

DIVULGAÇÃO DE RESULTADOS TIM PARTICIPAÇÕES

2º TRI 2014



 **TIMP3
NOVO
MERCADO**
BM&FBOVESPA



You, without frontiers.

A TIM PARTICIPAÇÕES S.A. Anuncia seus Resultados Consolidados do Segundo Trimestre de 2014

BM&FBOVESPA*

(lote = 1 ação)
TIMP3: R\$ 12,02

NYSE*

(1 ADR = 5 ações ON)
TSU: US\$ 26,62

(*) preços de fechamento em
31 de julho de 2014

Rio de Janeiro, 31 de julho de 2014 – A TIM Participações S.A. (BOVESPA: TIMP3; e NYSE: TSU), empresa que controla diretamente a TIM Celular S.A. e a Intelig Telecomunicações Ltda., apresenta seus resultados para o segundo trimestre de 2014. A TIM Participações S.A. ("TIM Participações" ou "TIM") presta serviços de telecomunicações com presença em âmbito nacional no Brasil.

As seguintes informações financeiras e operacionais consolidadas, exceto quando indicado em contrário são apresentadas segundo as Normas Internacionais de Contabilidade (*IFRS*) e em Reais (R\$), em conformidade com a Lei das S.A. Todas as comparações se referem ao segundo trimestre de 2013 (2T13) e ao primeiro trimestre de 2014 (1T14), exceto quando indicado em contrário.

Destaques Operacionais

- **Usuários de dados cresceram 24% na comparação anual atingindo 39% da base total**, com usuários 3G em 30,2 milhões (+77% A/A);
- **Participação de pós-pago na base de clientes crescendo para 16,5%**, de 15,7% no 2T13;
- **Posição de liderança no mercado de aparelhos com 41% do total de vendas das operadoras no 2T14;**
- **Período de payback de aquisição de clientes (SAC/ARPU) ficou abaixo de 2 meses**, mostrando uma estratégia de *go-to-market* eficiente;
- **A base de clientes Live TIM atingiu ~100 mil usuários**, acrescentando 20,2 mil clientes no 2T14. **Número de domicílios endereçáveis atingiu ~1,2 milhão de casas;**

Destaques Financeiros

- **A receita líquida de "negócios gerados" (Voz sainte + VAS) cresceu 7% A/A no 2T14.**
- **Receitas de Dados brutas acelerou seu ritmo para 22,2% A/A, atingindo R\$ 1,58 bilhão**, ou 27,2% da receita bruta de serviços móveis;
- **Opex Total reduzido em -7% A/A;**
- **O EBITDA totalizou R\$ 1,33 bilhão (+8% A/A)**, com margem EBITDA de 27,9% e **Margem de serviço** (excluindo aparelhos) em **34,4%**;
- **Lucro Líquido no 1º semestre de 2014 totalizou R\$737,7 milhões**, um aumento de 6,7% A/A;

Contatos Relações com Investidores

ri@timbrasil.com.br

Twitter: @TIM_ri

www.tim.com.br/ri

(+55 21) 4109-3360 / 4109-4017 / 4109-3751 / 4109-3446

App TIM RI:



Caros Analistas e Acionistas,

Chegamos à metade do ano de 2014 motivados e confiantes de que o nosso novo percurso estratégico, iniciado há quase um ano e meio, está trazendo benefícios para nossos usuários e para a Companhia, com a apresentação de resultados sólidos seja do ponto de vista operacional seja sob a ótica financeira. O foco na melhoria da nossa infraestrutura segue impulsionando a evolução dos indicadores de qualidade e proporcionando uma melhor experiência de uso aos nossos clientes – hoje a TIM é a empresa do setor com menor índice de demandas no PROCON. O lançamento contínuo de novas ofertas e serviços, bem como a gestão eficiente da base, contribuiu para a manutenção de índices elevados de crescimento na receita gerada por nossos clientes, compensando assim o impacto de redução regulatória das tarifas de interconexão (VU-M). O reposicionamento das operações fixas continua a apresentar resultados positivos, com o atingimento de marcos de crescimento significativos no período. Os investimentos seguem em ritmo acelerado, e continuamos a ter um enorme foco na melhoria da excelência operacional e na eficiência dos recursos da companhia. Institucionalmente, esse é também o momento de consolidar as conquistas desenvolvidas ao longo desses últimos 18 meses, e iniciar uma nova fase de posicionamento da companhia, com o lançamento de nossa campanha “Porta Azul”, que destaca as oportunidades e melhoria de qualidade de vida proporcionadas aos usuários através do uso dos nossos serviços e tecnologia, com um olhar voltado para todas as conquistas futuras.

Destaques do Trimestre

Nos resultados financeiros, o segundo trimestre segue trazendo uma dinâmica positiva, especialmente quando olhamos para o desempenho dos negócios gerados pelos, ou seja, excluindo o efeito da redução regulatória referente ao tráfego recebido, a VU-M. O trimestre também foi marcado pela excelente performance dos serviços de dados, que segue crescendo a sua receita em sólidos dois-dígitos. É importante ressaltar ainda grande economia obtida na parte de despesas operacionais, que apresentaram queda de 7% neste trimestre. Com a gestão eficiente de crescimento, custos e receitas, o trimestre apresentou novamente uma evolução extremamente positiva do resultado EBITDA, que cresceu 8% quando comparado ao mesmo período de 2013. Por fim, chegamos ao lucro líquido no acumulado de seis meses com crescimento anual de 6.7% para R\$738 milhões, um resultado saudável em um ambiente que segue apresentando desafios ligados à competição e menor crescimento do setor, e que sofreu alguns efeitos pontuais de redução de atividade durante o mês da realização da Copa do Mundo no país.

Já no lado operacional, o trimestre demonstrou contínua evolução na base de usuários totais, e em particular no crescimento de usuários de dados, segue a um ritmo de dois dígitos, e faz com que a receita total de dados já represente cerca de 30% da receita total da companhia. Observamos também os sinais positivos no mix pós-pago, que alcançou 16.4% da base total, uma evolução sobre os 15.8% do ano anterior e mais importante, preservando o eficiente modelo de negócios com baixos níveis de inadimplência e custos de aquisição. Índices positivos também foram observados no aumento dos valores de recarga no segmento pré-pago e na adoção das novas ofertas, como o Infinity Web+Torpedo e Infinity Turbo.

Otimização dos Investimentos para o Crescimento em Dados

Como já destacado muitas vezes, acreditamos que o mercado brasileiro de telecomunicações apresenta ainda enormes oportunidades para o crescimento da utilização e receita provenientes do uso de serviços e plataformas de dados e acesso à Internet, em particular através dos acessos móveis. Temos não somente a ciência desse percurso como também a responsabilidade de servir com qualidade a grande demanda por serviços de dados. Para tanto, seguimos fortalecendo nossa infraestrutura, priorizando a expansão da capacidade, cobertura e disponibilidade da rede. Às iniciativas de aumento de capacidade e disponibilidade de rede iniciadas em 2013, como o plano de chegar até 100 cidades com fibra até a antena ao final de 2014, e que geraram um aumento significativo da qualidade de rede e velocidade de conexão proporcionada pela nossa infraestrutura, se soma agora um plano ambicioso de expansão de cobertura, através de uma combinação de infraestrutura tradicional e "HetNets" (Heterogeneous Networks – redes que combinam diversos tipos de acesso móvel), incluindo acessos em Small Cells, pontos de acesso WiFi, FemtoCells empresariais entre outras modalidades de acesso. Lançamos no segundo trimestre um novo modelo de cobertura sustentável desenvolvido pela TIM denominado *bio-sites*, onde trabalharemos a expansão da rede associada a um menor impacto urbanístico e paisagista, possibilitando assim a aceleração de nosso plano de cobertura e densificação de rede voltada para os serviços de dados. Outro ponto a destacar é o crescimento das receitas associadas aos serviços de valor adicionado, como conteúdos e aplicações, que apresentaram um crescimento acima da média de mercado no segundo trimestre e compensaram a tendência natural de redução do crescimento e utilização do serviço SMS.

Live TIM: Ultrapassando a marca dos 100 mil assinantes

No mundo fixo, o período marcou a ultrapassagem da barreira dos cem mil usuários para nosso serviço de ultra banda larga residencial. Uma marca histórica para uma operação nova e que enfrentou grandes desafios, comum em qualquer novo empreendimento. Tenho a satisfação em dizer que o modelo atual de negócio se provou correto, frente às características de nosso mercado e nos dá ainda mais confiança para seguir acelerando o seu desenvolvimento. Soma-se a isso o enorme reconhecimento de mercado do serviço LiveTIM, que tem recebido excelentes avaliações, tendo sido inclusive apontado nos últimos dois trimestres como o serviço de banda larga mais rápido do país pelo índice Netflix de banda larga. Por tudo isso, acreditamos que o Live TIM representa uma excelente opção de crescimento para a companhia, tanto por posicioná-la em mais uma área de crescimento, no caso a banda larga fixa, quanto por possibilitar uma estratégia complementar de infraestrutura para a própria operação móvel, com a disponibilização de uma rede capilar de backhaul.

Perspectivas para o Segundo Semestre

O segundo semestre deve apresentar um cenário de continuidade das tendências do mercado em linhas gerais, e estamos preparados para esse cenário seguindo de maneira absolutamente focada a execução dos nossos 4 pilares estratégicos, em particular aqueles ligados ao contínuo reposicionamento da marca e ofertas voltadas ao mundo dos dados, com base em uma infraestrutura cada vez mais robusta e preparada para atender às demandas decorrentes do aumento do peso dos serviços de dados como parte de nosso portfólio.

Um outro ponto importante de execução ao longo do segundo semestre será a intensificação da gestão e consolidação de nossa base de clientes, através da introdução de novas ofertas de mercado voltadas tanto ao segmento pré-pago como pós-pago, alavancando seja a nossa liderança no primeiro, quanto o nosso crescimento no segundo. No segmento pré-pago, a TIM segue inovando e evolui a sua tarifação básica de cobrança por chamada para cobrança por dia de uso, através da expansão dos planos Infinity Day (que criou o conceito da tarifação diária) e Infinity Turbo 7 (que traz o conceito de cobrança semanal de todos os serviços), ambas com um enorme potencial dada a nossa base de mais de 60 milhões de clientes. No segmento pós-pago, estamos promovendo novas ofertas de gestão de base para os nossos segmentos Liberty Controle e Liberty Express, e introduzindo novos pacotes e ofertas para os segmentos corporativos.

Esse semestre marcará ainda a provável realização do leilão da frequência de 700MHz para os serviços 4G no início de Setembro, e seguimos com todos os passos necessários para a participação e aquisição desse importante conjunto de recursos para a expansão da nossa presença no mundo de dados.

Finalmente, comento sobre a nossa campanha "Porta Azul", que traz o conceito ligado ao próprio desenvolvimento de nossa missão como companhia, que é a de "Conectar e cuidar de cada um para que todos possam fazer mais". Esse posicionamento nos coloca mais uma vez como uma das principais alternativas para a adoção de serviços de dados no país, com ofertas descomplicadas, transparentes e acessíveis, que certamente farão com que possamos repetir no mundo dos dados as conquistas de inclusão e crescimento que já realizamos até aqui no mundo da voz.

Sigo confiante de que continuamos a ter todas as alavancas necessárias construir um percurso sólido de sucesso seja operacional, seja financeiro, seja estratégico.

Rodrigo Abreu

Presidente

DESENVOLVIMENTOS DE MARKETING E INSTITUCIONAIS

Internet: Expandindo possibilidades

No 2T, a TIM lançou o Infinity Web 100, uma nova oferta de dados para clientes pré-pagos, que dá acesso a conexão de internet de alta velocidade em tablets e PCs através da rede 3G da TIM. Com um limite de dados diários de 100MB por apenas R\$ 1,99 por dia de uso, a TIM oferece uma grande quantidade de dados a um preço acessível através de uma mecânica muito simples. Os clientes que desejam usufruir dos benefícios da oferta só precisam comprar o TIMChip Infinity Web 100 por R\$ 10 para se conectar com um *tablet* ou PC.

Reforçando a liderança no pré-pago: Infinity Turbo 7 + Recarga Express

Neste trimestre, a TIM continuou a inovar no segmento pré-pago, criando uma nova oferta semanal e um canal de recarga para simplificar e atender às necessidades dos clientes. Em maio, a TIM lançou o pacote Infinity Turbo 7, que oferece aos clientes pré-pagos 300 minutos de chamadas na rede TIM + 600 SMS (450 na rede TIM + 150 fora da rede TIM) + 10MB de uso de dados por dia. A oferta custa apenas R\$ 7 e é válida por sete dias corridos a partir da data em que o plano é contratado. Os clientes podem contratar até 5 pacotes Infinity Turbo 7 por vez. Além disso, em abril, a TIM criou o "Recarga Express", um novo canal de recarga através do Facebook, em que os clientes podem recarregar o próprio número, dar créditos de presente para um amigo e pedir uma recarga a qualquer usuário do Facebook. A cobrança é feita diretamente em um cartão de crédito, que deve ser registrado no site "*Recarga Express*" em www.tim.com.br/recarga.

Live TIM Extreme: oferecendo serviço de ultra banda larga *high-end* no Brasil

No 2T, a TIM começou a comercializar o Live TIM Extreme, um plano de ultra banda larga fixa de 1Gb - a maior velocidade disponível no Brasil - que é 350 vezes mais rápido do que a velocidade de conexão média nacional de 2.6Mbps (de acordo com a Akamai). O plano oferece 1Gbps velocidade para download e 500Mbps para upload, oferecendo uma experiência de conexão inédita e única no Brasil.

Live TIM Blue Box: oferecendo inovação para impulsionar o uso de dados

Neste trimestre, a TIM fez o pré-lançamento do 'Blue Box' da Live TIM, um aparelho que integra Netflix e YouTube com HDTV aberta, criando um centro de entretenimento que oferece o conteúdo de mídia mais relevante e assistido de maneira simples e intuitiva. Com um sistema integrado chamado "Blue Box do Seu Jeito", o dispositivo reconhece as preferências do cliente e recomenda programas de acordo com tais preferências, eliminando a necessidade de zapear pelos canais. O cliente também será capaz de pausar e retomar a TV ao vivo, com a capacidade de gravar filmes ou séries, bastando conectar um disco rígido externo ou pen drive. O lançamento completo está programado para o segundo semestre do ano, mas a TIM já disponibilizou o produto para usuários selecionados do Live TIM no Rio de Janeiro e São Paulo para fins de testes.

Aparelhos:

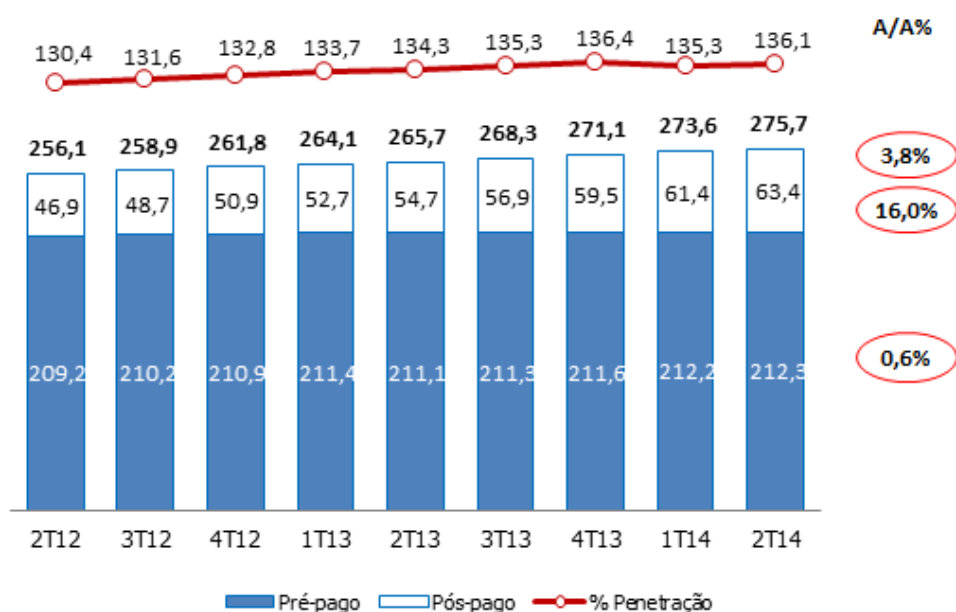
Neste trimestre, a TIM começou a vender o Samsung Galaxy S5 que possui uma tela de 5,1" sensível ao toque, processador Quad Core de 2,5 GHz, câmera de 16MP e memória interna de 16GB. A fim de destacar o lançamento do aparelho, a TIM realizou eventos em 9 cidades do Brasil para que os clientes pudessem aprender mais sobre as características e vantagens do *smartphone*. Após o lançamento, o preço foi fixado em R\$ 2.299 para usuários pós-pagos novos e antigos, esse valor pode ser pago em 12 parcelas com cartão de crédito. Todos os dispositivos vendidos pela TIM são desbloqueados.

VISÃO GERAL DO MERCADO BRASILEIRO

O mercado brasileiro de telefonia móvel atingiu 275,7 milhões de linhas ao final do 2T14, o que representa um crescimento anual de 3,8%, alinhado com a expansão no 2T13, enquanto a taxa de penetração foi de 136,1%, contra 134,3% no 2T13. A redução no ritmo do crescimento de assinantes é resultado de: i) mercado já altamente penetrado, pessoas que utilizam vários chips SIM e ii) um ambiente econômico menos dinâmico. Ainda assim, o crescimento do mercado de telefonia móvel ainda é suportado pelos negócios *machine-to-machine* (M2M) e pela migração de pré-pago para pós-pago.

Mercado Móvel Brasileiro

(Milhões de linhas)



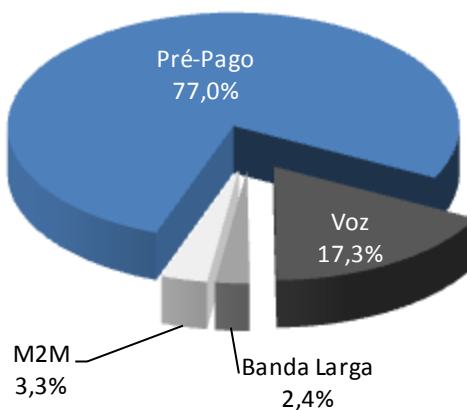
Fonte: Anatel

Adições líquidas totais do mercado somaram 2,1 milhões de linhas no 2T14, recuperando o ritmo e acelerando especialmente em maio devido ao Dia das Mães, enquanto os números de junho sofreram com o menor número de dias úteis por conta da Copa do Mundo. As adições líquidas no 2T14 cresceram em 25,8% para 2,1 milhões de linhas em comparação a 1,7 milhão registradas no 2T13. O desempenho dos segmentos pós e pré-pago estão descritos abaixo:

- O segmento pós-pago alcançou 63,4 milhões de linhas (+16,0% versus junho/2013). É importante ressaltar que o pós-pago de voz chegou a 47,3 milhões de linhas (+18,8% A/A), representando 75,0% do pós-pago total, enquanto acessos M2M alcançaram 9,1 milhões (+17,1% A/A).

- O segmento pré-pago chegou a 212,3 milhões de linhas (+0,6% A/A) respondendo por 77,0% do total do mercado brasileiro.

Base Total do Mercado



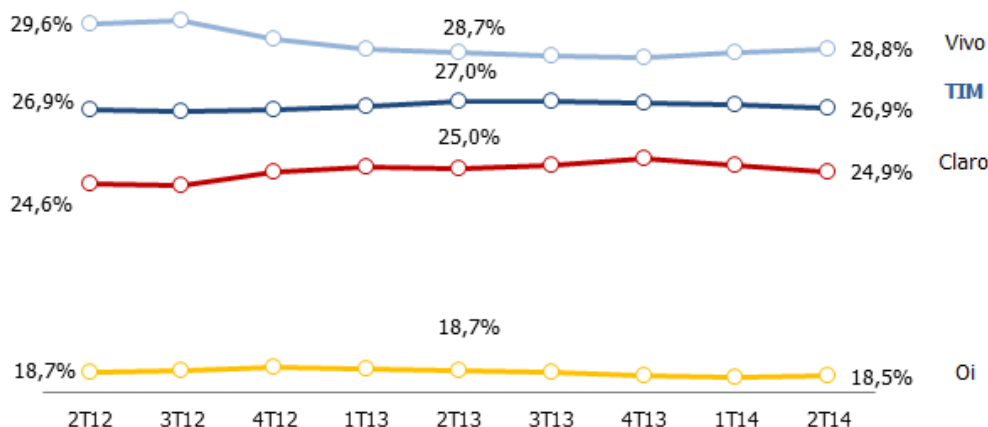
Fonte: Anatel

DESEMPENHO DA TIM

A base de assinantes da TIM encerrou o segundo trimestre de 2014 com 74,2 milhões de linhas, 2,8% superior em comparação com o 2T13, e alinhada com o crescimento de 3,8% do mercado brasileiro. O *market-share* apresentou uma tímida redução atingindo 26,91% (comparado com 27,17% um ano atrás).

A base de assinantes da TIM com aparelhos 3G terminou o 2T14 com 30,2 milhões de usuários, um aumento de 76,5% em relação ao mesmo período do ano passado. A participação de mercado em 3G chegou a 25,52% (em comparação com 24,41% no 2T13).

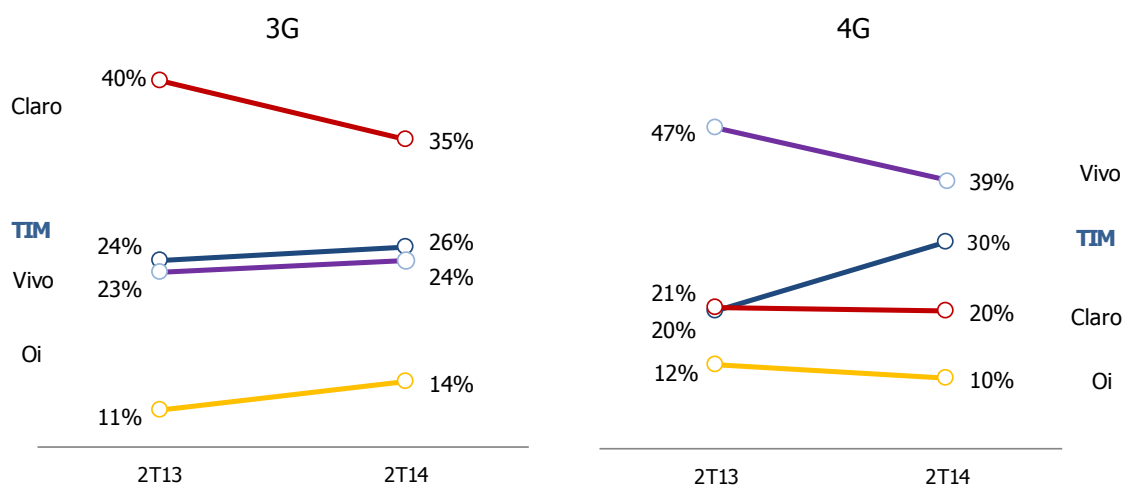
Market Share Total



Fonte: Anatel

Em relação à base de assinantes de 4G, a TIM chegou a 990 mil usuários no 2T14, registrando um aumento substancial de 46,5% comparando com o 1T14. Além disso, a TIM foi a única empresa no Brasil que registrou expansão de *market-share* quando comparado ao 2T13, quando o 4G foi lançado, atingindo 30,27% no 2T14 (em comparação com 20,21% no mesmo período do ano passado). Uma prova de que a estratégia da Empresa para o 4G está trazendo resultados.

Market Share por Tecnologia



Fonte: Anatel

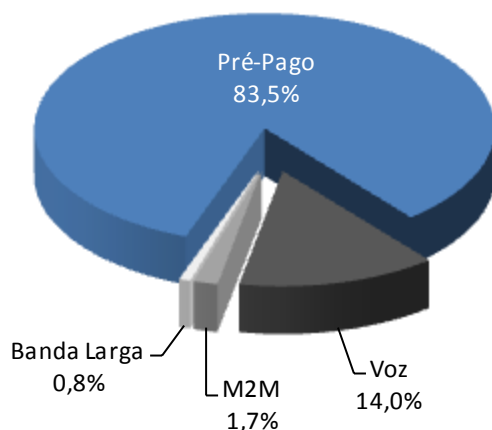
Quanto aos números de adições brutas para 2T14, a TIM registrou 9,4 milhões de novas linhas, uma redução de 3,4% quando comparado ao 2T13. As desconexões totalizaram 9,1 milhões de linhas no segundo trimestre em comparação com 8,8 milhões no 2T13 (+3,9% A/A), resultando em adições líquidas de 286,1 mil (em comparação com 962,9 mil no mesmo período do ano passado), seguindo nossa política de desconexão austera.

A base de clientes pós-pago chegou a 12,2 milhões de usuários, um crescimento anual de 7,4% (em comparação com 13,9% no 2T13). Neste trimestre, a TIM apresentou um número tímido de adições líquidas, 10 mil usuários em clientes pós-pagos (em comparação com 466 mil adições líquidas positivas no 2T13).

- Os usuários de voz e dados (smartphones) pós-pagos atingiram 10,4 milhões (+10,7% A/A)
- Os negócios *machine-to-machine* atingiram 1,3 milhão de acessos (+1,4% A/A)
- A banda larga móvel (minimodems e tablets) atingiu 592 mil acessos (-23,0% A/A)

Quanto ao segmento pré-pago, os usuários totalizaram 62,0 milhões, um aumento de 1,9% A/A, o "Infinity Pré" tendo mais de 60,0 milhões de usuários ou 96,9% da base nesse segmento. A TIM continua a liderar o mercado de pré-pago no Brasil, devido a sua posição pioneira e inovadora, e conceitos transparentes.

Base Total da TIM

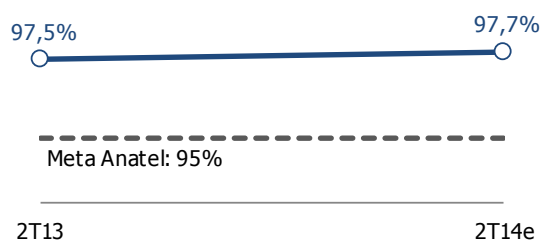


Fonte: Anatel

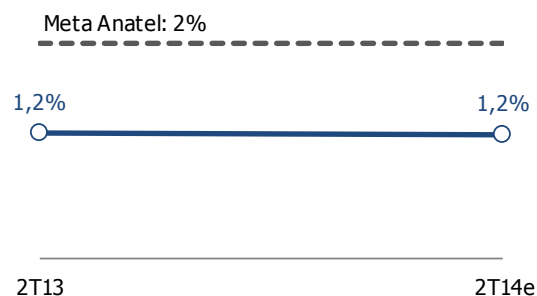
DESENVOLVIMENTOS DE QUALIDADE

Quanto aos KPIs de qualidade da rede, divulgaremos neste trimestre os indicadores de voz e dados auditados pela Anatel até Janeiro de 2014, sendo os valores de 1T14 e 2T14 estimativas internas. Do 2T13 ao 2T14, todas as métricas reportadas pela Anatel abaixo ficaram dentro da meta da agência, com melhorias relevantes de qualidade no indicador de Queda de Dados 3G no 2T14 quando comparado ao 2T13.

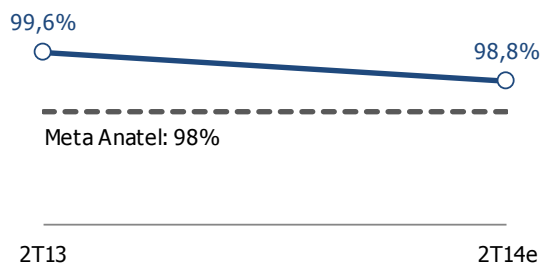
Acessibilidade de Voz



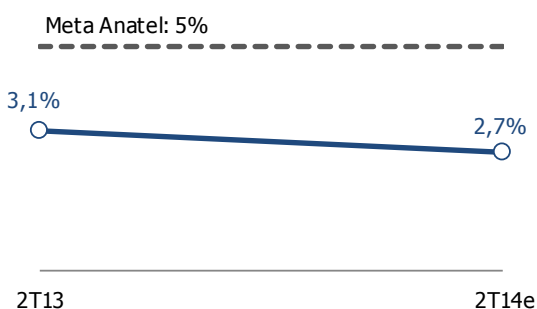
Queda de Voz



Acessibilidade de Dados (3G)



Queda de Dados (3G)



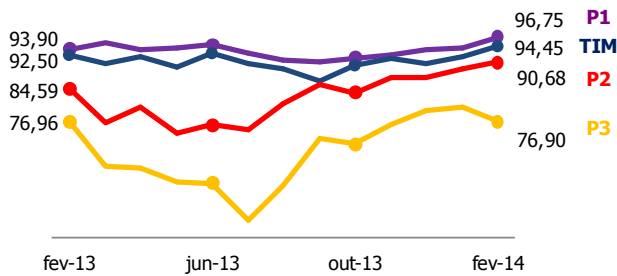
Fonte: Anatel/Companhia

Quanto aos indicadores de qualidade de atendimento, o Grupo Econômico TIM manteve a posição de menos demandado junto aos órgãos de defesa do consumidor (PROCON - SINDEC¹), com um volume 75% menor do que o grupo mais demandado. Quanto ao Índice de Desempenho no Atendimento (IDA) da Anatel, a TIM manteve uma boa posição, melhorando a pontuação em 1,95 pontos em Fev/14 quando comparado a Fev/13.

¹ O SINDEC é o Sistema Nacional de Informação de Defesa do Consumidor, que integra 337 agências (PROCONs). Estima-se que estes PROCONs representam 40% do total das reclamações. Os números consideram os segmentos de telefonia móvel e fixa.

Anatel – Índ. de Desempenho no Atendimento (IDA)

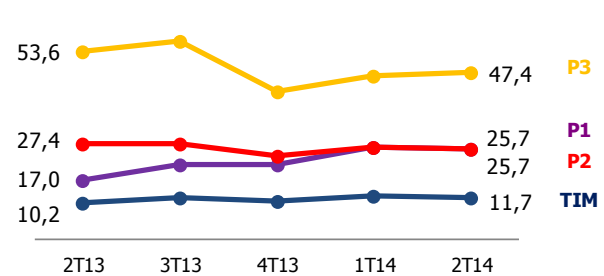
Pontos - quanto maior melhor



Fonte: Anatel (último divulgado)

Reclamações no Procon

Reclamações por trimestre em mil (quanto menor melhor)



Fonte: SINDEC - PROCON

No segundo trimestre de 2014, a empresa continuou a implementar o seu "Plano de Qualidade", com foco nas cidades com mais demanda para melhoria da qualidade, acelerando o desenvolvimento da rede e mudando a percepção. Comparando com 2013, aumentamos o número de cidades no âmbito do "Plano de Qualidade" de 195 cidades para 599 cidades em 2014. No 2T14, a TIM atingiu 56% da meta de cidades.

Este programa está no caminho certo e já demonstrou melhorias nos indicadores de qualidade de rede, acompanhado por uma revisão e desenvolvimento de processos de atendimento ao cliente. Essas iniciativas resultaram em uma redução significativa de 35% na média de reclamações de rede mensais na Anatel (Reparo + Completamento de Chamada) no 2T14 quando comparado com a mesma média do 2T13.

EVOLUÇÃO DA REDE

Quanto à evolução da rede, no 2T14 foram implementados aproximadamente 3,2 mil TRXs (elementos de voz), aproximadamente 95 mil elementos de dados e cerca de 1,5 mil km de fibra óptica. O lançamento da implementação desses elementos juntamente com outros equipamentos de rede estão permitindo que a Empresa continue a melhorar sua qualidade de rede.

A cobertura GSM atingiu 94,8% da população urbana no segundo trimestre de 2014, atendendo a 3.429 cidades. A cobertura 3G chegou a 140 novas cidades no 2T14, atendendo 1.175 cidades ou 78,8% da população urbana do Brasil (em comparação com 75,0% no 2T13). A TIM realizou um excelente plano de implementação no segundo trimestre de 2014 e vai manter o ritmo para aumentar a cobertura 3G nos trimestres restantes de 2014. Quanto ao 4G, a TIM já cobre 35,6% da população urbana brasileira, uma enorme melhoria se comparado com 27,0% no 1Q14.

O projeto Wi-Fi está mantendo um ritmo acelerado. A TIM adicionou mais de 102 novos pontos de acesso no segundo trimestre de 2014, sendo São Paulo o estado mais coberto. O TIM Wi-Fi está disponível em 22 aeroportos de 13 estados.

O plano de banda larga móvel (MBB) fechou o 2T14 com 66 cidades, adicionando 13 cidades em comparação com o 1Q14. O ganho médio de taxa de transferência para as cidades que completaram o processo é notável, provando que a abordagem de eficiência usada pelo projeto,

abordando Acesso (HSPA+ e DC-HSDPA), Transporte (backhaul e backbone usando FTTS e links de microondas de alta capacidade) e IP-Core (caching, peering e trânsito).

O projeto FTTS, que é um dos pilares do Plano de Banda Larga Móvel, foi reestruturado para 2014, incluindo mais 31 cidades no plano de implementação para este ano. Além disso, os 5% restantes de 2013 foram incluídos na meta de implementação de 2014.

BANDA LARGA FIXA: LIVE TIM

O Live TIM terminou o segundo trimestre de 2014 com aproximadamente 100 mil usuários, adicionando 20,2 mil novos clientes. A maioria dos nossos clientes está na oferta de 35Mbps. - As velocidades são garantidas a uma taxa de 80% e a velocidade média atual é de 40.3Mbps por conexão, muito acima do mínimo exigido pela ANATEL e da média do mercado de 2.6Mbps. Vale a pena ressaltar que os bons resultados obtidos baseiam-se, principalmente, na qualidade do serviço, o que reflete o nível de satisfação dos clientes bem acima da média do mercado.

No final do 2T14, o Live TIM contava com aproximadamente 14,3 mil edifícios conectados (em comparação com 6,3 mil no 2T13), mirando um mercado endereçável de mais de 1,2 milhões de clientes em São Paulo e Rio de Janeiro. Os clientes potenciais registrados no site da Live TIM chegaram a mais de 690 mil (comparado com 315 mil no 2T13).

RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA

Neste trimestre, a TIM instalou na cidade de Curitiba a sua primeira "Biosite", uma antena de telecomunicações como parte de um projeto de sustentabilidade chamado "Cobertura Sustentável", que visa a reduzir o impacto visual das antenas, reduzir o consumo de energia, melhorar a qualidade da rede e renovar os postes de eletricidade. O Biosite é um poste de metal, capaz de suportar a instalação de uma Estação Rádio Base (ERB) dentro de seu próprio equipamento de estrutura, o que evita a necessidade de uma estrutura de chassis externa ou auxiliar. O projeto inclui a instalação de novos sites 3G e 4G com a mesma altura dos postes de luz existentes na cidade. A redução no impacto urbanístico pode aliviar os requisitos para licenciamento.

Também neste trimestre, representantes do Instituto TIM e a Secretaria Municipal de Educação de Niterói (a 5ª maior cidade do estado do Rio de Janeiro) se reuniram para detalhar a execução do projeto "TIM Faz Ciência", que vai distribuir material impresso e virtual de aprendizagem para o ensino de ciências. A iniciativa, atualmente em fase de implementação, deve agora ser levada para 15 escolas públicas de Niterói.

Além disso, o Instituto TIM, em parceria com o Instituto Pereira Passos, iniciou a segunda fase do projeto "Agentes da Transformação", uma iniciativa que reúne dados para a criação de políticas públicas e serviços para comunidades pacificadas. O projeto vai capacitar 70 alunos do ensino médio para fazer uma pesquisa de campo. Nesta fase, sete comunidades serão envolvidas. Os pesquisadores receberão tablets com uma plataforma especialmente desenvolvida pelo Instituto TIM para a coleta de dados.

RECEITA OPERACIONAL

DESCRIÇÃO	2T14	2T13	% A/A	YTD 2014	YTD 2013	% A/A
R\$ Milhares						
Receita Bruta	7.162.503	7.413.009	-3,4%	14.205.568	14.437.225	-1,6%
Receita Bruta de Serviços	6.014.599	6.136.654	-2,0%	12.195.042	12.262.171	-0,5%
Serviços Móvel e Outras Receitas	5.793.628	5.852.094	-1,0%	11.752.472	11.683.828	0,6%
Assinatura e Utilização	2.751.247	2.777.176	-0,9%	5.552.984	5.471.492	1,5%
VAS - Serviços adicionais	1.577.565	1.291.470	22,2%	3.077.103	2.536.953	21,3%
Longa Distância	771.408	830.045	-7,1%	1.586.398	1.660.377	-4,5%
Interconexão	627.616	893.936	-29,8%	1.402.920	1.899.890	-26,2%
Outras Receitas	65.792	59.466	10,6%	133.069	115.116	15,6%
Serviços Fixo e Outras Receitas	220.971	284.560	-22,3%	442.570	578.344	-23,5%
Receita Bruta de Produtos	1.147.904	1.276.354	-10,1%	2.010.526	2.175.054	-7,6%
Impostos e descontos s/ receita total	(2.387.771)	(2.468.868)	-3,3%	(4.728.612)	(4.782.369)	-1,1%
Impostos e descontos s/ receita de serviços	(2.030.080)	(2.071.343)	-2,0%	(4.110.883)	(4.110.198)	0,0%
Impostos e descontos s/ venda de produtos	(357.690)	(397.525)	-10,0%	(617.729)	(672.171)	-8,1%
Receita Líquida Total	4.774.732	4.944.141	-3,4%	9.476.957	9.654.856	-1,8%
Receita Líquida de Serviços	3.984.519	4.065.311	-2,0%	8.084.159	8.151.973	-0,8%
Receita Líquida de Produtos	790.214	878.830	-10,1%	1.392.798	1.502.883	-7,3%

A receita bruta total no trimestre foi de R\$ 7.163 milhões (-3,4 A/A). Apesar do crescimento consolidado negativo, **o resultado "negócios gerados" (voz sainte + uso de dados) teve um aumento de 4,1% A/A**. Esse desempenho compensou parcialmente o forte impacto causado pelo corte da VU-M e a queda de SMS (receita total de interconexão -29,8% A/A), em meio a uma queda de tráfego devido ao número reduzido de dias úteis em junho causados pelos jogos da Copa do Mundo. No primeiro semestre, a receita bruta total atingiu R\$ 14.206 milhões (-1,6% A/A).

O detalhamento das receitas brutas e os destaques no 2T14 são apresentados como segue:

A receita bruta de assinatura e utilização móvel foi de R\$ 2.751 milhões neste trimestre, apresentando uma ligeira redução (-0,9% A/A), impactada pelas atividades econômicas reduzidas e pelos jogos da Copa do Mundo. No primeiro semestre, este fluxo de receita apresentou um desempenho resiliente com crescimento de +1,5% A/A.

A receita bruta de Serviços de Valor Agregado (SVA) totalizou R\$ 1.578 milhões no 2T14, com um crescimento sólido de dois dígitos (22,2% A/A), mostrando uma aceleração em relação ao primeiro trimestre (+20,4% A/A). Esse desempenho foi impulsionado pela forte adesão de dados e pelo lançamento bem sucedido de novas ofertas. Usuários de dados atingiram 39% da base total (vs. 32% em comparação com o 2T13). Além disso, receitas de conteúdo e de outros serviços apresentaram um resultado impressionante crescendo mais de 70% A/A e compensando a redução do negócio SMS. Como percentual da receita bruta de serviços móveis, a receita de SVA atingiu 27,2% no 2T14 em comparação com 22,1% no 1T13.

A receita bruta de longa distância foi R\$ 771 milhões no 2T14, uma queda de -7,1% A/A, impulsionada principalmente pela redução do tráfego LD para destino fixo.

A receita bruta de interconexão no 2T14 caiu 29,8% A/A, para R\$ 628 milhões, devido ao impacto do corte da VU-M de -25% neste trimestre. Além disso, o negócio SMS reduziu seu ritmo, também impactando esta linha.

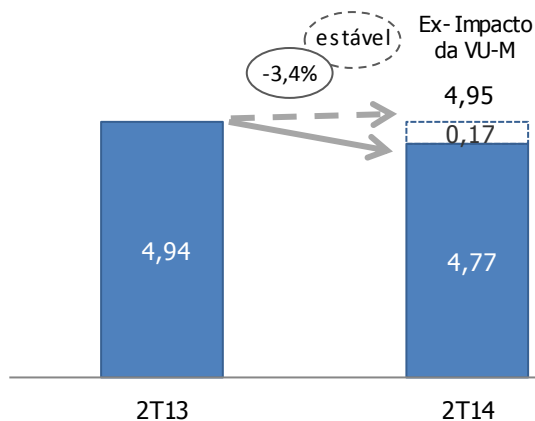
A receita bruta do negócio fixo, incluindo Intelig, TIM Fixo e Live TIM, totalizou R\$ 221 milhões neste trimestre, apresentando uma redução em seu ritmo decrescente (-22,3% A/A no primeiro trimestre). Este resultado deve-se principalmente ao processo de reestruturação da Intelig. A estabilidade das receitas do fixo na comparação trimestre a trimestre mostra o progresso do reposicionamento da TIM Soluções Corporativas (ex-Intelig), bem como a banda larga Live TIM ganhando importância no segmento de receita de fixo.

A receita bruta das vendas de aparelhos diminuiu -10,1% A/A, atingindo R\$ 1.148 milhões neste trimestre. Este desempenho é explicado, principalmente, por: (i) ambiente macroeconômico; (ii) redução da atividade do varejo, devido à Copa do Mundo; e (iii) impacto cambial sobre os preços. O número de aparelhos vendidos no trimestre caiu 15% A/A.

A receita líquida total atingiu R\$ 4.775 milhões no 2T14, uma queda de 3,4% em uma comparação ano-a-ano. A receita líquida total de serviços foi de R\$ 3.985 milhões no 2T14 reduzindo 2,0% A/A. Para uma melhor compreensão do desempenho operacional do negócio, se excluirmos os efeitos de cortes de da VU-M, a receita total líquida de serviços se manteria estável, no valor de R\$ 4.945 milhões, demonstrando a resiliência nos negócios.

Receita Líquida

(R\$ bilhão)



Fonte: TIM

O ARPU (receita média por usuário) atingiu R\$ 17,3 no 2T14, queda de -4,5% A/A, em grande parte afetada pelo corte da VU-M já mencionado. Para uma melhor compreensão, se excluirmos o efeito do corte da VU-M, o ARPU, excluindo a VU-M teria caído 0,3% A/A, devido a um bom desempenho nos "negócios gerados".

O MOU (minutos de uso) atingiu 137 minutos neste trimestre, uma queda de -6,9% A/A quando comparado ao 2T13, principalmente devido a queda do tráfego entrante e de LD.

CUSTOS E DESPESAS OPERACIONAIS

DESCRIÇÃO	2T14	2T13	% A/A	YTD 2014	YTD 2013	% A/A
R\$ Milhares						
Custos da Operação	(3.443.836)	(3.711.943)	-7,2%	(6.828.772)	(7.198.885)	-5,1%
Custo de pessoal	(229.822)	(200.623)	14,6%	(457.589)	(401.203)	14,1%
Comercialização	(1.025.703)	(973.227)	5,4%	(2.005.899)	(1.919.883)	4,5%
Rede e interconexão	(1.010.578)	(1.321.534)	-23,5%	(2.205.056)	(2.674.011)	-17,5%
Gerais e administrativas	(178.396)	(152.075)	17,3%	(328.248)	(311.150)	5,5%
Custo dos produtos vendidos	(828.012)	(912.158)	-9,2%	(1.473.856)	(1.567.792)	-6,0%
Provisão para devedores duvidosos	(77.152)	(67.720)	13,9%	(153.256)	(140.350)	9,2%
Outras receitas (despesas) operacionais	(94.173)	(84.605)	11,3%	(204.868)	(184.497)	11,0%
Custos da Operação Ex-CMV	(2.615.824)	(2.799.785)	-6,6%	(5.354.917)	(5.631.093)	-4,9%

No 2T14, os custos e despesas operacionais totalizaram R\$ 3.444 milhões, uma redução de 7,2% A/A, explicada principalmente por um desempenho virtuoso de custos de rede e interconexão (-23,5% A/A).

O detalhamento das despesas operacionais no 2T14 é apresentada como segue:

As despesas com pessoal atingiram R\$ 230 milhões no 2T14, um crescimento de 14,6% quando comparado ao mesmo período do ano passado. O processo de internalização de profissionais da rede ajudou no aumento de 8,3% A/A no número de funcionários, que totalizaram 12.483 pessoas, e o aumento em lojas próprias de 135 no 2T13 para 166.

Despesas de Vendas e Marketing totalizaram R\$ 1.026 milhões no 2T14, um aumento de 5,4% em relação ao mesmo período do ano passado, impactado por maiores gastos com publicidade e comissões (+14,5% e +5,0%, respectivamente) e os custos relacionados com as novas lojas próprias mencionadas acima.

Custos de rede e interconexão atingiram R\$ 1.011 milhões no 2T14, uma redução sólida de 23,5% na comparação anual, impulsionada, principalmente, pelo corte da VU-M e redução do tráfego *off-net* de voz/SMS. No 2T14, a TIM teve um benefício do acordo assinado com a Oi, que rege os preços para futuras linhas alugadas.

Despesas Gerais e Administrativas (G&A) totalizaram R\$ 178 milhões no 2T14, um aumento de 17,3% A/A devido às despesas relacionadas com o processo de venda de torres e serviços jurídicos.

O custo dos produtos vendidos atingiu R\$ 828 milhões no 2T14, uma redução de 9,2% em relação ao mesmo período do ano passado devido a uma menor quantidade de aparelhos vendidos. A receita de aparelhos diminuiu 10,1% A/A.

Provisão para Devedores Duvidosos aumentou 13,9% A/A no 2T14 para R\$ 94,2 milhões, representando 1,08% como percentual da receita bruta (quase inalterada em comparação com 0,91% no 2T13). A TIM manteve um desempenho eficiente, apesar de uma melhoria do mix pós-pago de 15,8% no 2T13 para 16,5% no 2T14.

Outras despesas operacionais alcançaram R\$ 94 milhões no 2T14, um aumento de 11,3% em comparação com o 2T13, principalmente devido ao aumento dos custos do tributo de telefonia móvel FUST / FUNTTEL no trimestre e perdas com contingências.

Os custos de aquisição de clientes (onde o SAC = subsídio + comissionamento + total de despesas de publicidade) chegaram a R\$ 28,9 no 2T14, um aumento de 6,3% A/A devido a um ligeiro aumento em publicidade e promoções, bem como um melhor desempenho no segmento pós-pago. No entanto, a relação SAC/ARPU (indicando o retorno por cliente) manteve-se praticamente estável em 1,7x em relação ao mesmo período de 2013.

EBITDA

O EBITDA (lucro antes de juros, impostos, depreciação e amortização) totalizou R\$ 2.648 no 1S14, um aumento de 7,8% quando comparado a R\$ 2.456 no mesmo período do ano passado. No 2T14, o EBITDA atingiu R\$ 1.331 milhões, sustentando um crescimento sólido de 8,0% em relação ao 2T13. A melhoria neste trimestre foi novamente apoiada por uma melhor margem de contribuição² (+6% A/A) à medida em que serviços de valor agregado continuam a desempenhar um papel fundamental, juntamente com um melhor custo de tráfego fora da rede para voz e SMS e economia em linhas alugadas.

Excluindo o impacto do corte da VU-M, o EBITDA teria sido de R\$ 1.427 no 2T14, o que representa um crescimento anual de 15,8%.

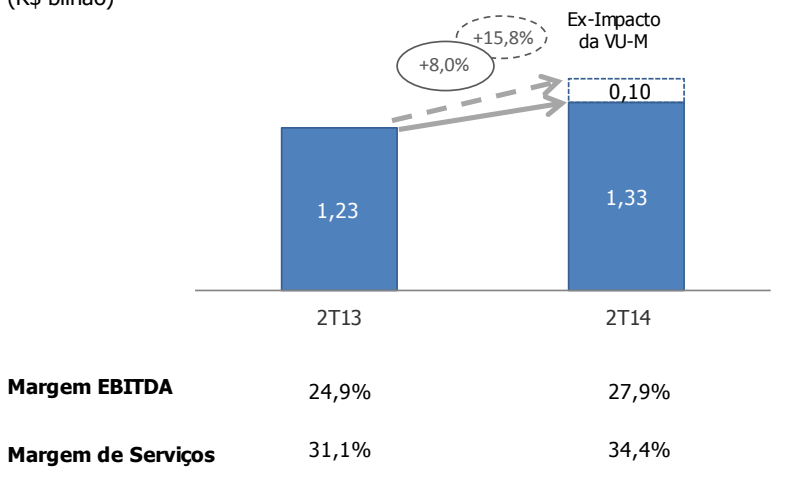
A margem EBITDA também apresentou uma melhora significativa de 2,51 p.p. no 1S14, atingindo 27,9% comparado com 25,4% no 1S13. No trimestre, a margem EBITDA foi de 27,9%, um aumento em relação aos 24,9% no 2T13.

A margem EBITDA sobre serviços (excluindo receitas e custos de aparelhos) atingiu 33,8% no 1S14, um aumento de 2,84 p.p. quando comparado ao 1S13 (30,9%). No 2T14, a margem EBITDA em serviços atingiu 34,4%, um aumento de 3,22 p.p. quando comparado com o mesmo período do ano passado (31,1%).

² Margem de Contribuição = Receita líquida dos serviços - Interconexão

EBITDA

(R\$ bilhão)



Fonte: TIM

EBIT

O EBIT (lucro antes de juros e impostos) totalizou R\$1.161 milhão no 1S14, um aumento de 5,0% quando comparado ao 1S13. No 2T14, o EBIT alcançou R\$ 573 milhões (+2,3% A/A), com uma margem EBIT de 12,0% comparado com 11,3% em 1S13. A análise EBIT foi impactada tanto no 2T14 como no 1S14 pela maior amortização, que somou R\$ 350 milhões e R\$ 678 milhões, respectivamente.

RESULTADO FINANCEIRO LÍQUIDO

O resultado financeiro líquido ficou em -R\$108,5 no 1S14, uma redução moderada de 3,1% comparado com -R\$112,0 milhões no 1S13. No 2T14, o resultado financeiro líquido totalizou -R\$72,7 milhões (+77,9% A/A), com despesas financeiras no valor de R\$256,6 milhões no 2T14, um incremento de 68,7% A/A, devido a maiores juros sobre empréstimos, e atividades de hedge. Esse aumento foi parcialmente compensado por maiores receitas financeiras, no valor de R\$184,5 milhões, um aumento de 68,9% A/A, altamente impactado pelos juros recebidos sobre a posição de caixa.

O efeito líquido com atividades de hedge atingiu R\$19,9 milhões devido a um efeito negativo de marcação a mercado no 2T14. Quando comparado o 1S14 com o mesmo período do ano passado, entretanto, esse efeito é anulado.

IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL

O Imposto de Renda e Contribuição Social foi de R\$ 315 no 1S14 um aumento de 4,3% em relação aos R\$ 302 milhões no 1S13. A posição estável também foi vista na análise do 2T14, com o imposto em R\$ 136 milhões. A taxa efetiva de imposto foi de 27,0% (comparado com 25,9% no 2T13).

RESULTADO LÍQUIDO

O lucro líquido totalizou R\$ 738 milhões no 1S14, um aumento de 6,7% em relação aos R\$ 692 milhões em 1S13. No 2T14, o lucro líquido totalizou R\$ 366 milhões (-5,2% A/A), com EPS (lucro por ação) em R\$ 0,15 no 2Q14 (comparado com R\$ 0,16 no mesmo período do ano passado).

CAPEX

Os investimentos totalizaram R\$ 1,657 milhões nos primeiros seis meses de 2014, um aumento de 4% em relação ao mesmo período do ano passado. No 2T14, os investimentos totalizaram R\$ 1.044 milhões, uma redução de 7% em relação ao 2T13. Cabe destacar que mais de 94% dos investimentos totais foram dedicados à infraestrutura no 1S14, o que confirma o compromisso de melhorar a disponibilidade e a qualidade dos serviços.

DÍVIDA TOTAL, CAIXA E FLUXO DE CAIXA LIVRE

A Dívida Bruta atingiu R\$ 6.356 milhões no 2T14, incluindo o primeiro desembolso no total de R\$ 1.749 milhões realizado pelo BNDES para ajudar a financiar o CAPEX 2014-15. Excluindo este efeito no 2T14, a dívida bruta aumentou 1,9% em relação aos R\$ 4.421 milhões ao final do 2T13.

A dívida da Companhia está concentrada em contratos de longo prazo (82% do total), compostos principalmente por financiamentos do BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social) e do BEI (Banco Europeu de Investimento), assim como empréstimos de outras grandes instituições financeiras locais e internacionais.

Aproximadamente de 26% da dívida total é denominada em moeda estrangeira (US\$), e é 100% hedgeada em moeda local. O custo médio da dívida totalizou 9,54% no 2T14 em comparação com 7,58% no 2T13 devido a um aumento da taxa de juros do mercado. No entanto, este aumento no custo foi parcialmente compensado por um aumento de 3,53 p.p. no rendimento do caixa no mesmo período, conforme descrito abaixo.

Caixa e equivalentes de caixa totalizaram R\$ 5.325 milhões no 2T14, um aumento de 110% em relação ao 2T13, devido ao primeiro desembolso do BNDES citado anteriormente. Excluindo este efeito, caixa e equivalentes de caixa teriam aumentado 41% (comparado com o 2T13). O rendimento médio do caixa alcançou 10,9% (contra 7,4% no 2T13).

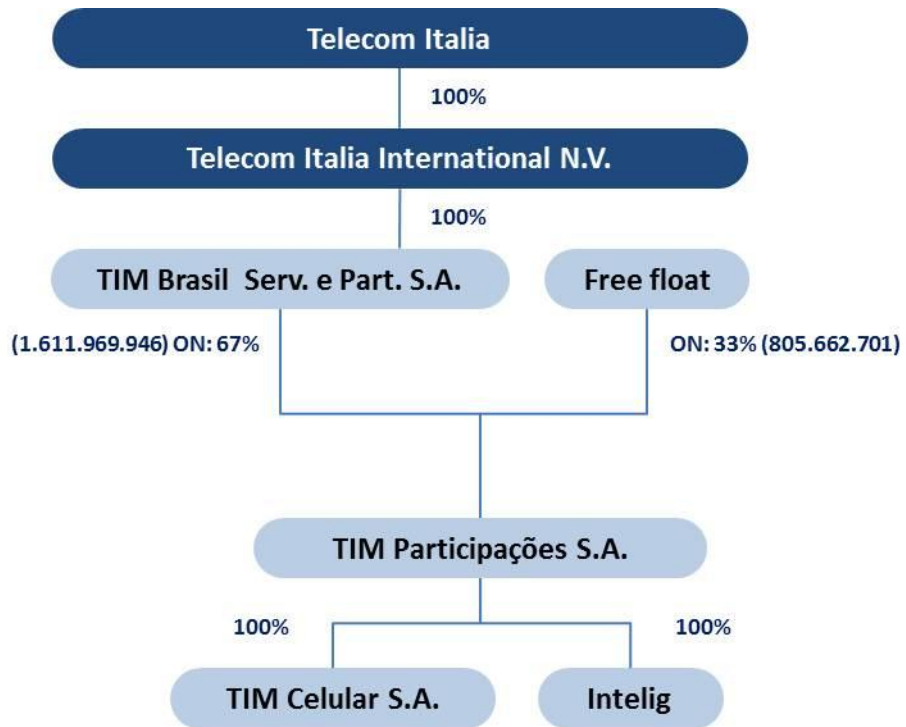
A posição líquida da dívida líquida atingiu R\$ 1.031 milhões em junho/2014 em comparação com R\$1,984 milhões ao final do 2T13, uma redução de 48,0%. A dívida líquida/EBITDA (12M) atingiu uma proporção de 0,19x (comparado com 0,39x no mesmo período do ano passado), mostrando uma forte melhora do balanço.

O Fluxo de Caixa Operacional Livre no 1S14, ficou negativo em R\$ 609 milhões, (-50,4% comparado com 1S13). No 2T14, o FCOL atingiu R\$962 milhões, que foi parcialmente explicado pelo impacto negativo do calendário de pagamento FISTEL, que ocorreu totalmente no 1T14 em relação ao pagamento no segundo trimestre no ano passado.

O Fluxo de Caixa Líquido no 1S14 atingiu -R\$1.452 milhões uma melhora de 32%. No segundo trimestre de 2014, atingiu R\$283 milhões, um aumento de R\$712 milhões se comparado com -R\$ 429 milhões no 2T13.

Desconsiderando o efeito do leasing da LT Amazonas, o Fluxo de Caixa Operacional Livre seria -R\$791 milhões no 1S14 e o Fluxo de Caixa Líquido teria totalizado -R\$1.655 milhões.

ESTRUTURA SOCIETÁRIA



SOBRE A TIM PARTICIPAÇÕES S.A.

A TIM Participações S.A. é uma empresa holding que presta serviços de telecomunicações por todo o Brasil através de suas subsidiárias, a TIM Celular S.A. e a Intelig Telecomunicações LTDA. A TIM Participações é uma subsidiária da TIM Brasil Serviços e Participações S.A., uma empresa do Grupo Telecom Italia. A TIM iniciou suas operações no Brasil em 1998 e consolidou sua área de cobertura nacional em 2002, tornando-se assim a primeira operadora móvel a estar presente em todos os estados brasileiros.



A TIM oferece telefonia móvel, fixa e de longa distância, bem como serviços de transmissão de dados, com foco sempre na qualidade dos serviços ofertados aos clientes. Devido à tecnologia GSM, a TIM possui um alcance nacional de aproximadamente 95% da população urbana, presente em 3.429 cidades. A TIM também oferece uma ampla cobertura de dados no país, 100% utilizando tecnologia GPRS, além de uma sofisticada rede 3G que atinge mais de 79% da população urbana do país. A empresa também possui 450 redes disponíveis para roaming internacional para os clientes da TIM em mais de 200 países ao redor dos seis continentes.

A marca TIM é fortemente associada à inovação e qualidade. Durante a sua presença no país, a empresa se tornou pioneira na diversidade de produtos e serviços, como MMS e Blackberry no Brasil. Seguindo esta tendência, renovou seu portfólio em 2009 para se posicionar como a operadora com "Planos e Promoções Revolucionárias". A empresa lançou assim duas famílias de planos – 'Infinity' e 'Liberty'. O novo portfólio se baseou em um conceito inovador, com grande incentivo ao uso (cobrança por chamada, uso ilimitado), explorando constantemente o conceito de comunidade TIM, que hoje possui mais de 74,2 milhões de linhas no Brasil.

Em dezembro de 2009, a empresa concluiu sua fusão de 100% com a Intelig, que presta serviços de telefonia fixa, longa distância e transmissão de dados no Brasil. Esta fusão suporta a expansão da infraestrutura da TIM, uma combinação que permite acelerar o desenvolvimento da rede 3G, aperfeiçoar os custos de aluguel de instalações e também a se posicionar melhor no mercado de telecomunicações.

De acordo com nossa estratégia comercial de expansão de atividades e fortalecimento da infraestrutura da empresa, a TIM Celular, subsidiária da TIM Participações, adquiriu a TIM Fiber RJ e SP, fundidas na TIM Celular em 2012. Ambas as empresas são fornecedoras de infraestrutura e soluções de comunicação de alta desempenho, que atuam nos principais municípios das regiões metropolitanas dos estados do Rio de Janeiro e São Paulo, englobando um mercado potencial de aproximadamente 8,5 milhões de casas e mais de 550 mil empresas em 21 cidades, ao longo de uma rede de 5,5 mil quilômetros de fibra ótica.

A TIM Participações é uma companhia aberta, cujas ações estão listadas na bolsa de São Paulo (BM&FBOVESPA) e ADRs (*American Depositary Receipts*) listadas na NYSE (*New York Stock Exchange*). A TIM também está incluída em um seletor grupo de empresas do *Corporate Sustainability Index* (ISE) e é a única empresa de telecomunicações listada no Novo Mercado da BM&FBOVESPA, o mais alto nível de governança corporativa.

- » **Companhia consolidada com cobertura nacional desde 2002**
- » **Rede: excelente cobertura GSM e qualidade comprovada**
- » **Ofertas inovadoras alavancando a comunidade TIM**
- » **Marca: associada à inovação**
- » **Sustentabilidade: Mantida no índice ISE para 2014/2015**
- » **Listada no Novo Mercado desde agosto de 2011**

LIMITAÇÃO DE RESPONSABILIDADE

Este documento pode conter demonstrações prospectivas. Tais demonstrações não são declarações de fatos históricos e refletem as convicções e expectativas da gerência da empresa. As palavras "antecipa", "acredita", "estima", "espera", "prevê", "planeja", "prognostica", "projeta", "objetiva" e outras palavras similares procuram identificar estas declarações, que necessariamente envolvem riscos conhecidos e desconhecidos e previsões incertas, ou não, feitas pela empresa. No entanto, os futuros resultados operacionais da empresa podem diferir das expectativas atuais e os leitores desta versão não devem basear suas conclusões exclusivamente nas informações aqui dadas. Declarações prospectivas refletem apenas a opinião na data em que foram feitas e a empresa não é obrigada a atualizá-las tendo em vista novas informações ou desenvolvimentos futuros.

ANEXOS

- Anexo 1: Balanço Patrimonial
- Anexo 2: Demonstrações Financeiras do Resultado do 2T14
- Anexo 3: Demonstrações de Fluxo de caixa do 2T14
- Anexo 4: Indicadores Operacionais

As demonstrações financeiras completas, incluindo Notas Explicativas, estão disponíveis no site de Relações com Investidores da empresa: www.tim.com.br/ri.

Anexo 1
TIM PARTICIPAÇÕES S.A.
Balanco Patrimonial
(Milhares de R\$)

DESCRIÇÃO	2T14	1T14	% T/T	2T13	%A/A
ATIVO	29.242.927	27.286.046	7,2%	25.780.052	13,4%
CIRCULANTE	11.736.915	10.060.148	16,7%	9.248.415	26,9%
Caixa e equivalentes de caixa	5.324.654	3.619.273	47,1%	2.536.591	109,9%
Aplicações Financeiras	-	-	n.a.	297	-100,0%
Contas a receber	3.628.666	3.511.424	3,3%	4.022.529	-9,8%
Estoques	365.862	329.425	11,1%	382.252	-4,3%
Impostos e contribuições indiretos a recuperar	1.108.990	1.021.137	8,6%	1.011.901	9,6%
Impostos e contribuições diretos a recuperar	439.439	419.453	4,8%	420.094	4,6%
Despesas antecipadas	665.020	962.191	-30,9%	632.103	5,2%
Operações com derivativos	17.589	20.397	-13,8%	118.980	-85,2%
Leasing	14.995	-	n.a.	-	n.a.
Outros ativos	171.739	176.846	-2,9%	123.668	38,9%
NÃO CIRCULANTE	17.506.013	17.225.897	1,6%	16.531.637	5,9%
Realizável a Longo Prazo	2.888.467	2.709.009	6,6%	2.740.134	5,4%
Aplicações financeiras	40.307	36.062	11,8%	23.830	69,1%
Contas a receber	32.582	32.120	1,4%	42.011	-22,4%
Impostos e contribuições indiretos a recuperar	538.648	537.934	0,1%	200.200	169,1%
Impostos e contribuições diretos a recuperar	23.097	22.627	2,1%	22.047	4,8%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	966.656	1.024.822	-5,7%	1.148.782	-15,9%
Depósitos judiciais	846.895	767.547	10,3%	1.006.398	-15,8%
Despesas antecipadas	84.370	91.577	-7,9%	105.978	-20,4%
Operações com derivativos	151.331	183.003	-17,3%	177.597	-14,8%
Leasing	191.174	-	n.a.	-	n.a.
Outros ativos	13.408	13.317	0,7%	13.292	0,9%
Permanente	14.617.545	14.516.888	0,7%	13.791.503	6,0%
Imobilizado	8.223.202	7.994.895	2,9%	7.555.494	8,8%
Intangível	6.394.344	6.521.993	-2,0%	6.236.009	2,5%
PASSIVO	29.242.927	27.286.046	7,2%	25.780.052	13,4%
CIRCULANTE	7.369.120	6.895.158	6,9%	6.207.053	18,7%
Fornecedores	4.211.439	3.845.958	9,5%	3.441.552	22,4%
Financiamentos e empréstimos	1.136.282	1.104.618	2,9%	978.757	16,1%
Operações com derivativos	32.842	19.491	68,5%	17.520	87,5%
Leasing	4.797	10.422	-54,0%	-	n.a.
Obrigações trabalhistas	201.322	202.645	-0,7%	171.614	17,3%
Impostos e contribuições indiretos a recolher	532.003	582.849	-8,7%	547.636	-2,9%
Impostos e contribuições diretos a recolher	191.394	213.740	-10,5%	158.622	20,7%
Dividendos a pagar	470.969	396.838	18,7%	409.091	15,1%
Autorizações a pagar	108.963	73.119	49,0%	71.449	52,5%
Outros passivos	479.110	445.478	7,5%	410.812	16,6%
NÃO CIRCULANTE	7.023.965	5.422.565	29,5%	5.444.743	29,0%
Financiamentos e empréstimos	5.214.937	3.678.695	41,8%	3.793.379	37,5%
Operações com derivativos	20.723	8.222	152,0%	27.799	-25,5%
Leasing	321.359	315.618	1,8%	-	n.a.
Impostos e contribuições indiretos a recolher	90	88	2,0%	351.812	-100,0%
Impostos e contribuições diretos a recolher	223.430	220.502	1,3%	179.259	24,6%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	339.587	345.054	-1,6%	233.609	45,4%
Provisão para contingências	416.428	397.756	4,7%	377.467	10,3%
Passivo atuarial	1.084	1.084	0,0%	4.486	-75,8%
Obrigações decorrentes de descontinuidade de ativos	296.356	294.448	0,6%	300.657	-1,4%
Outros passivos	189.972	161.098	17,9%	176.275	7,8%
PATRIMÔNIO LÍQUIDO	14.849.843	14.968.322	-0,8%	14.128.256	5,1%
Capital social	9.839.770	9.839.770	0,0%	9.839.770	0,0%
Reservas de capital	1.221.699	1.219.190	0,2%	839.718	45,5%
Reservas de lucros	3.053.996	3.540.599	-13,7%	2.760.512	10,6%
Ações em Tesouraria	(3.369)	(3.369)	0,0%	(3.369)	0,0%
Lucro do período	737.746	372.132	98,2%	691.625	6,7%

Anexo 2
TIM PARTICIPAÇÕES S.A.
Demonstrações Financeiras do Resultado do 2T14
(Milhares de R\$)

DESCRIPTION	2Q14	2Q13	% YoY	1Q14	% QoQ	YTD 2014	YTD 2013	% YoY
R\$ thousands								
Gross Revenues	7.162.503	7.413.009	-3,4%	7.043.065	1,7%	14.205.568	14.437.225	-1,6%
Telecommunications Services	6.014.599	6.136.654	-2,0%	6.180.443	-2,7%	12.195.042	12.262.171	-0,5%
Mobile	5.793.628	5.852.094	-1,0%	5.958.845	-2,8%	11.752.472	11.683.828	0,6%
Usage and Monthly fee	2.751.247	2.777.176	-0,9%	2.801.736	-1,8%	5.552.984	5.471.492	1,5%
Value added services - VAS	1.577.565	1.291.470	22,2%	1.499.538	5,2%	3.077.103	2.536.953	21,3%
Long distance	771.408	830.045	-7,1%	814.990	-5,3%	1.586.398	1.660.377	-4,5%
Interconnection	627.616	893.936	-29,8%	775.304	-19,0%	1.402.920	1.899.890	-26,2%
Others	65.792	59.466	10,6%	67.277	-2,2%	133.069	115.116	15,6%
Fixed	220.971	284.560	-22,3%	221.599	-0,3%	442.570	578.344	-23,5%
Products	1.147.904	1.276.354	-10,1%	862.622	33,1%	2.010.526	2.175.054	-7,6%
Discounts and deductions	(2.387.771)	(2.468.868)	-3,3%	(2.340.841)	2,0%	(4.728.612)	(4.782.369)	-1,1%
Taxes and discounts on services	(2.030.080)	(2.071.343)	-2,0%	(2.080.803)	-2,4%	(4.110.883)	(4.110.198)	0,0%
Taxes and discounts on handset sales	(357.690)	(397.525)	-10,0%	(260.038)	37,6%	(617.729)	(672.171)	-8,1%
Net Revenues	4.774.732	4.944.141	-3,4%	4.702.224	1,5%	9.476.957	9.654.856	-1,8%
Services	3.984.519	4.065.311	-2,0%	4.099.640	-2,8%	8.084.159	8.151.973	-0,8%
Products	790.214	878.830	-10,1%	602.584	31,1%	1.392.798	1.502.883	-7,3%
Operating Expenses	(3.443.836)	(3.711.943)	-7,2%	(3.384.936)	1,7%	(6.828.772)	(7.198.885)	-5,1%
Personnel expenses	(229.822)	(200.623)	14,6%	(227.767)	0,9%	(457.589)	(401.203)	14,1%
Selling & marketing expenses	(1.025.703)	(973.227)	5,4%	(980.196)	4,6%	(2.005.899)	(1.919.883)	4,5%
Network & interconnection	(1.010.578)	(1.321.534)	-23,5%	(1.194.478)	-15,4%	(2.205.056)	(2.674.011)	-17,5%
General & administrative	(178.396)	(152.075)	17,3%	(149.852)	19,0%	(328.248)	(311.150)	5,5%
Cost Of Goods Sold	(828.012)	(912.158)	-9,2%	(645.844)	28,2%	(1.473.856)	(1.567.792)	-6,0%
Bad Debt	(77.152)	(67.720)	13,9%	(76.103)	1,4%	(153.256)	(140.350)	9,2%
Others	(94.173)	(84.605)	11,3%	(110.695)	-14,9%	(204.868)	(184.497)	11,0%
EBITDA	1.330.896	1.232.198	8,0%	1.317.288	1,0%	2.648.184	2.455.971	7,8%
EBITDA Margin	27,9%	24,9%	295bps	28,0%	-14bps	27,9%	25,4%	251bps
Depreciation & amortization	(757.072)	(671.297)	12,8%	(730.313)	3,7%	(1.487.386)	(1.350.736)	10,1%
Depreciation	(407.479)	(373.258)	9,2%	(401.829)	1,4%	(809.308)	(737.593)	9,7%
Amortization	(349.594)	(298.039)	17,3%	(328.484)	6,4%	(678.078)	(613.142)	10,6%
EBIT	573.824	560.901	2,3%	586.975	-2,2%	1.160.799	1.105.235	5,0%
EBIT Margin	12,0%	11,3%	67bps	12,5%	-46bps	12,2%	11,4%	80bps
Net Financial Results	(72.706)	(40.881)	77,9%	(35.834)	102,9%	(108.541)	(111.965)	-3,1%
Financial expenses	(256.616)	(152.110)	68,7%	(177.911)	44,2%	(434.527)	(319.135)	36,2%
Financial income	184.469	109.195	68,9%	143.479	28,6%	327.949	205.866	59,3%
Net exchange variation	(560)	2.034	-127,5%	(1.403)	-60,1%	(1.962)	1.303	-250,5%
Income before taxes	501.117	520.020	-3,6%	551.141	-9,1%	1.052.258	993.270	5,9%
Income tax and social contribution	(135.504)	(134.462)	0,8%	(179.008)	-24,3%	(314.512)	(301.645)	4,3%
Net Income	365.614	385.558	-5,2%	372.132	-1,8%	737.746	691.625	6,7%

Anexo 3
TIM PARTICIPAÇÕES S.A.
Demonstrativo de Fluxo de Caixa
(Milhares de R\$)

DESCRIÇÃO	2T14	2T13	% A/A	1T14	%T/T	YTD 2014	YTD 2013	% A/A
EBIT	573.824	560.901	2,3%	586.975	-2,2%	1.160.799	1.105.235	5,0%
Depreciação e amortização	757.073	671.297	12,8%	730.313	3,7%	1.487.386	1.350.736	10,1%
Adições ao ativo permanente	(1.041.062)	(1.122.851)	-7%	(612.877)	69,9%	(1.653.939)	(1.593.169)	3,8%
Variações nos ativos e passivos operacionais	489.535	37.227	1215,0%	(2.275.180)	-121,5%	(1.785.645)	(2.090.167)	-14,6%
Fluxo de Caixa Operacional Livre antes do leasing	779.370	146.574	431,7%	(1.570.769)	-149,6%	(791.399)	(1.227.365)	-35,5%
Leasing LT Amazonas	182.271	-	n.a	-	n.a.	182.271	-	n.a.
Fluxo de Caixa Operacional Livre após o leasing	961.641	146.574	556,1%	(1.570.769)	-161,2%	(609.128)	(1.227.365)	-50,4%
Resultado financeiro líquido	(72.707)	(40.881)	77,9%	(35.834)	102,9%	(108.541)	(111.965)	-3,1%
Impostos (IR e CSSL)	(82.805)	(27.859)	197,2%	(131.826)	-37,2%	(214.631)	(161.606)	32,8%
Movimentações de ativo/passivo não circulante	(109.256)	(142.381)	-23,3%	3.317	-3393,8%	(105.939)	(269.684)	-60,7%
Aumento de capital social	-	-	n.a	-	n.a.	-	-	n.a.
Dividendos e JSCP pagos	(413.655)	(364.431)	13,5%	(41)	1008814,6%	(413.696)	(364.467)	13,5%
Fluxo de Caixa Líquido	283.218	(428.978)	-166,0%	(1.735.153)	-116,3%	(1.451.935)	(2.135.087)	-32,0%
Variação no caixa e equivalentes de caixa*	80.376	(428.978)	-118,7%	(1.735.153)	-104,6%	(1.654.777)	(2.135.087)	-22,5%

* exclui efeitos relacionados ao leasing

Anexo 4
TIM PARTICIPAÇÕES S.A.
Indicadores Operacionais

DESCRIÇÃO	2T14	2T13	% A/A	1T14	%T/T	YTD 2014	YTD 2013	% A/A
Base Celular Brasil (milhões)	275.707	265.741	3,8%	273.583	0,8%	275.707	265.741	3,8%
Penetração Total estimada	136,1%	134,3%	1,8p.p.	135,3%	0,8p.p.	136,1%	134,3%	1,8p.p.
Municípios Atendidos - TIM GSM	3.429	3.390	1,2%	3.404	0,7%	3.429	3.390	1,2%
Market share	26,9%	27,2%	-0,3p.p.	27,0%	-0,1p.p.	26,9%	27,2%	-0,3p.p.
Total de Clientes ('000)	74.203	72.195	2,8%	73.917	0,4%	74.203	72.195	2,8%
Pré-pago	61.963	60.803	1,9%	61.687	0,4%	61.963	60.803	1,9%
Pós-pago	12.239	11.393	7,4%	12.230	0,1%	12.239	11.393	7,4%
Adições Brutas ('000)	9.409	9.744	-3,4%	9.203	2,2%	18.612	18.988	-2,0%
Adições Líquidas ('000)	286	963	-70,3%	486	-41,1%	772	1.819	-57,6%
Churn (%)	12,3%	12,3%	0,0p.p.	11,9%	0,5p.p.	24,2%	24,2%	0,0p.p.
ARPU (R\$)	17,3	18,1	-4,5%	18,0	-3,5%	17,6	18,3	-3,6%
MOU	137	148	-6,9%	140	-1,8%	139	146	-5,0%
SAC (R\$)	29	27	6,3%	30	-2,1%	29	28	5,9%
Aparelhos vendidos ('000)	2.956	3.525	-16,1%	2.444	20,9%	5.401	6.187	-12,7%
Empregados	12.483	11.522	8,3%	12.225	2,1%	12.483	11.522	8,3%