relação ao 1T05, motivada pelas promoções praticadas durante o trimestre, dos efeitos dos programas de adequação de perfil (*right planning*) efetivados na base pós pago e pela queda do ARPU entrante, entre outros fatores. A citada variação com relação ao 1T05 é menor que a variação ano a ano de 9,5%, motivada pelos efeitos mencionados acima e também impactado pela mudança na composição do mix de clientes, migração do tráfego entrante de fixo-móvel para móvel-móvel e pelo efeito *Bill & Keep* parcial.
 - O **MOU pós pago** registrou incremento de 3,7% e 1,6% em relação aos registrados no 2T04 e 1T05, respectivamente, refletindo o aumento do MOU sainte pós pago, que foi motivado em grande parte pelas campanhas comerciais, e deve-se considerar também os efeitos da migração do trafego fixo-móvel para o móvel-móvel. Vale lembrar que o MOU pré pago, é impactado pela redução do trafego entrante fixo-móvel.
 - A crescente melhora na eficiência da operação, pode ser medida pelo aumento da **produtividade** no 2T05 de 68,9% e de 10,9% em relação ao 2T04 e 1T05, respectivamente, devido à contínua busca de sinergias, integração e racionalização organizacionais e de processos.



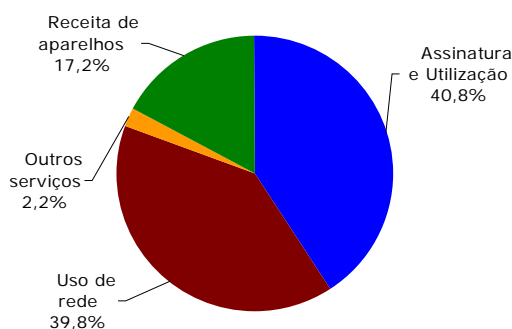
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA - TSD

R\$ milhões	Legislação Societária					Acumulado em:		
	2 T 05	1 T 05	Δ%	2 T 04	Δ%	2005	2004	Δ%
Assinatura e Utilização	221,0	220,3	0,3%	191,3	15,5%	441,3	388,3	13,6%
Uso de rede	175,7	184,3	-4,7%	186,5	-5,8%	360,0	374,7	-3,9%
Outros serviços	21,0	17,3	21,4%	10,5	100,0%	38,3	20,9	83,3%
Receita de serviços de telecom.	417,7	421,9	-1,0%	388,3	7,6%	839,6	783,9	7,1%
Venda de aparelhos celulares	103,3	54,2	90,6%	80,7	28,0%	157,5	133,8	17,7%
Receita líquida total	521,0	476,1	9,4%	469,0	11,1%	997,1	917,7	8,7%

Composição Receitas Operacionais 2T05



Composição Receitas Operacionais 2T04



Receita Líquida de Serviços

Crescimento da receita líquida de serviços de 7,6% em comparação ao 2T04, alcançando R\$ 417,7 milhões. Esse crescimento é causado em grande parte pela maior utilização dos serviços de dados, mas parcialmente compensados pelos efeitos do *right planning* e pelo fato de que o aumento da VU-M foi efetivado apenas no mês de junho além de não ter sido adotado por todas as operadoras fixas. Nota-se que os números do 2T04 consideram o aumento da tarifa de interconexão em todo o período.

Destaca-se o aumento de 15,5% no item “receita de assinatura e utilização”, quando comparado com o 2T04, devido ao incremento no tráfego sainte total, que foi parcialmente compensado por uma redução na receita de tráfego entrante, em função do deslocamento de tráfego fixo-móvel, para móvel-móvel, com conseqüente queda na receita de interconexão e efeito *Bill & Keep* parcial.

As receitas de dados aumentaram 159,4%, na comparação ano a ano, alcançando 4,9% da receita líquida de serviços no 2T05 (2,0% no 2T04). Este incremento continua ocorrendo em função da popularização do acesso e uso das ferramentas, além dos diversos lançamentos de serviços e o aumento da base habilitada. No 2T05, o SMS representou 57,2% da receita de dados. A média mensal de envio de SMS no trimestre foi acima de 18 milhões, superando em mais de 78,4% o registrado no mesmo período do ano anterior.

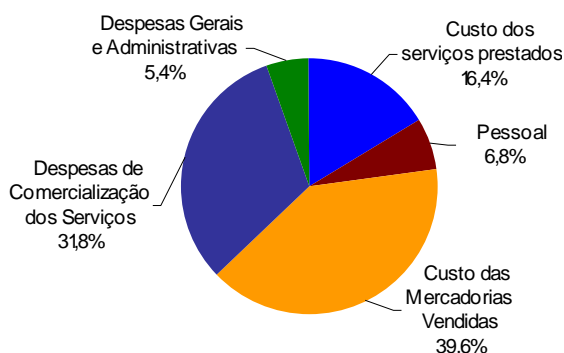
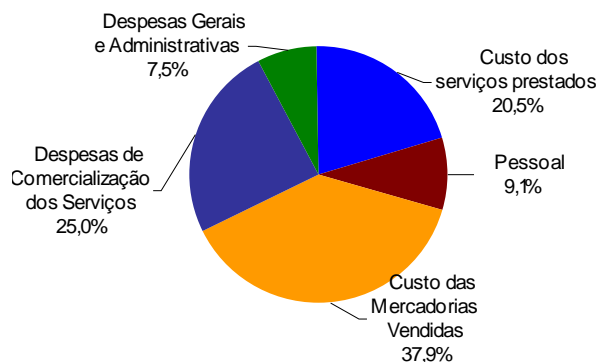
O jogo interativo “VIVO em Ação 2”, encerrado em maio de 2005, após a conclusão de 5 episódios, reuniu mais de 1,5 milhão de cadastrados. O jogo também cumpriu seus objetivos por conseguir fidelizar os usuários no desenrolar do enredo e incentivou-os a conhecer outros serviços da VIVO, tais como Portal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



CUSTOS OPERACIONAIS - TSD

Legislação Societária

R\$ milhões	2 T 05	1 T 05	Δ%	2 T 04	Δ%	Acumulado em:		
						2005	2004	Δ%
Pessoal	(29,4)	(28,0)	5,0%	(30,4)	-3,3%	(57,4)	(57,7)	-0,5%
Custo dos serviços prestados	(71,1)	(84,8)	-16,2%	(67,9)	4,7%	(155,9)	(134,9)	15,6%
Meios de conexão	(10,9)	(31,3)	-65,2%	(14,0)	-22,1%	(42,2)	(28,6)	47,6%
Interconexão	(12,6)	(12,1)	4,1%	(14,1)	-10,6%	(24,7)	(28,7)	-13,9%
Aluguéis/Seguros/Condomínios	(14,7)	(9,8)	50,0%	(14,4)	2,1%	(24,5)	(25,0)	-2,0%
Fistel e outras taxas e contribuições	(19,5)	(18,7)	4,3%	(13,5)	44,4%	(38,2)	(30,9)	23,6%
Serviços de terceiros	(12,4)	(12,9)	-3,9%	(11,7)	6,0%	(25,3)	(21,4)	18,2%
Outros	(1,0)	0,0	n.d.	(0,2)	400,0%	(1,0)	(0,3)	233,3%
Custo de mercadorias vendidas	(172,5)	(86,0)	100,6%	(126,1)	36,8%	(258,5)	(206,8)	25,0%
Comercialização dos serviços	(138,2)	(102,0)	35,5%	(83,2)	66,1%	(240,2)	(161,3)	48,9%
Provisão para devedores duvidosos	(4,2)	(9,4)	-55,3%	(8,4)	-50,0%	(13,6)	(19,8)	-31,3%
Serviços de terceiros	(130,1)	(84,3)	54,3%	(69,0)	88,6%	(214,4)	(131,9)	62,5%
Outros	(3,9)	(8,3)	-53,0%	(5,8)	-32,8%	(12,2)	(9,6)	27,1%
Despesas gerais e administrativas	(23,5)	(25,3)	-7,1%	(24,9)	-5,6%	(48,8)	(50,5)	-3,4%
Outras receitas (despesas) operacionais	3,9	2,4	62,5%	(7,7)	n.d.	6,3	(9,0)	n.d.
Total dos custos antes deprec./amort.	(430,8)	(323,7)	33,1%	(340,2)	26,6%	(754,5)	(620,2)	21,7%
Depreciação e amortização	(86,3)	(90,0)	-4,1%	(94,2)	-8,4%	(176,3)	(203,8)	-13,5%
Total dos custos operacionais	(517,1)	(413,7)	25,0%	(434,4)	19,0%	(930,8)	(824,0)	13,0%

Composição Custos Operacionais
2T05Composição Custos Operacionais
2T04

Custo de Pessoal A redução nos custos de pessoal no acumulado de 2005 em comparação com o mesmo período de 2004 é decorrente, principalmente, da adequação do quadro de pessoal, compensado parcialmente pelo aumento de salários referente ao acordo coletivo. A variação de 5,0% positiva entre o 2T05 e o 1T05 é consequência, especialmente, das campanhas de incentivo para a área de vendas e investimento em treinamento.

Custo dos Serviços Prestados Redução de 16,2% no custo dos serviços prestados no 2T05, basicamente em função do efeito não recorrente nos custos de meios de conexão registrado no 1T05, parcialmente compensados pelo aumento dos custos com aluguéis, seguros e condomínios causado pela maior atividade comercial.



**Custo das
Mercadorias
Vendidas**

O aumento no custo das mercadorias vendidas da Companhia registrado no 2T05 em comparação com o 1T05 é devido a intensa atividade comercial do período com destaque para as campanhas comerciais que elevaram o número de ativações (adições brutas aumentaram 71,1%) e para os esforços dedicados a clientes de alta e média gama.

**Comercialização
dos Serviços**

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

No 2T05, a despesa com comercialização dos serviços aumentou 35,5% em relação ao 2T04, motivada pela forte atividade comercial e conseqüente incremento nos gastos com serviços de terceiros, especialmente nas despesas associadas a publicidade e comissões.

No período, a provisão para devedores duvidosos ficou em 0,5% sobre a receita bruta, inferior ao apurado ao mesmo período do ano anterior (1,3%), refletindo uma sensível melhora nas ações de cobrança.

EBITDA

Nos primeiros seis meses do ano, o EBITDA (lucro antes do juros, impostos, depreciações e amortizações) foi de R\$ 242,6 milhões, com margem de 24,3%.

Considerando a forte concorrência enfrentada no período e a intensa atividade comercial, o EBITDA registrou R\$ 90,2 milhões, com margem de 17,3% no 2T05.

**Depreciação e
Amortização**

No 2T05, a depreciação e amortização tiveram um recuo de 8,4% e 4,1% em comparação ao 2T04 e 1T05 respectivamente, em função do término do período de depreciação de equipamentos.



RECEITAS (DESPESAS) FINANCEIRAS - TSD

R\$ milhões	Legislação Societária					Acumulado em:		
	2 T 05	1 T 05	Δ%	2 T 04	Δ%	2005	2004	Δ%
Receitas Financeiras	30,8	17,3	78,0%	18,9	63,0%	48,1	40,1	20,0%
Variação cambial	11,0	1,2	816,7%	1,5	633,3%	12,2	3,8	221,1%
Outras receitas financeiras	19,7	16,2	21,6%	20,8	-5,3%	35,9	41,5	-13,5%
(-) Pis/Cofins sobre receitas financeiras	0,1	(0,1)	n.d.	(3,4)	n.d.	0,0	(5,2)	n.d.
Despesas Financeiras	(28,5)	(16,1)	77,0%	(14,8)	92,6%	(44,6)	(34,3)	30,0%
Variação cambial	(0,6)	(4,6)	-87,0%	(19,9)	-97,0%	(5,2)	(24,0)	-78,3%
Outras despesas financeiras	(7,4)	(6,9)	7,2%	(9,4)	-21,3%	(14,3)	(19,4)	-26,3%
Perdas/Ganhos com derivativos	(20,5)	(4,6)	345,7%	14,5	n.d.	(25,1)	9,1	n.d.
Receitas (Despesas) Financeiras Líquidas	2,3	1,2	91,7%	4,1	-43,9%	3,5	5,8	-39,7%

**Receitas
(Despesas)
Financeiras**

O resultado financeiro líquido no 2T05 foi melhor em R\$ 1,1 milhão quando comparado ao 1T05, principalmente devido à elevação da taxa de juros no período (4,18% no 1T05 e 4,56% no 2T05) que impactou positivamente na posição líquida de caixa.

Lucro Líquido

O resultado do trimestre apresentou um lucro líquido de R\$ 4,1 milhões.



EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS - TSD

	30/jun/05	31/mar/05
	Denominado em US\$	
Credores (R\$ milhões)		
Instituições financeiras	37,1	41,6
Fornecedores	3,7	8,5
Total	40,8	50,1
Taxas do câmbio utilizadas	2,3504	2,6662

ENDIVIDAMENTO LÍQUIDO - TSD

	30/jun/05	31/mar/05
Curto Prazo	40,8	50,1
Total do endividamento	40,8	50,1
Disponibilidades	(322,1)	(244,0)
Derivativos	9,2	7,6
Dívida Líquida	(272,1)	(186,3)

Endividamento

Em 30 de junho de 2005, a dívida com empréstimos e financiamentos da TSD somava R\$ 40,8 milhões (R\$ 50,1 milhões em 31 de março de 2005), sendo 100% denominada em dólar norte-americano. A Companhia faz contratos de derivativos (*hedge* cambial) para proteger 100% de sua dívida contra a volatilidade do câmbio. Este endividamento foi compensado pelos recursos disponíveis em caixa e aplicações financeiras (R\$ 322,1 milhões) e por ativos e passivos de derivativos (R\$ 9,2 milhões a pagar), resultando numa posição líquida de caixa de R\$ 272,1 milhões, elevação de 46,1%, quando comparado com março de 2005.

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

CAPEX - TSD

	2 T 05	1 T 05	2 T 04	Acumulado	
				2005	2004
Rede	38,4	34,5	0,5	72,9	7,5
Tecnologia/Sist. Informação	3,0	1,7	0,0	4,7	0,0
Outros	16,8	20,6	11,7	37,4	22,5
Total	58,2	56,8	12,2	115,0	30,0
Percentual da Receita Líquida	11,2%	11,9%	2,6%	11,5%	3,3%

Investimentos (Capex)

Os investimentos realizados no trimestre de R\$ 58,2 milhões devem-se fundamentalmente aos seguintes fatores: (i) sistemas de informações, especialmente o de *customer care*; e (ii) manutenção da qualidade e expansão da cobertura para atender o crescimento da base de clientes.

Fluxo de Caixa Operacional

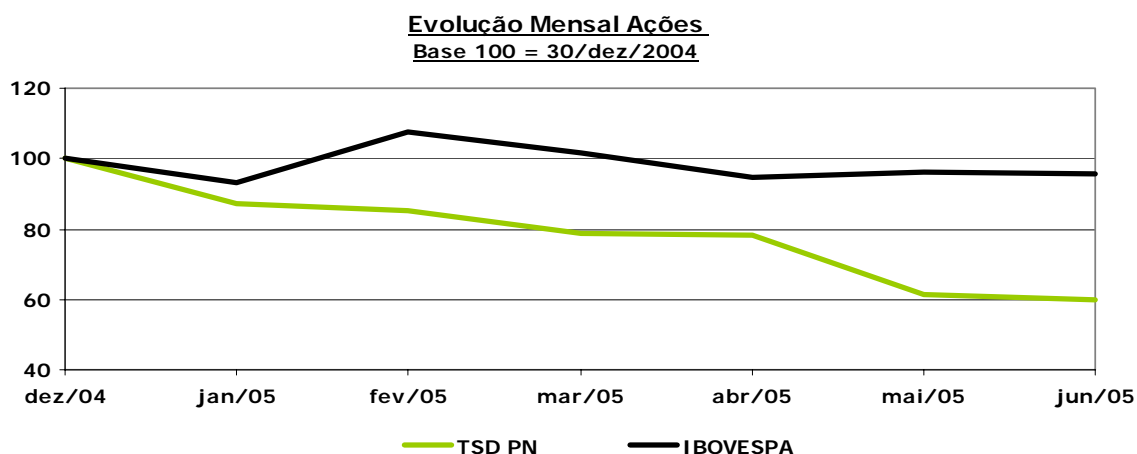
O fluxo de caixa operacional positivo, no acumulado do ano, evidencia que a TSD pelas operações gera recursos suficientes para realizar seu programa de investimento de capital, alcançando R\$ 32,0 milhões no 2T05.



Mercado de Capitais

Durante o 2T05, as ações ordinárias (ON) e preferenciais (PN) da TSD desvalorizaram 17,4% e 24,2%, respectivamente, enquanto o índice Bovespa obteve recuo de 5,9%. Ao final do 2T05, as ações ON e PN fecharam cotadas, em R\$ 18,00 e R\$ 18,80 respectivamente.

Os ADRs nível II da TSD apresentaram uma queda de 11,2% durante o trimestre, ante uma desvalorização de 2,2% no índice *Dow Jones*. Os ADRs da TSD encerraram cotados em US\$ 7,90.

**Grupamento de Ações**

A Companhia finalizou em junho a operação de Grupamento de Ações na proporção de 5.000 (cinco mil) ações para 1 (uma) ação da respectiva espécie aprovado em Assembléia Geral Extraordinária. Após tal operação, a TSD passou a ser negociada na Bolsa de Valores de São Paulo por ação e não mais por lote de mil ações. Desta forma, a nova composição do capital social da Companhia ficou sendo de 89.801.999 ações nominativas escriturais, sem valor nominal, sendo deste total, 37.886.992 ações ordinárias e 51.915.007 ações preferenciais.

Aumento de Capital O Conselho de Administração da TSD aprovou em 28 de junho de 2005, o aumento de capital social em decorrência de processo de reestruturação societária, ocorrida em três fases durante o período de outubro a novembro de 2000, envolvendo a sociedade e suas controladas e controladoras. A amortização do ágio resultante do processo de reestruturação societária resultou em 2004 em benefício fiscal de R\$ 36.485.465,92 (trinta e seis milhões, quatrocentos e oitenta e cinco mil, quatrocentos e sessenta e cinco reais e noventa e dois centavos), com emissão de 2.029.225 novas ações ordinárias, garantido o direito de preferência previsto no artigo 171 da Lei nº 6.404/76, sendo que os recursos decorrentes de eventuais exercícios do direito de preferência deverão ser creditados às sociedades Sudestecel Participações Ltda. e Tagilo Participações Ltda. O valor de emissão de R\$ 17,98 (dezessete reais e noventa e oito centavos) por ação ordinária corresponde a 90% da média ponderada das cotações do mercado principal dos 30 pregões da Bovespa, compreendidos entre 16 de maio de 2005 a 27 de junho de 2005, inclusive. O prazo para exercício do direito de preferência é de 29 de junho de 2005 a 28 de julho de 2005.



Responsabilidade Social

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

Principais Premiações, Reconhecimentos e Eventos

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



BALANÇO PATRIMONIAL - TSD

R\$ milhões

ATIVO	30/jun/05	31/mar/05
Circulante	1.357,7	1.246,4
Caixa e bancos	6,8	6,2
Aplicações financeiras	315,3	237,8
Contas a receber, líquida	450,2	410,5
Estoques	86,3	93,2
Adiantamento a fornecedores	3,1	6,1
Tributos diferidos e a recuperar	355,1	330,4
Operações com derivativos	0,0	1,3
Despesas Antecipadas	63,7	81,3
Outros ativos	77,2	79,6
Realizável a Longo Prazo	265,7	248,4
Tributos diferidos e a recuperar	241,5	226,0
Despesas Antecipadas	15,1	13,3
Outros ativos	9,1	9,1
Permanente	1.200,0	1.229,9
Investimentos	0,5	0,5
Imobilizado	1.197,6	1.227,4
Diferido	1,9	2,0
Total do Ativo	2.823,4	2.724,7
PASSIVO		
Circulante	758,3	663,1
Pessoal, Encargos e Benefícios Sociais	23,9	25,5
Fornecedores e Consignações	428,9	383,7
Impostos, taxas e contribuições	70,4	52,7
Juros sobre o capital próprio	37,3	37,7
Empréstimos e financiamento	40,8	50,1
Provisão para contingências	67,1	59,5
Operações com derivativos	9,2	8,9
Outras obrigações	80,7	45,0
Exigível a Longo Prazo	49,4	50,0
Provisão para contingências	24,7	25,5
Outras obrigações	24,7	24,5
Patrimônio Líquido	2.015,6	2.011,5
Recursos Capitalizáveis	0,1	0,1
Total do Passivo	2.823,4	2.724,7



DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO - TSD

R\$ milhões	Legislação Societária						Acumulado em:		
	2 T 05	1 T 05	Δ%	2 T 04	Δ%	2005	2004	Δ%	
	Receita bruta	775,9	694,4	11,7%	643,5	20,6%	1.470,3	1.256,9	17,0%
Receita de serviços	573,4	573,6	0,0%	506,0	13,3%	1.147,0	1.028,1	11,6%	
Deduções - Impostos e outros	(155,7)	(151,7)	2,6%	(117,7)	32,3%	(307,4)	(244,2)	25,9%	
Receita de aparelhos	202,5	120,8	67,6%	137,5	47,3%	323,3	228,8	41,3%	
Deduções - Impostos e outros	(99,2)	(66,6)	48,9%	(56,8)	74,6%	(165,8)	(95,0)	74,5%	
Receita Líquida	521,0	476,1	9,4%	469,0	11,1%	997,1	917,7	8,7%	
Receita de serviços	417,7	421,9	-1,0%	388,3	7,6%	839,6	783,9	7,1%	
Assinatura e Utilização	221,0	220,3	0,3%	191,3	15,5%	441,3	388,3	13,6%	
Uso de rede	175,7	184,3	-4,7%	186,5	-5,8%	360,0	374,7	-3,9%	
Outros serviços	21,0	17,3	21,4%	10,5	100,0%	38,3	20,9	83,3%	
Receita de aparelhos	103,3	54,2	90,6%	80,7	28,0%	157,5	133,8	17,7%	
Custos Operacionais	(430,8)	(323,7)	33,1%	(340,2)	26,6%	(754,5)	(620,2)	21,7%	
Pessoal	(29,4)	(28,0)	5,0%	(30,4)	-3,3%	(57,4)	(57,7)	-0,5%	
Custo dos serviços prestados	(71,1)	(84,8)	-16,2%	(67,9)	4,7%	(155,9)	(134,9)	15,6%	
Meios de conexão	(10,9)	(31,3)	-65,2%	(14,0)	-22,1%	(42,2)	(28,6)	47,6%	
Interconexão	(12,6)	(12,1)	4,1%	(14,1)	-10,6%	(24,7)	(28,7)	-13,9%	
Aluguéis/Seguros/Condomínios	(14,7)	(9,8)	50,0%	(14,4)	2,1%	(24,5)	(25,0)	-2,0%	
Fistel e outras taxas e contribuições	(19,5)	(18,7)	4,3%	(13,5)	44,4%	(38,2)	(30,9)	23,6%	
Serviços de terceiros	(12,4)	(12,9)	-3,9%	(11,7)	6,0%	(25,3)	(21,4)	18,2%	
Outros	(1,0)	-	n.d.	(0,2)	400,0%	(1,0)	(0,3)	233,3%	
Custo das Mercadorias Vendidas	(172,5)	(86,0)	100,6%	(126,1)	36,8%	(258,5)	(206,8)	25,0%	
Despesas de Comercialização dos Serviços	(138,2)	(102,0)	35,5%	(83,2)	66,1%	(240,2)	(161,3)	48,9%	
Provisão para devedores duvidosos	(4,2)	(9,4)	-55,3%	(8,4)	-50,0%	(13,6)	(19,8)	-31,3%	
Serviços de terceiros	(130,1)	(84,3)	54,3%	(69,0)	88,6%	(214,4)	(131,9)	62,5%	
Outros	(3,9)	(8,3)	-53,0%	(5,8)	-32,8%	(12,2)	(9,6)	27,1%	
Despesas Gerais e Administrativas	(23,5)	(25,3)	-7,1%	(24,9)	-5,6%	(48,8)	(50,5)	-3,4%	
Outras receitas (despesas) operacionais	3,9	2,4	62,5%	(7,7)	n.d.	6,3	(9,0)	n.d.	
EBITDA	90,2	152,4	-40,8%	128,8	-30,0%	242,6	297,5	-18,5%	
Margem EBITDA %	17,3%	32,0%	-14,7 p.p.	27,5%	-10,2 p.p.	24,3%	32,4%	-8,1 p.p.	
Depreciação e Amortizações	(86,3)	(90,0)	-4,1%	(94,2)	-8,4%	(176,3)	(203,8)	-13,5%	
EBIT	3,9	62,4	-93,8%	34,6	-88,7%	66,3	93,7	-29,2%	
Resultado financeiro líquido	2,3	1,2	91,7%	4,1	-43,9%	3,5	5,8	-39,7%	
Receitas Financeiras	30,8	17,3	78,0%	18,9	63,0%	48,1	40,1	20,0%	
Variação cambial	11,0	1,2	816,7%	1,5	633,3%	12,2	3,8	221,1%	
Outras receitas financeiras	19,7	16,2	21,6%	20,8	-5,3%	35,9	41,5	-13,5%	
(-) Pis/Cofins sobre receitas financeiras	0,1	(0,1)	n.d.	(3,4)	n.d.	-	(5,2)	n.d.	
Despesas Financeiras	(28,5)	(16,1)	77,0%	(14,8)	92,6%	(44,6)	(34,3)	30,0%	
Variação cambial	(0,6)	(4,6)	-87,0%	(19,9)	-97,0%	(5,2)	(24,0)	-78,3%	
Outras despesas financeiras	(7,4)	(6,9)	7,2%	(9,4)	-21,3%	(14,3)	(19,4)	-26,3%	
Perdas/Ganhos com derivativos	(20,5)	(4,6)	345,7%	14,5	n.d.	(25,1)	9,1	n.d.	
Receitas/despesas não operacionais	0,2	0,2	0,0%	0,1	100,0%	0,4	(0,1)	n.d.	
Impostos	(2,3)	(23,1)	-90,0%	(13,2)	-82,6%	(25,4)	(36,0)	-29,4%	
Resultado do período	4,1	40,7	-89,9%	25,6	-84,0%	44,8	63,4	-29,3%	



VIVO – Relações com Investidores

Charles E. Allen
Ana Beatriz Batalha
Antonio Sergio M. Botega
Carlos Alberto B. Lazar
Janaina São Felício

Mara Boaventura Dias
Maria Ednéia Pinto
Pedro Gomes de Souza

Telefone: +55 11 5105-1172
Email: ri@vivo.com.br

Informações disponíveis no website: <http://www.vivo.com.br/ri>

O presente relatório de desempenho de imprensa contém previsões acerca de eventos futuros. Tais previsões não constituem fatos ocorridos no passado e refletem apenas expectativas dos administradores da Companhia. Os termos “antecipa”, “acredita”, “estima”, “espera”, “prevê”, “pretende”, “planeja”, “projeta”, “objetiva”, bem como outros termos similares, visam identificar tais previsões as quais evidentemente envolvem riscos ou incertezas previstas ou não pela Companhia. Portanto, os resultados futuros das operações da Companhia podem diferir das atuais expectativas e o leitor não deve se basear exclusivamente nas posições aqui realizadas. Estas previsões emitem a opinião unicamente na data em que são feitas e a Companhia não se obriga a atualizá-las à luz de novas informações ou de seus desdobramentos futuros.



GLOSSÁRIO

Termos Financeiros:

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

Tecnologia e Serviços

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

Indicadores operacionais:

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

