

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

Brasília – Brasil, 25 de julho de 2005 – Tele Centro Oeste Celular Participações S.A. – TCO (Bovespa: TCOC3 (ON) / TCOC4 (PN); NYSE: TRO) anuncia hoje seus resultados consolidados do segundo trimestre de 2005 (2T05). A TCO atua no Distrito Federal e em onze estados brasileiros, Acre, Amazonas, Amapá, Goiás, Maranhão, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Pará, Rondônia, Roraima e Tocantins, em 5,8 milhões de km² com 32,5 milhões de habitantes, representando aproximadamente 18% da população brasileira.

DESTAQUES

R\$ milhões	2 T 05	1 T 05	Δ%	2 T 04	Δ%
Receita Operacional Líquida	599,4	523,1	14,6%	561,0	6,8%
Receita líquida dos serviços	498,4	465,1	7,2%	472,7	5,4%
Receita líquida de vendas de mercadorias	101,0	58,0	74,1%	88,3	14,4%
Total dos Custos Operacionais	(470,8)	(301,7)	56,0%	(316,4)	48,8%
EBITDA	128,6	221,4	-41,9%	244,4	-47,4%
Margem EBITDA (%)	21,5%	42,3%	-20,8 p.p.	43,6%	-22,1 p.p.
Depreciação e Amortização	(64,1)	(60,5)	6,0%	(49,2)	30,3%
EBIT	64,5	160,9	-59,9%	195,2	-67,0%
Resultado do Período	61,6	121,8	-49,4%	137,0	-55,0%
Lucro por ação (R\$ por ação)	0,48	0,94	-49,4%	1,06	-55,0%
Lucro por ADR (R\$)	0,48	0,94	-49,4%	1,06	-55,0%
N.º de ações (milhões)	128,9	128,9	-	128,9	-
Investimentos	85,3	82,7	3,1%	106,2	-19,7%
Investimento como % da receita líquida	14,2%	15,8%	-1,6 p.p.	18,9%	-4,7 p.p.
Fluxo de Caixa Operacional	43,3	138,7	-68,8%	138,2	-68,7%
Clientes	6.486	6.047	7,3%	4.901	32,3%
Adições Líquidas	438	227	93,0%	449	-2,4%

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



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.
- A **base de clientes** da TCO aumentou 32,3% quando comparado ao 2T04, alcançando 6.486 mil clientes, com **crescimento do pós pago** de 3,5% e 3,1% em relação ao 2T04 e 1T05, respectivamente.
- Liderança de mercado com um **market share** de 49,0% e uma participação das **adições líquidas** de 36,7% no 2T05, num mercado que conta com 4 operadoras em todas as regiões.
- **Churn** mensal em 1,5% decresceu 0,5 ponto percentual comparado com o 2T04, demonstrando o resultado das campanhas de retenção de clientes.
- **ARPU blended** de R\$ 26,4, foi 0,8% superior ao 1T05. O **ARPU pós pago** apresentou elevação de 4,8%, na mesma comparação.
- **MOU pós pago** cresceu 3,9% no 2T05 comparado com o 1T05, refletido na elevação do ARPU pós pago.
- Aumento da **receita líquida de serviços** de 9,9% na comparação entre os acumulados de 2005 e 2004. Em relação ao 1T05, o incremento foi de 7,2%.
- Crescimento das **receitas de dados** de 40,0%, frente ao 2T04, representando 5,6% da receita líquida de serviços no 2T05, demonstrando o sucesso no lançamento de novos serviços.
- Lançamento do **VIVO Play 3G**, serviço baseado em tecnologia de 3ª Geração que oferece acesso no celular a conteúdos multimídia, consolidando a **Liderança** absoluta em inovação e diversidade de serviços lançados. Sucesso na estratégia de **diferenciação** frente a competição com serviços inovadores.
- **EBITDA** acumulado no ano de R\$ 350,0 milhões, representando uma margem de 31,2% no semestre.
- Aumento do **resultado financeiro líquido** em relação ao 2T04 de 113,6%, alcançando R\$ 29,9 milhões.



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 TCO possuía 69 pontos de venda próprios, além de contar com uma eficiente rede de credenciados, exclusivos ou não, com cerca de 1.821 pontos de atendimento, capacitados para comercializar serviços e aparelhos, colocando a Companhia também na liderança em número de canais de distribuição.

Inovações Tecnológicas

A VIVO 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 cliques, 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 - TCO

	2 T 05	1 T 05	Δ%	2 T 04	Δ%
Total de assinantes (mil)	6.486	6.047	7,3%	4.901	32,3%
Pós Pago	978	949	3,1%	945	3,5%
Pré Pago	5.508	5.098	8,0%	3.956	39,2%
Market Share (*)	49,0%	50,2%	-1,2 p.p.	55,0%	-6,0 p.p.
Adições líquidas (mil)	438	227	93,0%	449	-2,4%
Pós Pago	28	4	600,0%	(9)	nd
Pré Pago	410	223	83,9%	458	-10,5%
Market Share de adições líquidas (*)	36,7%	32,0%	4,7 p.p.	48,7%	-12,0 p.p.
Penetração do mercado (*)	39,3%	35,9%	3,4 p.p.	27,4%	11,9 p.p.
SAC (R\$)	158	114	38,6%	95	66,3%
Churn mensal	1,5%	1,3%	0,3 p.p.	2,0%	-0,5 p.p.
ARPU (em R\$/mês)	26,4	26,2	0,8%	33,7	-21,7%
Pós Pago	80,3	76,6	4,8%	86,9	-7,6%
Pré Pago	14,1	14,6	-3,4%	18,3	-23,0%
MOU Total (minutos)	74	79	-6,3%	91	-18,7%
Pós Pago	213	205	3,9%	207	2,9%
Pré Pago	46	52	-11,5%	59	-22,0%
Empregados	1.284	1.330	-3,5%	1.437	-10,6%
Produtividade (cliente/empregado)	5.051	4.547	11,1%	3.411	48,1%

(*) fonte Anatel

Destaques Operacionais da TCO Consolidado

- Manutenção da liderança com o aumento da **base de clientes** de 32,3% nos últimos 12 meses, em um ambiente de forte competição. É importante destacar ainda os critérios de apuração conservadores da organização.
- As **adições líquidas** somaram 438 mil clientes, participação de 36,7%, mantendo a liderança com um **market share** de 49,0% no 2T05, num período de forte atividade comercial no mercado de telefonia celular.
- O **SAC** aumentou 38,6% na comparação entre o 2T05 e o 1T05, em consequência da acirrada competição registrada e da redução do valor das “barreiras de entrada” praticadas no período, em um mercado que conta com 4 operadoras.
- O **Churn** de 1,5% registrou uma queda de 0,5 ponto percentual na comparação com o 2T04, confirmando assim o resultado das práticas comerciais adotadas, como por exemplo, a oferta de diversos planos para fidelização dos clientes.
- O **ARPU blended** no valor de R\$ 26,4, apresentou aumento de 0,8% em relação ao 1T05, basicamente devido ao crescimento do ARPU pós pago que obteve incremento de 4,8%, bem como uma elevação do ARPU sainte da base de clientes pós pago. Já a variação ano a ano, mostra uma queda que decorre do efeito de mix de clientes, queda no ARPU entrante, devido entre outros fatores a migração do tráfego entrante de fixo-móvel para móvel-móvel, além do efeito *Bill & Keep* parcial e de programas de adequação de perfil (*right planning*) efetivados na base pós pago.
- O **MOU pós pago** aumentou 2,9% e 3,9% em relação ao 2T04 e 1T05 respectivamente, causado pelo incremento do MOU entrante da base pós pago. Por outro lado, o MOU Total foi impactado pela mudança ocorrida no mix, uma vez que o MOU pré pago, é impactado pela redução trafego entrante fixo-móvel.
- O aumento da eficiência da operação pode ser medida pelo crescimento da **produtividade** de 48,1% e de 11,1% em relação ao 2T04 e 1T05, respectivamente, devido à contínua busca de sinergias, integração e racionalização organizacionais e de processos.



DESEMPENHO OPERACIONAL - CO - ÁREA 7

	2 T 05	1 T 05	Δ%	2 T 04	Δ%
Total de assinantes (mil)	4.917	4.611	6,6%	3.890	26,4%
Pós Pago	790	780	1,3%	798	-1,0%
Pré Pago	4.127	3.831	7,7%	3.092	33,5%
Market Share (*)	54,6%	56,9%	-2,3 p.p.	65,2%	-10,6 p.p.
Adições líquidas (mil)	306	121	152,9%	321	-4,7%
Pós Pago	10	(6)	n.d.	(6)	n.d.
Pré Pago	296	127	133,1%	327	-9,5%
Market Share de adições líquidas (*)	34,3%	23,8%	10,5 p.p.	51,0%	-16,7 p.p.
Penetração do mercado (*)	54,6%	49,4%	5,2 p.p.	37,6%	17,0 p.p.

(*) fonte Anatel

Destaques

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

- No 2T05, o crescimento de **clientes** da área 7 foi de 26,4% comparado ao 2T04 e de 6,6% em relação ao 1T05, encerrando o trimestre com 4.917 mil clientes, em um mercado caracterizado por acirrada competição.
- Liderança absoluta com um **market share** de 54,6%, sendo a maior participação de mercado das operadoras brasileiras.
- A área 7 da TCO aumentou em 152,9% o número das **adições líquidas**, quando comparado com o 1T05, com destaque para o segmento pós pago.
- Aumento da **penetração** de mercado de 17,0 pontos percentuais na comparação ano a ano, demonstrando o potencial do crescimento.

DESEMPENHO OPERACIONAL - NBT - ÁREA 8

	2 T 05	1 T 05	Δ%	2 T 04	Δ%
Total de assinantes (mil)	1.569	1.436	9,3%	1.011	55,2%
Pós Pago	188	169	11,2%	147	27,9%
Pré Pago	1.381	1.267	9,0%	864	59,8%
Market Share (*)	36,9%	36,4%	0,5 p.p.	34,3%	2,6 p.p.
Adições líquidas (mil)	132	106	24,5%	128	3,1%
Pós Pago	19	10	90,0%	(3)	n.d.
Pré Pago	113	96	17,7%	131	-13,7%
Market Share de adições líquidas (%)*	43,9%	52,4%	-8,5 p.p.	43,8%	0,1 p.p.
Penetração do mercado (*)	24,6%	23,0%	1,6 p.p.	17,7%	6,9 p.p.

(*) fonte Anatel

Destaques

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

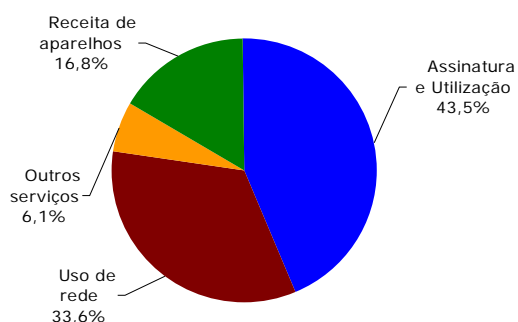
- No 2T05, o crescimento da **base de clientes** na área 8 foi de 55,2% e 9,3% em relação ao 2T04 e 1T05 respectivamente, encerrando o trimestre com 1.569 mil clientes.
- Aumento de 2,6 p.p. do **market share** em relação ao 2T04 e de 0,5 p.p. frente ao trimestre anterior, apesar do ambiente fortemente competitivo.
- As **adições líquidas** no trimestre foram 24,5% maiores que no 1T05, destacando o crescimento sustentável da base de pós pago.



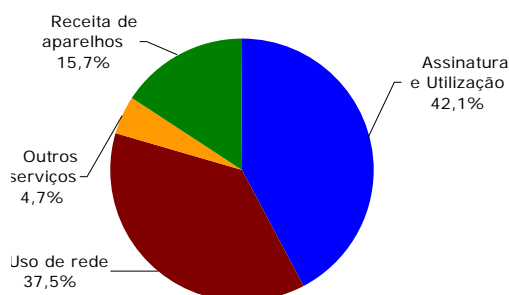
RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA - TCO

R\$ milhões	Legislação Societária					Acumulado em:		
	2 T 05	1 T 05	Δ%	2 T 04	Δ%	2005	2004	Δ%
Assinatura e Utilização	260,6	229,7	13,5%	236,1	10,4%	490,3	417,8	17,4%
Uso de rede	201,5	198,4	1,6%	210,3	-4,2%	399,9	404,5	-1,1%
Outros serviços	36,3	37,0	-1,9%	26,3	38,0%	73,3	54,8	33,8%
Receita de serviços de telecom.	498,4	465,1	7,2%	472,7	5,4%	963,5	877,1	9,9%
Venda de aparelhos celulares	101,0	58,0	74,1%	88,3	14,4%	159,0	146,5	8,5%
Receita líquida total	599,4	523,1	14,6%	561,0	6,8%	1.122,5	1.023,6	9,7%

Composição Receitas Operacionais 2T05



Composição Receitas Operacionais 2T04



Receita Líquida de Serviços

Crescimento de 7,2% na receita líquida dos serviços em relação ao 1T05, alcançando R\$ 498,4 milhões no trimestre e R\$ 963,5 milhões no acumulado do ano, 9,9% superior a registrada no mesmo período de 2004. Esses crescimentos são causados em grande parte pelo aumento da base de clientes e pela maior utilização dos serviços de dados, apesar dos efeitos do *right planning* e do fato de que o aumento da VU-M ter sido efetivado apenas no mês de junho além de não ter sido adotado por todas as operadoras fixas. Frente ao mesmo período do ano anterior pode ser também observado um crescimento de 5,4%, lembrando que o aumento da tarifa de interconexão influenciou todo o período do 2T04.

Destaca-se o aumento de 10,4% 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 entrante, em função do deslocamento de tráfego fixo-móvel para móvel-móvel, com conseqüente queda na receita de interconexão e efeito *Bill & Keep* parcial.

A receita de dados apresentou um aumento de 40,0% na comparação ano a ano, representando 5,6% da receita líquida de serviços no 2T05 (4,0% no 2T04). Este incremento continua ocorrendo em função da popularização do acesso e uso das ferramentas, além dos diversos lançamentos de serviços e aumento da base habilitada. No 2T05, o SMS representou 72,3% da receita de dados. A média mensal de envio de SMS no trimestre foi de aproximadamente 34 milhões.

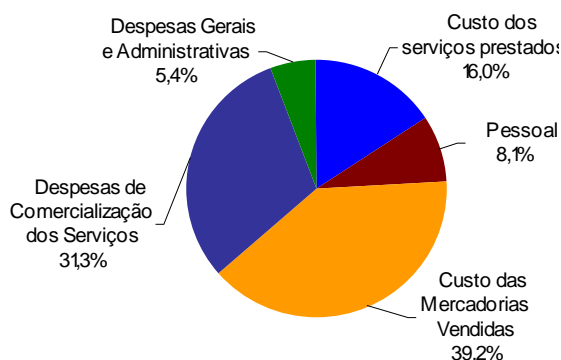
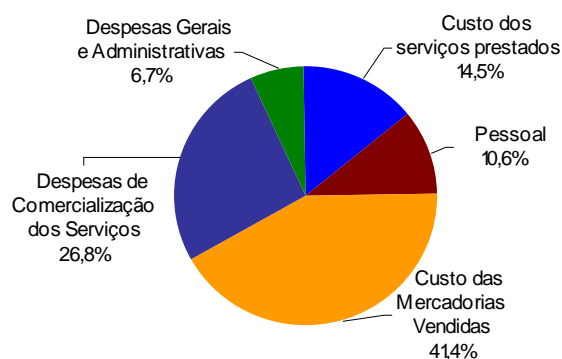
O jogo interativo “VIVO em Ação 2”, encerrado em maio de 2005 após a conclusão de 5 episódios, reuniu mais de 1,5 milhão de cadastrados. O jogo também cumpriu seus objetivos por conseguir fidelizar os usuários no desenrolar do enredo e incentivou-os a conhecer outros serviços da VIVO, tais como Portal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



CUSTOS OPERACIONAIS - TCO

Legislação Societária

R\$ milhões	2 T 05	1 T 05	Δ%	2 T 04	Δ%	Acumulado em:		
						2005	2004	Δ%
Pessoal	(38,4)	(37,3)	2,9%	(33,0)	16,4%	(75,7)	(66,7)	13,5%
Custo dos serviços prestados	(75,9)	(59,6)	27,3%	(45,2)	67,9%	(135,5)	(89,2)	51,9%
Meios de conexão	(10,1)	(7,0)	44,3%	(6,1)	65,6%	(17,1)	(14,5)	17,9%
Interconexão	(16,1)	(12,5)	28,8%	(22,4)	-28,1%	(28,6)	(42,8)	-33,2%
Aluguéis/Seguros/Condomínios	(1,9)	(3,3)	-42,4%	(4,2)	-54,8%	(5,2)	(8,5)	-38,8%
Fistel e outras taxas e contribuições	(27,4)	(26,2)	4,6%	(2,3)	1091,3%	(53,6)	(3,3)	1524,2%
Serviços de terceiros	(17,9)	(10,6)	68,9%	(9,3)	92,5%	(28,5)	(17,9)	59,2%
Outros	(2,5)	0,0	n.d.	(0,9)	177,8%	(2,5)	(2,2)	13,6%
Custo de mercadorias vendidas	(186,4)	(94,2)	97,9%	(129,1)	44,4%	(280,6)	(222,9)	25,9%
Comercialização dos serviços	(148,7)	(94,2)	57,9%	(83,7)	77,7%	(242,9)	(171,5)	41,6%
Provisão para devedores duvidosos	(37,4)	(18,0)	107,8%	(9,4)	297,9%	(55,4)	(26,1)	112,3%
Serviços de terceiros	(99,6)	(71,4)	39,5%	(69,2)	43,9%	(171,0)	(135,7)	26,0%
Outros	(11,7)	(4,8)	143,8%	(5,1)	129,4%	(16,5)	(9,7)	70,1%
Despesas gerais e administrativas	(25,9)	(21,6)	19,9%	(21,0)	23,3%	(47,5)	(37,4)	27,0%
Outras receitas (despesas) operacionais	4,5	5,2	-13,5%	(4,4)	n.d.	9,7	1,8	438,9%
Total dos custos antes deprec./amort.	(470,8)	(301,7)	56,0%	(316,4)	48,8%	(772,5)	(585,9)	31,8%
Depreciação e amortização	(64,1)	(60,5)	6,0%	(49,2)	30,3%	(124,6)	(100,2)	24,4%
Total dos custos operacionais	(534,9)	(362,2)	47,7%	(365,6)	46,3%	(897,1)	(686,1)	30,8%

Composição Custos Operacionais
2T05Composição Custos Operacionais
2T04

Custo de Pessoal O incremento do custo de pessoal na comparação entre os acumulados de 2005 e 2004 é decorrente do reajuste dos salários referente ao acordo coletivo, dos investimentos em treinamento e das campanhas de incentivo para a área de vendas.

Custo dos Serviços Prestados O aumento de 27,3% no custo dos serviços prestados da TCO, no 2T05, frente ao trimestre anterior, é devido ao aumento do número de *links* e negociações de meios de conexão, além do crescimento da base que impacta o custo de interconexão. A variação registrada na rubrica "Fistel e outras taxas e contribuições", frente ao 2T04 é decorrente de equalização dos critérios contábeis na TCO com as demais Companhias do Grupo.

Custo das Mercadorias Vendidas O custo das mercadorias vendidas cresceu 97,9% em relação ao 1T05, devido em grande parte ao maior número de ativações (adições brutas aumentaram 60,8%) e também pelos custos inerentes ao incentivo à troca de terminais TDMA por CDMA.



Comercialização dos Serviços

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

No 2T05, a despesa com comercialização dos serviços aumentou 77,7% 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 2T05, a provisão para devedores duvidosos (PDD) de R\$ 37,4 milhões apresenta aumento frente o 1T05, representando 4,8% sobre a receita bruta (2,6% no 1T05), motivada em parte pelo crescimento da base e pelo incremento da atividade comercial no 2T05.

Despesas Gerais e Administrativas

As despesas gerais e administrativas aumentaram 19,9%, quando comparado com o 1T05, devido aos gastos com serviços de terceiros, especialmente em despesas relacionadas a tecnologia de informações.

EBITDA

Nos primeiros seis meses do ano, o EBITDA (lucro antes dos juros, impostos, depreciações e amortizações) foi de R\$ 350,0 milhões, com margem de 31,2%.

Considerando a forte atividade comercial registrada no 2T05 para fazer face à concorrência, o EBITDA registrou R\$ 128,6 milhões, com margem de 21,5%.

Depreciação e Amortização

A rubrica depreciação e amortização aumentou 6,0% durante o 2T05 em relação ao trimestre anterior, devido aos investimentos realizados, principalmente em função do *overlay* para a rede CDMA.



RECEITAS (DESPESAS) FINANCEIRAS - TCO

R\$ milhões	Legislação Societária					Acumulado em:		
	2 T 05	1 T 05	Δ%	2 T 04	Δ%	2005	2004	Δ%
Receitas Financeiras	57,5	43,2	33,1%	46,1	24,7%	100,7	75,4	33,6%
Variação cambial	8,4	0,0	n.d.	0,1	n.d.	8,4	0,1	n.d.
Outras receitas financeiras	49,1	43,3	13,4%	51,6	-4,8%	92,4	85,7	7,8%
(-) Pis/Cofins sobre receitas financeiras	0,0	(0,1)	n.d.	(5,6)	n.d.	(0,1)	(10,4)	-99,0%
Despesas Financeiras	(27,6)	(19,3)	43,0%	(32,1)	-14,0%	(46,9)	(46,9)	0,0%
Variação cambial	(3,3)	(4,8)	-31,3%	(19,3)	-82,9%	(8,1)	(26,4)	-69,3%
Outras despesas financeiras	(12,1)	(12,4)	-2,4%	(12,8)	-5,5%	(24,5)	(26,8)	-8,6%
Perdas/Ganhos com derivativos	(12,2)	(2,1)	481,0%	0,0	n.d.	(14,3)	6,3	n.d.
Receitas (Despesas) Financeiras Líquidas	29,9	23,9	25,1%	14,0	113,6%	53,8	28,5	88,8%

**Receitas
(Despesas)
Financeiras**

As receitas financeiras líquidas no 2T05, apresentaram elevação de R\$ 6,0 milhões 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 sobre o caixa líquido da TCO.

No comparativo do 2T05 em relação ao 2T04, a TCO registrou um aumento na receita financeira líquida no valor de R\$ 15,9 milhões, principalmente em função da maior posição líquida de caixa média da Companhia, da maior taxa de juros no período (3,67% no 2T04 e 4,56% no 2T05) bem como pela incidência de Pis/Cofins sobre as receitas financeiras no 2T04 segundo legislação vigente na época.

Lucro Líquido

O resultado do trimestre apresentou um lucro líquido de R\$ 61,6 milhões.



EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS - TCO

Credores (R\$ milhões)	MOEDA			
	R\$	US\$	URTJLP *	UMBND **
Instituições financeiras	16,6	43,6	102,4	8,3
Total	16,6	43,6	102,4	8,3
Taxas do câmbio utilizadas		2,3504	1,8910	0,0460
Cronograma de pagamento - Longo Prazo				
2006	2,5	11,9	17,2	1,6
2007	2,6	-	34,4	3,2
após 2007	9,3	-	2,9	0,2
Total	14,4	11,9	54,5	5,0

ENDIVIDAMENTO LÍQUIDO - TCO

	30/jun/05	31/mar/05
Curto Prazo	85,1	103,1
Longo Prazo	85,8	111,8
Total do endividamento	170,9	214,9
Disponibilidades	(1.005,2)	(901,2)
Derivativos	23,2	21,3
Dívida Líquida	(811,1)	(665,0)

(*) Unidade de Referência da Taxa de Juros de Longo Prazo do BNDES.

(**) A UMBND é uma unidade monetária preparada pelo BNDES, composta por uma cesta de moedas estrangeiras, cuja principal é o dólar americano, razão pelo qual a sociedade e suas controladas a consideram como US\$.

Endividamento

Em 30 de junho de 2005, a dívida com empréstimos e financiamentos da TCO somava R\$ 170,9 milhões (R\$ 214,9 milhões em 31 de março de 2005) sendo 30,4% denominada em moeda estrangeira. A Companhia faz contratos de derivativos (*hedge* cambial) para proteger sua dívida contra a volatilidade do câmbio. Esse endividamento foi compensado pelos recursos disponíveis em caixa e aplicações financeiras (R\$ 1.005,2 milhões) e pelos ativos e passivos de derivativos (R\$ 23,2 milhões a pagar), resultando numa posição líquida de caixa de R\$ 811,1 milhões, elevação de 22,0% 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 - TCO

	2 T 05	1 T 05	2 T 04	Acumulado	
				2005	2004
Rede	51,3	56,1	100,4	107,4	120,8
Outros	34,0	26,6	5,8	60,6	27,1
Total	85,3	82,7	106,2	168,0	147,9
Percentual da Receita Líquida	14,2%	15,8%	18,9%	15,0%	14,4%

Investimentos (Capex)

Os investimentos realizados no trimestre foram de R\$ 85,3 milhões, devido a migração de tecnologia TDMA para CDMA (*overlay*) iniciada em 2004. Além disto, os investimentos do 2T05 devem-se fundamentalmente aos seguintes fatores: (i) consolidação e racionalização dos 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

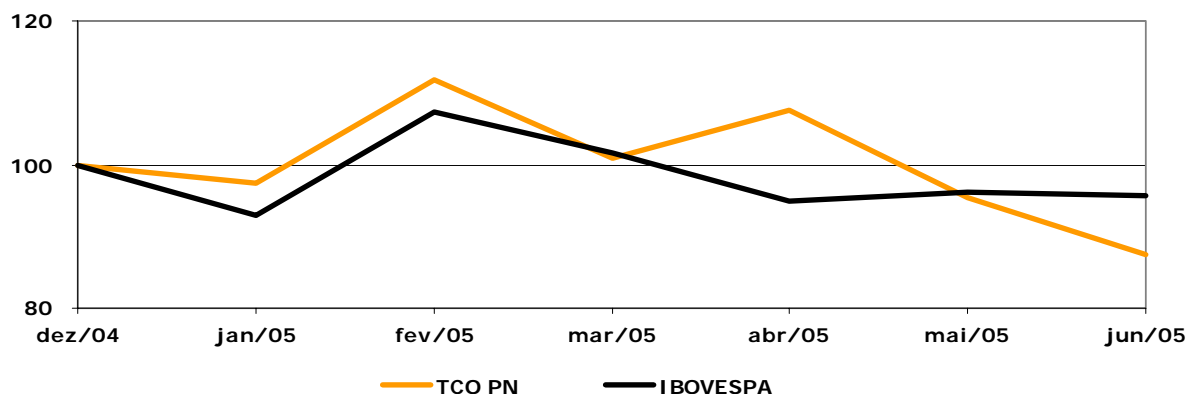
O fluxo de caixa operacional positivo em qualquer dos períodos analisados evidencia que a TCO pelas operações gera recursos, suficientes para realizar seu programa de investimento de capital, alcançando R\$ 43,3 milhões no trimestre e R\$ 182,0 milhões no semestre.

Mercado de Capitais

Durante o 2T05, as ações ordinárias (ON) e preferenciais (PN) da TCO desvalorizaram 59,1% e 13,4%, respectivamente, enquanto o índice Bovespa obteve perda de 5,9%. Entre abril e junho de 2005, as ações PN da Companhia, tiveram presença em 100% dos pregões, com um volume financeiro médio diário negociado de R\$ 5,8 milhões. Ao final do 2T05, as ações ON e PN fecharam cotadas em R\$ 17,65 e R\$ 23,10, respectivamente.

Os ADRs nível II da TCO apresentaram uma alta de 1,6% durante o trimestre, ante uma desvalorização de 2,2% no índice Dow Jones. O volume médio diário negociado na NYSE durante o 2T05 foi de US\$ 2,4 milhões. Os ADRs da TCO encerraram o trimestre cotados em US\$ 10,07.

Evolução Mensal Ações
Base 100 = 30/dez/2004



Grupamento de Ações

A Companhia finalizou em junho a operação de Grupamento de Ações na proporção de 3.000 (três mil) ações para 1 (uma) ação da respectiva espécie aprovado em Assembléia Geral Extraordinária. Após tal operação, a TCO 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 128.888.325 ações nominativas escriturais, sem valor nominal, sendo deste total, 43.152.889 ações ordinárias e 85.735.436 ações preferenciais.

Aumento de Capital

O Conselho de Administração da TCO aprovou em 28 de junho de 2005, o aumento de capital social em decorrência de processo de reestruturação societária, concluída em Julho de 2004, envolvendo a sociedade e suas controladas e acionista controlador. A amortização do ágio resultante do processo de reestruturação societária resultou em 2004 em benefício fiscal de R\$ 63.893.190,47 (sessenta e três milhões, oitocentos e noventa e três mil, cento e noventa reais e quarenta e sete centavos), com emissão de 3.107.645 novas ações ordinárias, garantido o direito de preferência previsto no artigo 171 da Lei nº 6.404/76, sendo que os recursos decorrentes de eventuais exercícios do direito de preferência deverão ser creditados ao acionista controlador Telesp Celular Participações S.A.. O valor de emissão de R\$ 20,56 (vinte reais e cinquenta e seis 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 Bündchen – 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 - TCO

R\$ milhões

ATIVO	30/jun/05	31/mar/05
Circulante	2.056,1	1.888,6
Caixa e bancos	25,4	11,2
Aplicações financeiras	979,8	890,0
Contas a receber, líquida	524,7	422,7
Estoques	90,7	155,2
Tributos diferidos e a recuperar	322,8	285,2
Outros ativos	112,7	124,3
Realizável a Longo Prazo	415,6	439,4
Tributos diferidos e a recuperar	375,6	400,6
Outros ativos	40,0	38,8
Permanente	1.173,9	1.153,1
Investimentos	3,4	3,8
Imobilizado	1.150,8	1.128,5
Diferido	19,7	20,8
Total do Ativo	3.645,6	3.481,1
PASSIVO		
Circulante	784,4	657,5
Fornecedores e Consignações	338,8	261,3
Impostos, taxas e contribuições	79,9	87,9
Juros sobre o capital próprio	143,3	144,4
Empréstimos e financiamento	85,1	103,1
Provisão para contingências	8,8	6,2
Operações com derivativos	17,2	14,6
Outras obrigações	111,3	40,0
Exigível a Longo Prazo	235,9	259,9
Empréstimos e financiamento	85,8	111,8
Provisão para contingências	135,3	132,2
Operações com derivativos	6,0	6,7
Outras obrigações	8,8	9,2
Patrimônio Líquido	2.625,2	2.563,6
Recursos Capitalizáveis	0,1	0,1
Total do Passivo	3.645,6	3.481,1



DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO - TCO
Legislação Societária

R\$ milhões	2 T 05	1 T 05	Δ%	2 T 04	Δ%	Acumulado em:		
						2005	2004	Δ%
Receita Bruta	807,1	701,3	15,1%	740,6	9,0%	1.508,4	1.360,2	10,9%
Receita de serviços	661,9	617,5	7,2%	613,4	7,9%	1.279,4	1.148,7	11,4%
Deduções - Impostos e outros	(163,5)	(152,4)	7,3%	(140,7)	16,2%	(315,9)	(271,6)	16,3%
Receita de aparelhos	145,2	83,8	73,3%	127,2	14,2%	229,0	211,5	8,3%
Deduções - Impostos e outros	(44,2)	(25,8)	71,3%	(38,9)	13,6%	(70,0)	(65,0)	7,7%
Receita Líquida	599,4	523,1	14,6%	561,0	6,8%	1.122,5	1.023,6	9,7%
Receita de serviços	498,4	465,1	7,2%	472,7	5,4%	963,5	877,1	9,9%
Assinatura e Utilização	260,6	229,7	13,5%	236,1	10,4%	490,3	417,8	17,4%
Uso de rede	201,5	198,4	1,6%	210,3	-4,2%	399,9	404,5	-1,1%
Outros serviços	36,3	37,0	-1,9%	26,3	38,0%	73,3	54,8	33,8%
Receita de aparelhos	101,0	58,0	74,1%	88,3	14,4%	159,0	146,5	8,5%
Custos Operacionais	(470,8)	(301,7)	56,0%	(316,4)	48,8%	(772,5)	(585,9)	31,8%
Pessoal	(38,4)	(37,3)	2,9%	(33,0)	16,4%	(75,7)	(66,7)	13,5%
Custo dos serviços prestados	(75,9)	(59,6)	27,3%	(45,2)	67,9%	(135,5)	(89,2)	51,9%
Meios de conexão	(10,1)	(7,0)	44,3%	(6,1)	65,6%	(17,1)	(14,5)	17,9%
Interconexão	(16,1)	(12,5)	28,8%	(22,4)	-28,1%	(28,6)	(42,8)	-33,2%
Aluguéis/Seguros/Condomínios	(1,9)	(3,3)	-42,4%	(4,2)	-54,8%	(5,2)	(8,5)	-38,8%
Fistel e outras taxas e contribuições	(27,4)	(26,2)	4,6%	(2,3)	1091,3%	(53,6)	(3,3)	1524,2%
Serviços de terceiros	(17,9)	(10,6)	68,9%	(9,3)	92,5%	(28,5)	(17,9)	59,2%
Outros	(2,5)	0,0	n.d.	(0,9)	177,8%	(2,5)	(2,2)	13,6%
Custo das Mercadorias Vendidas	(186,4)	(94,2)	97,9%	(129,1)	44,4%	(280,6)	(222,9)	25,9%
Despesas de Comercialização dos Serviços	(148,7)	(94,2)	57,9%	(83,7)	77,7%	(242,9)	(171,5)	41,6%
Provisão para devedores duvidosos	(37,4)	(18,0)	107,8%	(9,4)	297,9%	(55,4)	(26,1)	112,3%
Serviços de terceiros	(99,6)	(71,4)	39,5%	(69,2)	43,9%	(171,0)	(135,7)	26,0%
Outros	(11,7)	(4,8)	143,8%	(5,1)	129,4%	(16,5)	(9,7)	70,1%
Despesas Gerais e Administrativas	(25,9)	(21,6)	19,9%	(21,0)	23,3%	(47,5)	(37,4)	27,0%
Outras receitas (despesas) operacionais	4,5	5,2	-13,5%	(4,4)	n.d.	9,7	1,8	438,9%
EBITDA	128,6	221,4	-41,9%	244,4	-47,4%	350,0	437,7	-20,0%
Margem EBITDA %	21,5%	42,3%	-20,9 p.p.	43,6%	-22,1 p.p.	31,2%	42,8%	-11,6 p.p.
Depreciação e Amortizações	(64,1)	(60,5)	6,0%	(49,2)	30,3%	(124,6)	(100,2)	24,4%
EBIT	64,5	160,9	-59,9%	195,2	-67,0%	225,4	337,5	-33,2%
Resultado financeiro líquido	29,9	23,9	25,1%	14,0	113,6%	53,8	28,5	88,8%
Receitas Financeiras	57,5	43,2	33,1%	46,1	24,7%	100,7	75,4	33,6%
Variação cambial	8,4	0,0	n.d.	0,1	n.d.	8,4	0,1	n.d.
Outras receitas financeiras	49,1	43,3	13,4%	51,6	-4,8%	92,4	85,7	7,8%
(-) Pis/Cofins sobre receitas financeiras	0,0	(0,1)	n.d.	(5,6)	n.d.	(0,1)	(10,4)	-99,0%
Despesas Financeiras	(27,6)	(19,3)	43,0%	(32,1)	-14,0%	(46,9)	(46,9)	0,0%
Variação cambial	(3,3)	(4,8)	-31,3%	(19,3)	-82,9%	(8,1)	(26,4)	-69,3%
Outras despesas financeiras	(12,1)	(12,4)	-2,4%	(12,8)	-5,5%	(24,5)	(26,8)	-8,6%
Perdas/Ganhos com derivativos	(12,2)	(2,1)	481,0%	0,0	n.d.	(14,3)	6,3	n.d.
Receitas/despesas não operacionais	2,3	0,7	228,6%	(0,1)	n.d.	3,0	(2,3)	n.d.
Impostos	(35,1)	(63,7)	-44,9%	(70,8)	-50,4%	(98,8)	(124,0)	-20,3%
Participação dos minoritários	0,0	0,0	n.d.	(1,5)	n.d.	0,0	(3,2)	n.d.
Resultado do período	61,6	121,8	-49,4%	137,0	-55,0%	183,4	236,5	-22,5%



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 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).

