

Apresentação de Resultados

TIM Participações S.A.

TIMP3
NOVO
MERCADO
BM&FBOVESPA



Você, sem fronteiras.



Destques Financeiros 2T12



R\$ milhões



Guidance

	2T12	2T11	Var. % A/A	1S12	Var. % A/A	
Receita Total (reportado)	4.547	4.252	+7,0%	9.016	+12,6%	>10% ✓ Confirmado
Receita Total (com ajuste da VU-M)	4.668		+9,8%	9.180	+14,7%	
<hr/>						
EBITDA (reportado)	1.214	1.145	+6,0%	2.383	+9,2%	>10% ✓ Confirmado
EBITDA (com ajuste da VU-M)	1.262		+10,2%	2.453	+12,4%	
<hr/>						
CAPEX	1.057	724	+45,9%	1.600	+56,4%	~R\$3 bi ✓ Confirmado (+R\$0,5 Mi em licenças)

Antecipação focada em rede

Principais Realizações

- ✓ Liderança no Segmento Pré Pago
- ✓ Maior crescimento em dados (+40%A/A) e na penetração de smartphone (35,2% da base total)
- ✓ Início da TIM Fiber (marca Live TIM)

Impactos no Trimestre

- ✓ Corte da VU-M(-R\$121mi receita; - R\$48 mln EBITDA)
- ✓ Macroeconômico e cenário competitivo
- ✓ Custos de lançamento da TIM Fiber (~R\$11 mln)

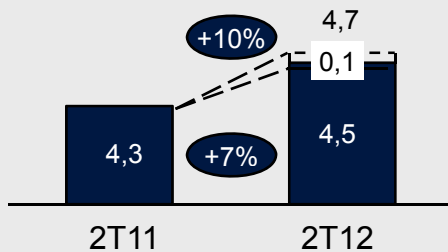
Efeitos no 2T12: VU-M e Cenário Macroeconômico



VU-M

Receita Líquida Total

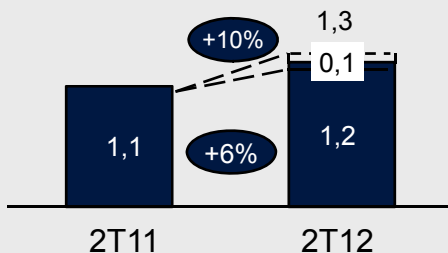
(bilhões de reais)



✓ -R\$121 mi de impacto na receita líquida e -R\$48 mln no EBITDA

EBITDA

(bilhões de reais)



✓ Ainda não há elasticidade advinda da reformulação do tráfego para compensar o impacto da VU-M

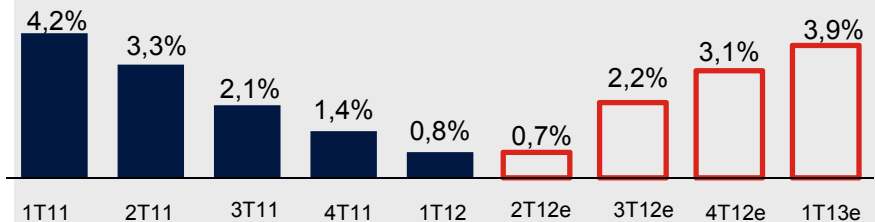
✓ Substituição FM levará a menor dependência da VU-M

Cenário Macroeconômico

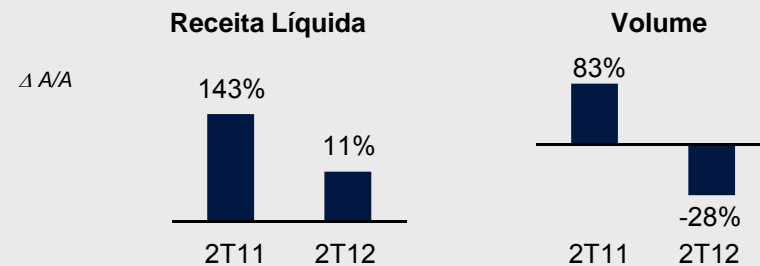


✓ Desaceleração no cenário macroeconômico no 1S12 vs. 1S11 (ou seja: nível de endividamento; maior comprometimento da renda para pagamento de dívida; menor crescimento do PIB)

Crescimento Trimestral do PIB (A/A)



Venda de Aparelhos



✓ Competição Agressiva no curto prazo

Motores para suavizar esses impactos

Receitas		Custos	
Mantendo a abordagem inovadora	Melhora do cenário macroeconômico	Intelig/ TIM Fiber (substituição de linhas alugadas)	EILD contexto regulatório

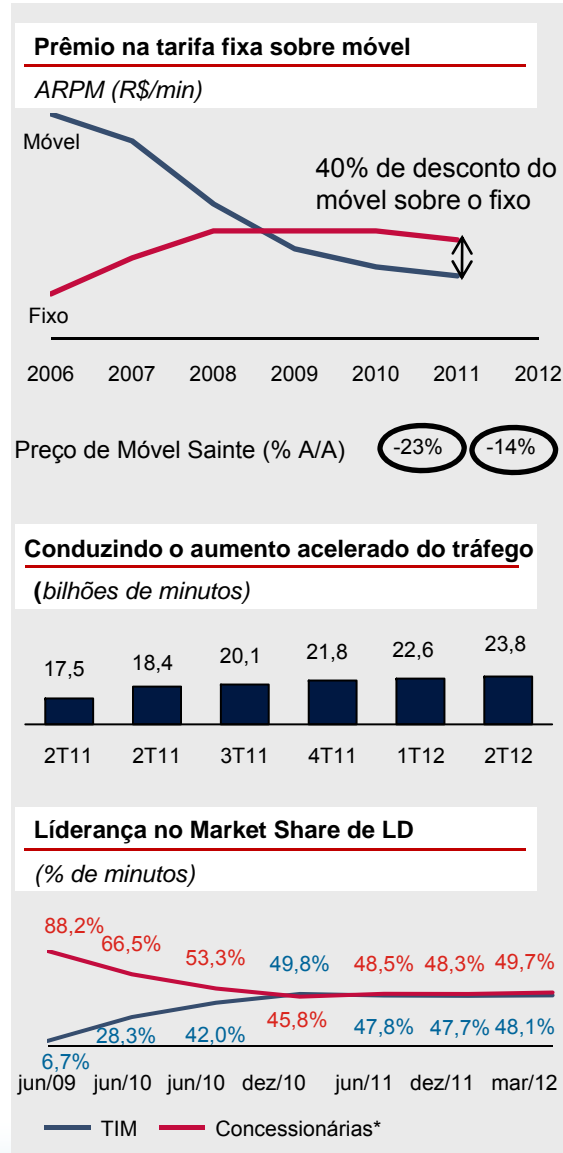
2T12

4T12

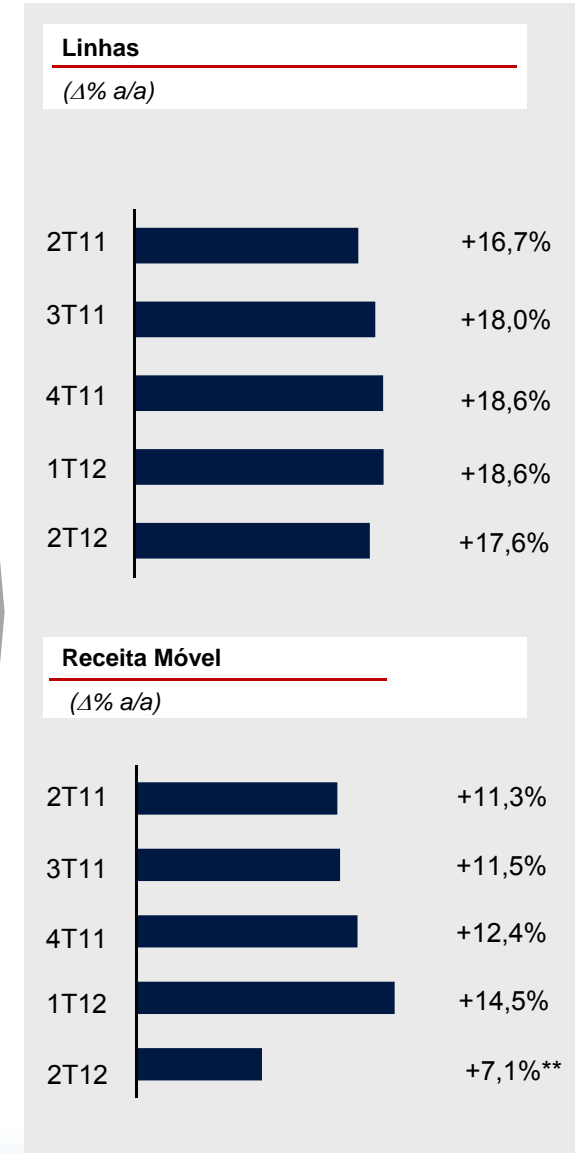
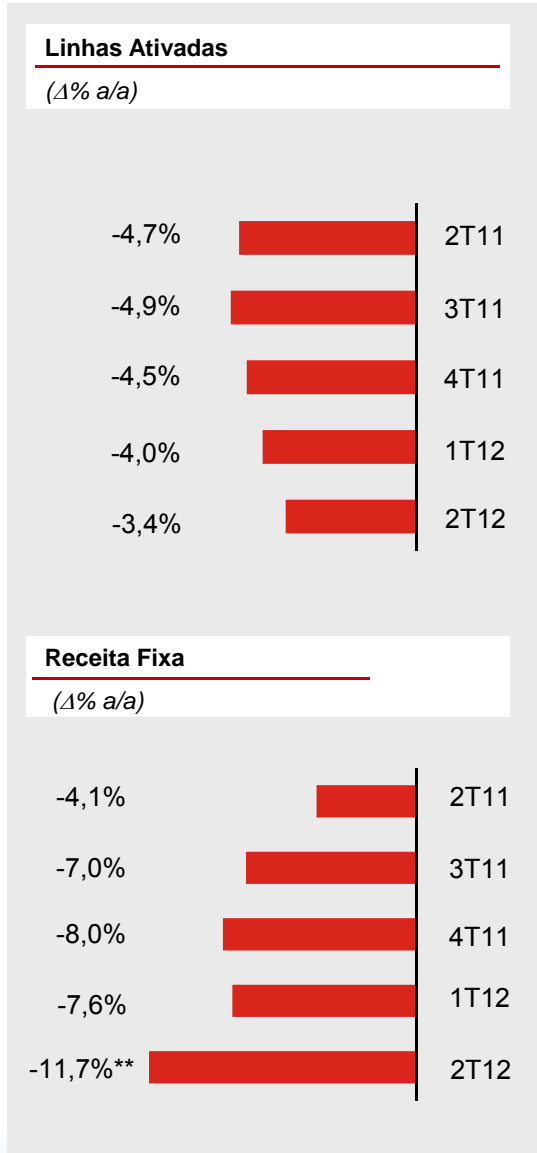
Tendência Global de Substituição FM contínua



Substituição Fixo Móvel...



...impactando as concessionárias fixas ... beneficiando o segmento móvel



* Telemar, Brasil Telecom, Telesp e Embratel.

Fonte: Resultados da Companhia, Telemar e estimativas da Bloomberg;
**Excluindo uma companhia.



Operações

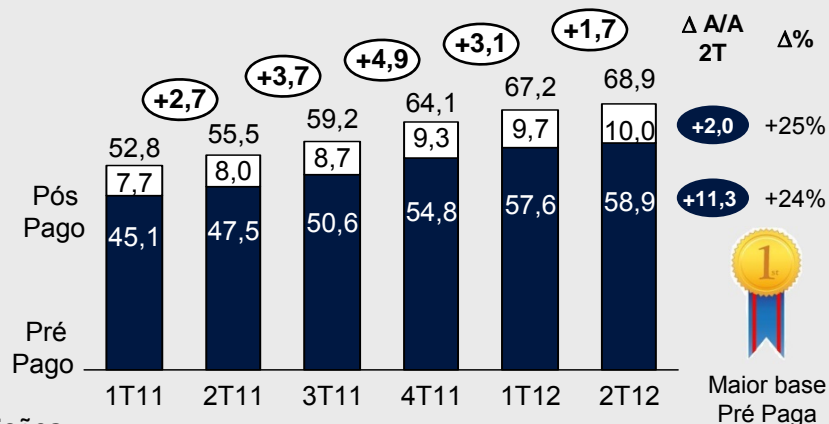


Crescimento Operacional Continua Forte



Base de Clientes

(milhões de linhas)

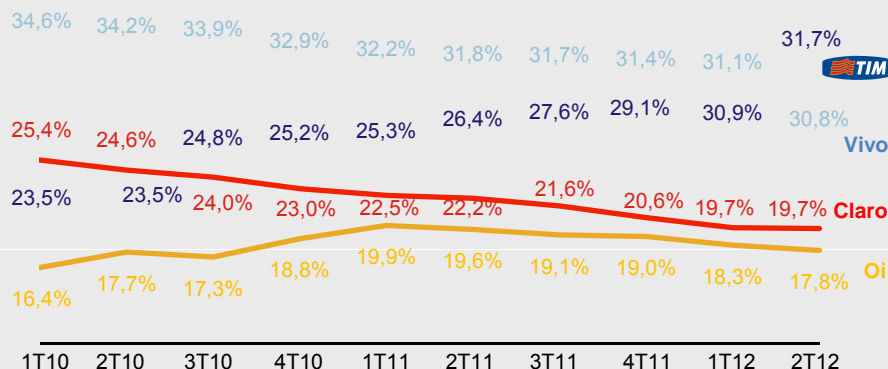


Adições Líquidas (000)

	1T11	2T11	3T11	4T11	1T12	2T12
Pós Pago	223	317	632	655	348	348
Pré Pago	1.598	2.359	3.053	4.219	2.786	1.308

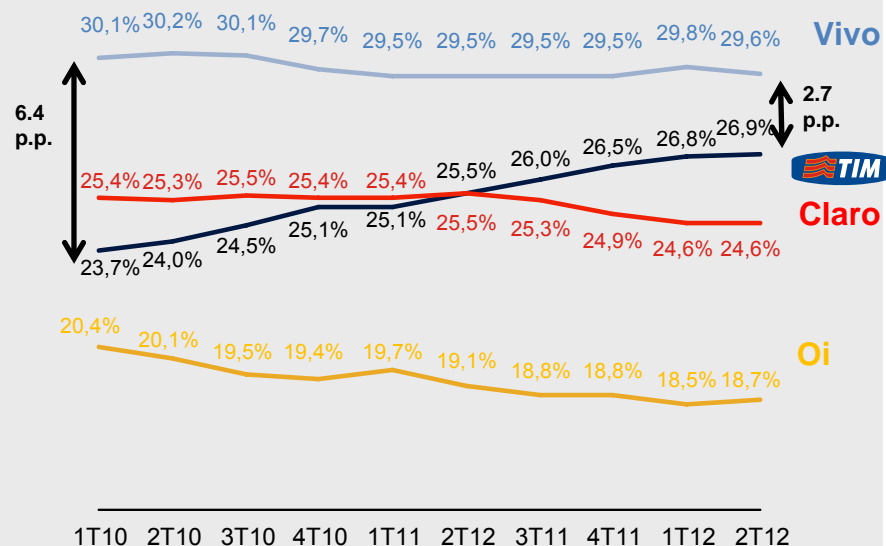
Crescimento do Market Share na Cidade de SP

(% do total de linhas)



Crescimento do Market Share Total

(% do total de linhas)



Crescimento da Base de Clientes

(% A/A)

	1T10	2T10	3T10	4T10	1T11	2T11	3T11	4T11	1T12	2T12
Vivo	18%	20%	18%	17%	15%	14%	16%	19%	20%	18%
TIM	17%	17%	19%	24%	25%	25%	26%	26%	27%	24%
Claro	15%	16%	15%	16%	17%	18%	18%	17%	15%	13%
Oi	15%	10%	7%	9%	13%	12%	15%	16%	12%	15%

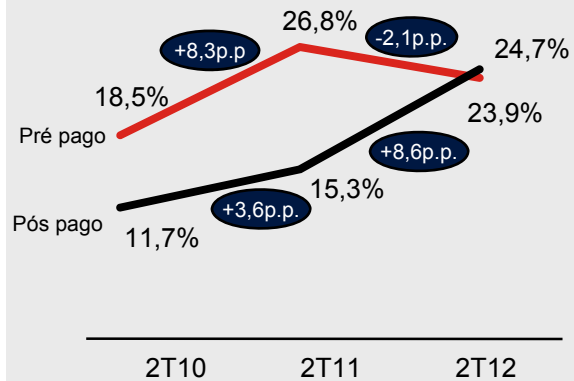
1º em crescimento anual por 8 trimestres consecutivos

Crescimento sustentado pela abordagem da Eficiência



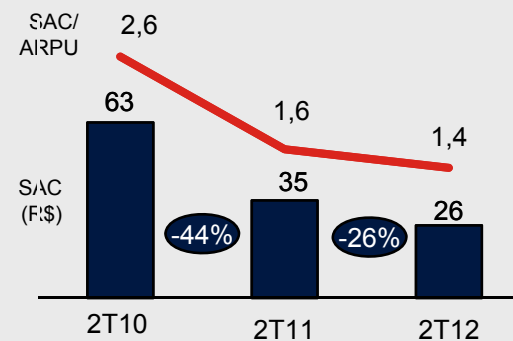
Crescimento da Base de Clientes

(% A/A)



SAC e SAC/ARPU

(R\$)



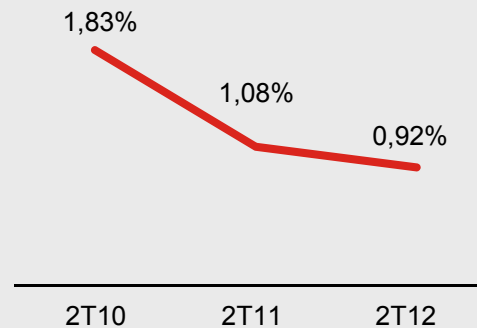
Subsídios para Aparelhos

(milhões de reais)



Tendência do PDD

(como % da Receita Bruta)



- ✓ **Crescimento contínuo** no pré pago e aceleração no pós pago
 - ✓ Mas com uma **abordagem racional**:
 - queda significativa no custo de aquisição do cliente
 - tendência descendente contínua do PDD
- ▼
- ✓ **Modelo de negócios sustentável**
 - Baixo PDD
 - Sem subsídios
 - Liberdade para os clientes

Update sobre suspensão de vendas pela Anatel

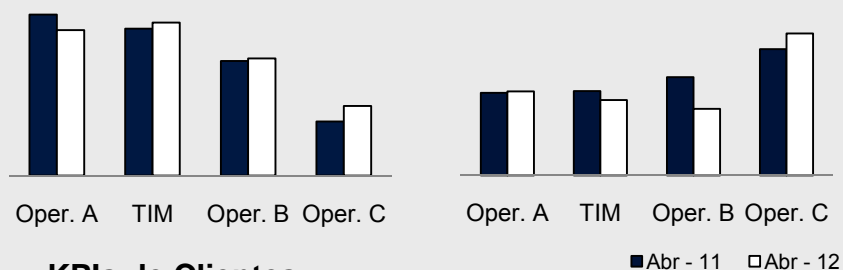


Situação Atual: TIM não é a pior

=> KPIs de Rede

SMP 5 Anatel – Ligações Compl. SMP 7 Anatel- Queda de Ligação

(pontos)



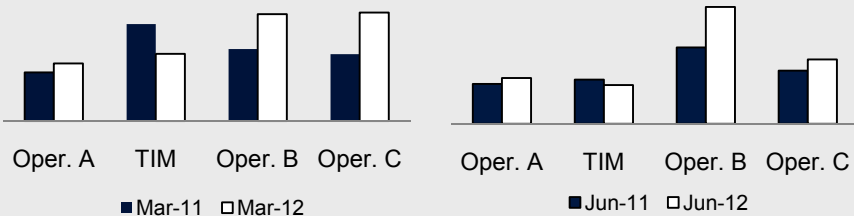
=> KPIs de Clientes

Ranking de Reclam. da Anatel

(Reclam. SMP / Linhas em Serviço * 1000)

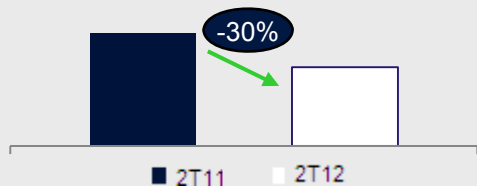
Ranking de Reclam. do Procon

(Reclam. no Sistema Int. do Procon)



Indicador de Reclamação do Call Center da TIM

(pontos)



Fonte: Anatel, Procon e Companhia

Perspectivas: Plano de Melhoria Apresentado

=> Comprometimento com o desenvolvimento da Rede

TRX

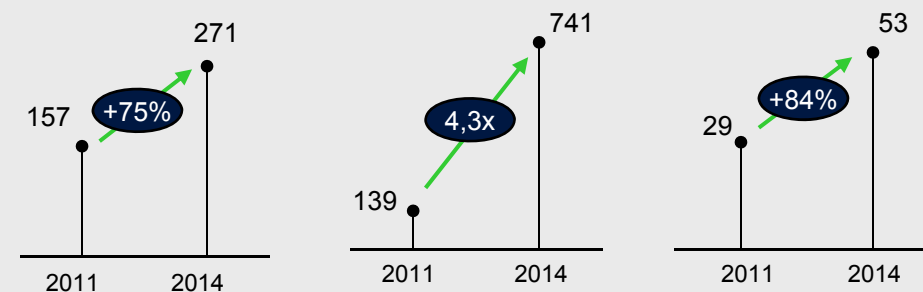
('000)

Elementos do Canal de Dados

('000)

KMs de Fibra

('000 Km)

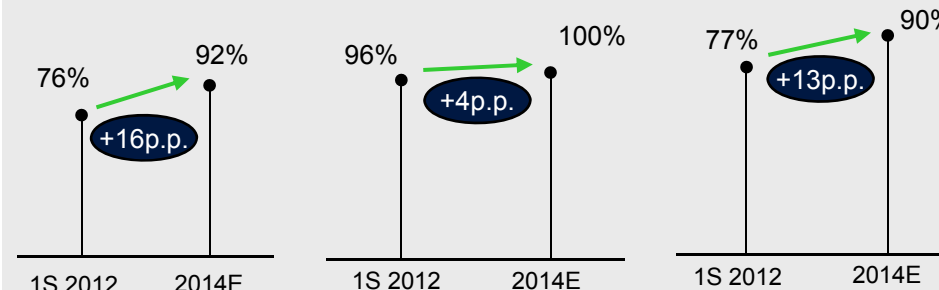


=> Comprometimento na Melhoria da Qualidade

SMP 5 – Ligação Compl. SMP 7 – Queda de Lig. SMP12-% Receptividade

(% clusters)

do Call Center



Espera-se que a proibição de vendas da Anatel seja retirada nos próximos dias



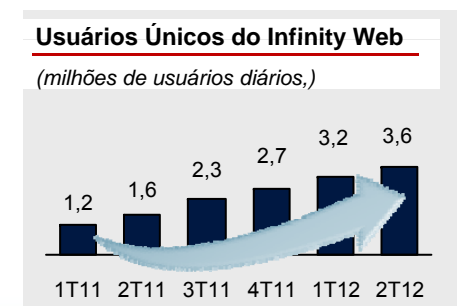
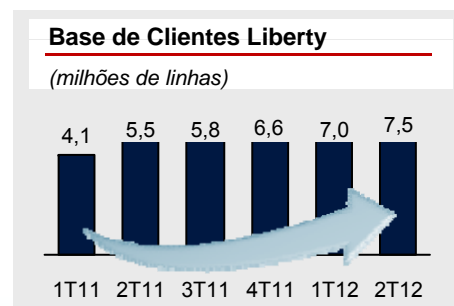
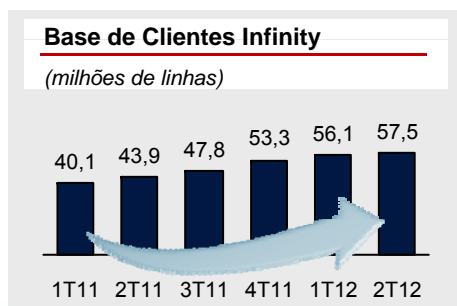
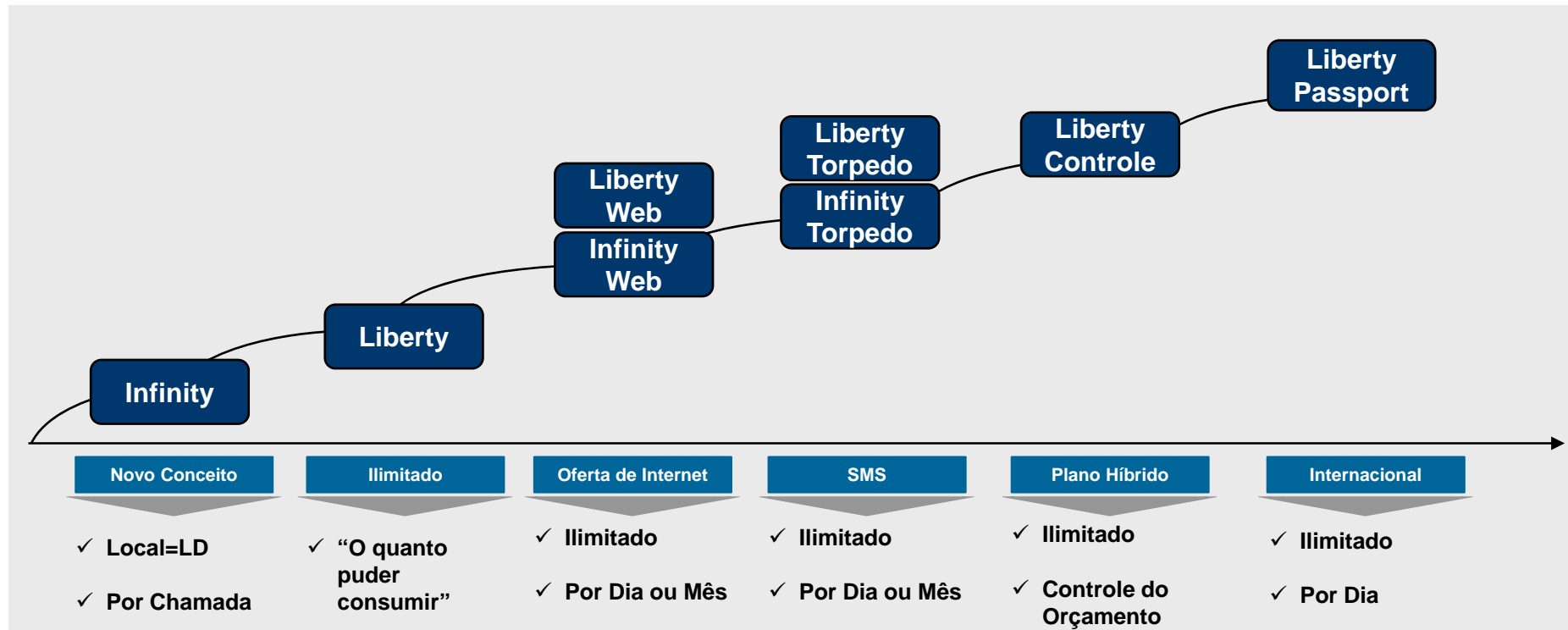
Marketing



Plataforma de Inovações



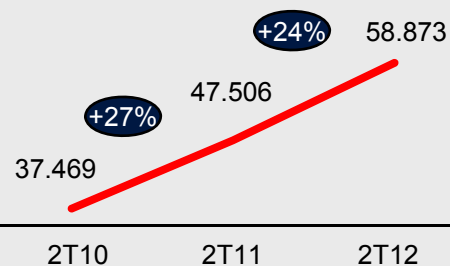
Caminho da Inovação





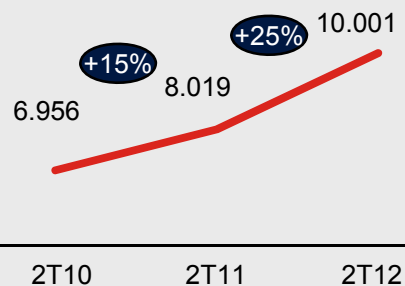
Pré Pago – Base de Clientes

(000 linhas)



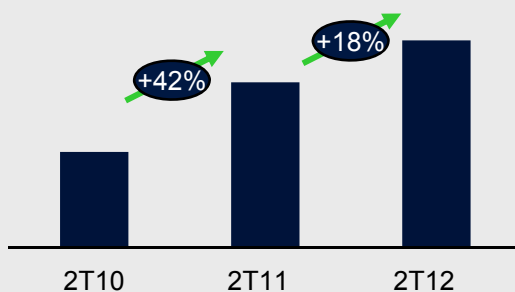
Pós Pago – Base de Clientes

(000 linhas)



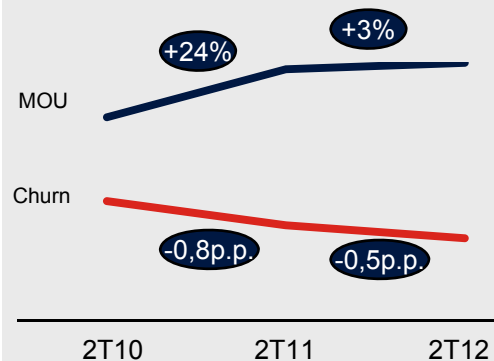
Crescimento do Volume de Recargas

(milhões de recargas)



MOU e Churn no Pós Pago

(minutos; % de linhas)



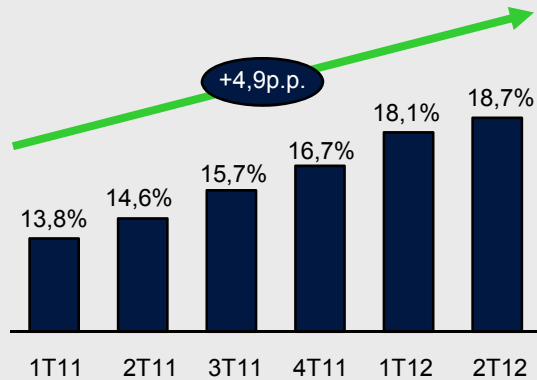
- ✓ **Combinando volume e valor** através de uma plataforma de serviços completa e ilimitada (chamadas local e LD, SMS e data)
- ✓ **Crescimento consistente do Pré pago**
- ✓ **Alavancando o Pós pago** com tráfego crescente e menos desconexões...
...mesmo com uma política de subsídio zero e sem fidelização

Alavancagem da Internet apoiada pelos melhores Aparelhos e Ofertas



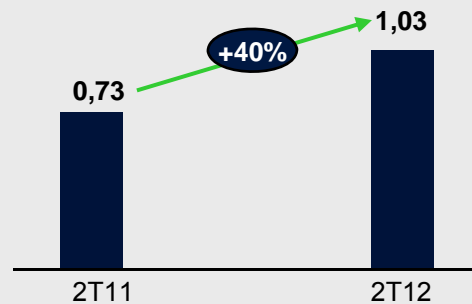
Receita de Dados

(% da Receita Bruta de Serviços Móveis)



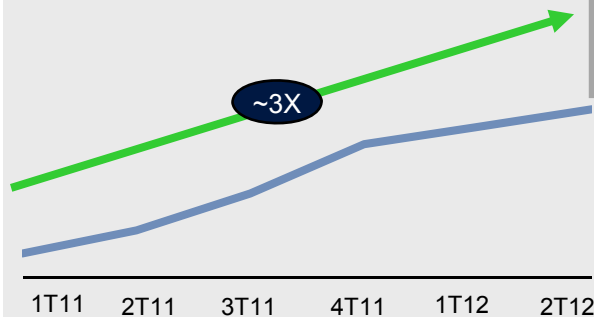
Receita VAS

(R\$ bilhões)



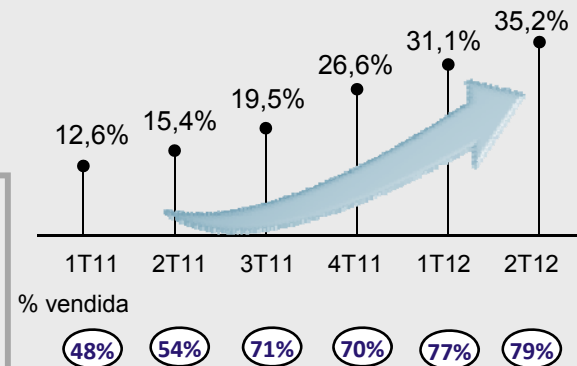
Crescimento de Usuários Únicos de SMS

(usuários únicos diários)



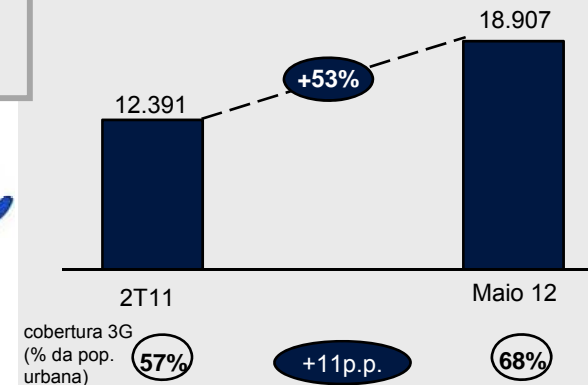
Penetração Smart/Web phone

(% smartphones/CB total (linhas))



Usuários de Dados

(milhões de usuários únicos mensais)





Financeiro

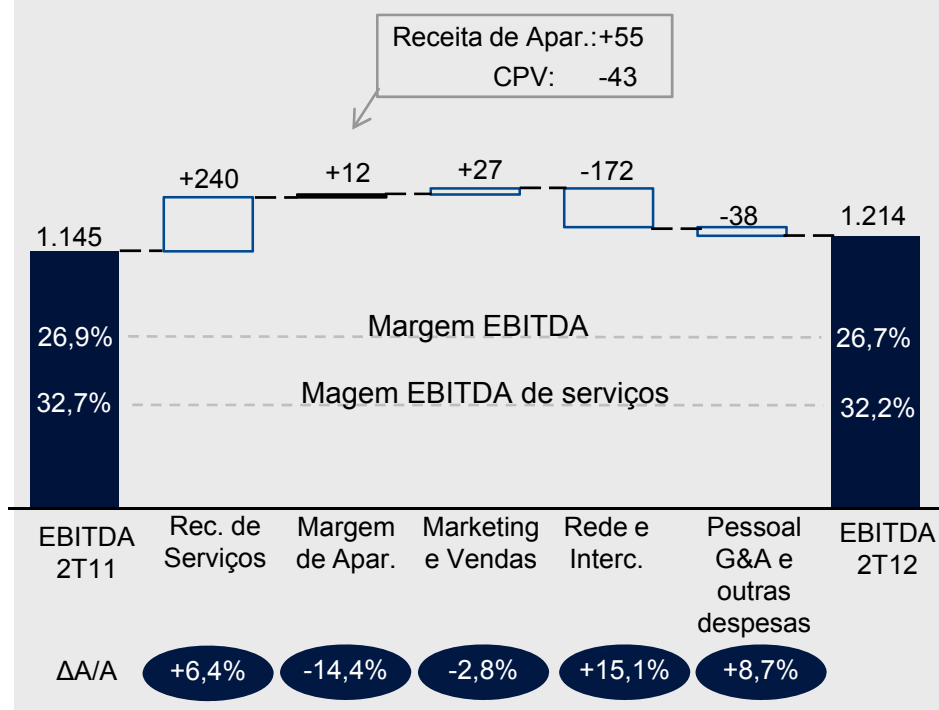


EBITDA Consistente e Crescimento do Lucro Líquido



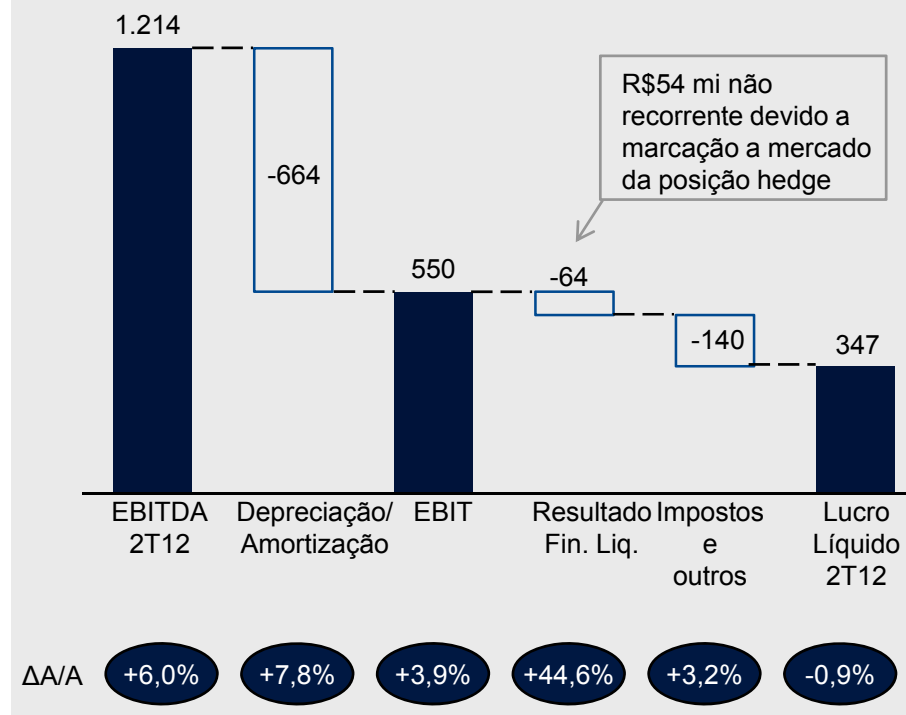
Evolução do EBITDA

(milhões de reais)



Do EBITDA ao Lucro Líquido

(milhões de reais)



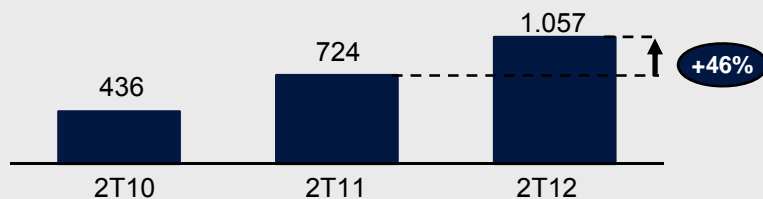
Análise de Posição de Caixa



Capex

(milhões de reais)

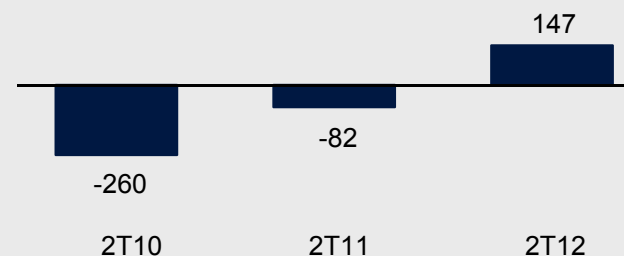
	2T11	2T12	Var
Rede	61%	67%	6 p.p.
TI	22%	28%	6 p.p.
Outros	17%	5%	-12 p.p.



Δ Capital de Giro

(milhões de reais)

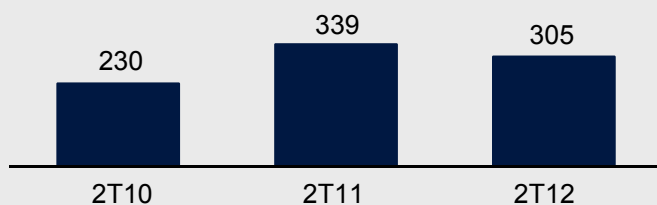
Δ WC: R\$230 mi A/A



FCOL

(milhões de reais)

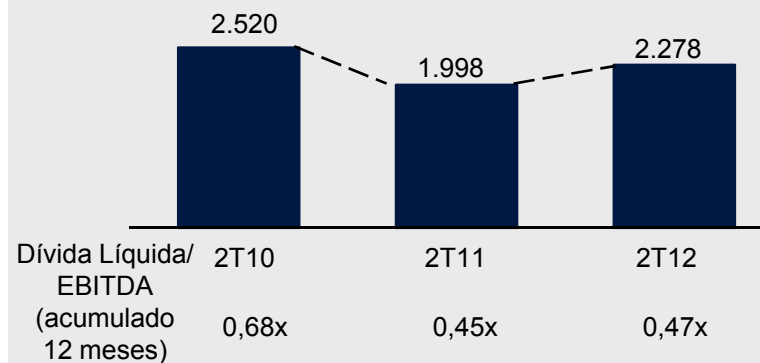
ΔFCOL R\$-34mln A/A
 Δ EBITDA-CAPEX = -R\$261mi
 Δ Capital de Giro = R\$230mi
 Δ Outros -R\$3 milhões



Dívida Líquida

(milhões de reais)

Incluindo dívida líquida da TIM Fiber = R\$87 milhões



Dívida Líquida/ EBITDA (acumulado 12 meses)

Período	2T10	2T11	2T12
Ratio	0,68x	0,45x	0,47x



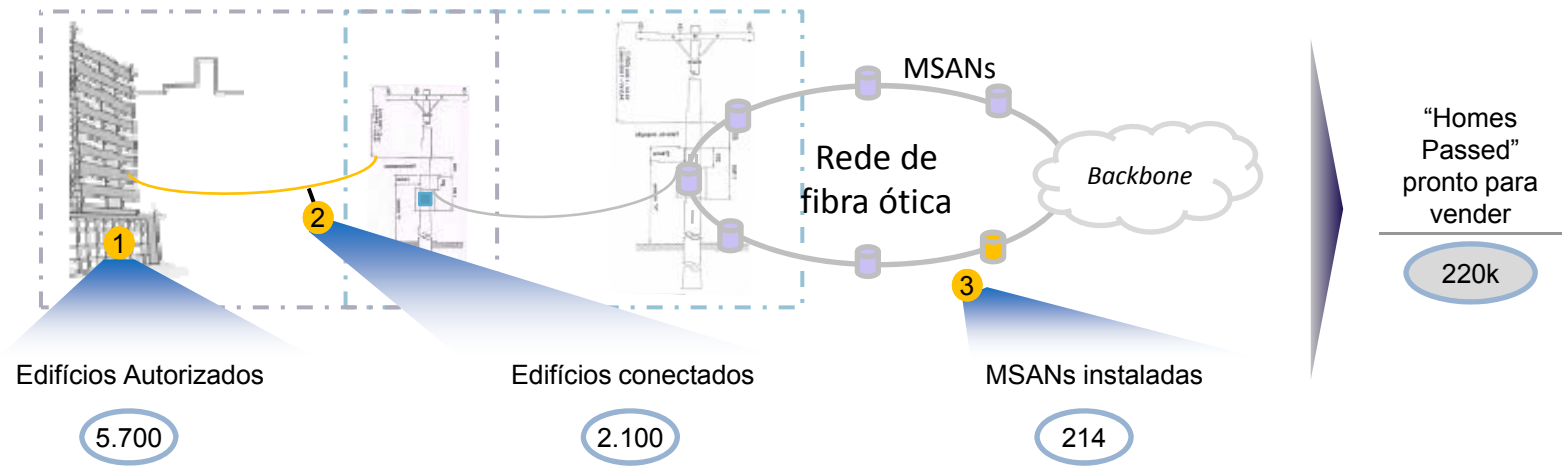
AtualizaçãoTIM Fiber



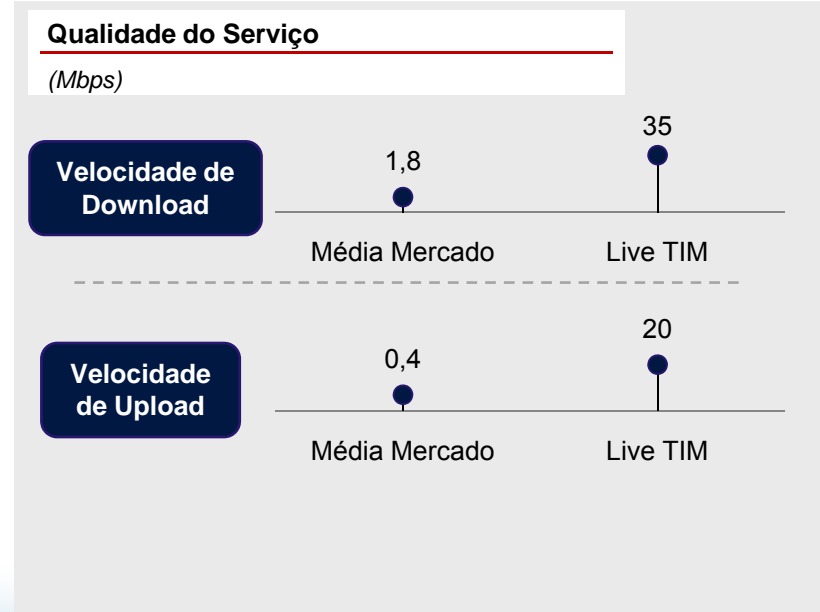
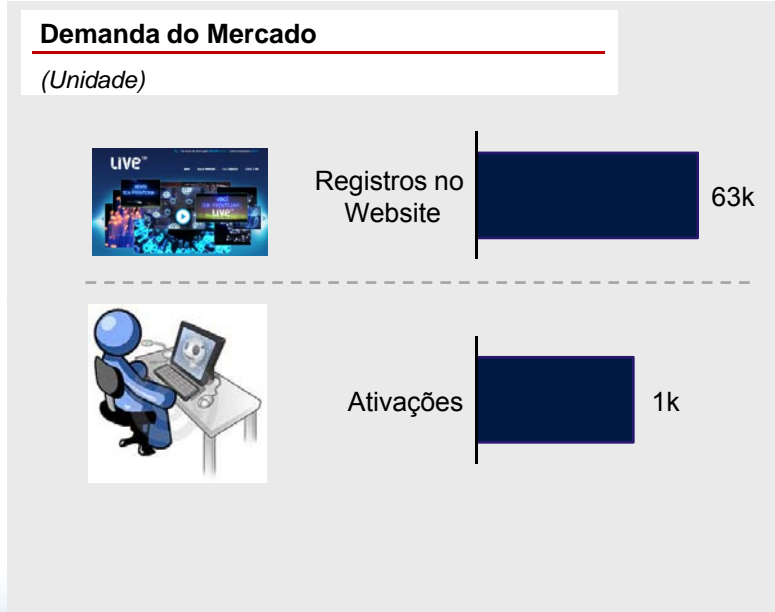
Destques da Rede e Marketing



Construção da Rede



Demanda do Mercado e Qualidade de Serviço



Plano de Lançamento da TIM Fiber: On Track



Fases de Lançamento	✓ Teste de Pré Lançamento	✓ Soft Launch	Lançamento Comercial
Objetivos Principais	“Technical Trial” da solução	Avaliação do “Business Readiness”	Início das Operações Comerciais
Base de Clientes	~50 Colaboradores + Friendly User Testers	~1 mil “Beta Testers”	50-70 mil Consumidor final
Cobertura Geográfica(SP/RJ)	1 bairro	5 bairros	20+bairros
Produto	← Ultra Banda Larga →		
Comunicação	n/a	Propaganda fora de meios de comunicação (BTL)	Publicidade em meios de comunicação massa (ATL)
Canais	n/a	← Porta à porta + Tele vendas Outbound →	← Porta à porta + Tele vendas Outbound + Tele vendas Inbound →



Conclusões

- A TIM foi capaz de **manter sólidas melhorias operacionais** mesmo com o cenário deteriorado do 1S12 (fatores macroeconômicos e cenário competitivo)
- **Serviço de dados continua em ritmo sólido**
- **Liderança no market share incremental por 8 trimestres consecutivos** o que demonstra que a oferta da TIM é realmente a de maior valor para o usuário
- **Eficiência operacional ditou o ritmo**, através de uma significativa redução do SAC e PDD

Perspectivas

- Foco do **desenvolvimento de rede, melhoria da qualidade e comunicação** como forma de defender o segmento pós pago e reverter a percepção ruim deixada pelo bloqueio de vendas imposto pela Anatel
- **Continuação da tendência de substituição F-M** com uma abordagem inovativa
- **Apoio ao crescimento da receita** de dados através da penetração de smartphones e fortalecimento da rede
- **Lançamento da TIM Fiber (Live TIM)**