

# Divulgação de Resultado

# 2T09



Você, sem fronteiras.

## TIM PARTICIPAÇÕES S.A. Anuncia seus Resultados Consolidados do Segundo Trimestre de 2009

### BOVESPA<sup>1</sup>

(lote = 1 ação)  
TCSL3: R\$5,55  
TCSL4: R\$4,13

### NYSE<sup>1</sup>

(1 ADR = 10 ações preferenciais)  
TSU: US\$22,73

(1) Preços no fechamento de 3 de agosto de 2009

**Rio de Janeiro, 3 de agosto 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 segundo 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 segundo trimestre de 2008 (2T08), exceto quando indicado o contrário.

### Destaques do 2T09

#### Teleconferência de Resultados do 2T09

##### Teleconferência em inglês:

4 de agosto de 2009, às 9h30  
horário de Brasília (8h30 horário de Nova York)

##### Teleconferência em Português:

4 de agosto de 2009, às 11h00  
horário de Brasília (10h00 horário de Nova York)

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

#### Contatos 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  
CEP: 22640-102  
Fax: +55 21 4009-3990

- **Melhoria no comparativo trimestral em todas as métricas.**
- **Voltando a crescer, junto com o aumento do ARPU.** Passo consistente no reposicionamento, com o fortalecimento de percepção da marca e portfólio de ofertas.
- **Melhoria da qualidade dos serviços e da rede:** retorno ao alto nível de satisfação do cliente em todos os segmentos, conforme apurado em pesquisa independente e confirmado pelo índice de qualidade e reclamações da Anatel.
- **Base: reversão da tendência de queda na participação de mercado e fim da erosão da base pós-paga – market share** aumentou em 0,2 p.p. T/T, atingindo 23,7%. As adições líquidas ficaram em 1,7 milhões (+34,9% A/A), resultando em uma base total de 37,8 milhões de linhas.
- **ARPU em R\$26,6:** um aumento de 2,1% T/T e uma redução de 11,0% A/A. O ARPU pós-pago mostrou-se estável na comparação A/A.
- **VAS: impulsionando o crescimento de receita –** a receita bruta de VAS totalizou R\$483 milhões, +21,7% A/A e +12,5% T/T - representando 12,3% do total da receita bruta de serviços (9,8% no 2T08).
- **Receita: Ainda reflete inércia de 2008** - R\$3.304 milhões (+3,7%, A/A), ainda negativamente impactada pelo desempenho de 2008 (perda na base pós-paga e menos promoções no pré-pago). No T/T crescimento de 9,7%.
- **Plano de Eficiência estrutural implementado**, principalmente em Pessoal e G&A, (-9% A/A), custos industriais (-14% A/A) e inadimplência - financiando o reposicionamento comercial (+25% A/A) e com aumento da rentabilidade.
- **Inadimplência: Consistente melhoria** - R\$106 milhões (queda de 47,9% A/A), ou 3,6% da receita líquida de serviços, mostrando um declínio consistente a cada trimestre.
- **As despesas operacionais totais** ficaram praticamente inalteradas em bases anuais – totalizando R\$2.568 milhões no 2T09.
- **O EBITDA totalizou R\$736 milhões** (+15,5% A/A e +20,8% T/T), com uma **margem EBITDA de 22,3%**, (+2,3 p.p. A/A e +2,1 p.p. T/T). O plano de eficiência tem compensado o aumento das despesas comerciais.
- **Investimentos:** totalizaram R\$422 milhões (12,8% das receitas líquidas) e o **Fluxo de caixa operacional livre** ficou positivo em R\$407 milhões, 10% acima do valor registrado no 2T08.

## Mensagem da Administração

Em nossa divulgação de resultados do primeiro trimestre, mencionamos que aquele seria o trimestre da reestruturação, da preparação para uma nova jornada. Tomamos medidas fundamentais na Companhia, como a definição de uma nova estratégia, a reestruturação da organização e formação de um novo *top management*, o reposicionamento da marca, o início dos trabalhos para melhorar a qualidade da rede e o lançamento do programa de eficiência com o objetivo de sustentar o crescimento e defender a rentabilidade.

O 2T09 é uma passagem importante no plano de relançamento porque as ações de estímulos comerciais (“voltamos a vender”) e o novo portfólio de ofertas (Infinity) permitiram amenizar as ondas negativas do ano de 2008 que se manifestaram também além do previsto neste trimestre. De fato, a perda de clientes pós-pago voz (começamos o trimestre com -800 K linhas ativas) se somou a forte queda da base promocionada no pré-pago, devido ao efeito do baixo esforço no 4T08 (natal), com crescimento da base silente.

Chegamos ao fim do segundo trimestre satisfeitos com nossa velocidade de execução e também com a melhoria nos KPIs operacionais, o que indica que estamos no caminho correto, tais como:

- **Voltando a crescer, junto com o aumento do ARPU:** 1,7 milhões de adições líquidas no trimestre com ARPU registrando um aumento de 2,1% T/T, para R\$26,6.
- **Retorno ao crescimento da base de clientes:** a TIM tem disputado a liderança no *market share* incremental mensal nos últimos 4 meses. Neste trimestre, adquirimos aproximadamente 29% das adições líquidas do mercado e como resultado, crescemos nosso *market share* em 0,2 p.p em relação ao trimestre passado.
- **Inversão da tendência de erosão na base de valor (pós-pago):** a partir de março já podemos verificar a interrupção da tendência de queda nas adições brutas do pós-pago e uma aceleração na dinâmica da aquisição de valor. No 2T09, a TIM apresentou forte crescimento nas adições brutas de clientes pós-pagos, 27% superior se comparado com o trimestre anterior e +12% se comparado ao mesmo período de 2008. Com isto, a adição líquida da base de valor passou a ser levemente positiva, colocando um fim na erosão da base pós-paga que ocorreu nos últimos 15 meses.
- **Recuperação da qualidade de serviços e rede:** retorno à posição de liderança na satisfação dos clientes em todos os segmentos, medida através de pesquisa de mercado e confirmada pelos indicadores de qualidade medidos pela Anatel, com destaque para o indicador de qualidade de rede onde atingimos 100% no mês de junho.
- **Aumento dos investimentos na marca:** crescemos de 18% para 28% na participação nos gastos em propaganda no setor, assumindo a segunda posição, com bons resultados de *recall e brand linkage*.

- **Nova oferta comercial:** sucesso do novo plano Infinity, com expressiva adição de usuários no pré-pago (~2.5 milhões). No pós-pago, mais da metade das adições já são no plano Infinity. A forte atratividade e inovação desta oferta foram fundamentais para a melhoria dos indicadores comerciais e de *market-share*.
- **Plano de Eficiência:** assim como no primeiro trimestre, o plano de eficiência continuou como peça fundamental para suportar maior agressividade comercial e ao mesmo tempo preservar nossa rentabilidade. Destacamos as ações em Inadimplência, Estrutura de Vendas, *Customer Care*, G&A, Rede e TI – em especial as negociações com fornecedores e revisão de processos.
- **Receita e EBITDA:** o segundo trimestre ainda reflete os efeitos de 2008 (onde tivemos perda de usuários de planos pós-pago e piora do mix de clientes), resultando ainda em uma performance da receita de serviço aquém do esperado. Entretanto já podemos observar neste trimestre a boa recuperação da rentabilidade (+230bps na margem EBITDA A/A), conseqüência da nova fase comercial/operacional da companhia, aliada a forte disciplina e eficiência nos custos.

**Para o segundo semestre** esperamos a continuidade na melhoria das métricas operacionais e conseqüente melhora nos indicadores financeiros. Seguimos na construção de uma plataforma baseada em crescimento sólido para 2010 e essa construção passará pelas seguintes etapas no segundo semestre de 2009:

- Incrementar a base de clientes **pós-pago**
- Aumentar o MOU, impulsionado, sobretudo, por um maior **estímulo no pré-pago**
- Permanecer dentre os **líderes nos indicadores de qualidade** da Anatel
- Recuperar a liderança em ***Top of Mind***
- **Continuar o programa de eficiência** para financiar o crescimento e defender a rentabilidade
- **Concluir o negócio com a Intelig** e captura das primeiras sinergias

Mostramos uma aceleração melhor na dinâmica (especialmente T/T) nos KPIs: Base de assinantes, ARPU e VAS. Estamos convictos de que o caminho do crescimento sustentável e com rentabilidade está de volta.

Luca Luciani

## Desempenho Operacional

### Panorama do Mercado Brasileiro

O mercado brasileiro de telefonia móvel totalizou **159,6 milhões de linhas em junho**, correspondendo a um crescimento de 19,9%, em bases anuais. A taxa de penetração alcançou 83,5% no 2T09, contra 69,5% no mesmo período de 2008. As adições líquidas no trimestre atingiram 5,9 milhões, uma queda de 19,3% em relação ao 2T08.

Mesmo em um ambiente promocional menos agressivo, o segmento pré-pago continuou a liderar o crescimento do mercado devido ao aumento nas vendas de chips avulsos. A participação do segmento pré-pago no mercado aumentou de 81,0% no 2T08 para 81,8% no 2T09, atingindo 130,6 milhões de usuários (21,0% A/A). No segmento pós-pago, o número total de usuários alcançou 29,0 milhões, um aumento de 14,9% em bases anuais.

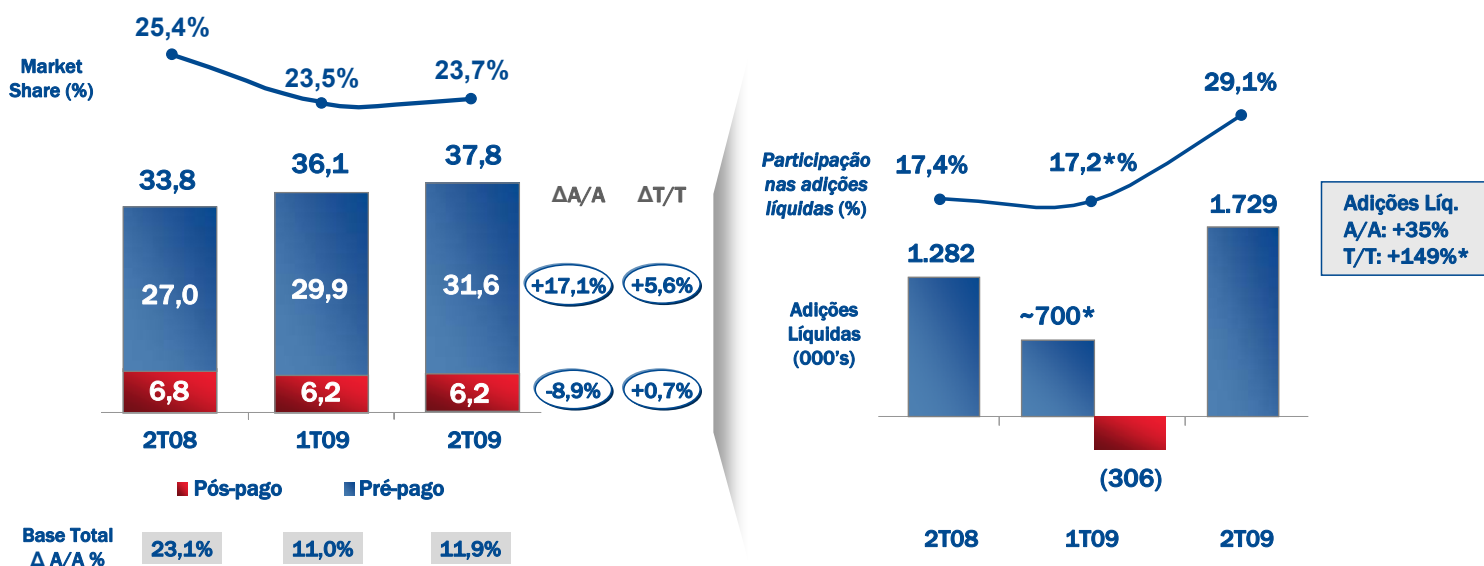
### O Desempenho da TIM

Nossa base total de assinantes encerrou o trimestre com 37,8 milhões de clientes, um aumento de 11,9% em relação ao 2T08. A TIM fechou o 2T09 com uma participação de mercado de 23,7%, contra 25,4% no 2T08. A comparação anual ainda sofreu o impacto da desconexão de aproximadamente 1 milhão de linhas efetuada no primeiro trimestre. Na comparação T/T, podemos observar que a tendência de erosão foi interrompida e que voltamos a ganhar participação de mercado (+0,2 p.p.).

As adições líquidas no 2T09 foram positivas em 1,7 milhões de linhas, correspondendo a um crescimento de 34,9% em bases anuais, e a participação das adições líquidas no trimestre foi de 29,1%.

### Base de Assinantes e Participação de Mercado

Milhões de Linhas



\* Excluindo o clean-up de ~1MM linhas

Em bases trimestrais, o pós-pago cresceu 1%, retomando o crescimento após a erosão ocorrida em 2008, e fechou o trimestre com 6,2 milhões de usuários (queda de 8,9% em relação ao 2T08). Porém, tivemos o nível mais elevado de adições brutas desde o 3T07 no pós-pago (+12,3% A/A). No segmento pré-pago, o número total de usuários atingiu 31,6 milhões, um acréscimo de 17,1% em relação ao 2T08 – impulsionado pelo plano Infinity, que alcançou aproximadamente 2,5 milhões de usuários ao final de junho.

**Quanto ao desempenho da portabilidade numérica**, os segmentos pós-pago e corporativo obtiveram um saldo positivo nos últimos dois meses. A diferença entre as adições e as perdas de números em razão da portabilidade atingiu seu nível mais baixo desde a introdução da portabilidade numérica, e esperamos que se torne completamente positiva nos próximos trimestres. Com relação aos números fixos, continuamos com saldo positivo, recebendo mais de 10% do total de números portados. Nossa base de assinantes fixos alcançou mais de 300 mil linhas ao final de junho.

A cobertura GSM (*Global System for Mobile Communications*) atingiu 93% da população urbana do país, atendendo aproximadamente 2.944 cidades. Além disso, 100% de nossa cobertura GSM contam com tecnologia GPRS e 75% com o benefício adicional da tecnologia EDGE. A nossa cobertura 3G alcançou mais de 50 cidades (incluindo todas as principais áreas metropolitanas) e atualmente está disponível para mais de 30% da população urbana do Brasil.

## Atividades de Marketing e Vendas

### Atividades de Marketing e Vendas

No segundo trimestre, demos prosseguimento à forte abordagem comercial iniciada no último trimestre com o objetivo de remodelar a marca e o posicionamento publicitário. Focamos em duas áreas: **i) Marca** (por meio da introdução de um novo formato e anúncios com o grupo internacional 'Blue Man Group'); e **ii) Produtos** (por meio de novos planos como o 'Infinity Pré', 'Infinity Pós' e 'TIM Único').

Nesse trimestre, aumentamos o *share of voice*, focando, principalmente, no lançamento do '**Infinity pós-pago**', na campanha '**TIM Empresa Simples**', em ofertas de **portabilidade numérica** e na '**Recarga Imperdível TIM**', uma promoção pontual para o segmento pré-pago.

**Quanto à marca**, continuamos na fase de relançamento, com um novo formato de comunicação, aproximando-nos ainda mais dos clientes, preenchendo novos espaços e com diferenciação. Assim, a TIM vem recuperando seu DNA (cobertura, inovação e aspiração) e promovendo seu novo slogan: "Você, sem fronteiras".

**Com relação às ofertas ao consumidor**, completamos a família de planos 'Infinity', com uma oferta muito inovadora para o segmento pós-pago, introduzindo o conceito de pagamento por chamada em vez de pagamento por minuto.

**Já em relação a aparelhos**, mantivemos nossa estratégia de oferecer um portfólio de aparelhos inovadores e exclusivos, como por exemplo: o novo 'Motorola Aura' e o 'Nokia 5800 - Comes with Music'.

**Portabilidade Numérica:** como mencionado anteriormente, já estamos apresentando saldos positivos nos segmentos pós-pago e corporativo em razão do estímulo adicional das ofertas especiais (incluindo descontos em aparelhos e benefícios em tarifas para números portados). Mantivemos nosso foco principal nos clientes pós-pagos de ambos os segmentos (móvel e fixo), introduzindo benefícios adicionais para números portados, tais como: desconto exclusivo em aparelhos e 'Favorito TIM' (que permite aos clientes ligar para um número TIM gratuitamente por 12 meses).

**A oferta fixa** ganhou vantagens adicionais nesse trimestre; i) o novo plano pós-pago de R\$19,90 com 100 minutos entre números fixos e; ii) o lançamento do 'TIM Prediletos', que permite ao cliente pagar R\$0,12 por minuto em chamadas a 3 números móveis TIM.

**No segmento corporativo**, iniciamos a campanha de mídia em massa para a promoção do 'TIM Empresa Simples', onde clientes corporativos podem receber em uma só conta seus gastos com telefone móvel, fixo e serviços de banda larga. Também reforçamos a oferta corporativa por meio do '**TIM Único**', um plano inovador que consiste de tarifas mensais locais fixas muito baixas, independentemente do destino (*on-net* e *off-net*, para móveis ou fixos). Esta oferta direciona-se ao segmento SOHO (*small office* e *home office*) e já é um caso de sucesso, uma vez que representa mais de 30% das vendas corporativas.

De modo geral, nesse trimestre estamos 'de volta às vendas'. Esse movimento fica evidente na melhoria dos números de participação de mercado, na recuperação das adições líquidas no segmento pós-pago, no saldo positivo da portabilidade numérica no segmento pós-pago e na redução geral e progressiva das taxas de *churn*.

## Desempenho Financeiro

### Dados Financeiros Selecionados – Receita

	2T09	2T08	Var. % Ano	1T09	Var. % Trim.
R\$ milhares					
<b>Receita Bruta</b>	<b>4.504.744</b>	<b>4.454.459</b>	<b>1,1%</b>	<b>4.212.130</b>	<b>6,9%</b>
<b>Serviços de Telecomunicações</b>	<b>3.931.414</b>	<b>4.053.363</b>	<b>-3,0%</b>	<b>3.834.598</b>	<b>2,5%</b>
Utilização e Assinatura	1.968.883	2.053.783	-4,1%	1.878.636	4,8%
Longa Distância	455.576	482.965	-5,7%	455.696	0,0%
Uso de rede	988.799	1.088.339	-9,1%	1.045.890	-5,5%
VAS - Serviços adicionais	483.287	397.054	21,7%	429.684	12,5%
Outras receitas	34.869	31.222	11,7%	24.692	41,2%
<b>Receita de Mercadorias</b>	<b>573.330</b>	<b>401.096</b>	<b>42,9%</b>	<b>377.532</b>	<b>51,9%</b>
<b>Impostos e Descontos</b>	<b>(1.200.492)</b>	<b>(1.268.384)</b>	<b>-5,4%</b>	<b>(1.200.462)</b>	<b>0,0%</b>
Impostos e desc. s/ serviços	(995.174)	(1.082.699)	-8,1%	(1.011.619)	-1,6%
Impostos e desc. s/ venda de produtos	(205.318)	(185.685)	10,6%	(188.843)	8,7%
<b>Receita Líquida</b>	<b>3.304.252</b>	<b>3.186.075</b>	<b>3,7%</b>	<b>3.011.668</b>	<b>9,7%</b>
Serviços	2.936.240	2.970.664	-1,2%	2.822.979	4,0%
Produtos	368.012	215.411	70,8%	188.689	95,0%

### Receitas Operacionais

A receita bruta total alcançou R\$4.505 milhões no 2T09, apresentando uma pequena elevação de 1,1% em relação aos R\$4.454 milhões apurados no 2T08. As principais aberturas de contas e destaques são apresentadas a seguir:

**As receitas de uso e assinatura** apresentaram queda de 4,1%, em bases anuais, para R\$1,969 milhões no 2T09. A queda reflete o efeito da queda (*onda longa*) da base pós-paga (-8,9 p.p. A/A), a deterioração do mix de assinantes e a queda do tráfego no segmento pré-pago. Esses efeitos tiveram um impacto significativo no tráfego sainte, que diminuiu 23% em relação ao 2T08. O MOU total foi de 73 minutos (vs. 100 minutos no 2T08), uma redução de 27% A/A.

**As receitas de longa distância** alcançaram R\$456 milhões no 2T09, 5,7% inferiores aos R\$483 milhões apurados no 2T08. A redução reflete basicamente a menor atividade promocional de longa distancia e a já mencionada deterioração do mix.

**A receita de interconexão** ficou em R\$989 milhões no trimestre, uma redução de 9,1% comparado aos R\$1,088 milhões apurados no 2T08. Tal desempenho reflete o declínio do tráfego entrante, principalmente devido ao estímulo às chamadas intra-rede no mercado como um todo e à substituição do tráfego fixo-móvel. A receita de interconexão como percentual da receita bruta alcançou 22% no 2T09, contra 24% no 2T08.



*VAS atingindo  
12,3% da  
receita bruta  
de serviços*

**As receitas brutas de VAS** totalizaram R\$483 milhões no 2T09, um aumento de 21,7% em relação aos R\$397 milhões apurados no 2T08. As receitas de VAS corresponderam a 12,3% da receita bruta de serviços, contra 9,8% no 2T08, em grande parte devido aos serviços inovadores, que cresceram 74% em bases anuais. A transmissão de dados teve um papel importante nesse desempenho; o TIM Web alcançou mais de 500 mil usuários no 2T09, o que representou um aumento de 82% em bases anuais. Micro *browsing* aumentou a taxa de penetração sobre a base total.

**As receitas brutas de aparelhos** atingiram R\$573 milhões no trimestre, um crescimento de 42,9% em relação aos R\$401 milhões apurados no 2T08. Esse aumento deve-se ao incremento no volume de vendas e melhor mix de aparelhos - associado à nossa performance na portabilidade numérica e recém-adotada abordagem competitiva no segmento pós-pago. No segundo trimestre, as adições brutas subiram 20% em bases anuais e os preços médios de aparelhos aumentaram 19% A/A.

**A receita líquida total** foi de R\$3.304 milhões no 2T09, registrando um aumento de 3,7% em relação aos R\$3.186 milhões apurados no 2T08. As receitas líquidas de serviços ficaram em R\$2.936 milhões, registrando uma queda de 1,2% em relação ao mesmo período de 2008; **em bases trimestrais, no entanto**, as receitas líquidas totais apresentaram aumento de 9,7% e as receitas líquidas de serviços cresceram 4,0%. O melhor desempenho das receitas líquidas em relação às receitas brutas deve-se aos menores descontos praticados nas vendas.

*ARPU maior  
em 2,1% T/T,  
para R\$26,6*

**A receita média por usuário (ARPU)** ficou em R\$26,6 no trimestre, 2,1% superior ao 1T09 e 11,0% inferior ao 2T08. A queda em bases anuais deve-se em grande parte ao declínio da base de assinantes pós-pago (-8,9% A/A), à deterioração do mix pós-pago e ao menor MOU entrante. É importante ressaltar que o ARPU pós-pago mostrou-se estável. Em bases trimestrais, tanto o ARPU pós-pago quanto o pré-pago apresentaram crescimento.

**A receita média por minuto (ARPM)** aumentou 22% em bases anuais para R\$0,36/min no 2T09 (contra R\$0,30/min no 2T08), em razão da abordagem promocional menos agressiva adotada pela TIM no período.

## Dados financeiros selecionados – Custos e Despesas Operacionais

	2T09	2T08	Var. % Ano	1T09	Var. % Trim.
R\$ milhares					
<b>Custos da Operação</b>	<b>(2.568.236)</b>	<b>(2.548.907)</b>	<b>0,8%</b>	<b>(2.402.217)</b>	<b>6,9%</b>
Custo de pessoal	(138.181)	(168.697)	-18,1%	(157.959)	-12,5%
Comercialização	(829.036)	(665.621)	24,6%	(709.130)	16,9%
Rede e interconexão	(920.902)	(1.072.570)	-14,1%	(984.633)	-6,5%
Gerais e administrativas	(113.541)	(107.984)	5,1%	(103.488)	9,7%
Custo dos produtos vendidos	(466.727)	(324.831)	43,7%	(324.451)	43,9%
Provisão para devedores duvidosos	(105.949)	(203.327)	-47,9%	(134.453)	-21,2%
Outras receitas (despesas) operacionais	6.100	(5.877)	-	11.897	-48,7%

### Custos e Despesas Operacionais

*Opex  
estável  
ano-a-ano*

**Os custos e despesas operacionais totais** alcançaram R\$2.568 milhões no trimestre, permanecendo inalterados em relação ao 2T08, o que demonstra o importante papel desempenhado pelo plano de eficiência na rentabilidade, enquanto o volume de atividades comerciais permaneceu intenso no período. A abertura dos custos e despesas vem apresentada a seguir:

**As despesas com pessoal** totalizaram R\$138 milhões no 2T09, uma queda significativa de 18,1% em relação aos R\$168,7 milhões apurados no 2T08. Essa queda está em grande parte relacionada ao impacto da reestruturação corporativa, com redução das camadas administrativas e concentração dos esforços na frente comercial. No segundo trimestre, a número de colaboradores da TIM ficou em 10.174, apresentando uma pequena queda de 0,8% A/A, ainda que a força de vendas e o atendimento ao consumidor tenham recebido apoio adicional.

**As despesas de comercialização e publicidade** totalizaram R\$829 milhões no 2T09, um acréscimo de 24,6% em relação ao mesmo período de 2008. Esse desempenho deve-se principalmente a comissões mais elevadas em razão do aumento das adições brutas (especialmente no segmento pós-pago) e ao aumento de 41% A/A nas despesas com publicidade em relação ao 2T08 (dado o aumento do *share of voice* da Companhia).

**Os custos de rede e de interconexão** fecharam o 2T09 em R\$921 milhões, uma queda de 14,1% em relação aos R\$1.073 milhões registrados no 2T08. No que se refere à interconexão, a redução deve-se ao menor volume de tráfego (em razão de um tráfego promocional menos agressivo e também no mix do tráfego) e ao declínio da base pós-paga no período. Com relação à rede, apuramos um aumento de 8,7% em bases anuais, principalmente devido ao aumento dos custos de aluguel de linhas (relacionado ao aumento no tráfego de dados).

**As despesas gerais e administrativas (G&A)** totalizaram R\$114 milhões no 2T09, um aumento de 5% em relação aos R\$108 milhões apurados no 2T08. Esse desempenho é o reflexo de serviços mais especializados.

**O custo de produtos vendidos** alcançou R\$467 milhões no trimestre, um aumento de 43,7% em relação aos R\$325 milhões apurados no mesmo período de 2008. Esse desempenho deve-se ao maior volume de vendas no 2T09 (+22% A/A) e ao aumento da participação dos aparelhos *premium* no total de vendas. Os aparelhos 3G foram responsáveis por mais de 10% do volume total das vendas.

*Queda em  
PDD de  
48% A/A*

**As provisões para devedores duvidosos (PDD)** alcançaram R\$106 milhões, uma queda de 47,9% em relação aos R\$203 milhões apurados no 2T08 (ou de 26,1%, se ajustadas pelo efeito adicional do canal de televendas no 2T08). O PDD correspondeu a 3,6% da receita líquida de serviços, reduzindo de forma consistente a cada trimestre. Esse desempenho reflete o processo de otimização por meio de melhor concessão de crédito e da melhoria do processo de cobrança e qualidade dos recebíveis.

**Outras receitas operacionais líquidas** totalizaram R\$6,1 milhões no 2T09, contra despesas operacionais líquidas de R\$5,9 milhões no 2T08.

**O custo de aquisição de clientes (SAC)** ficou em R\$120 no 2T09, uma ligeira elevação de 0,9% em relação aos os R\$119 registrados no 2T08, devido ao aumento dos gastos com comissões e publicidade. Deve-se mencionar que as adições brutas cresceram 20% em bases anuais.

A relação SAC/ARPU registrou 4,5x no 2T09, superior aos 4,0x registrados no mesmo período de 2008.

## EBITDA

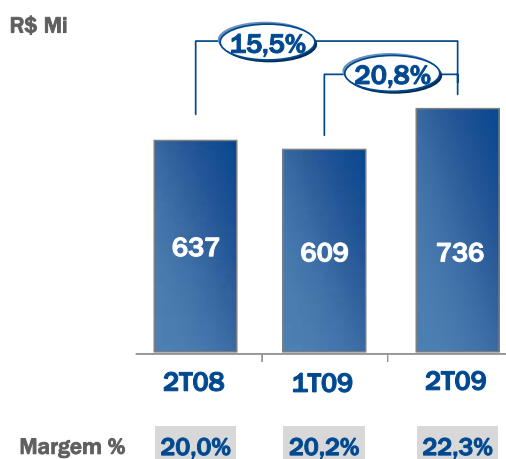
O **EBITDA** (resultado antes de juros, impostos, depreciação e amortização) totalizou R\$736 milhões no 2T09, um crescimento de 15,5% em relação aos R\$637 milhões registrados no 2T08 (ou de 5,6% excluindo o efeito das televendas no 2T08, no valor de R\$60 milhões). Em bases trimestrais, o EBITDA subiu 20,8% (ou 9,3% excluindo a resolução de contencioso com a Embratel no 1T09).

O forte desempenho do EBITDA foi impulsionado pelo plano de eficiência, colocado em prática juntamente com o plano de relançamento, sendo possível neutralizar as despesas adicionais originadas pelo maior volume de atividades comerciais, mas sem afetar a rentabilidade.

Ainda nesse trimestre, o EBITDA sofreu um impacto negativo de aproximadamente R\$21 milhões em decorrência do roubo do estoque em um depósito terceirizado em São Paulo.

A **margem EBITDA** atingiu 22,3% no 2T09 (+2,3 p.p. A/A e +2,1 p.p. T/T).

**EBITDA e margem EBITDA**



## Depreciação e Amortização

A **depreciação e a amortização** totalizaram R\$647 milhões no trimestre, ficando 8,6% acima dos R\$596 milhões registrados no 2T08. O aumento em bases anuais é amplamente explicado pela implantação da rede (qualidade do 2G e expansão do 3G).

## EBIT

O **EBIT (resultado operacional antes de juros e impostos)** totalizou R\$88,6 milhões no 2T09, contra R\$40,8 milhões apurados no 2T08. Esse crescimento deve-se principalmente à melhora do EBITDA.

## Resultado Financeiro Líquido

**As despesas financeiras líquidas** totalizaram R\$65,9 milhões no trimestre, uma queda de 28% em relação aos R\$91,4 milhões apurados no 2T08, devido ao impacto de menores despesas com juros em razão do ajuste a valor presente líquido do valor de aquisição da licença 3G (R\$21,6 milhões no 2T08, o qual começou a ser contabilizado no 2T08), entre outros fatores.

## Imposto de Renda e Contribuição Social

**O imposto de renda e a contribuição social** são calculados com base no rendimento de cada subsidiária considerada separadamente, ajustados pelas adições e exclusões previstas na legislação tributária. O aumento, em bases anuais, do imposto de renda e da contribuição social deve-se a resultados mais elevados antes dos impostos e a adições de impostos mais altas em função das provisões de hedge.

## Prejuízo Líquido

A TIM encerrou o trimestre com um prejuízo líquido de R\$15,2 milhões, o que representa uma melhora em relação aos prejuízos líquidos de R\$144 milhões e R\$66,3 milhões registrados no 1T09 e no 2T08, respectivamente.

## Investimentos

Os investimentos totalizaram R\$422 milhões no segundo trimestre (contra R\$467 milhões no 2T08, excluindo a licença 3G) e corresponderam a 12,8% das receitas líquidas. Do total de investimentos, aproximadamente 80% foram alocados em rede e TI, em razão de nosso foco anterior na melhoria da rede 2G para serviço de voz e da estratégia de cobertura "*right on spot*" para a rede 3G.

## Posição Financeira e Fluxo de Caixa Livre

A **dívida bruta** totalizou R\$3.673 milhões (dos quais 68% de longo prazo), um aumento em relação aos R\$3.473 milhões apurados no 1T09. A dívida da Companhia é representada por financiamentos de longo-prazo com o BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social) e com o BNB (Banco do Nordeste do Brasil) e por empréstimos com outras instituições financeiras locais e internacionais. Aproximadamente 33% de nossa dívida total estava expressa em moeda estrangeira (dólares norte-americanos e iene japonês), sendo que esse valor está 100% protegido em moeda local.

O custo médio da dívida ficou em 10,95% no 2T09 contra 11,64% no 2T08.

**O caixa e as disponibilidades** alcançaram R\$773 milhões, resultando em uma **posição de dívida líquida** (dívida bruta menos caixa e disponibilidades) de R\$2.900 milhões, ficando 4% abaixo do 1T09.

**O fluxo de caixa operacional livre foi positivo em R\$407 milhões**, ficando 10% acima dos R\$371 milhões (excluindo a licença de 3G) registrados no 2T08. O fluxo de caixa livre não-operacional totalizou R\$289 milhões negativos, dos quais R\$168 milhões foram distribuídos a título de dividendos.

## Composição Acionária

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

## Eventos Recentes

- **A decisão da CVM quanto aos direitos de *tag-along* para as ações ordinárias:** Em 15 de julho, a Comissão de Valores Mobiliários (CVM) anunciou a decisão final com relação à oferta obrigatória para as ações ordinárias. O Conselho de Administração da CVM declarou que a Telco S.p.A não está obrigada a efetuar uma oferta aos minoritários titulares de ações ordinárias. Para mais informações, favor consultar nosso Fato Relevante publicado em 22 de janeiro de 2009, o qual se encontra disponível em nosso site ([www.tim.com.br/ri](http://www.tim.com.br/ri)).
- **Atualização sobre negociação com Intelig:** A TIM anunciou em 16 de Abril de 2009 a assinatura do contrato de incorporação da Intelig. O Acordo prevê a aquisição através da incorporação pela TIM PART de Holdco Participações Ltda. sociedade controladora da Intelig, mediante a satisfação de determinadas condições precedentes, notadamente a aprovação prévia da Agência Nacional de Telecomunicações – ANATEL e a conclusão da reorganização societária e financeira da Intelig. Estas etapas estão em andamento.

## 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 93% 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, Video 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:	Balanço Patrimonial (BR GAAP)
Anexo 2:	Demonstração de Resultados (BR GAAP)
Anexo 3:	Demonstração de Fluxo de Caixa (BR GAAP)
Anexo 4:	Demonstração do Cálculo do EBITDA (BR GAAP)
Anexo 5:	Indicadores Operacionais Consolidados
Anexo 6:	Glossário

As demonstrações financeiras completas, incluindo as notas explicativas, estão disponíveis no site de Relações com Investidores da Companhia: [www.tim.com.br/ri](http://www.tim.com.br/ri)



Anexo 1

TIM PARTICIPAÇÕES S.A.

Balço Patrimonial (BR GAAP)

(R\$ milhares)

DESCRIÇÃO	2T09	2T08	%	1T09	%
<b>ATIVO</b>	<b>14.518.318</b>	<b>14.894.473</b>	<b>-2,5%</b>	<b>14.260.713</b>	<b>1,8%</b>
<b>CIRCULANTE</b>	<b>4.812.942</b>	<b>4.796.951</b>	<b>0,3%</b>	<b>4.299.775</b>	<b>11,9%</b>
Caixa e equivalentes de caixa	763.029	853.912	-10,6%	450.953	69,2%
Aplicações Financeiras	10.083	50.234	-79,9%	5.271	91,3%
Contas a receber	2.470.139	2.687.491	-8,1%	2.259.895	9,3%
Estoques	439.149	257.021	70,9%	431.159	1,9%
Impostos e contribuições a recuperar	627.150	507.182	23,7%	560.052	12,0%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	27.501	4.204	554,1%	38.223	-28,1%
Despesas antecipadas	416.782	398.554	4,6%	509.499	-18,2%
Operações com derivativos	25.566	-	-	10.094	153,3%
Outros ativos	33.543	38.353	-12,5%	34.629	-3,1%
<b>NÃO CIRCULANTE</b>	<b>9.705.376</b>	<b>10.097.522</b>	<b>-3,9%</b>	<b>9.960.938</b>	<b>-2,6%</b>
<b>Realizável a Longo Prazo</b>					
Aplicações financeiras	9.945	7.122	39,6%	9.009	10,4%
Impostos e contribuições a recuperar	262.309	220.184	19,1%	228.732	14,7%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	110.763	-	-	110.763	0,0%
Depósitos judiciais	160.876	123.143	30,6%	150.659	6,8%
Despesas antecipadas	11.808	9.085	30,0%	13.073	-9,7%
Operações com derivativos	65.313	6.795	861,2%	124.086	-47,4%
Outros ativos	7.017	7.268	-3,4%	7.268	-3,5%
<b>Permanente</b>					
Investimentos	-	20	-	-	-
Imobilizado	4.452.588	4.706.276	-5,4%	4.566.173	-2,5%
Intangível	4.494.753	4.848.542	-7,3%	4.611.658	-2,5%
Diferido	130.004	169.087	-23,1%	139.517	-6,8%
<b>PASSIVO</b>	<b>14.518.318</b>	<b>14.894.473</b>	<b>-2,5%</b>	<b>14.260.713</b>	<b>1,8%</b>
<b>CIRCULANTE</b>	<b>3.822.239</b>	<b>5.095.162</b>	<b>-25,0%</b>	<b>3.774.434</b>	<b>1,3%</b>
Fornecedores	1.789.795	1.922.331	-6,9%	1.533.194	16,7%
Financiamentos e empréstimos	1.103.743	1.187.485	-7,1%	1.242.698	-11,2%
Operações com derivativos	103.633	96.981	6,9%	23.826	335,0%
Obrigações trabalhistas	114.955	115.875	-0,8%	117.663	-2,3%
Impostos, taxas e contribuições	579.988	485.359	19,5%	561.484	3,3%
Dividendos e JSCP a pagar	25.438	31.880	-20,2%	193.294	-86,8%
Autorizações a pagar	-	1.128.150	-	-	-
Outros passivos	104.687	127.101	-17,6%	102.275	2,4%
<b>NÃO CIRCULANTE</b>	<b>3.064.884</b>	<b>2.219.267</b>	<b>38,1%</b>	<b>2.839.837</b>	<b>7,9%</b>
Financiamentos e empréstimos	2.471.151	1.726.549	43,1%	2.306.232	7,2%
Operações com derivativos	85.410	10.531	711,0%	34.895	144,8%
Provisão para contingências	256.298	251.883	1,8%	254.560	0,7%
Passivo atuarial	6.291	7.377	-14,7%	6.353	-1,0%
Obrigações decorrentes de descontinuidade de ativos	225.337	202.258	11,4%	217.375	3,7%
Outros passivos	20.397	20.669	-1,3%	20.422	-0,1%
<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>7.631.195</b>	<b>7.580.044</b>	<b>0,7%</b>	<b>7.646.442</b>	<b>-0,2%</b>
Capital social	7.632.371	7.613.610	0,2%	7.613.610	0,2%
Reservas de capital	15.569	34.330	-54,6%	34.330	-54,6%
Reservas de lucros	142.516	123.865	15,1%	142.516	0,0%
Lucro (Prejuízo) do período	(159.261)	(191.761)	-16,9%	(144.014)	10,6%

Anexo 2

TIM PARTICIPAÇÕES S.A.

Demonstrações de Resultados (BR GAAP)

(R\$ milhares)

DESCRIÇÃO	2T09	2T08	%	1T09	%
<b>Receita Bruta</b>	<b>4.504.744</b>	<b>4.454.459</b>	<b>1,1%</b>	<b>4.212.130</b>	<b>6,9%</b>
<b>Serviços de Telecomunicações</b>	<b>3.931.414</b>	<b>4.053.363</b>	<b>-3,0%</b>	<b>3.834.598</b>	<b>2,5%</b>
Utilização e Assinatura	1.968.883	2.053.783	-4,1%	1.878.636	4,8%
Longa Distância	455.576	482.965	-5,7%	455.696	0,0%
Uso de rede	988.799	1.088.339	-9,1%	1.045.890	-5,5%
VAS - Serviços adicionais	483.287	397.054	21,7%	429.684	12,5%
Outras receitas	34.869	31.222	11,7%	24.692	41,2%
<b>Receita de Mercadorias</b>	<b>573.330</b>	<b>401.096</b>	<b>42,9%</b>	<b>377.532</b>	<b>51,9%</b>
<b>Impostos e Descontos</b>	<b>(1.200.492)</b>	<b>(1.268.384)</b>	<b>-5,4%</b>	<b>(1.200.462)</b>	<b>0,0%</b>
Impostos e descontos s/ serviços	(995.174)	(1.082.699)	-8,1%	(1.011.619)	-1,6%
Impostos e descontos s/ venda de produtos	(205.318)	(185.685)	10,6%	(188.843)	8,7%
<b>Receita Líquida</b>	<b>3.304.252</b>	<b>3.186.075</b>	<b>3,7%</b>	<b>3.011.668</b>	<b>9,7%</b>
Serviços	2.936.240	2.970.664	-1,2%	2.822.979	4,0%
Produtos	368.012	215.411	70,8%	188.689	95,0%
<b>Custos da Operação</b>	<b>(2.568.236)</b>	<b>(2.548.907)</b>	<b>0,8%</b>	<b>(2.402.217)</b>	<b>6,9%</b>
Custo de pessoal	(138.181)	(168.697)	-18,1%	(157.959)	-12,5%
Comercialização	(829.036)	(665.621)	24,6%	(709.130)	16,9%
Rede e interconexão	(920.902)	(1.072.570)	-14,1%	(984.633)	-6,5%
Gerais e administrativas	(113.541)	(107.984)	5,1%	(103.488)	9,7%
Custo dos produtos vendidos	(466.727)	(324.831)	43,7%	(324.451)	43,9%
Provisão para devedores duvidosos	(105.949)	(203.327)	-47,9%	(134.453)	-21,2%
Outras receitas (despesas) operacionais	6.100	(5.877)	-	11.897	-48,7%
<b>EBITDA</b>	<b>736.016</b>	<b>637.168</b>	<b>15,5%</b>	<b>609.451</b>	<b>20,8%</b>
Margem EBITDA	22,3%	20,0%	2,3 p.p	20,2%	2,0 p.p
<b>Depreciação e amortização</b>	<b>(647.451)</b>	<b>(596.338)</b>	<b>8,6%</b>	<b>(641.222)</b>	<b>1,0%</b>
Depreciação	(348.712)	(326.686)	6,7%	(343.752)	1,4%
Amortização	(298.739)	(269.652)	10,8%	(297.470)	0,4%
<b>EBIT</b>	<b>88.565</b>	<b>40.830</b>	<b>116,9%</b>	<b>(31.771)</b>	<b>-</b>
Margem EBIT	2,7%	1,3%	1,4 p.p	-1,1%	-
<b>Resultado Financeiro Líquido</b>	<b>(65.856)</b>	<b>(91.383)</b>	<b>-27,9%</b>	<b>(69.314)</b>	<b>-5,0%</b>
Despesas financeiras	(81.991)	(83.732)	-2,1%	(82.278)	-0,3%
Variações cambiais, líquidas	(8.639)	(43.493)	-80,1%	(22.096)	-60,9%
Receitas financeiras	24.774	35.842	-30,9%	35.060	-29,3%
<b>Lucro antes dos impostos</b>	<b>22.709</b>	<b>(50.553)</b>	<b>-</b>	<b>(101.085)</b>	<b>-</b>
Imposto de renda e contribuição social	(37.956)	(15.742)	141,1%	(42.929)	-11,6%
<b>Lucro (Prejuízo) Líquido</b>	<b>(15.247)</b>	<b>(66.295)</b>	<b>-77,0%</b>	<b>(144.014)</b>	<b>-89,4%</b>

### Anexo 3

#### TIM PARTICIPAÇÕES S.A.

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

	2T09	2T08	%	1T09	%
<b>EBIT</b>	<b>88.565</b>	<b>40.830</b>	<b>116,9%</b>	<b>(31.771)</b>	<b>-</b>
Depreciação e amortização	647.451	596.338	8,6%	641.222	1,0%
Adições ao ativo permanente	(422.499)	(1.706.279)	-75,2%	(194.444)	117,3%
Variações nos ativos e passivos operacionais	93.024	204.979	-54,6%	(1.665.551)	-
<b>FLUXO DE CAIXA OPERACIONAL LIVRE</b>	<b>406.541</b>	<b>(864.132)</b>	<b>-</b>	<b>(1.250.543)</b>	<b>-</b>
Impostos (IR e CSSL)	(27.234)	(3.130)	770,0%	(31.702)	-14,1%
Dividendos e Juros sobre o capital próprio pagos	(167.927)	(207.433)	-19,0%	(70)	n.a.
Resultado financeiro líquido	(65.856)	(91.383)	-27,9%	(69.314)	-5,0%
Outras movimentações	(28.222)	19.069	-	4.698	-
<b>FLUXO DE CAIXA LÍQUIDO</b>	<b>117.302</b>	<b>(1.147.009)</b>	<b>-</b>	<b>(1.346.931)</b>	<b>-</b>

### Anexo 4

#### TIM PARTICIPAÇÕES S.A.

#### EBITDA (R\$ milhares)

Reconciliação do EBITDA	2T09	2T08	Var. % Anual	1T09	Var. % Trim.
<b>Prejuízo Líquido</b>	<b>(15.247)</b>	<b>(66.295)</b>	<b>-77,0%</b>	<b>(144.014)</b>	<b>-89,4%</b>
(+) Provisão para IR e CS	(37.956)	(15.742)	141,1%	(42.929)	-11,6%
(+) Resultado Financeiro Líquido	(65.856)	(91.383)	-27,9%	(69.314)	-5,0%
<b>EBIT</b>	<b>88.565</b>	<b>40.830</b>	<b>116,9%</b>	<b>(31.771)</b>	<b>-</b>
(+) Amortização e Depreciação	(647.451)	(596.338)	8,6%	(641.222)	1,0%
<b>EBITDA</b>	<b>736.016</b>	<b>637.168</b>	<b>15,5%</b>	<b>609.451</b>	<b>20,8%</b>

## Anexo 5

### TIM PARTICIPAÇÕES S.A.

#### Indicadores Operacionais Consolidados

	2T09	1T09	2T08	Var. % Trim.	Var. % Anual
<b>Base Celular Brasil (milhões)</b>	<b>159,6</b>	<b>153,7</b>	<b>133,2</b>	<b>3,9%</b>	<b>19,9%</b>
Penetração Total estimada	83,5%	80,6%	69,5%	2,9 p.p.	14,0 p.p.
Municípios Atendidos - TIM GSM	2.944	2.772	2.733	6,2%	7,7%
Market share	23,7%	23,5%	25,4%	0,2 p.p.	-1,7 p.p.
<b>Total de Clientes ('000)</b>	<b>37.826</b>	<b>36.096</b>	<b>33.815</b>	<b>4,8%</b>	<b>11,9%</b>
Pré-pago	31.610	29.923	26.993	5,6%	17,1%
Pós-pago	6.216	6.174	6.821	0,7%	-8,9%
Adições Brutas ('000)	4.855	3.836	4.046	26,6%	20,0%
Adições Líquidas ('000)	1.729	-306	1.282	n.m.	34,9%
Churn	8,6%	11,4%	8,4%	-2,8 p.p.	0,2 p.p.
<b>ARPU (R\$)</b>	<b>26,6</b>	<b>26,0</b>	<b>29,8</b>	<b>2,1%</b>	<b>-11,0%</b>
<b>MOU</b>	<b>73</b>	<b>70</b>	<b>100</b>	<b>4,4%</b>	<b>-27,1%</b>
ARPM (R\$)	0,36	0,37	0,30	-2,2%	22,2%
SAC (R\$)	120	135	119	-10,7%	0,9%
<b>Investimentos (R\$ milhões)</b>	<b>422,5</b>	<b>194,4</b>	<b>1.706,3</b>	<b>117,3%</b>	<b>-75,2%</b>
Empregados	10.174	10.212	10.253	-0,4%	-0,8%

## 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.º. de clientes da Companhia / n.º. 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.º. de clientes da companhia + n.º. 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.