



RESULTADOS CONSOLIDADOS SEGUNDO TRIMESTRE DE 2007

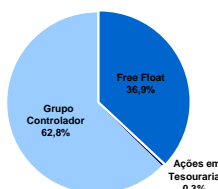
20 de julho de 2007 – VIVO Participações S.A. anuncia hoje seus resultados consolidados do segundo trimestre de 2007 (2T07) e do ano de 2007. As informações operacionais e financeiras da Companhia, exceto quando indicado de outra forma, são apresentadas em reais, conforme a legislação societária.

Os resultados do 2T07 da VIVO, materializam as ações desenvolvidas para a retomada do **crescimento com rentabilidade**. A escolha em oferecer as tecnologias **CDMA/EV-DO** e **GSM/EDGE** aos seus clientes, reforça a estratégia utilizada na implantação da nova rede e o momento adequado para o reposicionamento da Vivo com a campanha "**Vivo. Sinal de Qualidade**".

Cotação 19/07/2007

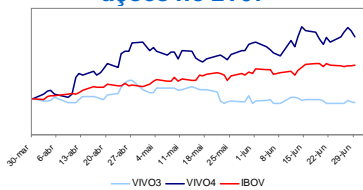
Por ação	
ON - VIVO3 - R\$	15,30
PN - VIVO4 - R\$	9,59
ADR - VIV - US\$	5,14

Composição Acionária 30/06/2007



Free Float- Ações ON	10,7%
Free Float- Ações PN	52,0%
Free Float- Total	36,9%
Ações em Tesouraria	0,3%
Grupo Controlador	62,8%
Tot de Ações ON	524.931.665
Tot de Ações PN	917.186.080

Rentabilidade das ações no 2T07



Dados do 2T07

Volume médio diário	R\$ 26mm
Valorização Vivo ON	(2,0)%
Valorização Vivo PN	34,5%
Var. Ibovespa	18,7%
Var. ITEL	23,8%



DESTAQUES

- Aumento da **base de clientes**, adicionando 1.210 mil clientes durante o trimestre, com destaque para as campanhas do Dia das Mães e do Dia dos Namorados;
- **GSM** já ultrapassa a marca de 3,3 milhões de aparelhos vendidos;
- Manutenção da **liderança de mercado** nacional e na área de autorização;
- **Cobertura digital nacional** e um amplo portfólio de soluções nas tecnologias **GSM/EDGE** e **CDMA/EV-DO**;
- Implantação da **nova conta** para clientes Pós Pago, simplificando o entendimento das faturas;
- Uma robusta **rede de distribuição** que conta com 338 mil pontos para recarga de créditos;
- Continuado sucesso dos planos "**Vivo Escolha**", que tem propiciado aumento na fidelização e captação de novos clientes;
- **Receita de Serviços** de R\$2.647,8 milhões e **EBITDA** de R\$ 634,2 milhões no 2T07 um aumento de 107,0% em relação ao 2T06;
- **Margem EBITDA** de 21,0% no 2T07 é 9,2 pontos percentuais superior ao registrado no mesmo trimestre do ano anterior. Normalizado pelo fim do *Bill&Keep* parcial a margem EBITDA seria de 23,5% comparado com os 16,2% registrado no 2T06;
- A **provisão para devedores duvidosos** foi de R\$ 101,2 milhões no trimestre, representando 2,3% da receita bruta, uma redução de 70,1% em relação ao 2T06;
- O **fluxo de caixa operacional** mais a variação do capital de giro cresceu R\$ 434,3 milhões no ano;
- A **dívida líquida** manteve-se praticamente estável em R\$ 3.336,3 milhões no 2T07 e apresenta uma redução de 23,0% em relação ao mesmo período do ano anterior;
- Foi aprovado pela ANATEL o reajuste na VUM, este deve situar-se por volta dos 2% e impactará positivamente a receita de interconexão.

Base para apresentação dos resultados

Os totais estão sujeitos a diferenças, devido a arredondamento. Algumas das informações divulgadas, relativas ao 1T07 e 2T06, foram reclassificadas, quando aplicável. A Vivo manteve constantes seus critérios de contabilização.

DESTAQUES								
R\$ milhões	2 T 07	1 T 07	Δ%	2 T 06	Δ%	Acumulado em:		
						2007	2006	Δ%
Receita Operacional Líquida	3.021,0	2.850,8	6,0%	2.598,3	16,3%	5.871,8	5.175,3	13,5%
Receita líquida dos serviços	2.647,8	2.609,3	1,5%	2.184,1	21,2%	5.257,1	4.445,8	18,2%
Receita líquida de vendas de mercadorias:	373,2	241,5	54,5%	414,2	-9,9%	614,7	729,5	-15,7%
Total dos Custos Operacionais	(2.386,8)	(2.093,8)	14,0%	(2.292,0)	4,1%	(4.480,6)	(4.151,9)	7,9%
EBITDA	634,2	757,0	-16,2%	306,3	107,1%	1.391,2	1.023,4	35,9%
Margem EBITDA (%)	21,0%	26,6%	-5,6 p.p.	11,8%	9,2 p.p.	23,7%	19,8%	3,9 p.p.
Depreciação e Amortização	(602,2)	(571,0)	5,5%	(606,2)	-0,7%	(1.173,2)	(1.197,9)	-2,1%
EBIT	32,0	186,0	-82,8%	-299,9	n.d.	218,0	-174,5	n.d.
Resultado do Período / Exercício	(112,8)	(19,3)	484,5%	(493,1)	-77,1%	(132,1)	(672,4)	-80,4%
Investimentos	337,3	235,4	43,3%	337,9	-0,2%	572,7	619,2	-7,5%
Investimento como % da receita líquida	11,2%	8,3%	2,9 p.p.	13,0%	-1,9 p.p.	9,8%	12,0%	-2,2 p.p.
Fluxo de Caixa Operacional	296,9	521,6	-43,1%	(31,6)	n.d.	818,5	404,2	102,5%
Variação do Capital de Giro	(159,3)	(224,9)	-29,2%	249,1	n.d.	(384,2)	(300,3)	27,9%
Cientes (Mil)	30.240	29.030	4,2%	28.525	6,0%	30.240	28.525	6,0%
Adições Líquidas	1.210	(23)	n.d.	(1.613)	n.d.	1.187	(1.280)	n.d.

Fluxo de Caixa Operacional

Fluxo de caixa operacional (EBITDA-CAPEX) de R\$ 296,9 milhões no trimestre revertendo o resultado negativo em relação ao 2T06. Quando comparado com o 1T07 apresenta uma redução de 43,1%. Somado a variação do capital de giro registra um fluxo de R\$ 137,6 milhões no trimestre, inferior a posição registrada no mesmo período do ano anterior que foi de R\$ 217,5 milhões. Vale lembrar que no 2T07 foi efetuado o pagamento da TFF (Taxa Fistel), que impactou esse resultado. No acumulado do ano o fluxo de caixa operacional mais a variação do circulante registrou R\$ 434,3 milhões um aumento superior a 3 vezes quando comparado ao mesmo período do ano anterior.

Investimentos (CAPEX)

Rede GSM/EDGE já cobre 2.250 municípios.

Continua-se com as atividades necessárias para o *overlay* em GSM/EDGE tendo sido investidos até o momento 76% do *CapEx* total previsto no projeto inicial. No 2T07 foram investidos R\$ 337,3 milhões, estes destinados para a manutenção da qualidade de rede e sistemas, expansão da cobertura e terminais para o segmento corporativo entre outros. O *CapEx* do 2T07 representou um percentual sobre a receita líquida de 11,2%. Para o acumulado do ano foram investidos R\$ 572,7 milhões.

CAPEX - VIVO						
R\$ milhões	2 T 07	1 T 07	2 T 06	Acumulado em		
				2007	2006	
Rede	190,3	98,1	139,6	288,4	231,7	
Tecnologia/Sist. Informação	46,3	43,8	87,6	90,1	173,5	
Outros	100,7	93,5	110,7	194,2	214,0	
Total	337,3	235,4	337,9	572,7	619,2	
Percentual da Receita Líquida	11,2%	8,3%	13,0%	9,8%	12,0%	



DESEMPENHO OPERACIONAL CONSOLIDADO - VIVO

	2 T 07	1 T 07	Δ%	2 T 06	Δ%
Total de assinantes (mil)	30.240	29.030	4,2%	28.525	6,0%
Market Share (*)	37,3%	37,4%	-0,1 p.p.	40,4%	-3,1 p.p.
Adições líquidas (mil)	1.210	(23)	n.d.	(1.613)	n.d.
Market Share de adições líquidas (*)	34,7%	-1,8%	36,5 p.p.	-171,2%	205,9 p.p.
Penetração do mercado	58,3%	56,0%	2,3 p.p.	51,5%	6,8 p.p.
SAC (R\$)	107	100	7,0%	128	-16,4%
Churn mensal	2,3%	2,6%	-0,3 p.p.	4,6%	-2,3 p.p.
ARPU (em R\$/mês)	29,9	30,0	-0,3%	24,1	24,1%
ARPU Entrante	13,7	13,9	-1,4%	9,7	41,2%
ARPU Sainte	16,2	16,1	0,6%	14,4	12,5%
MOU Total (minutos)	77	75	2,7%	67	14,9%
MOU Entrante	35	36	-2,8%	36	-2,8%
MOU Sainte	42	39	7,7%	31	35,5%
Empregados	5.494	5.735	-4,2%	5.769	-4,8%

(*) fonte Anatel

DESTAQUES OPERACIONAIS

Portfólio de aparelhos, melhor qualidade na prestação de serviços e GSM contribuíram para reverter o percentual de ganho líquido.

- O **parque** fechou o trimestre em **30.240** mil clientes 4,2% superior ao 1T07 e 6,0% superior ao mesmo período do ano anterior, um reflexo dos resultados registrados na campanha do dia das Mães e do Dia dos Namorados e o aumento progressivo na venda de celulares GSM, cujas vendas já ultrapassaram a marca de 3,3 milhões de aparelhos.
- As **adições líquidas** no 2T07 totalizaram **1.210** mil novos clientes, com um *market share* de adições líquidas de 34,7% na sua área de atuação, aumentando fortemente a sua participação e mantendo a liderança de mercado tanto em sua área de atuação quanto no mercado nacional. Destacando que 84% das ativações totais correspondem à tecnologia GSM. Esse crescimento firme e consistente é resultado do posicionamento da Vivo como “Melhor Sinal” e melhor escolha na classe de serviços. Corroborando o posicionamento, no segmento pós pago tivemos um crescimento de 63% em gama alta no trimestre.
- Da mesma forma a manutenção do ARPU em R\$ 29,9, mesmo em um período de intenso crescimento de clientes, também evidencia a qualidade do parque presente da Vivo.
- O foco da empresa continua na captação e manutenção de clientes de alto e médio valor, mantendo a racionalidade e busca de resultados positivos em cada campanha e ação comercial.

SAC de R\$107 mesmo durante o maior esforço comercial nas campanhas do dia das Mães e do dia dos Namorados.

- O **SAC** no trimestre foi de R\$107 comparado com R\$100 no 1T07. Este aumento é decorrente do maior esforço comercial e das “barreiras de entrada” praticadas no período, além de maiores gastos com publicidade devido às campanhas do Dia das Mães, a segunda maior do ano e a do Dia dos Namorados. Em relação ao 2T06 apresentou uma redução de 16,4% fruto da variação cambial e da redução no custo dos aparelhos em dólar que reflete no CMV proporcionando, conseqüentemente, um menor custo de aquisição.





**“Melhor sinal”
resultado da
melhora
constante na
qualidade dos
serviços
prestados**

**Nova Conta
para clientes
pós pago.**

**Estímulo do
tráfego ON-NET
através de
campanhas
específicas.**

**Crescimento
do tráfego
sainte total.**

**Melhoria da
qualidade do
parque manteve
o ARPU na casa
dos R\$ 30**

- **Churn** de 2,3% no trimestre com redução de 0,3 p.p. em relação ao trimestre anterior. O segmento de alto valor, representado pelos clientes “*premium*” foi mantido sob estrito controle com ações específicas para fidelização e captação. Em relação ao 2T06 a redução foi de 2,3 p.p. em consequência do ajuste efetivado na base de clientes no trimestre comparável do ano anterior.
- Reafirmando o compromisso de manter um relacionamento transparente e de respeito ao consumidor foi lançado o novo formato da conta de serviços para os clientes pós pagos. A conta apresenta agora de forma mais didática melhores informações e detalhes, possibilitando a obtenção de melhores indicadores e nível de serviços.
- O **MOU Blended** foi 2,7% maior que o registrado no 1T07 e 14,9% maior que o 2T06. O aumento no MOU sainte por sua vez aumentou 35,5% em relação ao 2T06 e 7,7% em relação ao 1T07. Além dos fatores mencionados anteriormente, este crescimento foi resultado das campanhas de incentivo ao uso para o segmento pré pago, adoção dos novos planos de serviço e campanhas segmentadas. O tráfego entrante que em muitos mercados apresenta tendência declinante, no caso da Vivo, manteve-se estável no decorrer dos últimos trimestres.
- O tráfego total apresentou um crescimento de 3,9% no 2T07 em relação ao 1T07, ressaltando-se a elevação do trafego sainte e a estabilidade do trafego entrante. Considerando-se somente o tráfego sainte, o aumento foi de 7,9%. Na comparação do 2T07 com o 2T06 o tráfego total apresenta um aumento de 12,8% e considerando apenas o tráfego sainte o aumento é de 30,5%. A estabilidade do tráfego entrante é decorrente principalmente do aumento do tráfego móvel-móvel **off net** além do tráfego de longa distância, denotando cada vez mais a universalização do acesso móvel como meio de comunicação pessoal, compensando a tendência de queda nos mercados do tráfego fixo-móvel.
- O **ARPU Blended** atingiu o montante de R\$ 29,9 no 2T07, mantendo-se praticamente estável em relação ao trimestre anterior. Quando comparado ao 2T06 apresenta um aumento de 24,1%. A Vivo manteve sua política de readequação ativa e passiva dos planos de serviços de seus clientes, buscando blindar sua base, fidelizar os de alto valor e capturar os clientes de valor presentes no mercado. Os planos “Vivo Escolha” foram protagonistas para aumentar a competitividade dos serviços prestados pela Vivo. Seguindo a tendência comentada no MOU, o ARPU sainte aumentou 12,5% em relação ao 2T06. Normalizado pelo fim do *Bill&Keep* parcial, o ARPU *blended* no 2T07 apresentaria um aumento de 7,5% em relação ao 2T06.

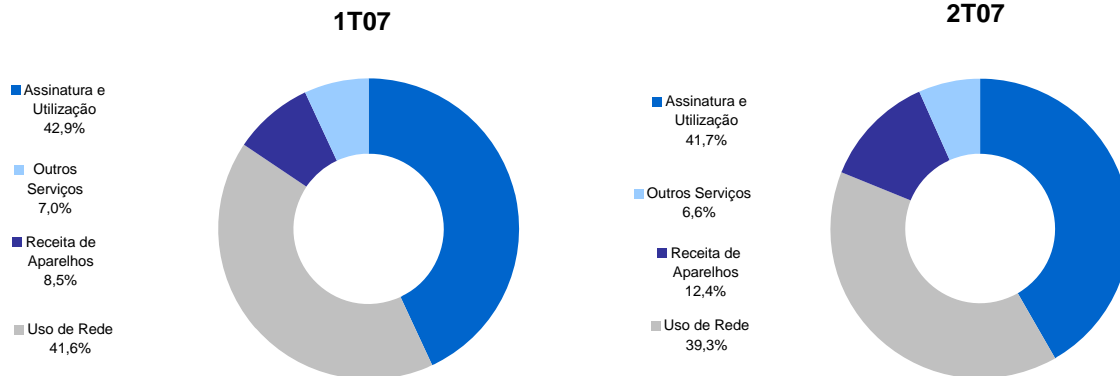




RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA - VIVO

R\$ milhões	Legislação Societária					Acumulado em:		
	2 T 07	1 T 07	Δ%	2 T 06	Δ%	2007	2006	Δ%
Assinatura e Utilização	1.260,1	1.223,5	3,0%	1.146,7	9,9%	2.483,6	2.323,3	6,9%
Uso de rede	1.186,8	1.184,6	0,2%	867,8	36,8%	2.371,4	1.797,8	31,9%
Outros serviços	200,9	201,2	-0,1%	169,6	18,5%	402,1	324,7	23,8%
Receita de serviços de telecom.	2.647,8	2.609,3	1,5%	2.184,1	21,2%	5.257,1	4.445,8	18,2%
Venda de aparelhos celulares	373,2	241,5	54,5%	414,2	-9,9%	614,7	729,5	-15,7%
Receita líquida total	3.021,0	2.850,8	6,0%	2.598,3	16,3%	5.871,8	5.175,3	13,5%

Composição das Receitas Operacionais



RECEITA OPERACIONAL

Aumento de 21,2% nas **receitas de serviços**, promovendo um aumento na **receita líquida total** de 16,3% em relação ao 2T06 alcançando R\$ 3.021,0 milhões no trimestre. Em relação ao 1T07, a receita líquida total apresentou uma evolução de 6,0% principalmente pelo aumento na receita de aparelhos. Normalizando o resultado do 2T07 pelo fim do *Bill&Keep* parcial a receita de serviços ainda assim apresentaria um aumento de 4,9% entre o 2T07 com o 2T06.

O aumento de 9,9% no item “**receita de assinatura e utilização**”, quando comparado com o 2T06, deve-se, principalmente ao aumento na receita sainte total, a qual foi impactada pelo crescimento do tráfego sainte total, pelo incentivo ao uso e promoções e, especialmente pelo já comentado desempenho do plano Vivo Escolha, já aderido por 50% da base de clientes pós pago pessoa física, que além de estimular o uso e fidelizar, também aumenta a rentabilidade e a satisfação do cliente, obtendo uma relação custo-benefício muito mais vantajosa. Quando comparado com o 1T07, houve um aumento de 3,0% na receita de assinatura e utilização, resultado do aumento do parque, além do incentivo ao uso com campanhas segmentadas. **Contribuiu também para esse crescimento o aumento no volume médio de recargas de aproximadamente 29% entre o 2T07 em relação ao 2T06** propiciado por uma robusta rede de distribuição com mais de 338 mil pontos de recargas.

A **receita de dados acrescido dos SVA's**, no 2T07 representa 7,9% da receita de serviços, um aumento de 15,0% em relação ao 2T06. Na comparação entre o 2T07 com o 1T07 permaneceu praticamente estável. A Receita de Dados e SVAs vem crescendo de forma sustentada por ações de estímulo ao uso dos atuais serviços (como exemplo, o SMS, o VIVO AVISA, a Caixa Postal e o Portal de Voz), com o contínuo incremento da nossa oferta no WAP, em *downloads* de conteúdos e jogos (inclusão de novos e relevantes parceiros), com as soluções do VIVO ZAP (Placas EV-DO PMCIA e USB) e com o lançamento de produtos e serviços inovadores (como o *download* de músicas completos no PLAY), além da retirada da cobrança do tráfego de *download* (quando da escolha de serviços já tarifados) e navegação dos aplicativos, levando mais clareza na comunicação do preço ao consumidor. A Vivo é pioneira nesta ação confirmando o comprometimento e respeito ao consumidor e sua aposta na adoção deste serviço.

Consistente crescimento da receita resultante do tráfego sainte.

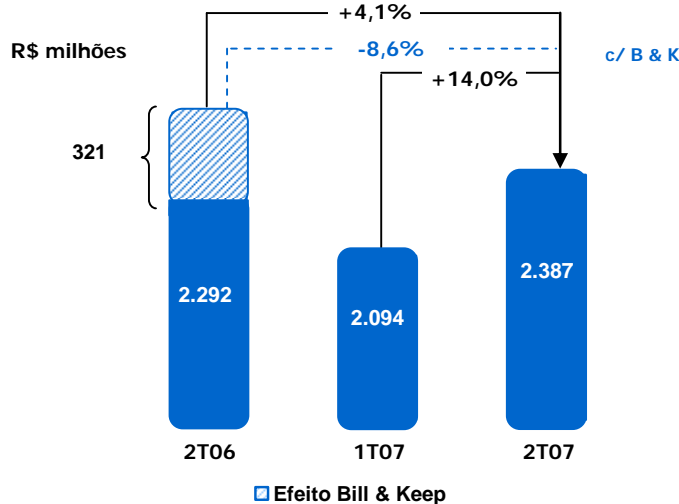
Mais de 200 mil clientes com acesso de Banda Larga móvel.



CUSTOS OPERACIONAIS - VIVO

R\$ milhões	Legislação Societária					Acumulado em:		
	2 T 07	1 T 07	Δ%	2 T 06	Δ%	2007	2006	Δ%
Pessoal	(165,0)	(173,7)	-5,0%	(155,3)	6,2%	(338,7)	(311,0)	8,9%
Custo dos serviços prestados	(758,6)	(716,4)	5,9%	(418,2)	81,4%	(1.475,0)	(852,2)	73,1%
Meios de conexão	(58,3)	(53,7)	8,6%	(57,0)	2,3%	(112,0)	(116,4)	-3,8%
Interconexão	(388,1)	(365,0)	6,3%	(37,1)	946,1%	(753,1)	(77,0)	878,1%
Aluguéis/Seguros/Condomínios	(54,9)	(49,3)	11,4%	(51,7)	6,2%	(104,2)	(101,6)	2,6%
Fistel e outras taxas e contribuições	(120,0)	(126,9)	-5,4%	(132,1)	-9,2%	(246,9)	(268,2)	-7,9%
Serviços de terceiros	(116,3)	(97,3)	19,5%	(89,4)	30,1%	(213,6)	(182,9)	16,8%
Outros	(21,0)	(24,2)	-13,2%	(50,9)	-58,7%	(45,2)	(106,1)	-57,4%
Custo de mercadorias vendidas	(548,5)	(351,5)	56,0%	(546,8)	0,3%	(900,0)	(979,4)	-8,1%
Comercialização dos serviços	(728,3)	(619,3)	17,6%	(1.002,4)	-27,3%	(1.347,6)	(1.713,7)	-21,4%
Provisão para devedores duvidosos	(101,2)	(107,4)	-5,8%	(338,7)	-70,1%	(208,6)	(499,7)	-58,3%
Serviços de terceiros	(596,7)	(478,2)	24,8%	(622,8)	-4,2%	(1.074,9)	(1.139,4)	-5,7%
Outros	(30,4)	(33,7)	-9,8%	(40,9)	-25,7%	(64,1)	(74,6)	-14,1%
Despesas gerais e administrativas	(161,6)	(145,8)	10,8%	(145,5)	11,1%	(307,4)	(274,5)	12,0%
Serviços de terceiros	(137,9)	(119,6)	15,3%	(113,8)	21,2%	(257,5)	(217,1)	18,6%
Outros	(23,7)	(26,2)	-9,5%	(31,7)	-25,2%	(49,9)	(57,4)	-13,1%
Outras receitas (despesas) operacionais	(24,8)	(87,1)	-71,5%	(23,8)	4,2%	(111,9)	(21,1)	430,3%
Receitas operacionais	80,0	64,4	24,2%	58,2	37,5%	144,4	130,6	10,6%
Despesas operacionais	(105,1)	(143,7)	-26,9%	(75,9)	38,5%	(248,8)	(143,1)	73,9%
Outras receitas (despesas) operacionais	0,3	(7,8)	n.d.	(6,1)	n.d.	(7,5)	(8,6)	-12,8%
Total dos custos antes deprec./amort.	(2.386,8)	(2.093,8)	14,0%	(2.292,0)	4,1%	(4.480,6)	(4.151,9)	7,9%
Depreciação e amortização	(602,2)	(571,0)	5,5%	(606,2)	-0,7%	(1.173,2)	(1.197,9)	-2,1%
Total dos custos operacionais	(2.989,0)	(2.664,8)	12,2%	(2.898,2)	3,1%	(5.653,8)	(5.349,8)	5,7%

**Total dos Custos Operacionais
excluindo Depreciação e Amortização**



CUSTOS OPERACIONAIS

Rígido controle sobre os custos administráveis.

No comparativo entre o 2T07 com o 2T06, o aumento de 6,2% do **Custo de Pessoal** é justificado pelo reajuste proporcionado por meio do Acordo Coletivo de novembro de 2006 e do aumento das verbas rescisórias decorrentes da adequação do quadro de pessoal.

No comparativo entre 2T07 com o 1T07, a redução de 5,0% do custo de pessoal se dá pelo menor volume de indenizações e pela adequação do quadro de pessoal.





Eliminando-se os efeitos do fim do B&K o custo dos serviços permaneceria estável em relação ao 2T06

O aumento de 81,4% no **custo dos serviços prestados** no 2T07, quando comparado com o 2T06 é devido ao incremento de 946,1% nos custos com interconexão pelo fim do *Bill&Keep* parcial, além do aumento dos gastos com serviços de terceiros especialmente em serviços públicos. Esse incremento é parcialmente compensado pela redução nos gastos com taxa Fistel e outras contribuições, além da redução em perdas com roaming. Quando comparado com o 1T07 apresenta um aumento de 5,9% pelas mesmas razões acima, porém com uma intensidade menor. Normalizado pelo efeito do fim do *Bill&Keep* parcial, o valor do 2T07 permaneceria estável na comparação com o 2T06.

O **custo das mercadorias vendidas** apresenta um aumento de 56,0% em relação ao 1T07, devido em grande parte ao maior número de ativações brutas que apresentam um crescimento de 47,3% e manteve-se estável em relação ao 2T06, mesmo com uma atividade comercial mais intensa, decorrente da variação cambial e da venda de aparelhos GSM com menor custo de compra. Durante o 2T07, 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, pela redução do *Churn*, além do lançamento dos aparelhos GSM.

No 2T07, as **despesas comerciais** decresceram 27,3% em relação ao 2T06 pela redução nos gastos com provisão para devedores duvidosos e gastos com serviços de terceiros especialmente dos gastos com comissões e serviços públicos. Quando comparada com o 1T07 o acréscimo de 17,6% reflete as ações para o reposicionamento com um aumento nos gastos em publicidade, pelo aumento nas despesas com comissões, mão de obra terceirizada e *client care*, compensada por uma redução na provisão para devedores duvidosos e serviços públicos.

Redução de 5,8% na PDD em relação ao trimestre anterior.

A Provisão para Devedores Duvidosos – PDD registrou no 2T07 o valor de R\$101,2 milhões, representando 2,3% da receita bruta total, uma redução de 70,1% em relação ao mesmo período do ano anterior que foi de R\$ 338,7 milhões onde representou 9,0% da receita bruta. O segundo trimestre de 2006 foi impactado por uma PDD incremental de R\$161,5 milhões decorrente da migração de clientes para novas plataformas sistêmicas, que causou atraso na emissão de faturas no período pós implantação, além da aplicação de réguas de cobrança, criando dificuldades para os clientes ao pagar valores acumulados. Se eliminássemos este valor incremental, ainda assim, a PDD apresentaria uma redução de 42,9% em relação ao 2T06. Este resultado demonstra o rígido controle realizado sobre os novos clientes adquiridos nas campanhas de final de ano e sobre a carteira em cobrança. Quando comparado com o 1T07 a PDD também apresenta uma redução de 0,4 ponto percentual sobre a receita bruta total.

As **despesas gerais e administrativas** apresentaram um aumento de 11,1% no 2T07 em relação ao 2T06 devido ao aumento nos custos com serviços de terceiros, principalmente em assistência técnica por transferência de tecnologia, gastos com área jurídica e outras despesas, parcialmente contrabalançados por redução em gastos com serviços regulares por ganhos de eficiência pela conclusão da unificação de plataformas sistêmicas (TI e SI), serviços públicos, além da redução em outros gastos com materiais e aluguéis, seguros e condomínios. Quando comparada com o 1T07 apresenta um crescimento de 10,8% decorrente do aumento em assistência técnica e outras despesas, impactado positivamente pela redução das despesas com aluguéis, seguros e condomínios e serviços de manutenção e conservação da planta.





Outras Receitas / Despesas Operacionais apresentaram uma despesa de R\$ 24,8 milhões. A queda de 71,5% em relação ao 1T07 decorre da redução da provisão para contingências, além do aumento na receita de despesas recuperadas e incentivos comerciais. Quando comparada com o 2T06 o aumento de 4,2% na variação decorre principalmente pelo aumento nas despesas referentes às despesas com impostos, taxas e contribuições e da provisão para contingências, quase totalmente compensados pelo aumento da receita de despesas recuperadas e incentivos comerciais.

EBITDA

Margem EBITDA de 21,0% no trimestre, refletindo a atividade comercial no período.

O **EBITDA** (resultado antes dos juros, impostos, depreciações e amortizações) no 2T07 foi de R\$ 634,2 milhões um aumento de 107,1% em relação ao 2T06, resultando em uma Margem EBITDA de 21,0%. Quando comparado com o 1T07 o EBITDA apresenta uma redução de 16,2%, este desempenho reflete a atividade comercial do período que resultou num aumento significativo da base de clientes. Normalizando a margem pelo efeito do fim do *Bill&Keep* parcial o EBITDA no 2T07 seria de R\$ 626,3 milhões com uma margem de 23,5%. O resultado apresentado no 2T07 reflete o crescimento das receitas pelo aumento do parque e ao estreito controle dos custos, mesmo quando considerado o volume de aquisições e a retomada do crescimento sustentável. Contribui também para essa evolução a manutenção no custo de mercadorias vendidas, explicada pela venda de aparelhos GSM que possuem menor custo de aquisição.

DEPRECIAÇÃO E AMORTIZAÇÃO

A rubrica **depreciação e amortização** manteve-se estável em relação ao 2T06 e apresentou uma evolução de 5,5% em relação ao 1T07 resultado este, da ativação de novos equipamentos. Se compararmos os acumulados dos anos de 2007 e 2006, a evolução tem a mesma normalidade.





RECEITAS (DESPESAS) FINANCEIRAS - VIVO

R\$ milhões	Legislação Societária					Acumulado em:		
	2 T 07	1 T 07	Δ%	2 T 06	Δ%	2007	2006	Δ%
	Receitas Financeiras	38,8	58,2	-33,3%	52,1	-25,5%	97,0	177,5
Outras receitas financeiras	38,8	58,2	-33,3%	52,1	-25,5%	97,0	177,5	-45,4%
(-) Pis/Cofins sobre receitas financeiras	0,0	0,0	n.d.	0,0	n.d.	0,0	0,0	n.d.
Despesas Financeiras	(162,4)	(185,4)	-12,4%	(259,4)	-37,4%	(347,8)	(571,3)	-39,1%
Outras despesas financeiras	(101,9)	(109,8)	-7,2%	(157,6)	-35,3%	(211,7)	(320,1)	-33,9%
Perdas/Ganhos com derivativos	(60,5)	(75,6)	-20,0%	(101,8)	-40,6%	(136,1)	(251,2)	-45,8%
Variação Monetária e Cambial, líquidas	(0,8)	8,5	n.d.	(6,3)	-87,3%	7,7	(6,0)	n.d.
Receitas (Despesas) Financeiras Líquidas	(124,4)	(118,7)	4,8%	(213,6)	-41,8%	(243,1)	(399,8)	-39,2%

Redução nas despesas financeiras de 41,8% entre o 2T07 e o 2T06.

A VIVO manteve praticamente estável a sua despesa financeira líquida no comparativo do 2T07 com o 1T07. O aumento de R\$ 5,7 milhões deve-se a gastos adicionais de CPMF incidente sobre o pagamento da TFF (Taxa Fistel) ocorrido no 2T07 (R\$ 420 milhões). No comparativo do 2T07 com o 2T06 houve uma redução de R\$ 89,2 milhões na despesa financeira líquida devido a queda do endividamento líquido, maior geração de caixa operacional e reestruturação do passivo financeiro, além da redução da taxa de juros do período (3,58% no 2T06 e 2,89% no 2T07).

EMPRÉSTIMOS E FINANCIAMENTOS - VIVO

Credores (R\$ milhões)	MOEDA					
	R\$	URTJLP *	UMBND **	US\$	Yen	Total
Instituições financeiras	1.758,5	107,4	17,2	1.118,6	693,3	3.695,0
Fixcel - Aquisição da TCO	10,7	-	-	-	-	10,7
Total	1.769,2	107,4	17,2	1.118,6	693,3	3.705,7
Taxas do câmbio utilizadas		1,964551	0,036895	1,9262	0,015663	
Cronograma de pagamento - Longo Prazo						
2008	505,1	9,5	1,5	232,5	472,8	1.221,4
após 2008	1.202,2	47,6	7,6	-	-	1.257,4
Total	1.707,3	57,1	9,1	232,5	472,8	2.478,8

ENDIVIDAMENTO LÍQUIDO - VIVO

	30/jun/07	31/mar/07	30/jun/06
Curto Prazo	1.226,9	1.283,4	1.861,7
Longo Prazo	2.478,8	2.773,8	2.824,7
Total do endividamento	3.705,7	4.057,2	4.686,4
Caixa e Aplicações	(955,2)	(1.241,6)	(644,0)
Derivativos	585,8	489,5	291,5
Dívida Líquida	3.336,3	3.305,1	4.333,9

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

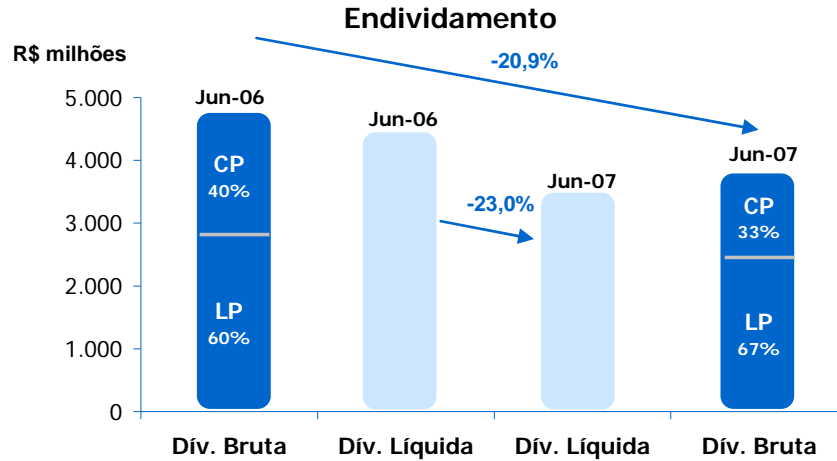
(**) A UMBND é uma unidade monetária preparada pelo BNDES, composta por uma cesta de moedas estrangeiras, cuja principal é o dólar americano, razão pelo qual a sociedade e suas controladas a consideram como US\$.

Redução no endividamento líquido em 23,0% na comparação ano a ano e de 20,9% na dívida bruta.

Em 30 de junho de 2007, a dívida com empréstimos e financiamentos da VIVO somava R\$ 3.705,7 milhões (R\$ 4.057,2 milhões em 31 de março de 2007) sendo 49% denominada em moeda estrangeira. A Companhia contrata operações de swaps (*hedge* cambial) para proteger 100% de sua dívida financeira contra a volatilidade do câmbio, de forma que o custo final (dívida e *swap*) seja atrelado a reais. Adicionalmente a Sociedade possuía operações de “swap” – CDI x Pré, para proteger parcialmente as flutuações nas taxas de juros internas. As operações cobertas totalizavam R\$2.274,0 milhões. (R\$871,0 milhões em 31 de março de 2007). Esse endividamento foi compensado pelos recursos disponíveis em caixa e aplicações financeiras (R\$ 955,2 milhões) e pelos ativos e passivos de derivativos (R\$ 585,8 milhões a pagar), resultando numa dívida líquida de R\$ 3.336,3 milhões.



A redução de 20,9% na dívida bruta correspondente a R\$ 980,7 milhões em relação ao 2T06 é decorrente da flexibilidade e racionalidade financeira, proporcionada ainda pela simplificação societária que possibilitou o pré-pagamento de dívidas contratadas através da utilização do caixa das empresas que possuíam maior liquidez.



Estabilidade do endividamento por geração de caixa

Apesar de a empresa ter efetuado o pagamento da TFF (Taxa Fistel) de R\$ 420 milhões no 2T07, a dívida líquida da companhia permaneceu praticamente estável em relação ao 1T07 devido à geração de caixa operacional deste último trimestre.

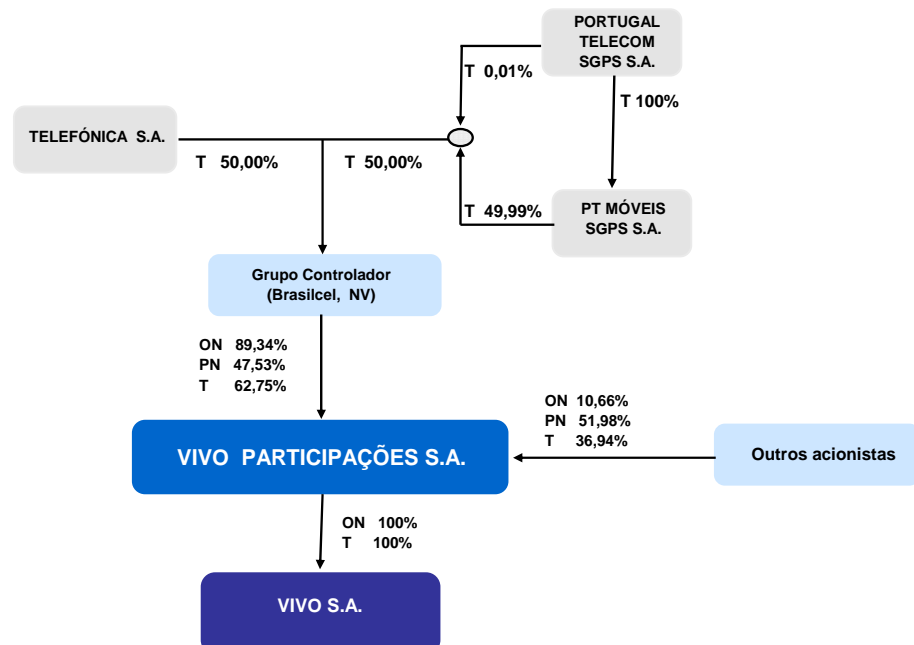
Prejuízo de R\$ 112,8 milhões no trimestre, demonstrando uma redução de 77,1% quando comparado ao prejuízo de R\$ 493,1 milhões registrados no 2T06.

Mercado de Capitais

As ações da Vivo Participações foram negociadas em 100% dos pregões realizados neste trimestre na Bolsa de Valores de São Paulo, tendo as ações ordinárias uma desvalorização de 2,0% enquanto as preferenciais experimentaram um aumento de 34,5%. No ano as ações da Vivo acumulam uma valorização de 4,7% para as ações ON e de 10,2% para as ações PN.

Estrutura Acionária e Composição do Capital Social

Estrutura societária simplificada





COMPOSIÇÃO DO CAPITAL SOCIAL DA VIVO PARTICIPAÇÕES S.A. EM 30/06/2007

ACIONISTAS	Ordinárias		Preferenciais		TOTAL	
Portelcom Participações S.A.	67.349.733	12,8%	1.843	0,0%	67.351.576	4,7%
BRASILCEL, N.V.	222.877.507	42,5%	364.350.055	39,7%	587.227.562	40,7%
SUDESTECCEL Participações LTDA	88.255.178	16,8%	1.224.498	0,1%	89.479.676	6,2%
AVISTA Participações LTDA	9.630.458	1,8%	46.613.811	5,1%	56.244.269	3,9%
TBS Celular Participações LTDA	68.818.554	13,1%	1.165.797	0,1%	69.984.351	4,9%
TAGILO Participações LTDA	12.061.046	2,3%	22.625.728	2,5%	34.686.774	2,4%
Sub Total Controlador	468.992.476	89,3%	435.981.732	47,5%	904.974.208	62,8%
Ações em Tesouraria	0	0,0%	4.494.900	0,5%	4.494.900	0,3%
Outros acionistas	55.939.189	10,7%	476.709.448	52,0%	532.648.637	36,9%
TOTAL	524.931.665	100,0%	917.186.080	100,0%	1.442.117.745	100,0%

Evento Subseqüente.

Em Reunião realizada no dia 11/07/2007 o Conselho de Administração deliberou sobre a Segunda Repactuação das Debêntures da 1ª emissão da Companhia, cujas características de emissão foram aprovadas em 10.07.2003 e 14.08.2003 e da primeira repactuação em 08.07.2004, nas reuniões do Conselho de Administração da Companhia, a qual terá as seguintes características e condições (a “Segunda Repactuação”): (i) Terceiro Período de Vigência da Remuneração: 01/08/2007 à 01/08/2008, período em que as condições da remuneração permanecerão inalteradas; (ii) Remuneração: A remuneração da Repactuação das Debêntures será equivalente a um percentual da acumulação das taxas médias diárias dos Depósitos Interfinanceiros de um dia - DI, over extra grupo, expressa na forma percentual ao ano, base 252 (duzentos e cinquenta e dois) dias úteis, calculadas e divulgadas pela Câmara de Custódia e Liquidação – CETIP, percentual este observado o limite máximo de 103% (cento e três por cento); (iii) Periodicidade do Pagamento da Remuneração: A Remuneração das Debêntures será devida semestralmente, sendo o primeiro pagamento devido no dia 01 de Fevereiro de 2008 e o último na Data de Vencimento, ou seja, em 01 de Agosto de 2008 e (iv) Garantia: A garantia constituída na emissão das Debêntures permanecerá inalterada para o Novo Período de Vigência da Remuneração.

Programa de melhoria de qualidade e cobertura

Melhor qualidade de ligação e cobertura

A VIVO continua expandindo significativamente a sua cobertura, aumentando a quantidade de municípios atendidos, além de ampliar e otimizar a cobertura 1xRTT e instalar a nova rede GSM/EDGE escalável ao W-CDMA. A Vivo Participações através de sua subsidiária integral Vivo S/A, a maior operadora do Brasil, presta serviços de telefonia móvel celular nos estados de São Paulo, Paraná, Santa Catarina, Rio de Janeiro, Espírito Santo, Bahia, Sergipe, Rio Grande do Sul, Acre, Amazonas, Amapá, Goiás, Maranhão, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Pará, Rondônia, Roraima e Tocantins e no Distrito Federal. Destaca-se a cobertura digital em 100% dos municípios na sua área de atuação, sendo que mais de 2.000 municípios possuem cobertura 1xRTT, dentre estes 27 com o serviço EV-DO. A rede GSM/EDGE já está presente em 2.250 municípios. Alguns Estados como São Paulo, Rio de Janeiro e Espírito Santo já contam com atendimento da Vivo em 100% dos municípios.

Cobertura Nacional, uma meta.

Leilão das freqüências de 1,9 GHz pela Anatel coloca a Vivo mais próxima de atingir um de seus importantes objetivos: a operação nacional, chegando a Minas Gerais e Estados do Nordeste onde ainda não atua.



Principais Premiações, Reconhecimento e Eventos

A Vivo é **Top de Marketing 2007** da ADVB. Mais uma vez a Vivo se destaca na área de comunicação do País, pelas estratégias inovadoras, investimentos e resultados obtidos em sua campanha de reposicionamento da marca. O prêmio concedido pela ADVB (Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil) é um dos mais tradicionais e respeitados do setor de marketing do País.

A Vivo é Top of Mind entre usuários de internet. A Vivo é a marca mais lembrada entre as operadoras de telefonia móvel do Brasil, segundo a pesquisa Top of Mind Internet. Com 27% dos votos dos internautas, a empresa ficou 8 pontos percentuais à frente das concorrentes. Realizada pelo Instituto Datafolha e encomendada pelo portal de internet UOL, a pesquisa que consagrou a operadora ouviu mais de 2000 pessoas, a partir de 14 anos, que acessam a internet em casa por pelo menos quatro vezes por semana.



Vivo Play é a maior loja de música digital do país. O serviço de download de música digital pelo celular da Vivo, o Vivo Play, atingiu a marca de 120 mil arquivos comercializados mensalmente. A marca representa quase um disco de platina vendido a cada 30 dias e consolida a empresa como a maior loja de música digital do Brasil. Os números mensais da Vivo são maiores do que os computados em portais de internet e outros meios digitais para compra de música no país.



Vivo participou da Campanha que tornou o Cristo Redentor uma das maravilhas do mundo. Para estimular a votação do concurso que elegeu as sete novas maravilhas do mundo, a Vivo isentou a cobrança para o envio de Torpedos SMS de seus clientes que votaram no símbolo nacional e tornaram possível essa conquista.

Responsabilidade Social

A Vivo é uma empresa comprometida com a qualidade do relacionamento com seus diferentes públicos e, sobretudo, com o respeito ao consumidor, procurando desenvolver soluções inclusivas que considerem a diversidade que caracteriza nossos clientes e a sociedade brasileira.

Em junho deste ano, a Vivo conquistou o prêmio **Top Social 2007** da ADVB com case Vivo Voluntário, um programa que busca a inclusão sócio educacional de pessoas com deficiência visual.

Em Abril foi lançada uma **campanha de sensibilização interna** chamada "Inclusão. Eu Vivo esta causa", com objetivo de assumir diante de todos os colaboradores a causa da inclusão de pessoas com deficiência.

Duas semanas após, foi lançada a segunda fase da campanha, mas desta vez convidando os colaboradores para participar do Programa Vivo Voluntário, por meio do Portal Vivo Voluntário recém lançado. O Portal vem unir todos os colaboradores de todos os municípios onde a operadora está atuando.

A Vivo criou o **Programa de Soluções Inclusivas** que busca envolver todas as áreas da empresa em prol da pessoa com deficiência. O programa tem o objetivo específico de tornar acessíveis seus produtos e serviços. Exemplos já implantados: Resumo da Prestação de Serviços em Braille, serviço, para clientes pós-pagos com deficiência visual, que contém informações sobre a utilização dos serviços e planos da operadora; Isenção da cobrança para a consulta de saldos do serviço pré-pago *5005, onde uma gravação informa o valor atual do saldo de crédito do cliente pré-pago com deficiência visual; TDD, equipamento que permite a comunicação entre o deficiente auditivo e o atendente, já instalado em locais de grande circulação.

Com a implantação do GSM, a Vivo passa a ter no seu *portfólio*, tecnologia para tornar aparelhos acessíveis para pessoas com deficiência visual. O modelo disponível atualmente é o Nokia modelo N73. Este aparelho tem sistema operacional que permite a instalação de um software chamado *Talks*, comercializado pela parceira Laramara. Trata-se de um leitor de telas que torna audível a navegação dos menus dos aparelhos.





Responsabilidade Ambiental

A VIVO patrocinou a segunda etapa do I Fórum Integrando Meio Ambiente à Vida, realizado pelo Instituto AME do Rio Grande do Sul, com a verba da venda das baterias de sites, com o objetivo de promover a responsabilidade ambiental. O evento, desta vez ocorreu na cidade de Bagé, no dia 04 de maio, no Instituto São Pedro e contou com a participação de 350 convidados entre eles educadores de toda a rede escolar, técnicos, universitários e demais pessoas interessadas.

“Reciclar é cuidar do meio ambiente”

A VIVO participou da II Semana de Estudos Pedagógicos de Curitiba, promovido pela Secretaria Municipal de Educação, que é o mais importante evento de qualificação dirigido aos profissionais da rede municipal. De 16 a 18 de maio, 15 mil professores, pedagogos e diretores participaram de diversas oficinas, entre elas a Oficina Ecossistemas Florestais Paranaenses, patrocinada pela Vivo e que faz parte do Projeto Transformando com Arte a Vida. Este por sua vez, já tem um resultado expressivo neste primeiro semestre: mais de 5.000 crianças atendidas e 1.285 professores, 3 oficinas de capacitação, 1 exposição, participação em 4 eventos atingindo mais de 5.000 pessoas.

No dia 25 de maio, a Gerência de Meio Ambiente reiniciou o Projeto Reciclando Mentas, com a Palestra de Emissões Eletromagnéticas que foi realizada em Vitória, ES. Essas palestras objetivam esclarecer os colaboradores sobre a problemática levantada sobre os efeitos das transmissões de Estações Rádio Base e celulares à saúde humana. Já foram realizadas 32 palestras em 2005 e 2006 e este ano deverá atingir as demais regionais.

Com objetivo de promover a responsabilidade ambiental, a Vivo patrocinou a 3ª Edição da Mostra Rio Ambiente, que ocorreu de 30 de maio a 01 de junho e também fez demonstração do Projeto Vivo Recicle seu Celular, com um estande montado no evento.



No dia 05 de Junho é comemorado o Dia Mundial do Meio Ambiente e, para esta data a Vivo preparou um cartão de recarga temático sobre o tema, salientando que “Cuidar do Meio Ambiente é sinal de responsabilidade”. Além do cartão, foi produzida a Carta da Terra em Braille e audiolivro e distribuída a várias instituições, bem como lançadas dicas ambientais no site da internet, trabalho realizado em parceria com a área de responsabilidade social corporativa.

De 11 a 15 de junho, foi realizada a III Semana de Meio Ambiente, com o tema “Celular e Meio Ambiente - ligados para sempre”, campanha que objetiva a sensibilização dos colaboradores para a necessidade de agir preservando o planeta. A semana contou com diversas atividades em todas as regionais tais como a Árvore da Atitude, onde os colaboradores participaram escrevendo atitudes conscientes para melhorar o meio em que vivem e para montar a Carta de Intenções Ambientais da Vivo. Foi disponibilizado um painel interativo com todo o Ciclo do Celular e o Corredor da Consciência que apresentava os quatro princípios básicos da Carta da Terra e um poema que levava à reflexão de que somos apenas uma espécie entre tantas. Também foram feitos mutirões de plantio, onde obtivemos um resultado de 570 mudas plantadas.

Em destaque no Programa de Gerenciamento de Resíduos é o Projeto “Vivo Recicle seu Celular”, que é a coleta de aparelhos, acessórios e baterias de celulares nas lojas próprias nas capitais RJ, SP e DF e que está se preparando para sua expansão no 2º Semestre de 2007 para as demais regionais.


BALANÇO PATRIMONIAL CONSOLIDADO DA VIVO

R\$ milhões

ATIVO	30/jun/07	31/mar/07	Δ%
Circulante	5.323,3	5.580,4	-4,6%
Caixa e Bancos	57,3	21,8	162,8%
Aplicações	872,9	1.213,5	-28,1%
Contas a receber, líquida	1.911,5	1.874,5	2,0%
Estoques	316,8	262,5	20,7%
Adiantamento a fornecedores	12,3	20,0	-38,5%
Tributos diferidos e a recuperar	1.641,7	1.613,4	1,8%
Operações com derivativos	2,5	2,2	13,6%
Despesas antecipadas	351,7	457,4	-23,1%
Outros ativos	156,6	115,1	36,1%
Não Circulante	11.181,4	11.479,7	-2,6%
Realizável a Longo Prazo:			
Aplicações	25,0	6,5	284,6%
Tributos diferidos e a recuperar	2.494,5	2.551,0	-2,2%
Operações com derivativos	1,7	0,3	466,7%
Despesas antecipadas	37,6	26,8	40,3%
Outros ativos	30,8	30,9	-0,3%
Investimentos	823,3	901,2	-8,6%
Imobilizado, líquido	6.103,0	6.229,8	-2,0%
Intangível, líquido	1.554,3	1.610,7	-3,5%
Diferido, líquido	111,2	122,5	-9,2%
Total do Ativo	16.504,7	17.060,1	-3,3%
PASSIVO			
Circulante	5.085,2	5.264,0	-3,4%
Pessoal, encargos e benefícios	136,8	143,1	-4,4%
Fornecedores e contas a pagar	2.373,2	2.601,1	-8,8%
Impostos, taxas e contribuições	466,6	466,3	0,1%
Empréstimos e financiamento	1.226,9	1.283,4	-4,4%
Juros sobre o capital próprio e dividendos	51,3	51,4	-0,2%
Provisão para contingências	79,3	75,3	5,3%
Operações com derivativos	387,9	299,0	29,7%
Outras obrigações	363,2	344,4	5,5%
Não Circulante	3.171,6	3.440,7	-7,8%
Exigível a longo prazo:			
Impostos, taxas e contribuições	221,9	215,3	3,1%
Empréstimos e financiamento	2.478,8	2.773,9	-10,6%
Provisão para contingências	130,6	122,5	6,6%
Operações com derivativos	202,0	193,0	4,7%
Outras obrigações	138,3	136,0	1,7%
Patrimônio Líquido	8.247,5	8.355,0	-1,3%
Recursos Capitalizáveis	0,4	0,4	0,0%
Total do Passivo e do Patrimônio Líquido	16.504,7	17.060,1	-3,3%





DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO CONSOLIDADO - VIVO

R\$ milhões	Legislação Societária						Acumulado em:		
	2 T 07	1 T 07	Δ%	2 T 06	Δ%	2007	2006	Δ%	
Receita Bruta	4.310,1	3.964,3	8,7%	3.765,0	14,5%	8.274,4	7.382,0	12,1%	
Receita de serviços	3.471,9	3.419,1	1,5%	2.955,9	17,5%	6.891,0	5.972,7	15,4%	
Deduções - Impostos e outros	(824,1)	(809,8)	1,8%	(771,8)	6,8%	(1.633,9)	(1.526,9)	7,0%	
Receita de aparelhos	838,2	545,2	53,7%	809,1	3,6%	1.383,4	1.409,3	-1,8%	
Deduções - Impostos e outros	(465,0)	(303,7)	53,1%	(394,9)	17,8%	(768,7)	(679,8)	13,1%	
Receita Líquida	3.021,0	2.850,8	6,0%	2.598,3	16,3%	5.871,8	5.175,3	13,5%	
Receita de serviços	2.647,8	2.609,3	1,5%	2.184,1	21,2%	5.257,1	4.445,8	18,2%	
Assinatura e Utilização	1.260,1	1.223,5	3,0%	1.146,7	9,9%	2.483,6	2.323,3	6,9%	
Uso de rede	1.186,8	1.184,6	0,2%	867,8	36,8%	2.371,4	1.797,8	31,9%	
Outros serviços	200,9	201,2	-0,1%	169,6	18,5%	402,1	324,7	23,8%	
Receita de aparelhos	373,2	241,5	54,5%	414,2	-9,9%	614,7	729,5	-15,7%	
Custos Operacionais	(2.386,8)	(2.093,8)	14,0%	(2.292,0)	4,1%	(4.480,6)	(4.151,9)	7,9%	
Pessoal	(165,0)	(173,7)	-5,0%	(155,3)	6,2%	(338,7)	(311,0)	8,9%	
Custo dos serviços prestados	(758,6)	(716,4)	5,9%	(418,2)	81,4%	(1.475,0)	(852,2)	73,1%	
Meios de conexão	(58,3)	(53,7)	8,6%	(57,0)	2,3%	(112,0)	(116,4)	-3,8%	
Interconexão	(388,1)	(365,0)	6,3%	(37,1)	946,1%	(753,1)	(77,0)	878,1%	
Aluguéis/Seguros/Condomínios	(54,9)	(49,3)	11,4%	(51,7)	6,2%	(104,2)	(101,6)	2,6%	
Fistel e outras taxas e contribuições	(120,0)	(126,9)	-5,4%	(132,1)	-9,2%	(246,9)	(268,2)	-7,9%	
Serviços de terceiros	(116,3)	(97,3)	19,5%	(89,4)	30,1%	(213,6)	(182,9)	16,8%	
Outros	(21,0)	(24,2)	-13,2%	(50,9)	-58,7%	(45,2)	(106,1)	-57,4%	
Custo das Mercadorias Vendidas	(548,5)	(351,5)	56,0%	(546,8)	0,3%	(900,0)	(979,4)	-8,1%	
Despesas de Comercialização dos Serviços	(728,3)	(619,3)	17,6%	(1.002,4)	-27,3%	(1.347,6)	(1.713,7)	-21,4%	
Provisão para devedores duvidosos	(101,2)	(107,4)	-5,8%	(338,7)	-70,1%	(208,6)	(499,7)	-58,3%	
Serviços de terceiros	(596,7)	(478,2)	24,8%	(622,8)	-4,2%	(1.074,9)	(1.139,4)	-5,7%	
Outros	(30,4)	(33,7)	-9,8%	(40,9)	-25,7%	(64,1)	(74,6)	-14,1%	
Despesas Gerais e Administrativas	(161,6)	(145,8)	10,8%	(145,5)	11,1%	(307,4)	(274,5)	12,0%	
Serviços de terceiros	(137,9)	(119,6)	15,3%	(113,8)	21,2%	(257,5)	(217,1)	18,6%	
Outros	(23,7)	(26,2)	-9,5%	(31,7)	-25,2%	(49,9)	(57,4)	-13,1%	
Outras receitas (despesas) operacionais	(24,8)	(87,1)	-71,5%	(23,8)	4,2%	(111,9)	(21,1)	430,3%	
Receitas operacionais	80,0	64,4	24,2%	58,2	37,5%	144,4	130,6	10,6%	
Despesas operacionais	(105,1)	(143,7)	-26,9%	(75,9)	38,5%	(248,8)	(143,1)	73,9%	
Outras receitas (despesas) operacionais	0,3	(7,8)	n.d.	(6,1)	n.d.	(7,5)	(8,6)	-12,8%	
EBITDA	634,2	757,0	-16,2%	306,3	107,1%	1.391,2	1.023,4	35,9%	
Margem EBITDA %	21,0%	26,6%	-5,6 p.p.	11,8%	9,2 p.p.	23,7%	19,8%	3,9 p.p.	
Depreciação e Amortizações	(602,2)	(571,0)	5,5%	(606,2)	-0,7%	(1.173,2)	(1.197,9)	-2,1%	
EBIT	32,0	186,0	-82,8%	(299,9)	n.d.	218,0	(174,5)	n.d.	
Resultado financeiro líquido	(124,4)	(118,7)	4,8%	(213,6)	-41,8%	(243,1)	(399,8)	-39,2%	
Receitas Financeiras	38,8	58,2	-33,3%	52,1	-25,5%	97,0	177,5	-45,4%	
Outras receitas financeiras	38,8	58,2	-33,3%	52,1	-25,5%	97,0	177,5	-45,4%	
(-) Pis/Cofins sobre receitas financeiras	0,0	0,0	n.d.	0,0	n.d.	0,0	0,0	n.d.	
Despesas Financeiras	(162,4)	(185,4)	-12,4%	(259,4)	-37,4%	(347,8)	(571,3)	-39,1%	
Outras despesas financeiras	(101,9)	(109,8)	-7,2%	(157,6)	-35,3%	(211,7)	(320,1)	-33,9%	
Perdas/Ganhos com derivativos	(60,5)	(75,6)	-20,0%	(101,8)	-40,6%	(136,1)	(251,2)	-45,8%	
Varição Monetária e Cambial, líquidas	(0,8)	8,5	n.d.	(6,3)	-87,3%	7,7	(6,0)	n.d.	
Receitas/despesas não operacionais	(6,3)	(0,9)	n.d.	(1,8)	250,0%	(7,2)	(6,1)	18,0%	
Impostos	(14,1)	(85,7)	-83,5%	22,2	n.d.	(99,8)	(84,0)	18,8%	
Participação dos minoritários	0,0	0,0	n.d.	0,0	n.d.	0,0	(8,0)	n.d.	
Resultado do Período / Exercício	(112,8)	(19,3)	484,5%	(493,1)	-77,1%	(132,1)	(672,4)	-80,4%	



TELECONFERÊNCIA – 2T07

Em Português

Data: 20 de julho de 2007 (sexta-feira)

Horário: 09:00 (horário de Brasília) e 08:00 (horário de Nova Iorque)

Número de Telefone: (11) 2101-4848

Código da Teleconferência: VIVO

Webcast: www.vivo.com.br/ri

O replay da teleconferência pode ser acessado pelo telefone (11) 2101-4848 código: VIVO ou em nosso site.

TELECONFERÊNCIA – 2T07

Em Inglês

Data: 20 de julho de 2007 (sexta-feira)

Horário: 11:30 (horário de Brasília) e 10:30 (horário de Nova Iorque)

Número de Telefone: (+1 973) 935-8893

Código da Teleconferência: VIVO ou 8987892

Webcast: www.vivo.com.br/ir

O replay da teleconferência pode ser acessado pelo telefone (+1 973) 341-3080 código: 8987892 ou em nosso site.

VIVO – Relações com Investidores

Ernesto Gardelliano
Carlos Raimar Schoeninger
Janaina São Felício

Av Chucri Zaidan, 860 – Morumbi – SP – 04583-110

Telefone: +55 11 7420-1172

Email: ri@vivo.com.br

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

O presente comunicado 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 +/- circulante.

Margem EBITDA = EBITDA/ Receita Operacional Líquida.

PDD – provisão para devedores duvidosos. Conceito contábil que mede a provisão feita para a 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.

GSM – (Global System for Mobile) – Sistema Global para Comunicação móvel, usado para transmissão de voz e dados, constituindo-se em um sistema comutado que divide em períodos de tempo cada um dos canais de transmissão.

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 do período, 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).

Bill & Keep parcial – modalidade de remuneração pelo uso de rede local entre as operadoras de SMP que só ocorre quando o tráfego entre elas exceder 55%, o que causa impacto na receita e custo de interconexão, que deixou de ser aplicada em julho de 2006.

