

Divulgação de Resultado

3T09



Você, sem fronteiras.

A TIM PARTICIPAÇÕES S.A. Anuncia seus Resultados Consolidados para o Terceiro Trimestre de 2009

BOVESPA¹

(lote = 1 ação)
TCSL3: R\$6,18
TCSL4: R\$4,61

NYSE¹

(1 ADR = 10 ações preferenciais)
TSU: US\$26,24

(1) Preços no fechamento de 29 de outubro de 2009

Rio de Janeiro, 30 de outubro de 2009 – TIM Participações S.A. (BOVESPA: TCSL3 e TCSL4; e NYSE: TSU), a empresa que controla diretamente a TIM Celular S.A. e, indiretamente, a TIM Nordeste S.A., anuncia seus resultados para o terceiro trimestre de 2009. A TIM Participações S.A. ("TIM Participações" ou "TIM") presta serviços de telecomunicação em todo o Brasil.

As informações operacionais e financeiras a seguir, exceto quando indicado de outra forma, são apresentadas em Reais (R\$), com base em números consolidados e de acordo com a legislação societária brasileira. Todas as comparações referem-se ao terceiro trimestre de 2008 (3T08), exceto quando indicado o contrário.

Destaques do 3T09

Teleconferência de Resultados do 3T09

Teleconferência em inglês:

30 de outubro de 2009, às 12h30, horário de Brasília. (10h30 horário de Nova York)

Teleconferência em português:

30 de outubro de 2009, às 14h00, horário de Brasília. (12h00 horário de Nova York)

Para mais informações, favor visitar o site da empresa no endereço: www.tim.com.br/ri

Contatos da área de Relações com Investidores

ri@timbrasil.com.br
(+55 21) 4009-3742 / 4009-3446 / 4009-4017

Avenida das Américas, 3434
Bloco 01 6º andar – Barra da Tijuca
Rio de Janeiro, RJ - Brasil
CEP: 22640-102
Fax: +55 21 4009-3990

- **Como planejado no 2T09, o terceiro trimestre foi o período "voltamos a falar".** Evidências podem ser observadas através da recuperação do MOU, seguindo o sucesso do plano Infinity. Podemos verificar também consecutivas melhorias de *market share* e adições líquidas no pós-pago.
- **Sobre a Marca**, a TIM aumentou seus gastos em publicidade e propaganda, elevando sua participação para ~29% dos gastos totais em mídia no ano.
- **Base de assinantes:** 39,6 milhões de clientes, 12,5% A/A. Tal desempenho continuou a refletir nossa recuperação comercial. O *market share* incremental alcançou 27,3% no 3T09, bem acima do mesmo período de 2008 (18,3%).
- **O plano Infinity continuou a impulsionar o crescimento da base pré-paga** e já alcançou mais de 11 milhões de clientes no 3T09.
- **MOU registrou 90 min.** (vs. 73 min. em 2T09), seguindo grande aceitação do plano Infinity.
- **ARPU em R\$26,5 no trimestre**, um desempenho estável quando comparado em bases trimestrais, mesmo apesar do forte volume de adições líquidas e da queda do ARPM nos últimos 2 trimestres.
- **A receita líquida de serviços cresceu 5,0% T/T, para R\$3.083 milhões** – refletindo a recuperação do tráfego pré-pago e aumento da base pós-paga.
- **Receitas brutas de VAS atingiram R\$496 milhões**, aumento de 23,0% ano-a-ano e representando 12% da receita líquida de serviço.
- **Inadimplência: continuou a melhorar!** R\$99,6 milhões, uma queda de -30,5% A/A e igual a 3,2% das receitas líquidas de serviço.
- **Despesas operacionais permaneceram praticamente sem variação T/T e A/A**, totalizando R\$2.579 milhões no trimestre - esforço comercial foi parcialmente neutralizado pelo Plano de Eficiência.
- **EBITDA totalizou R\$758,8 milhões**, 3,1% maior que o 2T09, em função da melhoria na receita líquida total, mas ainda 5,0% abaixo do 3T08.
- **O Lucro líquido foi de R\$61 milhões**, contra prejuízo de R\$12 milhões no 3Q08 e R\$15 milhões no 2Q09.

Mensagem da Administração

Seguindo o percurso traçado no início do ano e em continuidade ao nosso plano de reestruturação, chegamos ao terceiro trimestre, satisfeitos com os resultados alcançados – sobretudo os operacionais, onde apresentamos novamente melhoria no comparativo trimestral nos principais indicadores. Esses nove meses de 2009 têm sido especiais para a TIM, pois passamos por grandes transformações, um período de muito esforço e resultados.

Iniciamos o ano com o reposicionamento da Companhia no mercado. Voltamos-nos para a reestruturação da empresa, fomos em busca da reconquista do mercado, com lançamentos de ofertas e serviços inovadores e estamos trabalhando cada vez mais com foco na satisfação do cliente, na qualidade da rede e na inovação.

Se no segundo trimestre o tom foi “de volta às vendas”, neste trimestre o tom foi “voltamos a falar”, onde tivemos significativa melhoria no indicador de tráfego. Destacamos também importantes avanços em nosso plano de re-lançamento:

- **Recuperação no posicionamento da marca:** A TIM confirmou novamente seu *Brand Awareness* e *Top of Mind* além de recuperarmos também o nível de Satisfação do Cliente em todos os segmentos.
- **Crescimento da base de cliente:** Mantivemos o crescimento de nossa base pré-paga (Infinity ultrapassou 11 milhões de linhas) e interrompemos a seqüência de queda na base pós-paga. Adicionamos neste trimestre, 1,8 milhões de usuários, 28% superior a igual período de 2008, com destaque para as adições líquidas do pós-pago que dobraram na comparação trimestral. Tal desempenho no *market share* incremental é largamente explicada pelo sucesso de nosso plano Infinity.
- **Programa de Qualidade da Rede:** Iniciamos em março, importante programa de monitoramento da qualidade de nossa rede, atingindo ao final do terceiro trimestre, 32 cidades. O programa envolve uma rigorosa medição em campo da performance de rede e inclui um teste comparativo entre as principais operadoras móveis. Utilizamos o programa para realizar ajustes finos e proporcionar melhoria de qualidade na rede. Em setembro, apresentamos continua melhora no indicador de qualidade de rede da Anatel – 97,3% das metas atingidas.
- **Plano de Eficiência ainda desempenha um papel importante:** Embora o maior impacto do plano tenha ocorrido mais intensamente nos dois últimos trimestres (1T e 2T), é importante ressaltar que ainda foi importante fonte de auto-financiamento e que suportou a melhoria de performance comercial no trimestre. O plano trouxe economias significativas com despesas de Rede/Interconexão, PDD, G&A e TI.
- **Consistente desempenho comercial:** Neste trimestre consolidamos o sucesso dos novos planos Infinity, que atingiu a marca superior a 11 milhões de usuários – e não

paramos! Lançamos uma nova família de planos para o segmento pós-pago, o **Liberty**, que consiste em um plano de mensalidade fixa e tráfego ilimitado de voz para chamadas intra-rede.

- **Novo modelo de vendas:** no trimestre, introduzimos mais uma opção de escolha de oferta para nossos clientes, através da vendas de **Chip avulso** também para o segmento pós-pago. A oferta consiste em um desconto mensal na fatura para usuários que queiram somente o chip. **Sob o ponto de vista do Cliente:** a abordagem apresenta uma maior atratividade na tarifa de planos de serviço e permitindo uma maior flexibilidade para escolha de aparelhos desbloqueados disponíveis no mercado. **Sob o ponto de vista da Companhia:** a estratégia nos permite reduzir nosso SAC e transferir a competição de aparelhos para o serviço, além de permitir uma melhor distinção entre nossos competidores.
- **Receita e EBITDA: Na comparação trimestral,** estamos melhorando tanto na receita quanto no EBITDA. Os resultados refletem os sinais positivos na parte financeira seguindo a nova dinâmica operacional e a recuperação na base pós-paga. Mesmo mantendo nossos esforços comerciais neste trimestre, preservamos nossa margem através do plano de eficiência. **Na comparação anual,** ainda sentimos os impactos negativos provenientes da queda de nossa base pós-paga em 2008, resultando em desempenho na receita abaixo do esperado. Quanto ao EBITDA, a redução é explicada por um maior empenho comercial neste trimestre em comparação à uma fase de desaceleração comercial observada no segundo semestre de 2008.
- Nosso resultado líquido voltou a ficar positivo neste trimestre e ainda mantivemos uma tendência de alta para nosso fluxo de caixa livre.

Para o próximo trimestre:

- Manteremos o **crescimento da base pós-paga** e do *market share* incremental
- **Continuaremos a apresentar aumento do MOU**, impulsionado pelos planos *Infinity* e *Liberty* com foco na inovação
- Permaneceremos entre os líderes no **indicador de qualidade da Anatel** (rede e satisfação de clientes)
- Manteremos a liderança em **Top of Mind**
- Manteremos o **desenvolvimento da infra-estrutura de rede**

Por fim, pessoalmente estou orgulhoso do grande trabalho que estamos fazendo e estou ainda mais determinado a enfrentar, com entusiasmo renovado e serenidade, os desafios que temos pela frente.

Luca Luciani

Desempenho Operacional

Panorama do Mercado Brasileiro

O mercado brasileiro de celulares totalizou **166,1 milhões de linhas em setembro**, um crescimento de 18,0% sob uma base anual. A teledensidade alcançou 86,7% no 3T09, comparada aos 73,3% no mesmo período de 2008. As adições líquidas têm mostrado alguns sinais de desaceleração ao registrar uma queda de 14,6% A/A no 3T09 e de 21,9% no acumulado de 2009.

O crescimento do mercado continuou a ser concentrado no segmento pré-pago, alavancado pelo efeito do duplo SIM-Card como um resultado das promoções intra-rede das companhias. Este segmento alcançou 136,6 milhões de usuários, representando 82,2% do mercado total vs. 81,1% no 3T08. Em relação ao segmento pós-pago, a base terminou o trimestre com 29,6 milhões, um aumento de 11,0% na comparação anual.

Desempenho da TIM

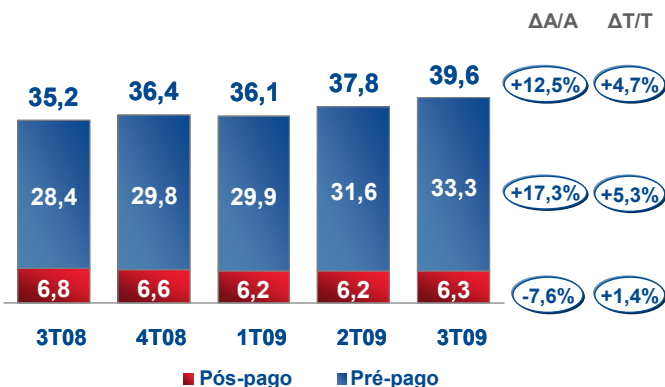
Nossa base total de assinantes terminou o trimestre com **39,6 milhões de clientes, 12,5% maior que o 3T08**. A TIM terminou o período com market share de 23,8% (vs. 23,7% no 2T), como um resultado do reposicionamento da Companhia no começo do ano (fevereiro) – quando nosso market share estava em 23,4%. A TIM foi capaz de apresentar uma recuperação no market share e interrompeu a recente tendência de queda.

As adições líquidas no 3T09 ficaram em 1,8 milhões de linhas (+27,5% A/A), enquanto o market share incremental chegou a 27,3% no trimestre, mantendo um padrão consistente durante 2009. Tal desempenho continuou a refletir nossa recuperação comercial, como resultado de novas ofertas e esforços contínuos em propaganda.

Base de Clientes e Market Share

(Milhões de linhas)

Base de Clientes

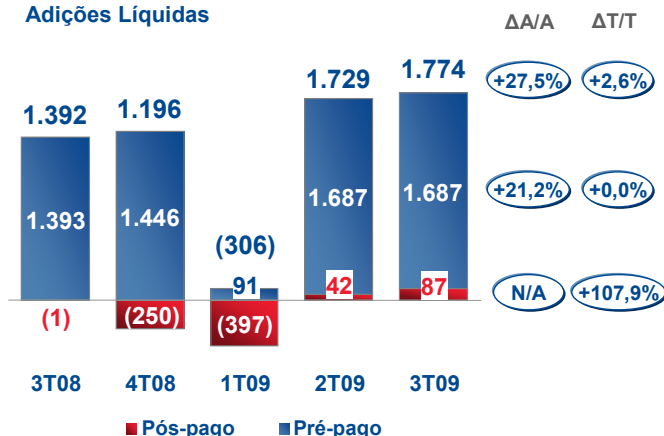


Variação A/A (%)

20,7% 16,5% 11,0% 11,9% 12,5%

(Milhares de linhas)

Adições Líquidas



Variação A/A (%)

-17,2% -42,9% N/A 34,9% 27,5%

No terceiro trimestre de 2009, fomos capazes de apresentar outro saldo positivo de adições líquidas no segmento pós-pago, com 87 mil linhas e o dobro do trimestre anterior. Continuamos a estimular o canal de vendas (portabilidade numérica e adições brutas) com uma nova abordagem comercial e portfólio de ofertas. Estamos também mantendo nossos esforços com nossa política de retenção. Como consequência, a TIM terminou o trimestre com 6,3 milhões de usuários neste segmento.

No segmento pré-pago, a nossa base alcançou 33,3 milhões de clientes, mais 17,3% que em 3T08 – alavancados pelo plano Infinity, que alcançou mais de 11 milhões de usuários, representando mais de 30% da nossa base pré-paga.

Nossa cobertura GSM alcançou 94% da população urbana do país, servindo cerca de 2.958 cidades. Adicionalmente, nossa cobertura GSM conta com 100% de GPRS e cerca de 75% de EDGE. A cobertura 3G alcançou mais de 55 cidades (incluindo todas as principais áreas metropolitanas), disponível para mais de 30% da população urbana do Brasil.

Atividades de Marketing e Vendas

Atividades de Marketing e Vendas

No 3T09, mantivemos nossos esforços para reforçar nosso portfólio através de novos lançamentos e adicionando novos atributos aos nossos planos. A TIM continuou com uma forte presença na mídia para divulgar os recentes lançamentos e para estimular o uso através de promoções.

Sobre a estratégia de reposicionamento da Marca, continuamos a usar o 'Blue Man Group' para campanhas institucionais. Em relação ao formato de comunicação, mantemos o foco em três pilares principais: **(i)** cobertura de rede e qualidade, **(ii)** ofertas inovadoras e **(iii)** melhores portfólios de aparelhos. Como resultado, a TIM foi capaz de alcançar a maior participação sobre gastos totais com mídia (~29% no acumulado de 2009 vs. ~17% em 2008), recuperando a sua posição no Top of mind (segundo a Synovate – instituto de pesquisa independente) e o reconhecimento de nossas campanhas.

No lado comercial, a TIM tem reestruturado os seus canais comerciais seguindo um novo modelo de segmentação. No segmento *Consumer*, a TIM está buscando a melhoria de sua qualidade nos pontos de venda, capilaridade e produtividade. Como resultado, a TIM foi capaz de reduzir cerca de 5% dos seus pontos de venda, enquanto que as adições brutas alcançaram 30% no 3T09 comparadas ao mesmo período do ano passado. Em relação ao segmento corporativo, a TIM tem adotado uma nova abordagem para defender e gerenciar melhor os seus clientes corporativos.

**Mantendo
ofertas
Inovadoras**

Ainda na esfera comercial, a TIM introduziu, desde julho, o '**TIM Chip Avulso**', onde os clientes agora podem escolher entre descontos mensais na assinatura (até 20% de acordo com os planos de contrato) por 18 meses ou desconto em um novo aparelho. O novo foco consiste em mais uma oferta inovadora, dando mais opções para o cliente, reduzindo a intermediação de aparelhos e concentrando o benefício no serviço.

Com relação aos aparelhos, a TIM manteve a sua posição em ter o melhor portfólio de produtos, antecipando o lançamento dos principais aparelhos inovadores, tais como o 'Samsung Galaxy', o primeiro aparelho com o 'Android' (software de celulares da Google), e também trazendo o novo 'iPhone 3GS' para o mercado. É importante mencionar que a TIM já é a líder de mercado em vendas de 'iPhone'.

**O plano
Infinity já
contabiliza
mais de 30%
da base pré**

Sobre o setor pré-pago, a TIM aumentou a atratividade do Plano 'Infinity' ao estender o conceito 'pague por ligação' para ligações de longa distância (somente para direção intra-rede), ampliando o conceito de comunidade para os seus 40 milhões de clientes em todos os estados brasileiros. Para estimular o uso, o preço por ligação foi reduzido à R\$0,25. O plano 'Infinity' continuou a dar suporte ao crescimento do MOU e sua base de clientes já representa mais de 30% da base pré-paga. Também para estimular a utilização, a companhia lançou algumas campanhas de incentivo de recarga durante o trimestre – o 'Recarga Imperdível TIM'.

No segmento corporativo, iniciamos a campanha de mídia em massa para promover o 'TIM Empresa Simples', um plano convergente centraliza serviços móveis, fixos e de banda larga em uma única conta. Em setembro, nós lançamos o 'Liberty Empresas', seguindo nosso conceito de comunidade com uma assinatura fixa e ligações intra-rede ilimitadas (local e longa distância, incluindo e deslocamento nacional sem custo). O plano tem como alvo os segmentos SoHo e PME.

Desempenho Financeiro

Dados financeiros Selecionados – Receita

	3T09	3T08	Var. % Ano	2T09	Var. % Trim.
R\$ milhares					
Receita Bruta	4.629.634	4.731.548	-2,2%	4.504.744	2,8%
Serviços de Telecomunicações	4.141.369	4.221.492	-1,9%	3.931.414	5,3%
Utilização e Assinatura	2.041.652	2.094.482	-2,5%	1.968.883	3,7%
Longa Distância	470.701	513.159	-8,3%	455.576	3,3%
Uso de rede	1.003.519	1.136.042	-11,7%	988.799	1,5%
VAS - Serviços adicionais	495.583	402.924	23,0%	483.287	2,5%
Outras receitas	129.914	74.885	73,5%	34.869	272,6%
Receita de Mercadorias	488.265	510.056	-4,3%	573.330	-14,8%
Impostos e Descontos	(1.292.154)	(1.324.625)	-2,5%	(1.200.492)	7,6%
Impostos e desc. s/ serviços	(1.058.021)	(1.106.618)	-4,4%	(995.174)	6,3%
Impostos e desc. s/ venda de produtos	(234.133)	(218.007)	7,4%	(205.318)	14,0%
Receita Líquida	3.337.480	3.406.923	-2,0%	3.304.252	1,0%
Serviços	3.083.348	3.114.874	-1,0%	2.936.240	5,0%
Produtos	254.132	292.049	-13,0%	368.012	-30,9%

Receitas Operacionais

Receita bruta de serviço: +5,3% T/T

A receita bruta total alcançou R\$4.630 milhões no 3T09, postando um crescimento de 2,8% no T/T e uma queda de 2,2% na comparação anual. A receita bruta de serviço ficou em R\$4.141 milhões, alta de 5,3% na comparação trimestral e queda de 1,9% quando comparado ao 3T08. As principais aberturas de contas e destaques são apresentadas a seguir:

Repercussão significativa do MOU: 90 min.

As receitas de utilização e assinatura registraram um aumento de 3,7% T/T e foram explicados em grande parte pelo aumento da base de clientes e utilização no período. O desempenho reflete o sucesso de i) os planos Infinity, que alcançaram mais de 11 milhões de usuários em poucos meses e ii) as campanhas de incentivo à recarga - a 'Recarga Imperdível TIM'. Como um resultado, o MOU alcançou 90 min., sendo 23,2% mais alto no T/T. Em relação à comparação anual, as receitas de utilização e assinatura, apresentaram

queda de 2,5%, ainda sofrendo do longo período negativo da base pós-paga (-7,6% A/A) e resultando em uma deterioração no mix da base no período (de 19% para 16% no 3T09).

**Tráfego de LD
cresceu mais
de 60% A/A**

As receitas de longa distância alcançaram R\$471 milhões no trimestre, um aumento de 3,3% quando comparado ao 2T09 – seguindo o maior tráfego de ligações de longa distância impulsionado pelo plano Infinity, que também incluiu as ligações de longa distância de julho em diante. Como resultado, a TIM registrou um significativo aumento do tráfego de longa distância – mais de 60% quando comparado com o mesmo período do ano passado. Na comparação ano a ano, as receitas de longa distância caíram 8,3%, seguindo a base pós-paga menor.

As receitas de interconexão totalizaram R\$1.004 milhões no 3T09, aumento em 1,5% de 2T09, refletindo o aumento de base de assinante no período (pós-pago +1,4% e pré-pago +5,3%). Na comparação anual, a queda acentuada de 11,7% é explicada pelo declínio de tráfego entrante devido ao forte estímulo em promoções intra-rede e substituição de tráfego F-M. A receita de interconexão, como uma porcentagem da receita bruta total, alcançou 22% no 3T09 (vs. 24% no 3T08).

**VAS: 12,0%
de receita
bruta de
serviço**

As receitas brutas de VAS atingiram R\$496 milhões no 3T09, alta de 23,0% vs. R\$403 milhões obtidos no 3T08. As receitas de VAS representam 12,0% da receita bruta de serviço (vs. 9,5% no 3T08). Serviços inovadores, como transmissão de dados, continuam a ser o principal *driver* para tal aumento, crescendo 73,8% em uma base anual. A base de clientes de nossa oferta de banda larga, TIM Web, aumentou ~35% nos últimos 12 meses. A TIM também está estimulando o uso de dados através de *micro browsing*. Hoje, a maioria de nosso pacote de dados está sendo vendido como plug-ins de nossos novos planos em conjunto com um portfólio completo e exclusivo de *smartphones*.

As receitas brutas de aparelhos chegaram a R\$488 milhões no trimestre, com redução de 14,8% do 2T09 e 4,3% quando comparado ao 3T08. Apesar do forte aumento das adições brutas (22,1% T/T e 29,7% A/A), a Companhia apresentou uma redução de ~10% no volume de aparelhos vendidos no mesmo período. A queda reflete a introdução de um novo formato para clientes pós-pago, através da venda de 'TIM Chip Avulso' para o segmento, dando mais uma opção para o cliente. O modelo busca a redução na intermediação de aparelhos, concentrando o benefício no serviço.

Outras receitas de serviços alcançaram R\$130 milhões (73,5% A/A), o crescimento é explicado principalmente pelo aumento de multas por cancelamento de clientes. Neste trimestre, as receitas de multas passaram a ser registradas na linha 'outras receitas de serviço', onde anteriormente eram registradas em 'outras receitas operacionais'.

**Rendimento
líquido de
serviço mais
5.0% T/T**

A receita líquida total somou R\$3.337 milhões no 3T09, um aumento de 1,0% quando comparado ao 2T09 e uma queda de 2,0% comparados ao 3T08. **A receita líquida de serviço** continuou a apresentar uma recuperação na base trimestral aumentando 5,0% para R\$3.083 milhões e refletindo aumento de base de clientes e a recuperação do tráfego pré-pago. Quando comparado ao mesmo período do ano passado, a receita líquida de serviço teve uma queda de 1,0% - refletindo a perda de base pós-paga.

ARPU
permaneceu o mesmo T/T

ARPU (receita média por usuário) em a R\$26,5 no trimestre, uma tendência estável se comparada com o trimestre anterior. Apesar do forte crescimento das adições líquidas e da queda de ARPM nos últimos 2 trimestres, a Companhia obteve êxito em estabilizar o ARPU. Se comparado ao 3T08, o aumento de 12.0% foi principalmente devido à deterioração do mix pós-pago e menor MOU entrante.

ARPM (receita média por minuto) registrou uma queda acentuada de 19% para R\$0,29/min no 3T09 contra R\$0,36/min em uma comparação T/T, seguindo o rápido aumento da base Infinity, especialmente no segmento pré-pago. Apesar da queda, os usuários pré-pagos Infinity estão gerando um maior ARPU se comparado aos não usuários do Infinity.

Dados financeiros selecionados – Custos e Despesas Operacionais

	3T09	3T08	Var. % Ano	2T09	Var. % Trim.
R\$ milhares					
Custos da Operação	(2.578.698)	(2.608.467)	-1,1%	(2.568.236)	0,4%
Custo de pessoal	(144.695)	(152.654)	-5,2%	(138.181)	4,7%
Comercialização	(873.341)	(715.019)	22,1%	(829.036)	5,3%
Rede e interconexão	(964.314)	(1.077.171)	-10,5%	(920.902)	4,7%
Gerais e administrativas	(100.955)	(101.496)	-0,5%	(113.541)	-11,1%
Custo dos produtos vendidos	(335.308)	(378.071)	-11,3%	(466.727)	-28,2%
Provisão para devedores duvidosos	(99.553)	(143.251)	-30,5%	(105.949)	-6,0%
Outras receitas (despesas) operacionais	(60.532)	(40.805)	48,3%	6.100	-

Custos e Despesas Operacionais

*Despesas
totais
estáveis
A/A apesar
da atividade
comercial
intensa*

Os custos e despesas operacionais totais permaneceram razoavelmente estáveis se comparadas ao trimestre anterior e ao mesmo período do ano anterior (+0.4% e -1.1% respectivamente), totalizando R\$ 2.579 milhões no 3T09. Apesar das atividades comerciais permanecerem intensas no 3T09, o plano de eficiência continua a ter papel chave na preservação da margem. A abertura dos custos e despesas vem apresentada a seguir:

As despesas com pessoal somaram R\$145 milhões, queda de 5,2% quando comparadas ao mesmo período do ano passado, parcialmente explicado pela redução de força de trabalho de 8%, para 9.351 empregados – seguindo reestruturação de organização com foco na eficiência (redução da camada gerencial e nova estrutura comercial). Sob uma comparação trimestral, o aumento de 4,7% é devido ao estorno do provisionamento de programas de bônus ocorridos no 2T09.

As despesas de comercialização e publicidade subiram 22,1% em relação ao mesmo período de 2008 e 5,3% do 2T09 para R\$873 milhões no 3T09. O aumento reflete a intensa atividade comercial que, por um lado, causou maiores despesas sobre o comissionamento e taxas Fistel, mas, por outro lado, trouxe substancial melhoria nas adições brutas (+29,7% A/A e +22,1% T/T). A TIM também manteve a mesma forte presença na mídia no 3T09 como observado no trimestre anterior. Como resultado, as despesas de propaganda aumentaram em ~65% se comparado ao mesmo período do ano passado.

Os custos com Rede e Interconexão totalizaram R\$964 milhões no 3T09, aumento de 4,7% quando comparado ao 2T09, principalmente devido ao maior volume de tráfego pré-pago. É importante mencionar que o tráfego geral aumentou cerca de 30% T/T e concentrou em ligações intra-rede (segundo o conceito do plano Infinity). Com relação à comparação anual, a queda de 10,5% é explicada pelo declínio da base pós-paga e o efeito de maior concentração de chamadas intra-rede, como mencionado acima.

As despesas gerais e administrativas (G&A) alcançaram R\$101 milhões no 3T09, registrando uma queda acentuada de 11,1% em um T/T, principalmente devido a menores despesas com manutenção de serviço de TI (renegociação de contrato).

O custo dos produtos vendidos totalizou R\$335 milhões no trimestre, uma queda de 11,3% A/A e 28,2% T/T. A redução refletiu a estratégia de focar em menor volume das vendas de aparelho (-9% A/A e T/T).

PDD: -30,5%
A/A

As provisões para devedores duvidosos (PDD) alcançaram R\$99,6 milhões, relatando uma queda de 30,5% se comparado aos R\$143 milhões apresentados no 3T08. A PDD, como uma porcentagem de receita líquida de serviço, atingiu 3,2%, mostrando uma queda consistente a cada trimestre. O desempenho seguido das ações tomadas para melhorar o processo com melhor concessão de crédito e um melhor processo de cobrança.

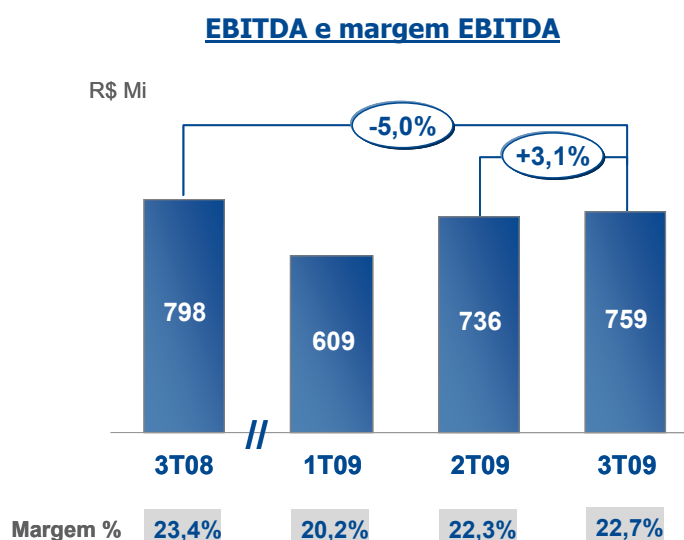
Outras despesas operacionais líquidas totalizaram R\$60,5 milhões no 3T09, comparadas aos R\$40,8 milhões no mesmo período ano passado. Esta linha sofreu impacto referente à reclassificação de multas por cancelamento de clientes, agora classificadas como "outras receitas de serviço".

SAC sob
rígido
controle

O custo de aquisição de clientes (SAC) no trimestre permaneceu R\$113, um ligeiro aumento de 2,1% A/A (vs. 29,7% de adições brutas) e -6,2% T/T (vs. 22,1% de adições brutas). A razão SAC/ARPU chegou a 4,3x no 3T09, vs. 4,5x no 2T09 e 3,7x no mesmo período, ano passado.

EBITDA

O **EBITDA (lucro antes de juros, taxas, depreciação e amortização)** totalizou R\$759 milhões no 3T09, aumento de 3,1% em bases trimestrais, resultado de um leve aumento da receita e custos operacionais que permaneceram estáveis (como mencionados anteriormente). Apesar das intensas atividades comerciais, estamos mantendo nosso plano de eficiência em vigor através de um controle rígido sobre custos discricionários (tais como G&A, Pessoal, TI e PDD). Na comparação anual, o EBITDA ficou 5,0% abaixo dos R\$798 milhões registrados no 3T08, impactado pela perda da base pós-paga (-7,6%) além de maiores esforços comerciais neste trimestre vs. uma fase de desaceleração observada no segundo semestre de 2008. A **margem EBITDA** alcançou 22,7% no trimestre (+0,4 p.p. T/T e -0,7 p.p. A/A).



Depreciação e Amortização

A **depreciação e a amortização** contabilizaram R\$664 milhões, 2,5% mais que os R\$647 milhões postados no 2T09, e 7,4% maior em uma comparação anual. Tal aumento continuou a ser explicado pela implantação de rede.

EBIT

O **EBIT (lucro antes de juros e impostos)** totalizou R\$95,1 milhões no 3T09, aumento de 7,4% se comparado aos R\$88,6 milhões postados no trimestre anterior.

Resultado Financeiro Líquido

As **despesas financeiras líquidas** totalizaram R\$61,9 milhões no trimestre, queda de 59,6% dos R\$152,9 milhões no 3T08. A queda de R\$91.1 milhões é principalmente devido a: 1) variação positiva de R\$39,8 milhões de variação cambial líquida; e 2) variação positiva de R\$51,3 milhões em receitas/despesas financeiras líquidas, principalmente devido à

reversão de R\$15,3 milhões de despesa com correção monetária proveniente da adesão ao programa de refinanciamento fiscal (REFIS).

Impostos de Renda e Contribuição Social

O imposto de renda e a contribuição social totalizaram um resultado positivo de R\$27,6 milhões, impactado pela reversão de provisão de impostos de nossa subsidiária, TIM Celular, em R\$38,5 milhões e pela reversão de provisão de contingência para IR/CS no valor de R\$14,5 milhões, devido à adesão ao programa REFIS.

Lucro Líquido

A TIM terminou o trimestre com um lucro líquido de R\$60,8 milhões, melhorando da perda de R\$12,1 milhões no 3T08 e uma perda de R\$15,2 milhões no 2T09.

Investimentos

Os investimentos totalizaram R\$536 milhões no 3T09, mais que os R\$511 milhões registrados um ano atrás e os R\$422 milhões no 2T09. Como percentual da receita líquida, o Capex permaneceu em 16%, sendo aproximadamente 80% relacionados a Rede e TI.

A companhia mantém a prioridade na cobertura 2G para dar suporte ao forte aumento de tráfego recente enquanto preservando a qualidade nos serviços de voz. Com relação ao 3G, estamos adotando uma estratégia de cobertura "right on spot" para dar suporte ao nosso acesso à banda larga, com qualidade diferenciada.

*Capex:
~16% da
receita*

Posição financeira líquida e fluxo de caixa livre

A dívida bruta totalizou **R\$3.503 milhões** (dos quais 60% em longo prazo), queda vs. R\$3.673 milhões do 2T09. A dívida da companhia é composta por financiamento de longo prazo do BNDES (Banco Brasileiro de Desenvolvimento), BNB (Banco do Nordeste do Brasil) e BEI (Banco Europeu de Investimento), assim como empréstimos de outras instituições financeiras locais e internacionais.

Aproximadamente 33% de nossa dívida total são denominados em moeda estrangeira (dólares norte-americanos e iene japonês), e são 100% protegidos em moeda local. O custo médio da dívida ficou em **9,74%** no 3T09 comparado aos 12,54% no 3T08.

O caixa e as disponibilidades alcançaram **R\$960 milhões**, resultando em uma posição de dívida líquida (dívida bruta menos caixa e disponibilidades) de R\$2.544 milhões, 12% abaixo do 2T09.

O fluxo de caixa operacional livre esteve positivo em **R\$392 milhões**, de acordo com o trimestre anterior, representando 12% da receita líquida.

Composição Acionária

COMPOSIÇÃO ACIONÁRIA						
	Ordinária	%	Preferencial	%	Total	%
TIM Brasil	650.537.118	81,32	990.098.811	63,94	1.640.635.929	69,86
Outros	149.387.687	18,68	558.423.420	36,06	707.811.107	30,14
Total	799.924.805	100,00	1.548.522.231	100,00	2.348.447.036	100,00

Eventos Recentes

Atualização sobre o Acordo com a Intelig: Em abril deste ano, a TIM celebrou um Acordo de União com a Intelig. O acordo teve dentre outras condições, a aprovação da Anatel e a reestruturação financeira da Intelig. No começo de agosto, a Anatel preliminarmente aprovou a aquisição e esperamos concluir o negócio no curto prazo.

Sobre a TIM Participações S.A.

A TIM Participações presta serviços de telecomunicações em todos os estados do Brasil por meio de sua subsidiária direta, TIM Celular S.A., e indireta, TIM Nordeste S.A. A Companhia iniciou suas operações no Brasil em 1998 e se consolidou como uma empresa nacional a partir de 2002, tornando-se a primeira operadora móvel a ter presença em todos os estados do Brasil.

A Companhia, por meio da tecnologia GSM (*Global System for Mobile Communications*), possui um alcance nacional de aproximadamente 94% da população urbana e oferece serviços de telefonia móvel e fixa, transmissão de dados e acesso à Internet em alta velocidade, proporcionando, assim, serviços convergentes a todos os seus clientes em uma única empresa.

A TIM possui um forte posicionamento de mercado baseado em inovação e, ao longo de sua trajetória no Brasil, tornou-se a pioneira no lançamento de diversos produtos e serviços tais como: mensagens multimídia (MMS); TIM Music Store; e BlackBerry. Em 2008, a Companhia fortaleceu seu posicionamento com o lançamento dos serviços de terceira geração sob a marca TIM 3G+, trazendo outros serviços inovadores como TIM Web Banda Larga, Vídeo Chamada e TIM TV. Em setembro de 2008, a TIM lançou o 'TIM Fixo' – a opção mais competitiva e conveniente em telefonia fixa residencial, dando mais um passo importante na sua estratégia de serviços convergentes.

A TIM Participações é uma empresa controlada pela TIM Brasil Serviços e Participações S.A., subsidiária do grupo Telecom Itália. Inovação e qualidade são dois dos pilares estratégicos que a TIM compartilha com a sua controladora, permitindo assim uma grande vantagem competitiva no mercado. Para isso, a TIM faz investimentos substanciais em tecnologia e otimiza as sinergias com seu grupo controlador, por meio do compartilhamento de experiências e adoção da política de melhores práticas, com o objetivo de oferecer soluções inovadoras para todos os seus clientes. A TIM conta também com colaboradores especializados, sempre atentos aos avanços tecnológicos no setor de telecomunicações.



- » **Presença Nacional desde 2002**
- » **Rede: liderança em cobertura e qualidade**
- » **Oferta Convergente Única "Só Móvel"**
- » **Sustentabilidade: incluída no índice ISE**

Considerações Futuras

Este documento pode conter algumas previsões acerca de eventos futuros. Tais previsões não constituem fatos consumados e refletem as crenças e expectativas dos administradores da Companhia. Os termos "antecipa", "acredita", "estima", "espera", "prevê", "pretende", "planeja", "projeta", "objetiva", bem como outros similares, visam identificar tais previsões que, evidentemente, envolvem riscos ou incertezas futuras previstas ou não pela Companhia. Portanto, os resultados operacionais futuros da Companhia podem divergir das atuais expectativas e o leitor não deve basear-se exclusivamente nas informações aqui contidas. As previsões apenas refletem as opiniões na data em que foram formuladas e a Companhia não está obrigada a atualizá-las à luz de novas informações ou acontecimentos futuros.

Anexos

Anexo 1:	Balço Patrimonial (BR GAAP)
Anexo 2:	Demonstraço de Resultados (BR GAAP)
Anexo 3:	Demonstraço de Fluxo de Caixa (BR GAAP)
Anexo 4:	Demonstraço do Cálculo do EBITDA (BR GAAP)
Anexo 5:	Indicadores Operacionais Consolidados
Anexo 6:	Glossário

As demonstraço es financeiras completas, incluindo as notas explicativas, estão disponíveis no site de Relaçõ es com Investidores da Companhia: www.tim.com.br/ri

Anexo 1
TIM PARTICIPAÇÕES S.A.
Balço Patrimonial (BR GAAP) (R\$ milhares)

DESCRIÇÃO	3T09	3T08	%	2T09	%
ATIVO	14.510.688	15.256.965	-4,9%	14.518.318	-0,1%
CIRCULANTE	5.029.958	5.217.904	-3,6%	4.812.942	4,5%
Caixa e equivalentes de caixa	944.142	1.334.437	-29,2%	763.029	23,7%
Aplicações Financeiras	15.426	28.361	-45,6%	10.083	53,0%
Contas a receber	2.428.809	2.649.900	-8,3%	2.470.139	-1,7%
Estoques	397.483	334.441	18,9%	439.149	-9,5%
Impostos e contribuições a recuperar	777.809	495.852	56,9%	627.150	24,0%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	14.471	-	-	27.501	-47,4%
Despesas antecipadas	329.894	297.550	10,9%	416.782	-20,8%
Operações com derivativos	63.329	52.050	21,7%	25.566	147,7%
Outros ativos	58.595	25.313	131,5%	33.543	74,7%
NÃO CIRCULANTE	9.480.730	10.039.061	-5,6%	9.705.376	-2,3%
Realizável a Longo Prazo					
Aplicações financeiras	11.989	10.907	9,9%	9.945	20,6%
Impostos e contribuições a recuperar	199.577	229.471	-13,0%	262.309	-23,9%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	110.763	-	-	110.763	0,0%
Depósitos judiciais	177.153	137.510	28,8%	160.876	10,1%
Despesas antecipadas	10.770	11.409	-5,6%	11.808	-8,8%
Operações com derivativos	25.675	33.459	-23,3%	65.313	-60,7%
Outros ativos	7.904	7.267	8,8%	7.017	12,6%
Permanente					
Imobilizado	4.450.295	4.681.720	-4,9%	4.452.588	-0,1%
Intangível	4.366.112	4.768.776	-8,4%	4.494.753	-2,9%
Diferido	120.492	158.542	-24,0%	130.004	-7,3%
PASSIVO	14.510.688	15.256.965	-4,9%	14.518.318	-0,1%
CIRCULANTE	4.253.949	5.431.803	-21,7%	3.822.237	11,3%
Fornecedores	1.995.329	2.109.642	-5,4%	1.789.795	11,5%
Financiamentos e empréstimos	1.434.510	1.288.801	11,3%	1.103.743	30,0%
Operações com derivativos	42.503	48.260	-11,9%	103.633	-59,0%
Obrigações trabalhistas	115.212	134.983	-14,6%	114.955	0,2%
Impostos, taxas e contribuições	546.743	547.843	-0,2%	579.988	-5,7%
Dividendos e JSCP a pagar	20.566	22.097	-6,9%	25.438	-19,2%
Autorizações a pagar	-	1.163.848	-	-	-
Outros passivos	99.086	116.329	-14,8%	104.685	-5,3%
NÃO CIRCULANTE	2.559.944	2.247.527	13,9%	3.064.886	-16,5%
Financiamentos e empréstimos	2.020.745	1.742.084	16,0%	2.471.151	-18,2%
Operações com derivativos	94.455	10.978	760,4%	85.410	10,6%
Provisão para contingências	187.366	258.638	-27,6%	256.298	-26,9%
Passivo atuarial	6.229	7.377	-15,6%	6.291	-1,0%
Obrigações decorrentes de descontinuidade de ativos	230.769	207.781	11,1%	225.337	2,4%
Outros passivos	20.380	20.669	-1,4%	20.399	-0,1%
PATRIMÔNIO LÍQUIDO	7.696.795	7.577.635	1,6%	7.631.195	0,9%
Capital social	7.632.371	7.613.610	0,2%	7.632.371	0,0%
Reservas de capital	15.569	34.330	-54,6%	15.569	0,0%
Reservas de lucros	147.305	133.509	10,3%	142.516	3,4%
Lucro (Prejuízo) do período	(98.450)	(203.814)	-51,7%	(159.261)	-38,2%

Anexo 2

TIM PARTICIPAÇÕES S.A.

Demonstrações de Resultados (BR GAAP)

(R\$ milhares)

DESCRIÇÃO	3T09	3T08	%	2T09	%
Receita Bruta	4.629.634	4.731.548	-2,2%	4.504.744	2,8%
Serviços de Telecomunicações	4.141.369	4.221.492	-1,9%	3.931.414	5,3%
Utilização e Assinatura	2.041.652	2.094.482	-2,5%	1.968.883	3,7%
Longa Distância	470.701	513.159	-8,3%	455.576	3,3%
Uso de rede	1.003.519	1.136.042	-11,7%	988.799	1,5%
VAS - Serviços adicionais	495.583	402.924	23,0%	483.287	2,5%
Outras receitas	129.914	74.885	73,5%	34.869	272,6%
Receita de Mercadorias	488.265	510.056	-4,3%	573.330	-14,8%
Impostos e Descontos	(1.292.154)	(1.324.625)	-2,5%	(1.200.492)	7,6%
Impostos e descontos s/ serviços	(1.058.021)	(1.106.618)	-4,4%	(995.174)	6,3%
Impostos e descontos s/ venda de produtos	(234.133)	(218.007)	7,4%	(205.318)	14,0%
Receita Líquida	3.337.480	3.406.923	-2,0%	3.304.252	1,0%
Serviços	3.083.348	3.114.874	-1,0%	2.936.240	5,0%
Produtos	254.132	292.049	-13,0%	368.012	-30,9%
Custos da Operação	(2.578.698)	(2.608.467)	-1,1%	(2.568.236)	0,4%
Custo de pessoal	(144.695)	(152.654)	-5,2%	(138.181)	4,7%
Comercialização	(873.341)	(715.019)	22,1%	(829.036)	5,3%
Rede e interconexão	(964.314)	(1.077.171)	-10,5%	(920.902)	4,7%
Gerais e administrativas	(100.955)	(101.496)	-0,5%	(113.541)	-11,1%
Custo dos produtos vendidos	(335.308)	(378.071)	-11,3%	(466.727)	-28,2%
Provisão para devedores duvidosos	(99.553)	(143.251)	-30,5%	(105.949)	-6,0%
Outras receitas (despesas) operacionais	(60.532)	(40.805)	48,3%	6.100	-
EBITDA	758.782	798.456	-5,0%	736.016	3,1%
Margem EBITDA	22,7%	23,4%	-0,7 p.p	22,3%	0,5 p.p
Depreciação e amortização	(663.684)	(617.988)	7,4%	(647.451)	2,5%
Depreciação	(355.440)	(335.624)	5,9%	(348.712)	1,9%
Amortização	(308.244)	(282.364)	9,2%	(298.739)	3,2%
EBIT	95.098	180.468	-47,3%	88.565	7,4%
Margem EBIT	2,8%	5,3%	-2,4 p.p	2,7%	0,2 p.p
Resultado Financeiro Líquido	(61.866)	(152.942)	-59,5%	(65.856)	-6,1%
Despesas financeiras	(67.029)	(131.275)	-48,9%	(81.991)	-18,2%
Variações cambiais, líquidas	(22.651)	(62.449)	-63,7%	(8.639)	162,2%
Receitas financeiras	27.814	40.782	-31,8%	24.774	12,3%
Lucro antes dos impostos	33.232	27.526	20,7%	22.709	46,3%
Imposto de renda e contribuição social	27.579	(39.579)	-	(37.956)	-
Lucro (Prejuízo) Líquido	60.811	(12.053)	-	(15.247)	-

Anexo 3

TIM PARTICIPAÇÕES S.A.

Demonstração de Fluxo de Caixa (BR GAAP) (R\$ milhares)

	3T09	3T08	%	2T09	%
EBIT	95.098	180.468	-47,3%	88.565	7,4%
Depreciação e amortização	663.684	617.988	7,4%	647.451	2,5%
Adições ao ativo permanente	(535.915)	(510.724)	4,9%	(422.499)	26,8%
Variações nos ativos e passivos operacionais	168.691	346.580	-51,3%	93.024	81,3%
FLUXO DE CAIXA OPERACIONAL LIVRE	391.558	634.312	-38,3%	406.541	-3,7%
Impostos (IR e CSSL)	40.610	(35.375)	-	(27.234)	-
Dividendos e Juros sobre o capital próprio pagos	(13)	(140)	-90,7%	(167.927)	-100,0%
Resultado financeiro líquido	(61.866)	(152.942)	-59,5%	(65.856)	-6,1%
Outras movimentações	(13.985)	(12.764)	9,6%	(28.222)	-50,4%
FLUXO DE CAIXA LÍQUIDO	356.304	433.091	-17,7%	117.302	203,7%

Anexo 4

TIM PARTICIPAÇÕES S.A.

EBITDA (R\$ milhares)

Reconciliação do EBITDA	3T09	3T08	Var. % Anual	2T09	Var. % Trim.
Lucro (Prejuízo) Líquido	60.811	(12.053)	-	(15.247)	-
(+) Provisão para IR e CS	27.579	(39.579)	-	(37.956)	-
(+) Resultado Financeiro Líquido	(61.866)	(152.942)	-59,5%	(65.856)	-6,1%
EBIT	95.098	180.468	-47,3%	88.565	7,4%
(+) Amortização e Depreciação	(663.684)	(617.988)	7,4%	(647.451)	2,5%
EBITDA	758.782	798.456	-5,0%	736.016	3,1%

Anexo 5

TIM PARTICIPAÇÕES S.A.

Indicadores Operacionais Consolidados

	3T09	2T09	3T08	Var. % Trim.	Var. % Anual
Base Celular Brasil (milhões)	166,1	159,6	140,8	4,1%	18,0%
Penetração Total estimada	86,7%	83,5%	73,3%	3,2 p.p.	13,4 p.p.
Municípios Atendidos - TIM GSM	2.958	2.944	2.765	0,5%	7,0%
Market share	23,8%	23,7%	25,0%	0,1 p.p.	-1,2 p.p.
Total de Clientes ('000)	39.600	37.826	35.206	4,7%	12,5%
Pré-pago	33.297	31.610	28.386	5,3%	17,3%
Pós-pago	6.303	6.216	6.820	1,4%	-7,6%
Adições Brutas ('000)	5.930	4.855	4.573	22,1%	29,7%
Adições Líquidas ('000)	1.774	1.729	1.392	2,6%	27,5%
Churn	10,9%	8,6%	9,4%	2,3 p.p.	1,5 p.p.
ARPU (R\$)	26,5	26,6	30,1	-0,2%	-12,0%
MOU	90	73	101	23,2%	-10,7%
ARPM (R\$)	0,29	0,36	0,30	-19,0%	-1,5%
SAC (R\$)	113	120	110	-6,2%	2,1%
Investimentos (R\$ milhões)	535,9	422,5	510,7	26,8%	4,9%
Empregados	9.351	10.174	10.173	-8,1%	-8,1%

Anexo 6

Glossário

Termos Financeiros

CAPEX (*capital expenditure*) – investimento de capital.
Capital de giro = Ativo Circulante Operacional – Passivo Circulante Operacional.
Dívida / EBITDA = Índice usado para medir a capacidade que a Companhia tem de pagar sua dívida com a geração de caixa operacional no período.
Dívida líquida = Dívida bruta – disponibilidades.
EBIT = Resultado operacional antes de juros e impostos.
EBITDA = Resultado operacional antes de juros, impostos, depreciação e amortização.
Fluxo de caixa operacional = EBITDA – CAPEX.
Margem EBITDA = EBITDA / Receita Operacional Líquida.
PDD – Provisão para devedores duvidosos, onde é provisionado um montante estimado de contas de realização duvidosa.
PL – Patrimônio líquido.
Subsídio = (receita líquida de mercadorias – custo de mercadorias vendidas + descontos dados por fornecedores) / adições brutas.

Tecnologia e Serviços

CSP – Código de Seleção de Prestadora.
EDGE (*Enhanced Data rates for Global Evolution*) – Velocidades elevadas de transmissão de dados para a evolução global. Técnicas desenvolvidas para aumentar a velocidade de transmissão de dados, criando uma verdadeira banda larga para os aparelhos que utilizam a tecnologia GSM. Os primeiros celulares EDGE disponíveis oferecem velocidades que podem atingir até 200 Kbps, dependendo do modelo do aparelho.
GSM (*Global System for Mobile Communications*) – Sistema global avançado de tecnologia de comunicação móvel. O GSM é hoje o padrão mais popular implantado mundialmente.
SMP – Serviço Móvel Pessoal.
SMS (*Short Message Service*) – Serviço de mensagens curtas de texto para aparelhos celulares, possibilitando o envio e recebimento de mensagens alfanuméricas.
3G/HSDPA (*High-Speed Downlink Packet Access*) – tecnologia 3G capaz de conduzir maiores velocidades de transmissão de dados, permitindo ao usuário móvel a utilização da internet em banda larga, com altas velocidades para downloads.
WAP (*Wireless Application Protocol*) – Protocolo que permite o acesso a servidores de internet através de equipamento específico.

Indicadores Operacionais

Adições brutas – Total de novos clientes adquiridos no período
Adições líquidas = adições brutas – desconexões.
ARPU (*Average Revenue per user*) – Receita líquida de serviços por base média de clientes no período.
ARPM (*Average Revenue per Minute*) – ARPU / MOU
Taxa de churn – Taxa percentual que mede o número de clientes desconectados durante um determinado período de tempo.
Clientes – Número de acessos em serviço.
Net share – Participação de adições líquidas da Companhia no total estimado de adições líquidas na área de atuação.
Market share – Participação do mercado estimado = n°. de clientes da Companhia / n°. de clientes da área de atuação.
MOU (*minutes of use*) – média mensal em minutos do tráfego por cliente = (Total de minutos originados + minutos entrantes) / média mensal de clientes do período.
Penetração do mercado = (n°. de clientes da companhia + n°. estimado de clientes das concorrentes) / cada 100 habitantes da área de atuação da Companhia.
SAC – Custo de aquisição por cliente = (despesas de publicidade e propaganda + comissões + taxa Fistel + comodato + custos de retenção).
VU-M – Valor de autorização de uso móvel.