

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

Rio de Janeiro, Brasil – 28 de abril de 2005 – Tele Sudeste Celular Participações S.A. - TSD (Bovespa: TSEP3 (ON); TSEP4 (PN); NYSE: TSD), anuncia hoje seus resultados consolidados do primeiro trimestre de 2005 (1T05). 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	1 T 05	4 T 04	Δ%	1 T 04	Δ%
<b>Receita Operacional Líquida</b>	<b>476,1</b>	<b>518,9</b>	<b>-8,2%</b>	<b>448,6</b>	<b>6,1%</b>
Receita Líquida dos serviços	421,9	414,2	1,9%	395,5	6,7%
Receita Líquida de vendas de mercadorias	54,2	104,7	-48,2%	53,1	2,1%
<b>Total dos Custos Operacionais</b>	<b>(323,7)</b>	<b>(416,9)</b>	<b>-22,4%</b>	<b>(279,9)</b>	<b>15,6%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>152,4</b>	<b>102,0</b>	<b>49,4%</b>	<b>168,7</b>	<b>-9,7%</b>
Margem EBITDA (%)	32,0%	19,7%	12,4 p.p.	37,6%	-5,6 p.p.
<b>Depreciação e Amortização</b>	<b>(90,0)</b>	<b>(96,9)</b>	<b>-7,1%</b>	<b>(109,6)</b>	<b>-17,9%</b>
<b>EBIT</b>	<b>62,4</b>	<b>5,1</b>	<b>1123,5%</b>	<b>59,1</b>	<b>5,6%</b>
<b>Resultado do Período</b>	<b>40,7</b>	<b>8,3</b>	<b>390,4%</b>	<b>37,8</b>	<b>7,7%</b>
Lucro por ação (R\$ por mil ações)	0,09	0,02	390,4%	0,08	7,7%
Lucro por ADR (R\$)	0,45	0,09	390,4%	0,42	7,7%
N.º de ações (bilhões)	449,0	449,0	-	449,0	-
<b>Investimentos</b>	<b>56,8</b>	<b>114,9</b>	<b>-50,6%</b>	<b>17,8</b>	<b>219,1%</b>
Investimento como % da receita líquida	11,9%	22,1%	-10,2 p.p.	4,0%	8,0 p.p.
<b>Fluxo de Caixa Operacional</b>	<b>95,6</b>	<b>33,0</b>	<b>189,7%</b>	<b>150,9</b>	<b>-36,6%</b>
<b>Clientes</b>	<b>4.424</b>	<b>4.376</b>	<b>1,1%</b>	<b>3.774</b>	<b>17,2%</b>
Adições Líquidas	47	311	-84,9%	65	-27,7%

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

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 abril de 2005, o Grupo VIVO alcançou 27 milhões de clientes, consolidando sua liderança de mercado.



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

**HIGHLIGHTS**  
**1T05**

- Primeira operadora celular **3G** da América Latina. Um importante instrumento para a estratégia de inovação da Companhia; possível devido à tecnologia CDMA2000 1xEV-DO.
- **Liderança** absoluta em inovação e diversidade de serviços lançados. Sucesso na estratégia de **diferenciação** frente a competição com o lançamento de **serviços inovadores**.
- **100% de cobertura** dos municípios da sua área de atuação com a tecnologia digital CDMA 1xRTT
- Na comparação ano a ano, a **base de clientes** da TSD cresceu 17,2% alcançando 4.424 mil clientes. A base de clientes pós pago aumentou 13,9% frente ao 1T04.
- O crescimento das **adições líquidas do pós pago** em comparação ao 1T04 demonstram o êxito das campanhas comerciais.
- Queda no **SAC** de 14,4% frente ao 4T04, apesar da forte competição e das campanhas voltadas para diferentes segmentos de mercado.
- **Churn** de 2,1%, redução de 0,4 p.p. em relação ao 4T04, demonstrando o sucesso das campanhas de retenção de clientes.
- Aumento do **MOU pós pago** de 3,9% aos registrados no 4T04.
- A **produtividade** da TSD cresceu 61,7% e 3,5% quando comparado ao 1T04 e 4T04, demonstrando o ganho de eficiência da operação.
- As **receitas de dados** aumentaram 108,9% em relação ao 1T04, alcançando 3,9% da receita líquida de serviços no 1T05.



## VIVO

A VIVO comemorou dois anos em abril, alcançando mais de 27 milhões de clientes. Esses dois anos de vida foram de superação, demonstrada pela conquista da maior comunidade de clientes do Brasil, unindo inovação à maior cobertura CDMA do território nacional. A adoção da tecnologia mais avançada possibilitou a oferta de inúmeras novidades e inovações, como os serviços: Vivo Agenda, Vivo Localiza, Olho Vivo, soluções corporativas de última geração, games interativos como o Vivo em Ação, downloads de jogos, vídeos e músicas e ainda a visualização dos gols de campeonatos brasileiro e europeu que são exclusividades da VIVO.

**Política de Qualidade**

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

**Canais de Distribuição**

Em 31 de março de 2005, a TSD possuía 51 pontos de venda próprios, além de contar com uma eficiente rede de credenciados, exclusivos ou não, com cerca de 904 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 e o Banco do Brasil lançaram o sistema *Download Banking* no celular. O serviço permite acesso à conta corrente do Banco do Brasil por meio do celular VIVO, com a mesma comodidade e segurança do *Internet Banking*. Inicialmente, estarão disponíveis as transações de consulta de saldo e extrato da conta corrente, pagamentos de títulos e convênios, transferência entre contas BB, DOC/TED, recarga de celulares pré-pagos e doação ao Programa Fome Zero. A facilidade está disponível no serviço VIVO *Downloads*, que permite baixar aplicativos em celulares compatíveis e utilizá-los como num microcomputador comum.

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

**Base para Apresentação Dos Resultados**

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

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



## DESEMPENHO OPERACIONAL CONSOLIDADO - TSD

	1 T 05	4 T 04	Δ%	1 T 04	Δ%
<b>Total de assinantes (mil)</b>	<b>4.424</b>	<b>4.376</b>	<b>1,1%</b>	<b>3.774</b>	<b>17,2%</b>
Pós Pago	1.308	1.259	3,9%	1.148	13,9%
Pré Pago	3.116	3.117	0,0%	2.626	18,7%
<b>Market Share (*)</b>	<b>47,3%</b>	<b>47,7%</b>	<b>-0,4 p.p.</b>	<b>49,1%</b>	<b>-1,8 p.p.</b>
<b>Adições líquidas (mil)</b>	<b>47</b>	<b>311</b>	<b>-84,9%</b>	<b>65</b>	<b>-27,7%</b>
Pós Pago	49	78	-37,2%	(8)	n.d.
Pré Pago	(2)	233	-100,9%	73	n.d.
<b>Market Share de adições líquidas (*)</b>	<b>26,5%</b>	<b>40,1%</b>	<b>-13,6 p.p.</b>	<b>30,5%</b>	<b>-4,0 p.p.</b>
<b>Penetração do mercado (*)</b>	<b>50,0%</b>	<b>49,1%</b>	<b>0,9 p.p.</b>	<b>41,9%</b>	<b>8,1 p.p.</b>
<b>SAC (R\$)</b>	<b>152</b>	<b>178</b>	<b>-14,4%</b>	<b>145</b>	<b>5,1%</b>
<b>Churn mensal</b>	<b>2,1%</b>	<b>2,5%</b>	<b>-0,4 p.p.</b>	<b>2,4%</b>	<b>-0,3 p.p.</b>
<b>ARPU (em R\$/mês)</b>	<b>32,0</b>	<b>33,2</b>	<b>-3,4%</b>	<b>35,5</b>	<b>-9,8%</b>
Pós Pago	69,9	71,8	-2,7%	75,5	-7,4%
Pré Pago	15,7	16,4	-4,3%	16,6	-5,7%
<b>MOU Total (minutos)</b>	<b>95</b>	<b>100</b>	<b>-4,7%</b>	<b>99</b>	<b>-3,7%</b>
Pós Pago	192	206	-6,7%	185	3,9%
Pré Pago	54	54	-0,8%	56	-4,3%
<b>Empregados</b>	<b>1.191</b>	<b>1.219</b>	<b>-2,3%</b>	<b>1.643</b>	<b>-27,5%</b>
<b>Produtividade (cliente/empregado)</b>	<b>3.715</b>	<b>3.590</b>	<b>3,5%</b>	<b>2.297</b>	<b>61,7%</b>

(\*) fonte Anatel

**Destaques Operacionais**

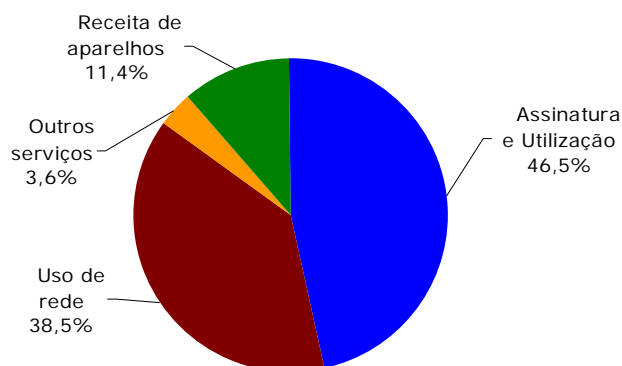
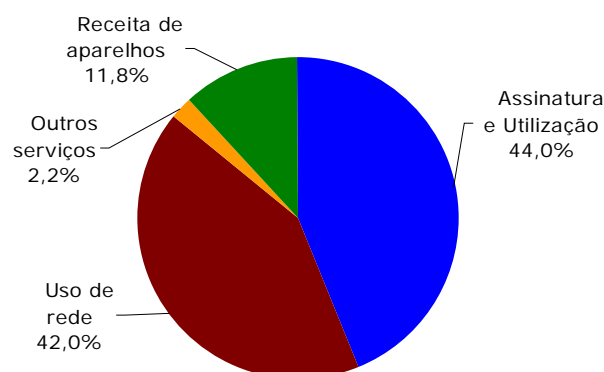
- Manutenção da liderança com o aumento da **base de clientes** de 17,2% comparado com o 1T04 atingindo 4.424 mil clientes. É importante destacar ainda as práticas comerciais da organização, que trata com extremo rigor as fraudes, desligamentos e subscrições, agregando assim, confiabilidade e transparência aos seus números.
- A TSD teve uma participação de 26,5% nas **adições líquidas**, levando-se em conta o ambiente competitivo que conta com 4 operadoras.
- Redução do **SAC** de 14,4% comparado com o 4T04, decorrente da sazonalidade do período e do aumento nos preços dos aparelhos de gama baixa com o fim das promoções de Natal.
- O **churn** de 2,1% apresentou redução de 0,4 e 0,3 ponto percentual comparado com o 4T04 e 1T04 respectivamente, confirmando assim o êxito das práticas comerciais adotadas para fidelização de clientes, mesmo operando numa área de acirrada competição.
- O **blended ARPU** no valor de R\$ 32,0, apresentou uma redução de 3,4% em relação ao 4T04, basicamente devido a sazonalidade do período. Já a variação ano a ano, deve-se ao efeito de mix de clientes, queda no ARPU entrante, devido a migração do tráfego entrante de fixo-móvel para móvel-móvel, além do efeito *Bill & Keep* e de programas de adequação de perfil (*right planning*) efetivados na base pós pago. Cabe ressaltar também que a VU-M não sofreu atualização no trimestre.
- O **MOU pós pago** registrou incremento de 3,9% aos registrados no 1T04, refletindo o aumento do MOU sainte pós pago, motivado pelas campanhas comerciais.
- A crescente melhora na eficiência da operação, pode ser medida pelo aumento da **produtividade** no 1T05 de 61,7% e de 3,5% em relação ao 1T04 e 4T04, respectivamente, devido à contínua busca de sinergias, integração e racionalização organizacionais e de processos.



## RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA - TSD

## Legislação Societária

R\$ milhões	1 T 05	4 T 04	Δ%	1 T 04	Δ%
Assinatura e Utilização	221,3	210,9	4,9%	197,3	12,2%
Uso de rede	183,3	190,7	-3,9%	188,2	-2,6%
Outros serviços	17,3	12,6	37,3%	10,0	73,0%
<b>Receita de serviços de telecom.</b>	<b>421,9</b>	<b>414,2</b>	<b>1,9%</b>	<b>395,5</b>	<b>6,7%</b>
Venda de aparelhos celulares	54,2	104,7	-48,2%	53,1	2,1%
<b>Receita líquida total</b>	<b>476,1</b>	<b>518,9</b>	<b>-8,2%</b>	<b>448,6</b>	<b>6,1%</b>

Composição Receitas Operacionais  
1T05Composição Receitas Operacionais  
1T04**Receita Líquida de Serviços**

Crescimento da receita líquida de serviços de 6,7% e 1,9% em comparação ao 1T04 e 4T04 respectivamente, alcançando R\$ 421,9 milhões. Esse crescimento é decorrente da utilização dos serviços de maior valor adicionado (inclusive dados), apesar da sazonalidade entre os períodos e do *right planning*.

Vale observar que a receita de serviços sainte experimentou um aumento no 1T05 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*.

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

As receitas de dados aumentaram 108,9%, na comparação ano a ano, alcançando 3,9% da receita líquida de serviços no 1T05 (2,0% no 1T04). Este incremento continua ocorrendo em função da popularização do acesso e uso dos serviços, além dos diversos lançamentos realizados durante 2004, como o Vivo Agenda, Vivo Encontra e Vivo Downloads. No 1T05, o SMS representou 64,8% da receita de dados. A média mensal de envio de SMS no trimestre foi de mais de 15 milhões, superando em mais de 60% ao registrado no mesmo período do ano anterior.

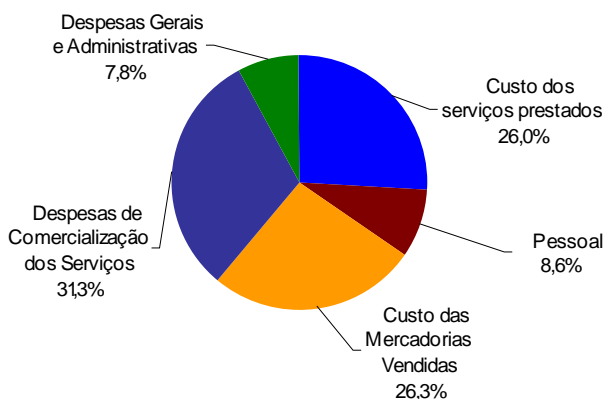
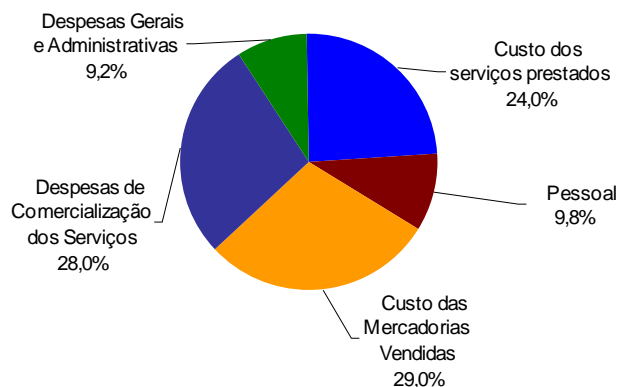
O êxito dos serviços voltados ao mercado corporativo e de alto valor também continuam a contribuir para manter a sustentabilidade do aumento das receitas de dados. Neste segmento destaca-se o papel da VIVO no lançamento de serviços inovadores e de soluções integradas, como o "Vivo Direto" (*Push To Talk*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



## CUSTOS OPERACIONAIS - TSD

## Legislação Societária

<i>R\$ milhões</i>	1 T 05	4 T 04	Δ%	1 T 04	Δ%
<b>Pessoal</b>	<b>(28,0)</b>	<b>(32,9)</b>	<b>-14,9%</b>	<b>(27,3)</b>	<b>2,6%</b>
<b>Custo dos serviços prestados</b>	<b>(84,8)</b>	<b>(92,0)</b>	<b>-7,8%</b>	<b>(67,0)</b>	<b>26,6%</b>
Meios de conexão	(31,3)	(12,8)	144,5%	(14,6)	114,4%
Interconexão	(12,1)	(39,8)	-69,6%	(14,6)	-17,1%
Aluguéis/Seguros/Condomínios	(9,8)	(9,2)	6,5%	(10,6)	-7,5%
Fistel e outras taxas e contribuições	(18,7)	(15,8)	18,4%	(17,4)	7,5%
Serviços de terceiros	(12,9)	(13,9)	-7,2%	(9,7)	33,0%
Outros	0,0	(0,5)	n.d.	(0,1)	n.d.
<b>Custo de mercadorias vendidas</b>	<b>(86,0)</b>	<b>(185,0)</b>	<b>-53,5%</b>	<b>(80,7)</b>	<b>6,6%</b>
<b>Comercialização dos serviços</b>	<b>(102,0)</b>	<b>(115,3)</b>	<b>-11,5%</b>	<b>(78,1)</b>	<b>30,6%</b>
Provisão para devedores duvidosos	(9,4)	(6,1)	54,1%	(11,4)	-17,5%
Serviços de terceiros	(84,3)	(104,0)	-18,9%	(62,9)	34,0%
Outros	(8,3)	(5,2)	59,6%	(3,8)	118,4%
<b>Despesas gerais e administrativas</b>	<b>(25,3)</b>	<b>(7,8)</b>	<b>224,4%</b>	<b>(25,6)</b>	<b>-1,2%</b>
<b>Outras receitas (despesas) operacionais</b>	<b>2,4</b>	<b>16,1</b>	<b>-85,1%</b>	<b>(1,2)</b>	<b>n.d.</b>
<b>Total dos custos antes deprec./amort.</b>	<b>(323,7)</b>	<b>(416,9)</b>	<b>-22,4%</b>	<b>(279,9)</b>	<b>15,6%</b>
Depreciação e amortização	(90,0)	(96,9)	-7,1%	(109,6)	-17,9%
<b>Total dos custos operacionais</b>	<b>(413,7)</b>	<b>(513,8)</b>	<b>-19,5%</b>	<b>(389,5)</b>	<b>6,2%</b>

Composição Custos Operacionais  
1T05Composição Custos Operacionais  
1T04

**Custo de Pessoal** O aumento no custo de pessoal frente o 1T04 decorrente, principalmente, do reajuste de 6% em média do acordo coletivo de dezembro de 2004, parcialmente compensados pela redução do quadro de pessoal realizada ao longo de 2004.



**Custo dos Serviços Prestados**

Redução de 7,8% no custo dos serviços prestados no 1T05, comparado com o trimestre anterior, decorrente do menor volume de utilização, porém impactados por efeitos não recorrentes nos custos de interconexão no 4T04 e de meios de conexão relativos ao compartilhamento de redes no 1T05.

**Custo das Mercadorias Vendidas**

O custo das mercadorias vendidas da Companhia decresceu 53,5% no 1T05 em comparação com o 4T04, devido ao menor número de ativações (adições brutas reduziram 48,2%), em linha com a redução na receita de venda de aparelhos de 48,2%.

**Comercialização dos Serviços**

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

As despesas registraram decréscimo de 11,5%, frente ao 4T04, pela redução do número de adições no período e também do custo com serviços de terceiros, especialmente com comissões pagas a rede de distribuição e despesas de marketing.

No 1T05, a provisão para devedores duvidosos foi de 1,4% da receita bruta, inferior ao apurado ao mesmo período do ano anterior, que foi de 1,9%, refletindo a melhora nas ações de cobrança.

**EBITDA**

Considerando a sazonalidade do período e a forte atividade comercial registrada no 1T05, a evolução obtida seguiu a estratégia adotada pela Companhia de agregar valor a sua operação. Neste contexto, o EBITDA (lucro antes do juro, impostos, depreciações e amortizações) atingiu R\$ 152,4 milhões superior em 49,4% comparado com o 4T04. A margem EBITDA foi de 32,0% no 1T05, superior em 12,4 pontos percentuais do trimestre anterior.

A margem EBITDA de serviços do 1T05, excluindo a receita e o custo de venda de aparelhos, foi de 43,7%.

**Depreciação e Amortização**

No 4T04, a depreciação e amortização tiveram um recuo de 17,9% e 7,1% em comparação ao 1T04 e 4T04, respectivamente, em função do término do período de depreciação de equipamentos analógicos.



## RECEITAS (DESPESAS) FINANCEIRAS - TSD

<i>R\$ milhões</i>	Legislação Societária				
	1 T 05	4 T 04	Δ%	1 T 04	Δ%
<b>Receitas Financeiras</b>	<b>17,3</b>	<b>17,8</b>	<b>-2,8%</b>	<b>21,2</b>	<b>-18,4%</b>
Variação cambial	1,2	(1,1)	n.d.	2,3	-47,8%
Outras receitas financeiras	16,2	18,8	-13,8%	20,7	-21,7%
(-) Pis/Cofins sobre receitas financeiras	(0,1)	0,1	n.d.	(1,8)	-94,4%
<b>Despesas Financeiras</b>	<b>(16,1)</b>	<b>(19,1)</b>	<b>-15,7%</b>	<b>(19,5)</b>	<b>-17,4%</b>
Variação cambial	(4,6)	10,6	n.d.	(4,1)	12,2%
Outras despesas financeiras	(6,9)	(11,8)	-41,5%	(10,0)	-31,0%
Perdas/Ganhos com derivativos	(4,6)	(17,9)	-74,3%	(5,4)	-14,8%
<b>Receitas (Despesas) Financeiras Líquidas</b>	<b>1,2</b>	<b>(1,3)</b>	<b>n.d.</b>	<b>1,7</b>	<b>-29,4%</b>

**Receitas  
(Despesas)  
Financeiras**

As receitas financeiras líquidas no 1T05, foram melhores, quando comparado ao 4T04. Entre as variações apresentadas destacam-se a incidência de PIS e COFINS sobre a destinação de juros sobre capital próprio ocorrida em dezembro de 2004 (alíquota de 9,25% sobre R\$ 23 milhões) que não se repete no 1T05 e a elevação da taxa de juros (3,99% no 4T04 e 4,18% no 1T05) impactando positivamente na posição líquida de caixa.

No comparativo do 1T05 em relação ao 1T04, a Tele Sudeste manteve praticamente estável a sua receita financeira líquida.

**Lucro Líquido**

O resultado do trimestre apresentou um lucro líquido de R\$ 40,7 milhões superior em 7,7% em relação ao 1T04.



## EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS - TSD

	31/mar/05	31/dez/04
	Denominado em	
	US\$	US\$
<b>Credores (R\$ milhões)</b>		
Instituições financeiras	41,6	42,0
Fornecedores	8,5	8,3
<b>Total</b>	<b>50,1</b>	<b>50,3</b>
Taxas do câmbio utilizadas	2,6662	2,6544

## ENDIVIDAMENTO LÍQUIDO - TSD

	31/mar/05	31/dez/04
Curto Prazo	50,1	50,3
<b>Total do endividamento</b>	<b>50,1</b>	<b>50,3</b>
Disponibilidades	(244,0)	(353,9)
Derivativos	7,6	13,0
<b>Dívida Líquida</b>	<b>(186,3)</b>	<b>(290,6)</b>

**Endividamento**

Em 31 de março de 2005, a dívida com empréstimos e financiamentos da TSD somava R\$ 50,1 milhões (R\$ 50,3 milhões em 31 de dezembro de 2004), 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\$ 244,0 milhões) e por ativos e passivos de derivativos (R\$ 7,6 milhões a pagar), resultando numa posição líquida de caixa de R\$ 186,3 milhões, redução de 35,9%, quando comparado com dezembro de 2004.

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

## CAPEX - TSD

	1 T 05	4 T 04	1 T 04
Rede	34,5	76,6	7,0
Tecnologia/Sist. Informação	1,7	13,6	0,0
Outros	20,6	24,7	10,8
<b>Total</b>	<b>56,8</b>	<b>114,9</b>	<b>17,8</b>
<b>Percentual da Receita Líquida</b>	<b>11,9%</b>	<b>22,1%</b>	<b>4,0%</b>

**Investimentos (Capex)**

Os investimentos realizados no trimestre foram de R\$ 56,8 milhões. O aumento dos investimentos na comparação com o mesmo período do ano anterior deve-se fundamentalmente aos seguintes fatores: (i) consolidação e racionalização dos sistemas de informações, especialmente os de *billing*, *customer care*, plataformas de pré pago e sistemas de gestão SAP; 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 gera recursos pelas operações, suficientes para realizar seu programa de investimento de capital, alcançando R\$ 95,6 milhões no 1T05.

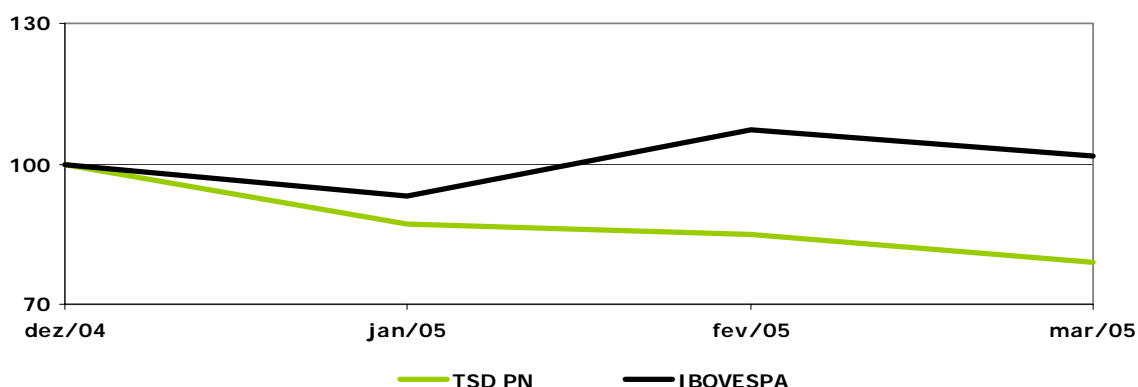
**Mercado de Capitais**

Durante o 1T05, as ações ordinárias (ON) e preferenciais (PN) da TSD desvalorizaram 8,8% e 21,1%, respectivamente, enquanto o índice Bovespa obteve ganho de 1,6%. Ao final do 1T05, as ações ON e PN fecharam cotadas por lote de mil, em R\$ 4,36 e R\$ 4,96 respectivamente.

Os ADRs nível II da TSD apresentaram uma queda de 16,0% durante o trimestre, ante uma desvalorização de 2,6% no índice *Dow Jones*. Os ADRs da TSD encerraram cotados em US\$ 8,90.

**Evolução Mensal Ações**

Base 100 = 30/dez/2004

**Grupamento de Ações**

O Conselho de Administração da Sociedade submeteu à Assembléia Geral Extraordinária realizada em 29/03/2005, grupar as 449.009.994.135 ações nominativas escriturais, sem valor nominal, da TSD, sendo deste total, 189.434.957.933 ações ordinárias e 259.575.036.202 ações preferenciais, representativas do capital social, na proporção de 5.000 (cinco mil) ações para 1 (uma) ação da respectiva espécie, transformando-as em 89.801.999 ações nominativas escriturais, sem valor nominal, sendo deste total, 37.886.992 ações ordinárias e 51.915.007 ações preferenciais, de acordo com o disposto no Artigo 12 da Lei no 6.404/76, conforme posteriormente alterada.

Nos Estados Unidos da América, não haverá grupamento de ADRs, ficando alterado somente a relação da quantidade de ações para cada ADR que passará a partir de 04/05/2005 das atuais 5.000 ações para cada ADR, para 1 (uma) ação para cada ADR. Desta forma não haverá frações resultantes no programa de ADRs, diferentemente do que ocorrerá na operação no Brasil.

O capital autorizado da TSD deverá também ser grupado na mesma proporção, passando de 700 bilhões de ações para 140 milhões de ações, com conseqüente atualização no Estatuto Social.



**Responsabilidade Social**

- A VIVO promoveu uma ação de conscientização ambiental dentro do Projeto Verão VIVO, levando uma série de eventos para o litoral do país entre janeiro e fevereiro. Para isso, contou com o apoio do Instituto VIVO, que patrocinou a produção de 25.000 exemplares do livro “A Água Nossa de Cada Dia”, assinado pelo desenhista e escritor Ziraldo. Focado na limpeza das águas do mar, o livro transmite noções de preservação ambiental para crianças e adultos, com o objetivo de estimular o exercício da cidadania.
- Em fevereiro, o Instituto VIVO inaugurou o Espaço VIVO Voluntário em São Paulo, um centro de produção de materiais em braile. A abertura do Espaço permitirá que os voluntários da VIVO produzam conteúdos em braile solicitados por instituições parceiras do Instituto VIVO em toda a área de atuação das operadoras. Com isso, o Programa vai contribuir para a alfabetização de crianças e adultos com deficiência visual, facilitando o acesso a informações.
- Em março, foi lançada a Parceria Efort para Inclusão Digital, que reúne Instituto Efort, Instituto VIVO, Furnas Centrais Elétricas, Prefeitura de São Paulo, Previdência Social e Ministério Público em prol da inclusão de jovens, adultos e idosos com necessidades educativas especiais ao mercado de trabalho. O Instituto VIVO contribuiu com o projeto doando equipamentos para a montagem de um telecentro totalmente adaptado, que abriga microcomputadores com softwares especiais (amplificadores e leitores de texto para deficientes visuais), plataforma elevatória (para levar deficientes físicos ao auditório) e impressoras de braile.



**Principais  
Premiações,  
Reconhecimentos  
e Eventos**

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



## BALANÇO PATRIMONIAL - TSD

R\$ milhões

ATIVO	31/mar/05	31/dez/04
<b>Circulante</b>	<b>1.246,4</b>	<b>1.347,9</b>
Disponibilidades	244,0	353,9
Contas a receber, líquida	410,5	407,7
Estoques	93,2	131,6
Adiantamento a fornecedores	6,1	8,0
Tributos diferidos e a recuperar	330,4	328,0
Operações com derivativos	1,3	1,5
Despesas Antecipadas	81,3	37,3
Outros ativos	79,6	79,9
<b>Realizável a Longo Prazo</b>	<b>248,4</b>	<b>286,6</b>
Tributos diferidos e a recuperar	226,0	262,1
Incentivos Fiscais	1,5	1,5
Despesas Antecipadas	13,3	15,4
Outros ativos	7,6	7,6
<b>Permanente</b>	<b>1.229,9</b>	<b>1.264,6</b>
Investimentos	0,5	0,5
Imobilizado	1.227,4	1.263,6
Diferido	2,0	0,5
<b>Total do Ativo</b>	<b>2.724,7</b>	<b>2.899,1</b>
<b>PASSIVO</b>		
<b>Circulante</b>	<b>663,1</b>	<b>881,3</b>
Pessoal, Encargos e Benefícios Sociais	25,5	28,2
Fornecedores e Consignações	383,7	564,9
Impostos, taxas e contribuições	52,7	67,7
Juros sobre o capital próprio	37,7	37,7
Empréstimos e financiamento	50,1	50,3
Provisão para contingências	59,5	61,1
Operações com derivativos	8,9	14,5
Outras obrigações	45,0	56,9
<b>Exigível a Longo Prazo</b>	<b>50,0</b>	<b>47,0</b>
Provisão para contingências	25,5	22,6
Outras obrigações	24,5	24,4
<b>Patrimônio Líquido</b>	<b>2.011,5</b>	<b>1.970,7</b>
<b>Recursos Capitalizáveis</b>	<b>0,1</b>	<b>0,1</b>
<b>Total do Passivo</b>	<b>2.724,7</b>	<b>2.899,1</b>



## DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO - TSD

## Legislação Societária

<i>R\$ milhões</i>	1 T 05	4 T 04	Δ%	1 T 04	Δ%
<b>Receita bruta</b>	<b>694,4</b>	<b>747,0</b>	<b>-7,0%</b>	<b>613,4</b>	<b>13,2%</b>
Receita de serviços	573,6	558,6	2,7%	522,1	9,9%
Deduções - Impostos e outros	(151,7)	(144,4)	5,1%	(126,6)	19,8%
Receita de aparelhos	120,8	188,4	-35,9%	91,3	32,3%
Deduções - Impostos e outros	(66,6)	(83,7)	-20,4%	(38,2)	74,3%
<b>Receita Líquida</b>	<b>476,1</b>	<b>518,9</b>	<b>-8,2%</b>	<b>448,6</b>	<b>6,1%</b>
<b>Receita de serviços</b>	<b>421,9</b>	<b>414,2</b>	<b>1,9%</b>	<b>395,5</b>	<b>6,7%</b>
Assinatura e Utilização	221,3	210,9	4,9%	197,3	12,2%
Uso de rede	183,3	190,7	-3,9%	188,2	-2,6%
Outros serviços	17,3	12,6	37,3%	10,0	73,0%
Receita de aparelhos	54,2	104,7	-48,2%	53,1	2,1%
<b>Custos Operacionais</b>	<b>(323,7)</b>	<b>(416,9)</b>	<b>-22,4%</b>	<b>(279,9)</b>	<b>15,6%</b>
Pessoal	(28,0)	(32,9)	-14,9%	(27,3)	2,6%
<b>Custo dos serviços prestados</b>	<b>(84,8)</b>	<b>(92,0)</b>	<b>-7,8%</b>	<b>(67,0)</b>	<b>26,6%</b>
Meios de conexão	(31,3)	(12,8)	144,5%	(14,6)	114,4%
Interconexão	(12,1)	(39,8)	-69,6%	(14,6)	-17,1%
Aluguéis/Seguros/Condomínios	(9,8)	(9,2)	6,5%	(10,6)	-7,5%
Fistel e outras taxas e contribuições	(18,7)	(15,8)	18,4%	(17,4)	7,5%
Serviços de terceiros	(12,9)	(13,9)	-7,2%	(9,7)	33,0%
Outros	-	(0,5)	n.d.	(0,1)	n.d.
Custo das Mercadorias Vendidas	(86,0)	(185,0)	-53,5%	(80,7)	6,6%
<b>Despesas de Comercialização dos Serviços</b>	<b>(102,0)</b>	<b>(115,3)</b>	<b>-11,5%</b>	<b>(78,1)</b>	<b>30,6%</b>
Provisão para devedores duvidosos	(9,4)	(6,1)	54,1%	(11,4)	-17,5%
Serviços de terceiros	(84,3)	(104,0)	-18,9%	(62,9)	34,0%
Outros	(8,3)	(5,2)	59,6%	(3,8)	118,4%
Despesas Gerais e Administrativas	(25,3)	(7,8)	224,4%	(25,6)	-1,2%
Outras receitas (despesas) operacionais	2,4	16,1	-85,1%	(1,2)	n.d.
<b>EBITDA</b>	<b>152,4</b>	<b>102,0</b>	<b>49,4%</b>	<b>168,7</b>	<b>-9,7%</b>
<b>Margem EBITDA %</b>	<b>32,0%</b>	<b>19,7%</b>	<b>12,4 p.p.</b>	<b>37,6%</b>	<b>-5,6 p.p.</b>
Depreciação e Amortizações	(90,0)	(96,9)	-7,1%	(109,6)	-17,9%
<b>EBIT</b>	<b>62,4</b>	<b>5,1</b>	<b>1123,5%</b>	<b>59,1</b>	<b>5,6%</b>
Resultado financeiro líquido	1,2	(1,3)	n.d.	1,7	-29,4%
<b>Receitas Financeiras</b>	<b>17,3</b>	<b>17,8</b>	<b>-2,8%</b>	<b>21,2</b>	<b>-18,4%</b>
Variação cambial	1,2	(1,1)	n.d.	2,3	-47,8%
Outras receitas financeiras	16,2	18,8	-13,8%	20,7	-21,7%
(-) Pis/Cofins sobre receitas financeiras	(0,1)	0,1	n.d.	(1,8)	-94,4%
<b>Despesas Financeiras</b>	<b>(16,1)</b>	<b>(19,1)</b>	<b>-15,7%</b>	<b>(19,5)</b>	<b>-17,4%</b>
Variação cambial	(4,6)	10,6	n.d.	(4,1)	12,2%
Outras despesas financeiras	(6,9)	(11,8)	-41,5%	(10,0)	-31,0%
Perdas/Ganhos com derivativos	(4,6)	(17,9)	-74,3%	(5,4)	-14,8%
Receitas/despesas não operacionais	0,2	0,1	100,0%	(0,2)	n.d.
Impostos	(23,1)	4,4	n.d.	(22,8)	1,3%
<b>Resultado do período</b>	<b>40,7</b>	<b>8,3</b>	<b>390,4%</b>	<b>37,8</b>	<b>7,7%</b>



**VIVO – Relações com Investidores**

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

Telefone: +55 11 5105-1172

Email: [ri@vivo.com.br](mailto:ri@vivo.com.br)Informações disponíveis no website: <http://www.vivo.com.br/ri>

---

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

**Tecnologia e Serviços**

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

**Indicadores operacionais:**

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

