



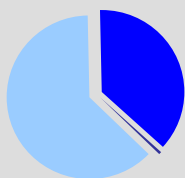
Vivo é a marca da joint venture formada por Portugal Telecom e Telefônica em 2002.

É líder do mercado brasileiro de telefonia celular, com market share de 37,3% em sua área de atuação e o maior grupo de telefonia móvel do Hemisfério Sul e a décima maior do mundo.

Tickers

Ação ON (Bovespa)	VIVO 3
Ação PN (Bovespa)	VIVO 4
ADR (NYSE)	VIV

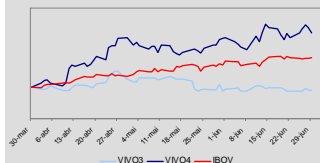
Composição Acionária em 30/06/2007



Free Float
Ações em Tesouraria
Grupo Controlador

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%



Mensagem do presidente

“Ser a maior prestadora de serviços de telecomunicações móveis do Brasil e uma das maiores do mundo é importante, mas ser a melhor naquilo que realmente importa para o cliente é ainda mais. Da mesma forma, ser referência no desenvolvimento de tecnologia de ponta não fará diferença se essa tecnologia não se reverter em serviços úteis para o cliente. Queremos transformar a Vivo numa **experiência inesquecível de consumo** para nossos clientes atuais e **desejo de consumo** para os que ainda não são”.

Roberto Lima

Desempenho Consolidado

O **parque** fechou o trimestre em 30.240 mil clientes. A manutenção do **ARPU** em R\$ 29,9 evidencia a qualidade do parque da Vivo, um aumento de 24,1% em comparação ao 2T06. O **SAC** no 2T07 apresentou uma redução de 16,4% comparado com o 2T06. **Churn** de 2,3% no trimestre, estável em relação ao trimestre anterior, especialmente no segmento de alto valor, o qual mantivemos sob estrito controle.

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. Normalizando o resultado pelo fim do Bill & Keep parcial a receita de serviços ainda assim apresentaria um aumento de 4,9% entre o 2T07 e o 2T06. A receita de dados acrescido dos SVA's, representou 7,9% da receita de serviços.

As **despesas operacionais** apresentaram um aumento de 4,2% em relação ao 2T06. Contribuíram para esse crescimento o aumento das despesas com impostos, taxas e contribuições e a provisão para contingências, quase totalmente compensados pelo aumento da receita de despesas recuperadas e incentivos comerciais. Porém, o custo das mercadorias vendidas se manteve estável e as despesas comerciais decresceram 27,3% em relação ao 2T06. 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.

O **EBITDA** 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%. Normalizado pelo fim do Bill&Keep parcial o Ebitda seria de R\$ 626,3 milhões com uma margem de 23,5%.

O **fluxo de caixa operacional** (EBITDA-CAPEX) de R\$ 296,9 milhões diminuiu 43,1% em relação ao 1T07. Somado a variação do capital de giro registra um fluxo de R\$ 137,6 milhões no trimestre, inferior à posição registrada no mesmo período do ano anterior que foi de R\$ 217,5 milhões.

A **dívida líquida** de R\$ 3.336,3 apresentou redução de 23,0% quando comparada ao 2T06. 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.

Os **investimentos** totalizaram R\$ 337,3 milhões destinados, principalmente, à expansão da cobertura, incremento da infra-estrutura para a rede de dados, expansão dos parceiros de recarga virtual, lançamento da nova fatura e atendimento ao metrô de São Paulo. Além disso, continuamos com os investimentos para o overlay em GSM/EDGE, tendo sido investidos até o momento 76% do CapEx total previsto no projeto inicial.

Prejuízo de R\$ 112,8 milhões comparado ao prejuízo de R\$493,1 no 2T06.

Desempenho Financeiro Consolidado VIVO					
R\$ milhões	2T07	1T07	%Δ	2T06	%Δ
Receita Operacional Líquida	3.021,0	2.850,8	6,0%	2.598,3	16,3%
Receita de Serviços	2.647,8	2.609,3	1,5%	2.184,1	21,2%
Receita de Mercadorias	373,2	241,5	54,5%	414,2	-9,9%
Custos Operacionais	(2.386,8)	(2.093,8)	14,0%	(2.292,0)	4,1%
Pessoal	(165,0)	(173,7)	-5,0%	(155,3)	6,2%
Serviços Prestados	(758,6)	(716,4)	5,9%	(418,2)	81,4%
Mercadorias Vendidas	(548,5)	(351,5)	56,0%	(546,8)	0,3%
Comercialização de Serviços	(728,3)	(619,3)	17,6%	(1.002,4)	-27,3%
Gerais e Administrativos	(161,6)	(145,8)	10,8%	(145,5)	11,1%
Outras Receitas (Despesas)	(24,8)	(87,1)	-71,5%	(23,8)	4,2%
Ebitda	634,2	757,0	-16,2%	306,3	107,1%
Margem Ebitda	21,0%	26,6%	-5,6 p.p.	11,8%	9,2 p.p.
Resultado Financeiro Líquido	(124,4)	(118,7)	4,8%	(213,6)	-41,8%
Lucro/Prejuízo Líquido	(112,8)	(19,3)	484,5%	(493,1)	-77,1%
Total do endividamento	3.705,7	4.057,2	-8,7%	4.686,4	-20,9%
Dívida Líquida	3.336,3	3.305,1	0,9%	4.333,9	-23,0%
Capex	337,3	235,4	43,3%	337,9	-0,2%

Desempenho Operacional Consolidado VIVO					
	2T07	1T07	%Δ	2T06	%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.
Share de Adições Líquidas	34,7%	-1,8%	36,5 p.p.	-171,2%	205,9 p.p.
Penetração (*)	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%
MOU Total (minutos)	77	75	2,7%	67	14,9%

(*) fonte Anatel

ENDIVIDAMENTO LÍQUIDO			
	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
Disponibilidades(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



Vivo. Sinal de Qualidade

O novo posicionamento da empresa - *Vivo. Sinal de Qualidade* – e as campanhas que comunicam o forte compromisso com os clientes vêm rendendo conquistas importantes para a marca. A Vivo é a 5ª propaganda mais lembrada, ocupa a 9ª posição entre as propagandas preferidas e pela 1ª vez desde a sua constituição reverteu a perda de market share, utilizando a sua força de venda com canais de distribuição exclusivos.

Esforços de fidelização e retenção apresentam resultados

Trabalhamos em diversas ações em busca de maior fidelização e retenção de clientes, tais como: o lançamento da **nova fatura** que já conta com um índice de aprovação de 95%; o **Programa de Pontos**, principal ferramenta de relacionamento com o cliente, que resultou em uma redução de 0,3 pontos percentuais no churn do trimestre; a revisão do **mix de recarga**, com a inclusão de valores mais baixos, que gerou aumento no volume de recarga de 8% no período e os planos **Vivo Escolha**, nos quais os clientes podem optar por uma combinação de vantagens que mais se enquadrem no seu perfil de uso.

Mais de
338 mil
pontos de recarga

Líder nacional do
Share de varejo,
com **40%**
das vendas

7.911
pontos de vendas

Market Share de
37,3% em sua
área de atuação

Tecnologia: CDMA + GSM/EDGE

A Vivo tornou-se a única operadora do Brasil a oferecer uma completa gama de produtos e serviços em duas tecnologias, o que nos permite uma cobertura nacional digital e roaming internacional em mais de 200 países. Com isso, reduzimos o custo de aquisição de aparelhos e, conseqüentemente, os subsídios praticados e hoje contamos com mais de 3,3 milhões de clientes GSM. Temos atualmente um portfólio com 75 modelos de aparelhos, sendo 40 em GSM e 35 em CDMA.

GSM/EDGE fornece "Enhanced" GPRS (EGPRS) - uma solução de conectividade baseada no protocolo de internet (IP), que suporta uma variedade de aplicações com taxas de até 40 kbit/s, similar a uma conexão dial-up - que pode ser usado para aplicações de pacotes, como conexões de internet e aplicações que exigem altas taxas de transmissão, tais como: e-mail, video streaming, mensagens multimídia e location-based services. EDGE triplica a taxa de dados oferecida com GSM.

Simplificação da Estrutura Organizacional

Em 2006, mudanças simplificaram a organização, favorecendo a orientação para os clientes e para os resultados. Nasceram a VIVO Participações e a VIVO S.A. com a fusão das 5 *holdings* e das 14 operadoras. Simplificação da estrutura societária, maior transparência, modernização administrativa e funcional, e redução de custos são alguns ganhos importantes da conclusão do Projeto Incorporação.

Governança Corporativa

Busca constante de aperfeiçoamento das práticas de governança corporativa para assegurar a máxima transparência e confiabilidade às suas operações e aos resultados de seus negócios apresentados ao mercado. A Vivo é administrada por um Conselho de Administração integrado por no mínimo 3 e no máximo 12 membros, todos acionistas da holding, além de Conselho Fiscal, Comitê de Divulgação e Comitê de Auditoria.

Responsabilidade Social



A Vivo como uma empresa consciente do seu papel no desenvolvimento social do Brasil está comprometida com a causa da educação. Por isso, apóia o compromisso Todos Pela Educação, ajudando a difundir os princípios da mobilização e conscientização da sociedade sobre a importância do tema para o futuro do nosso país.

Meio Ambiente

1ª empresa no Brasil a recolher aparelhos celulares para reciclagem, com a campanha: "*Seu celular sem utilidade pode ligar o mundo a um futuro melhor*".

96 mil baterias usadas encaminhadas para o descarte.
244 toneladas de materiais reciclados.

Relações com Investidores

A Diretoria de Relações com Investidores atua com foco no aprimoramento das divulgações de dados aos acionistas e analistas, como forma de manter relacionamento próximo com o mercado e fornecer o material necessário para a precificação e valorização justa da Companhia.

Contato:

Email: ri@vivo.com.br

Telefone: 5511-7420-1172

Fax: 5511-7420-2247