

DIVULGAÇÃO *DE RESULTADOS*

3º TRI 2015



 **TIMP3
NOVO
MERCADO
BM&FBOVESPA**



Você, sem fronteiras.

TIM PARTICIPAÇÕES S.A. Anuncia seus Resultados Consolidados do Terceiro Trimestre de 2015

Destaques Operacionais

- **1º lugar em cobertura 4G:** 278 cidades cobertas em outubro de 2015 (+233 cidades vs. Dez/14)
- **Evolução da rede:** 173 cidades no Projeto Banda Larga Móvel (MBB), cobrindo >70% do tráfego de dados 3G
- **Crescimento da base de clientes pós-paga:** +13% 3T15 vs. 3T14
- **Penetração de smartphones atingiu 63%** (apesar dos usuários de dados representarem 43% da base total)
- **ARPU inovativo cresceu 37% A/A no 3T15**
- **A base de clientes Live TIM superou o marco de 200 mil usuários.**

Destaques Financeiros

- **Serviço de dados manteve ritmo sólido de 41% A/A**
- **Receita Líq. Fixa apresentou forte crescimento** de +11% A/A, e +13% A/A no 9M15
- **Plano de Eficiência de acordo com o planejado:** Opex (excluindo a venda de torres) caiu 20% A/A
- **Margem EBITDA (ex venda de torres) de 31,5% no 3T15.** Margem EBITDA de serviços (excluindo o negócio de aparelhos) atingiu 36,3% no 3T15
- **Capex:** Investimentos totais de R\$1,2 bilhão no 3T15 (+22% A/A)

	DESCRIÇÃO	3T15	3T14	% A/A	9M15	9M14	% A/A
Operacional	Base de Clientes ('000)	72.573 ²	74.705	-2,9%	72.573 ²	74.705	-2,9%
	Pré-pago	58.757 ²	62.436	-5,9%	58.757 ²	62.436	-5,9%
	Pós-pago	13.816 ²	12.269	12,6%	13.816 ²	12.269	12,6%
	Penetração de Smartphones (%)	62,7%	44,2%	18,5p.p.	62,7%	44,2%	18,5p.p.
Financeiro (R\$ milhares)	Receita Líquida Total	4.117.027	4.852.764	-15,2%	13.016.777	14.329.721	-9,2%
	Receita Líquida de Serviços	3.783.500	4.045.023	-6,5%	11.507.535	12.129.182	-5,1%
	Receita Líquida Móvel Inovativa	1.214.183	905.734	34,1%	3.408.499	2.421.088	40,8%
	Receita Líquida Fixa	169.342	152.149	11,3%	486.743	431.214	12,9%
	Custos da Operação Orgânicos ¹	(2.820.742)	(3.520.861)	-19,9%	(9.109.078)	(10.349.633)	-12,0%
	EBITDA Orgânico ¹	1.296.285	1.331.903	-2,7%	3.907.698	3.980.087	-1,8%
	Margem EBITDA Orgânica ¹	31,5%	27,4%	4,0p.p.	30,0%	27,8%	2,2p.p.
	Lucro Líquido Orgânico ¹	172.365	348.330	-50,5%	775.818	1.086.076	-28,6%
	Investimentos	1.168.132	959.744	21,7%	2.909.097	2.613.683	11,3%

¹ Excluindo o impacto da venda de torres

² Considera números internos de Set/15

Teleconferência em inglês:

4 de novembro de 2015, às:
 12h00 Horário de Brasília
 09h00 AM US EST
 Tel.: +1 888 700-0802 (EUA)
 +55 11 3193-1001 ou +55 11 2820-4001 (Brasil)
 +1 786 924-6977(outros países)
 Código: TIM

Reunião pública em português:

4 de novembro de 2015, às:
 9h30 Horário de Brasília
 06h30 AM US EST
 Hotel Maksoud Plaza Hotel - SP
 Para acessar a transmissão ao vivo, por favor, [clique aqui](#).

Prezados Acionistas, Analistas, e Partes Interessadas,

A grande transformação da indústria móvel que vínhamos destacando desde o início de 2015 continuou avançando de maneira sólida ao longo do terceiro trimestre, acompanhada, novamente, por um ambiente macroeconômico bastante difícil, com acentuada deterioração da taxa de câmbio, ajustes negativos adicionais às previsões de crescimento do PIB e uma confirmação da alta taxa de inflação esperada para o ano.

Como antecipado, a queda no uso da voz continua, e nesse último trimestre observamos uma redução dos nossos *MOUs* (Minutos de Uso por Usuário) de 13% ano contra ano, em linha com os declínios de toda a indústria, à medida que nossos usuários se movem do consumo de voz para o consumo de dados, substituindo o uso da voz por mensagens e dados antes mesmo do efeito da redução das tarifas de interconexão VU-M e seu impacto nas tarifas *off-net*.

Com a pressão do cenário macroeconômico, o atingimento de um nível próximo à saturação no número de linhas de voz no país e a substituição acelerada de voz por dados e mensagens, confirmamos a nossa previsão quanto ao início de um processo significativo de consolidação no número de múltiplos *SIM cards* pré-pagos, resultando em uma importante redução do chamado "efeito comunidade" (ou efeito clube, com chamadas *on-net* custando uma fração das chamadas *off-net* e retendo usuários com base no número total da base de clientes, ou "comunidade"), bem como em uma redução do número total de usuários de voz do país devida à redução da base pré-paga. Como confirmação adicional, todos os operadores apresentaram reduções nas suas bases pré-pagas durante o trimestre, com base nos números públicos divulgados pela Anatel, levando assim a um trimestre de redução na base total de usuários do país pela primeira vez desde o início da série histórica.

Do lado positivo, como confirmação de nossa estratégia comunicada de foco nos dados, o crescimento de nossas receitas de dados continuou inabalado mesmo diante do cenário de crise macroeconômica, e atingiu novamente impressionantes 41% ano contra ano em relação ao terceiro trimestre de 2014, fazendo com que nossas receitas de dados efetivamente dobrassem no período de um ano. As receitas inovativas, que incluem conteúdos e aplicações além da conectividade de dados, cresceram 34% A/A, com uma abordagem mais conservadora de geração de receitas com serviços de valor adicionado, visando a um aumento das métricas de satisfação de clientes. Como indicadores adicionais da força do crescimento dos dados, tanto o nosso *ARPU* de

Dados quanto nosso *BOU* (Bytes de Uso por usuário) também apresentaram crescimento acelerado, a taxas de 37% e 30% A/A respectivamente, auxiliados por um aumento da penetração de Smartphones na base de usuários, que atingiu 64% no trimestre, em comparação com 44% no mesmo trimestre do ano anterior.

Esse desempenho foi certamente apoiado pela continuação no nosso foco de longo prazo no investimento em infraestrutura, que novamente apresentou resultados significativos no 3T como detalhado mais adiante, bem como pela estratégia de seguir elevando o valor da nossa base de clientes, que apresentou uma importante melhoria no equilíbrio entre base pré-paga e base pós-paga, com essa última crescendo à velocidade de dois dígitos e atingindo 19% da base total durante o trimestre, em comparação a 16% no ano anterior.

Apesar do crescimento nas receitas de dados, a continuação do declínio das receitas de interconexão devido à redução da VU-M, em adição às tendências de voz e SMS, que somados ainda representam cerca de 65% das receitas totais, novamente trouxe pressões de curto-prazo ao crescimento da receita de serviços durante o trimestre, resultando em um declínio de 6.5% em relação ao mesmo período em 2014. Um importante indicador no entanto deve ser ressaltado, que é a estabilidade sequencial das receitas de serviços em base trimestral quando comparadas ao 2T 2015. Quanto às receitas totais da companhia, é bastante importante o entendimento da mudança significativa em nossa estratégia de venda de aparelhos, pois dados os níveis de penetração de Smartphones na base já próximos a 70% como mencionado anteriormente, a companhia decidiu reduzir os seus volumes de vendas totais, focando mais as vendas através de canais de valor, que apresentam melhores oportunidades para vendas qualificadas de novos usuários. Essa abordagem resultou em um grande declínio das receitas de vendas de aparelhos, mas sem impacto relevante à rentabilidade ou estratégia da companhia, como também já antecipado em nossa mensagem do segundo trimestre.

Os resultados do terceiro trimestre indicam sem dúvida que devemos observar desafios de curto prazo em relação à receita, e em menor grau também ao *EBITDA*, ainda por alguns trimestres desafiadores, mas também indicam que a estratégia de construção de infraestrutura para o futuro, foco no crescimento e proteção das receitas de dados, mudança de perfil de nossa base de clientes e busca incansável pelas eficiências de custos nos levarão ao retorno do crescimento tanto de receitas quanto de *EBITDA* no médio prazo, com o cruzamento das receitas de voz e dados esperado para meados de 2016. Com isso em mente, apresento a seguir brevemente os principais pontos de execução em cada componente de nossa estratégia.

Investimentos em infraestrutura conduzindo ao futuro: atingimento da liderança em cobertura 4G

Temos enfatizado a importância do componente infraestrutura como pilar principal de nossa estratégia de longo-prazo já por mais de dois anos, mas ainda mais importante do que isso, temos de fato entregado resultados muito sólidos em todas as frentes de qualidade de rede e infraestrutura, e o 3T 2015 não foi exceção. Durante o trimestre, nossos investimentos em *CapEx* cresceram cerca de 22% quando comparados ao ano anterior, novamente com forte ênfase na expansão de nossa cobertura 3G e 4G e na garantia de uma melhor experiência de uso dos nossos serviços de banda larga móvel.

Durante o 3T, nosso projeto *Mobile Broadband* atingiu a marca de mais de 170 cidades, e já cobre atualmente mais de 70% do tráfego total de dados do país com uma infraestrutura de fibra e/ou rádio digital de alta capacidade, permitindo uma melhoria de substancialmente todas as métricas de qualidade da Anatel, e em particular de duas métricas de dados que medem a “velocidade média” e a “velocidade instantânea” das redes de dados móveis, nas quais a TIM foi a operadora que apresentou a melhor evolução, aproximando-se das posições de liderança nos dois indicadores. Ainda durante o terceiro trimestre, aumentamos o número de sites 3G em mais de 19%, acrescentando aproximadamente 300 cidades à nossa cobertura quando comparado ao ano anterior, e aumentamos o número de sites 4G em mais de 55%, atingindo virtualmente metade da população urbana do país coberta pela tecnologia 4G.

Mas o marco mais importante ao longo dos últimos meses quanto ao progresso de nossa infraestrutura de dados foi atingido ao final do mês de outubro, quando, pela primeira vez, a TIM alcançou a liderança de cobertura 4G no país quanto ao número de cidades atendidas pela tecnologia, com 478 cidades com serviço 4G disponível, bastante à frente das demais operadoras de acordo com números públicos divulgados. Este importante marco foi possível graças à estratégia inovadora da TIM no chamado *refarming* (ou “reuso”) das frequências de 1.8GHz de 2G para 4G, e com essa abordagem esperamos chegar próximos a 400 cidades atendidas por serviços 4G até o final de 2015, ou próximo a 60% da população urbana brasileira, em um sinal de grande comprometimento com o crescimento futuro dos dados e com a posição de qualidade da TIM.

Novo Portfolio de Ofertas: transformando a indústria móvel no Brasil, de novo

Como comunicado em minha última mensagem trimestral, temos ajustado o nosso portfolio de oferta e foco na aquisição de clientes de modo a “proteger o valor de nossa base de clientes

enquanto aumentamos a nossa base de clientes de valor”. E com essa abordagem em mente, aliada à sólida execução dos principais componentes de nossa estratégia, ao final do terceiro trimestre a TIM decidiu que havia chegado o momento de mais um movimento audacioso na transformação da indústria móvel no Brasil, mudando as regras do jogo a partir de agora. Enquanto escrevia essa mensagem, a TIM uma vez mais tomou a dianteira e se tornou a primeira operadora do país a introduzir uma oferta atraente de minutos off-net em todos os seus planos pré-pagos, pós-pagos e controle, em adição a um reposicionamento dos volumes de dados para todos os planos de uma maneira mais atraente, um movimento que não apenas reforça a sua imagem de empresa inovadora na indústria móvel brasileira, mas ajuda também a nossa estratégia de defender e proteger nossos principais clientes pré-pagos em um momento de consolidação de SIM cards na indústria e de migração para os planos pós-pagos.

Após apenas alguns dias do anúncio de nosso novo Portfolio, já é possível ver que esse era um movimento bastante aguardado pelo mercado, e que apesar do tempo necessário para que as novas ofertas penetrem nossa base de clientes e produzam os efeitos esperados de ganhos de participação de volume e valor, acreditamos que mais cedo ou mais tarde a indústria se moverá nessa direção. Enquanto isso, será importante reconhecer que as novas ofertas trazem diferentes dinâmicas de margem com o uso dos minutos off-net, que certamente decrescerão em custo com a continuação da queda da VU-M ao longo dos próximos anos. É também importante ressaltar que as novas ofertas introduzem vários conceitos estratégicos tais como a cobrança recorrente nos planos pré-pagos, a redução gradual das promoções ligadas aos serviços OTTs, o ajuste dos volumes de dados de maneira a preservar o valor dos mesmos no futuro e o uso extensivo de pacotes voz/dados ao longo de todas as famílias de planos. Todos esses movimentos ajudarão a proteger a posição da TIM no mercado pré-pago e também trarão novos elementos de diferenciação para clientes de mais alto valor nos planos pós-pagos e controle.

Esse movimento marca ainda uma mudança na nossa estratégia de comunicação, que segue evoluindo para permitir um novo posicionamento da marca, mais alinhado com a qualidade, inovação e a nova realidade das necessidades dos usuários e do mercado de serviços de telecomunicações do país.

Foco na eficiência como parte integral da estratégia, sólida posição financeira

De maneira já ressaltada muitas vezes anteriormente, a companhia tem investido incansavelmente em se tornar o mais operacionalmente eficiente quanto possível, e para tanto segue buscando oportunidades tanto nas atividades de controle de custo diárias como nos ganhos estruturais de

longo-prazo, tais como melhorias de processo e mudanças de modelos de negócio. Essa abordagem disciplinada de eficiência operacional e controle de custos se tornou então parte integral de nossa estratégia, e tem ajudado a compensar parte dos impactos de curto-prazo decorrentes das transformações da indústria e dos desafios macroeconômicos enfrentados pelo país no atual cenário. Durante o terceiro trimestre, os resultados dessa estratégia podem ser claramente observados mais uma vez, com uma redução de custos operacionais totais da ordem de 19% quando comparada ao mesmo período do ano anterior, com redução em virtualmente todos os componentes de custo exceto custos de pessoal, que continuam a ser endereçados através de adequações organizacionais, ações de "rightsizing" e abordagens adicionais de eficiência.

O resultado dessa abordagem, mesmo com o declínio apresentado pelas receitas de serviços, foi um aumento da margem EBITDA de 27% no 3T14 para 31% no 3T15, e um aumento da margem EBITDA de serviços de 34% para 36% na comparação de mesmo período. Esse resultado ajudou a mitigar o impacto das receitas no declínio do EBITDA, que apresentou uma redução de 2,7%, líquida dos efeitos positivos não recorrentes de nosso processo de venda de torres, apesar de uma redução das receitas de serviço da ordem de 6,5%. Considerando os efeitos do processo de venda de torres, o EBITDA reportado no 3T 2015 foi incrementado por R\$ 267 milhões adicionais, levando a um crescimento de cerca de 17% A/A, e o nosso Lucro Líquido reportado recebeu um incremento de R\$ 820 milhões nos primeiros 9 meses de 2015, ou um aumento de 47% A/A em base não recorrente. A Posição Financeira Líquida da companhia permanece confortável com um indicador de 0,46x EBITDA, para uma Dívida Líquida de R\$ 2,5 bilhões, estável em relação ao segundo trimestre de 2015.

Conclusões e Perspectivas

Seguimos vivendo, sem dúvida nenhuma, um período de grandes transformações, para o país, para a indústria e para a TIM. E seguimos firmemente comprometidos com nossa estratégia em busca da liderança na transformação dos dados móveis no país. Para tal, continuaremos a investir em infraestrutura para o futuro, nos tornar cada vez mais operacionalmente eficientes e transformar o mercado com inovações de oferta substanciais e o reposicionamento de nossa base de clientes. Ao atingir a liderança em número de cidades 4G no país e lançar um Portfolio de ofertas completamente renovado, acreditamos que estamos nos movendo em direção a nossos objetivos de crescimento sustentado no médio e longo-prazo e entrega de resultados estratégicos, operacionais e financeiros diferenciados. Sabemos que os desafios de curto-prazo não são

pequenos, mas permanecemos comprometidos com a visão de longo-prazo, e contamos com o time mais apaixonado da indústria para fazer com que a mesma se torne realidade.

Rodrigo Abreu

CEO

RECEITAS OPERACIONAIS

DESCRIÇÃO	Análise Trimestral			Análise Anual		
	3T15	3T14	% A/A	9M15	9M14	% A/A
R\$ Milhares						
Receita Bruta	6.227.317	7.228.003	-13,8%	19.682.454	21.433.571	-8,2%
Receita Bruta de Serviços	5.724.033	6.081.110	-5,9%	17.406.268	18.276.151	-4,8%
Serviços Móveis e Outras Receitas	5.467.363	5.848.679	-6,5%	16.670.356	17.601.152	-5,3%
Assinatura e Utilização	2.363.960	2.738.456	-13,7%	7.404.905	8.291.440	-10,7%
SVA - Serviços de valor agregado	1.987.443	1.676.798	18,5%	5.726.047	4.753.901	20,4%
Longa Distância	671.044	760.797	-11,8%	2.077.212	2.347.194	-11,5%
Interconexão	369.601	605.718	-39,0%	1.217.279	2.008.638	-39,4%
Outras Receitas	75.317	66.910	12,6%	244.913	199.979	22,5%
Serviços Fixos e Outras Receitas	256.670	232.430	10,4%	735.912	675.000	9,0%
Receita Bruta de Produtos	503.284	1.146.893	-56,1%	2.276.186	3.157.420	-27,9%
Impostos e descontos s/ receita total	(2.110.289)	(2.375.239)	-11,2%	(6.665.677)	(7.103.850)	-6,2%
Impostos e descontos s/ receita de serviços	(1.940.533)	(2.036.086)	-4,7%	(5.898.732)	(6.146.969)	-4,0%
Impostos e descontos s/ venda de produtos	(169.756)	(339.152)	-49,9%	(766.945)	(956.881)	-19,8%
Receita Líquida Total	4.117.027	4.852.764	-15,2%	13.016.777	14.329.721	-9,2%
Receita Líquida de Serviços	3.783.500	4.045.023	-6,5%	11.507.535	12.129.182	-5,1%
Receita Líquida de Serviços Móveis Inovativos	1.214.183	905.734	34,1%	3.408.499	2.421.088	40,8%
Receita Líquida de Produtos	333.527	807.741	-58,7%	1.509.241	2.200.539	-31,4%

O desempenho da receita continua sendo amplamente impactado pela forte redução da VU-M e pela aceleração da migração de serviços de Voz para Dados. No lado positivo, os serviços de dados mantiveram um crescimento sólido de dois dígitos na comparação ano contra o ano, mas ainda não o suficiente para compensar a pressão sobre os serviços tradicionais mencionada acima.

A receita bruta de serviços totalizou R\$17.406 milhões nos primeiros nove meses de 2015 (-4,8% A/A) e R\$5.724 milhões (-5,9% A/A) no terceiro trimestre de 2015.

O detalhamento da receita bruta e outros destaques são apresentados abaixo:

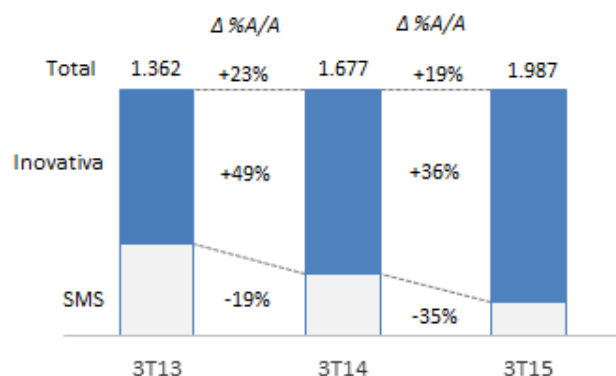
A receita bruta de Assinatura e Utilização alcançou R\$7.405 milhões em 9M15 (-10,7% A/A), impactada por um cenário macroeconômico mais difícil e pela contínua migração para o uso de dados. Quanto ao terceiro trimestre de 2015, a receita de Assinatura e Utilização totalizou R\$2.364 milhões (-13,7% A/A), com o segmento pré-pago sendo mais afetado pelos desafios do macro. **Os Minutos de Uso (MOU) chegaram a 119 minutos no 3T15, uma queda de 12,6% quando comparado ao 3T14.**

A receita bruta de Serviços de Valor Agregado (SVA) totalizou R\$5.726 milhões em 9M15, com crescimento sólido de dois dígitos de 20,4%. Esse forte resultado se deve principalmente ao relevante aumento de 42% A/A das receitas inovativas, mesmo com o impacto da queda contínua no negócio de SMS, com redução de 32% A/A. **Na análise do 3T15**, a receita bruta de SVA alcançou R\$1.987 milhão, um aumento de 19% A/A, novamente impulsionada por um aumento de 36% A/A das receitas inovativas. Ambos os segmentos, pré-pago e pós-pago, mantiveram um forte ritmo de crescimento.

A Receita de Dados representa mais de 36% do total da receita bruta de serviços móveis (acima dos 29% registrados no 3T14).

Análise da Receita Bruta de SVA

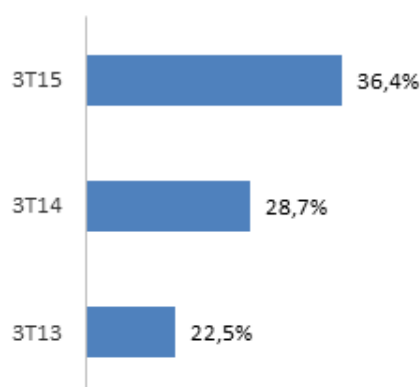
(R\$Milhões)



Fonte: Companhia

SVA sobre a Receita Bruta

% sobre a receita de serviços móveis



A receita bruta de longa distância chegou a R\$2.077 milhões em 9M15, uma queda de 11,5% em comparação ao mesmo período em 2014. Esse desempenho é explicado principalmente pela comoditização do serviço e pela mudança do padrão de uso de voz para dados. **Quanto aos números do 3T15,** a receita bruta de longa distância alcançou R\$671 milhões (-11,8% A/A).

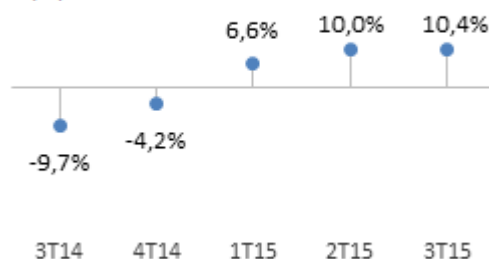
A receita bruta com interconexão em 9M15 e no terceiro trimestre de 2015 caiu quase 39% A/A chegando a R\$1.217 milhão e R\$370 milhões respectivamente, devido ao impacto do corte da VU-M juntamente com a intensificação da substituição do SMS por aplicativos de mensagens e mudança na dinâmica geral do tráfego de voz.

Outras receitas móveis alcançaram R\$245 milhões em 9M15, um aumento de 22,5% A/A, motivado principalmente pelo crescimento de receitas relacionadas ao compartilhamento de infraestrutura. **Em relação ao 3T15,** o crescimento foi reduzido a 12,6% A/A, após o declínio nas receitas com arrendamento de torres em consequência da operação de venda e arrendamento (*sale-leaseback*).

A receita bruta com o negócio fixo, incluindo "TIM Soluções Corporativas", "TIM Fixo" e "Live TIM", totalizou R\$736 milhões nos primeiros nove meses de 2015, um aumento sólido de 9,0% quando comparado ao mesmo período de 2014. Esse desempenho continua a provar o sucesso do negócio de ultra bandalarga e da estratégia de reestruturar a TIM Soluções Corporativas (antiga Intelig). **Quanto ao 3T15,** a receita fixa alcançou R\$257 milhões, mostrando mais uma vez um crescimento sólido de dois dígitos de 10,4% A/A.

Receita Bruta Fixa

(% A/A)



Fonte: Companhia

A receita bruta com a venda de produtos caiu 27,9% A/A e 56,1%, alcançando R\$2.276 milhões em 9M15 e R\$503 milhões no 3T15, respectivamente. As vendas de

aparelhos vêm sendo afetadas (i) pelo ambiente macroeconômico mais difícil, (ii) apreciação cambial elevando o preço dos aparelhos, e (iii) ajustes na estratégia de aparelhos.

No geral, a venda de unidades de aparelhos apresentou redução de 78,1% A/A no terceiro trimestre de 2015 chegando a 697 mil unidades enquanto o preço médio cresceu 97,6% A/A no terceiro trimestre de 2015.

A Receita Líquida alcançou R\$13.017 milhões (-9,2% A/A) nos primeiros nove meses do ano e a Receita Líquida de Serviços totalizou R\$11.508 milhões (-5,1% A/A). No mesmo período, a Receita Líquida do Negócio Gerado cresceu 0,9%, mesmo com a transição mais rápida de voz para dados e a piora na situação macroeconômica. **Considerando o desempenho no 3T15**, a receita líquida total alcançou R\$4.117 milhões (-15,2% A/A) e a Receita Líquida de Serviços, R\$3.784 no período, o Negócio Gerado (voz + dados) teve queda de 1,6% A/A.

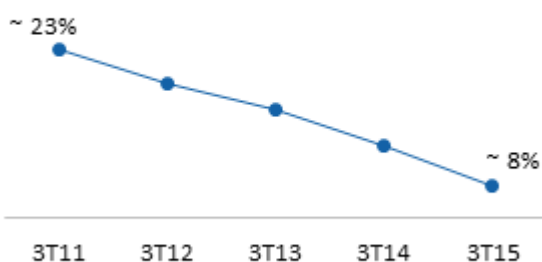
No último trimestre, introduzimos um novo formato de detalhamento da receita, entre "Inovativas" e "Tradicionais", visando uma melhor indicação da tendência do negócio. Inovativas compreendem as receitas de SVA e excluem as receitas de SMS.

Com isso, a Receita Líquida Móvel Inovativa chegou a R\$3.408 milhões em 9M15, um aumento consistente de 40,8% A/A. Com relação ao terceiro trimestre, a receita Inovativa totalizou R\$1.214 milhão (+34,0% A/A). Os dois desempenhos foram motivados por uma velocidade consistente na adoção e uso de dados, o BOU (bytes de uso) cresceu 30,3% quando comparado a 3T14. Além disso, a penetração de *smartphones* alcançou 62,7% da base de clientes (vs. 44,2% no 3T14).

O ARPU (receita média por usuário) atingiu R\$16,4 no 3T15, uma queda de -5,9% A/A, amplamente afetado pelo corte da VU-M e pela redução no uso de voz. **Em relação ao ARPU de SVA**, ele apresentou um aumento significativo de 18,4% A/A, mostrando a resiliência da receita inovativa.

Exposição VU-M sobre a Receita

(% sobre a Receita Líq. de Serviços)



Fonte: Companhia

Como consequência dos cortes consecutivos da VU-M combinados com a importância crescente das receitas Inovativas, a incidência da VU-M sobre a receita líquida de serviços vem sendo reduzida significativamente a cada trimestre, permanecendo em seu menor nível no terceiro trimestre de 2015, próxima de 8%.

CUSTOS E DESPESAS OPERACIONAIS

DESCRIÇÃO	Análise Trimestral			Análise Anual		
	3T15	3T14	% A/A	9M15	9M14	% A/A
R\$ Milhares						
Custos Orgânicos¹ da Operação	(2.820.742)	(3.520.861)	-19,9%	(9.109.078)	(10.349.633)	-12,0%
Custo de pessoal	(252.860)	(249.188)	1,5%	(770.001)	(706.778)	8,9%
Comercialização	(867.231)	(1.022.845)	-15,2%	(2.817.353)	(3.028.744)	-7,0%
Rede e interconexão	(955.039)	(1.065.378)	-10,4%	(2.906.803)	(3.270.433)	-11,1%
Gerais e administrativos	(150.729)	(167.330)	-9,9%	(422.764)	(495.578)	-14,7%
Custo dos produtos vendidos	(411.650)	(853.853)	-51,8%	(1.706.356)	(2.327.709)	-26,7%
Provisão para devedores duvidosos	(63.223)	(58.071)	8,9%	(179.288)	(211.326)	-15,2%
Outras receitas (despesas) operacionais	(120.010)	(104.197)	15,2%	(306.513)	(309.065)	-0,8%
Custos da Operação Ex-CMV	(2.409.092)	(2.667.008)	-9,7%	(7.402.722)	(8.021.925)	-7,7%
Custos Reportados da Operação	(2.554.218)	(3.520.861)	-27,5%	(7.925.007)	(10.349.633)	-23,4%

¹ Excluindo o efeito da venda de torres

Nos nove meses de 2015, os Custos e Despesas Operacionais (excluindo a venda de torres) totalizaram R\$9.109 milhões ou -12% comparado a 9M14. No 3T15, os Custos e Despesas Operacionais (excluindo a venda de torres) totalizaram R\$2.821 milhões, com mais uma economia de 20% quando comparado ao ano anterior.

A análise das despesas operacionais orgânicas do terceiro trimestre de 2015 e 9M15 é apresentada abaixo:

As despesas com pessoal alcançaram R\$253 milhões no 3T15, um pequeno crescimento de 1,5% quando comparado ao mesmo período do ano anterior, principalmente em razão de uma revisão das estimativas da empresa que levou a redução de provisões relacionadas a remuneração variável para o exercício. Em 9M15, as despesas com pessoal totalizaram R\$770 milhões (+8,9% A/A) principalmente em função do aumento de 5% no número de funcionários.

As despesas com Vendas e Marketing totalizaram R\$867 milhões no 3T15, uma redução de 15,2% em comparação ao mesmo período do ano anterior, devido ao menor comissionamento e à redução significativa de 15% nos gastos com FISTEL, seguindo a política de austeridade de desconexão estabelecida. Em 9M15, as despesas com vendas e marketing totalizaram R\$2.817 milhões (-7,0% A/A) afetada pelos mesmos elementos mencionados acima.

Os custos de Rede e Interconexão alcançaram R\$955 milhões no 3T15, uma redução de 10,4% na comparação anual, motivada principalmente pela redução do (i) preço da VU-M, (ii) tráfego de voz/SMS fora da rede, e (iii) custos de linhas alugadas. Nos 9M15, os custos de rede e interconexão totalizaram R\$2.907 milhões (-11,1% A/A) basicamente pelos mesmos motivos mencionados.

As despesas Gerais e Administrativas (G&A) totalizaram R\$151 milhões no 3T15, uma redução de 9,9% A/A, devido principalmente ao Plano de Eficiência que está sendo implementado. Em 9M15, as despesas gerais e administrativas totalizaram R\$423 milhões com outra economia relevante de -14,7% A/A.

O Custo de Produtos Vendidos totalizou R\$412 milhões no 3T15, uma forte redução de 51,8% em comparação ao mesmo período do ano anterior devido a uma queda de 78% no número de aparelhos vendidos. O custo de produtos vendidos no 9M15 totalizou R\$1.706 milhões (-26,7% A/A), uma queda de 53% no volume de vendas do período.

A Inadimplência aumentou em 8,9% A/A no 3T15, chegando a R\$63 milhões, principalmente devido à expansão do mix pós-pago para 19,0% da base total de clientes comparado com 16,4% no 3T4. A Inadimplência como percentual da receita bruta ficou em 1% (em comparação a 0,8% no 3T14). **No período de 9M15, a Inadimplência alcançou R\$179 milhões (-15,2% A/A)** representando 0,91% da receita bruta (quando comparado a 0,99% no mesmo período do ano anterior).

Outras despesas operacionais (excluindo a venda de torres) alcançaram R\$120 milhões no 3T15, um aumento de 15,2% comparado ao 3T14, principalmente devido ao aumento de custos com contingências. **Em 9M15, Outras despesas operacionais totalizaram R\$307 milhões**, sem alteração na comparação anual.

Os Custos de Aquisição de Clientes (onde o SAC = subsídio + comissionamento + total de despesas de publicidade) chegaram a **R\$35,2** por adição bruta no 3T15, um aumento de 13,1% A/A, principalmente devido ao aumento no pós-pago. A relação SAC/ARPU (indicando o retorno do investimento por cliente) chegou a 2,2x, um pequeno aumento em comparação a 2,1x registrado no 3T14, novamente devido à nova abordagem no segmento pós-pago. Os usuários de pós-pago chegaram a 13,8 milhões, um aumento de 12,8% em relação a 3T14.

DO EBITDA AO LUCRO LÍQUIDO

DESCRIÇÃO	Análise Trimestral			Análise Anual		
	3T15	3T14	% A/A	9M15	9M14	% A/A
R\$ Milhares						
EBITDA	1.296.285	1.331.903	-2,7%	3.907.698	3.980.087	-1,8%
Margem EBITDA	31,5%	27,4%	4,0pp	30,0%	27,8%	2,2pp
Depreciação & Amortização	(849.235)	(762.628)	11,4%	(2.493.126)	(2.250.014)	10,8%
Depreciação	(469.093)	(417.756)	12,3%	(1.373.708)	(1.227.064)	12,0%
Amortização	(380.142)	(344.872)	10,2%	(1.119.418)	(1.022.950)	9,4%
EBIT	447.050	569.275	-21,5%	1.414.572	1.730.073	-18,2%
Margem EBIT	10,9%	11,7%	-0,9pp	10,9%	12,1%	-1,2pp
Resultado Financeiro Líquido	(167.012)	(74.337)	124,7%	(282.977)	(182.877)	54,7%
Despesas financeiras	(391.515)	(267.175)	46,5%	(895.605)	(701.702)	27,6%
Receitas financeiras	223.421	191.905	16,4%	610.775	519.853	17,5%
Variações cambiais, líquidas	1.081	933	15,8%	1.853	(1.029)	-280,2%
Lucro antes dos impostos	280.038	494.938	-43,4%	1.131.595	1.547.196	-26,9%
Imposto de renda e cont. social	(107.672)	(146.608)	-26,6%	(355.777)	(461.120)	-22,8%
Lucro Líquido	172.365	348.330	-50,5%	775.818	1.086.076	-28,6%
ORGÂNICO 1						
EBITDA	1.562.809	1.331.903	17,3%	5.091.769	3.980.087	27,9%
Margem EBITDA	38,0%	27,4%	10,5pp	39,1%	27,8%	11,3pp
Depreciação & Amortização	(849.235)	(762.628)	11,4%	(2.493.126)	(2.250.014)	10,8%
EBIT	713.574	569.275	25,3%	2.598.643	1.730.073	50,2%
Resultado Financeiro Líquido	(167.012)	(74.337)	124,7%	(282.977)	(182.877)	54,7%
Lucro antes dos impostos	546.562	494.938	10,4%	2.315.666	1.547.196	49,7%
Imposto de renda e cont. social	(190.095)	(146.608)	29,7%	(720.104)	(461.120)	56,2%
Lucro Líquido	356.467	348.330	2,3%	1.595.562	1.086.076	46,9%

¹ Excluindo o efeito da venda de torres

EBITDA

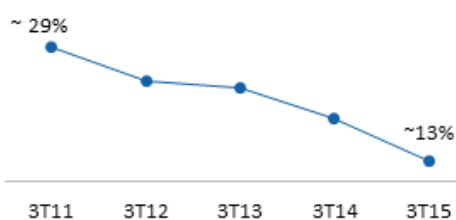
O EBITDA orgânico (Lucro antes de Juros, Impostos, Depreciação, e Amortização) totalizou R\$3,908 milhões em 9M15, uma redução de 1,8% quando comparado aos R\$3,980 milhões no mesmo período do ano anterior. No 3T15, o EBITDA Orgânico totalizou R\$1,296 milhões, 2,7% menor que no 3T14. Este desempenho se deve principalmente ao: (i) ambiente macroeconômico mais difícil, (ii) impacto do corte da VU-M, e (iii) aceleração na queda dos serviços de voz.

Mesmo assim, a margem EBITDA Orgânica mostrou mais uma vez uma melhoria significativa de 2,2 p.p. em 9M15, chegando a 30,0% comparado a 27,8% em 9M14. Na análise do trimestre, a margem EBITDA chegou a 31,5%, contra 27,4% no 3T14.

A Margem EBITDA Orgânica de serviços (excluindo a receita e os custos de aparelhos) chegou a 35,7% em 9M15, aumentando 2,3 p.p quando comparado a 33,4% em 9M14.

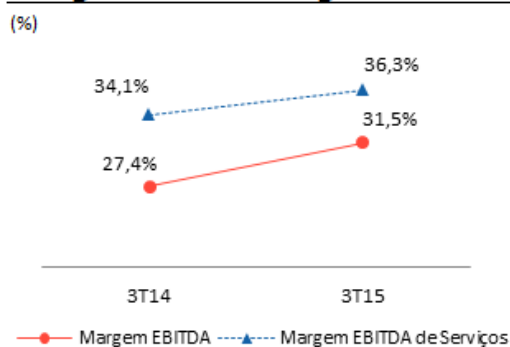
Exposição VU-M sobre o EBITDA

(% sobre o EBITDA Orgânico)



Fonte: Companhia

Margem EBITDA Orgânica



Fonte: Companhia

No 3T15, a margem EBITDA Orgânica de serviços alcançou 36,3%, um aumento de 2,2 p.p. quando comparado ao 3T14.

Seguindo uma trajetória similar a exposição da receita, a incidência da VU-M sobre o EBITDA orgânico vem caindo significativamente, chegando ao seu menor nível em torno de 13%, no 3T15.

O EBITDA reportado (incluindo a venda de torres) totalizou R\$5.092 milhões no 9M15, um crescimento de 27,9% quando comparado ao mesmo período do ano passado.

Esta é uma consequência da conclusão da primeira e segunda parcelas da venda de torres em 29 de abril (efeito líquido de R\$917,5 milhões) e em 30 de setembro (efeito líquido de R\$ 266,5 milhões), como pode ser visto abaixo em sessão específica. Para o trimestre, o EBITDA reportado totalizou R\$1.563 milhão.

D&A / EBIT

Em 9M15, a Depreciação e a Amortização totalizaram R\$2.493 milhões, um aumento de 10,8% A/A quando comparado ao mesmo período do ano anterior devido ao crescimento nos equipamentos de rede seguindo o aumento do CAPEX estabelecido em nosso Plano Industrial. No 3T15, a Depreciação e a Amortização totalizaram R\$849 milhões, um aumento de 11% A/A pelo mesmo motivo mencionado acima.

Seguindo o aumento na Depreciação e Amortização, o **EBIT Orgânico (lucro antes de juros e impostos) totalizou R\$1.415 milhão em 9M15**, representando uma redução de 18,2% A/A. A margem EBIT chegou a 10,9% (comparado a 12,1% em 9M14). No 3T15, o EBIT Orgânico totalizou R\$447 milhões, uma redução de 21,5% A/A.

RESULTADO FINANCEIRO LÍQUIDO

Em 9M15, o Resultado Financeiro Líquido chegou a -R\$283 milhões, um aumento em relação aos -R\$183 milhões no mesmo período do ano anterior, com despesas financeiras de R\$896 milhões (um aumento de 27,6% A/A), receitas financeiras de R\$611 milhões (aumento de 17,5% A/A) e variação cambial de R\$2 milhões. No lado das despesas, o aumento é devido à venda e arrendamento (*sale-leaseback*) das torres e ao efeito negativo do *hedge* após uma rápida depreciação do câmbio ao longo do terceiro trimestre. No lado das receitas, o desempenho anualizado foi amplamente afetado pelo aumento da taxa de juros e dos recursos da venda das torres.

No 3T15, o resultado financeiro líquido totalizou -R\$167 milhões (+124,7% A/A), como efeito das despesas financeiras de R\$392 milhões (+46,5% A/A) e R\$223 milhões de receitas financeiras (+16,4% A/A). Novamente, os motivos foram a marcação a mercado *spot* e os efeitos negativos do arrendamento.

IMPOSTO DE RENDA E CONTRIBUIÇÃO SOCIAL

Em 9M15, o Imposto de Renda e a Contribuição Social Orgânicos chegaram a R\$356 milhões, representando uma redução de 22,8% quando comparado a R\$461 milhões no mesmo período do ano anterior devido à redução da base de incidência do imposto de renda e da contribuição social (o lucro antes de impostos caiu 26,9% A/A). A taxa efetiva aumentou para 31,1% em 9M15 comparado a 29,8% em 9M14. No 3T15, o Imposto de Renda e Contribuição Social Orgânicos totalizaram R\$108 milhões, uma queda de 26,6% A/A quando comparado a R\$147 milhões no 3T14.

LUCRO LÍQUIDO

Em 9M15, o Lucro Líquido Orgânico totalizou R\$776 milhões, uma queda de 28,6% A/A. O Lucro por Ação (LPA) chegou a R\$0,32 em 9M15 (comparado a R\$0,45 no 9M14). No terceiro trimestre de 2015, o Resultado Líquido Orgânico totalizou R\$172 milhões, uma redução de 50,5% A/A, com LPA de R\$0,07 (comparado a 0,14 no terceiro trimestre de 2014).

No terceiro trimestre de 2015, o Lucro Líquido Reportado totalizou R\$356 milhões, um aumento de 2,3% A/A. O LPA reportado foi de R\$0,15.

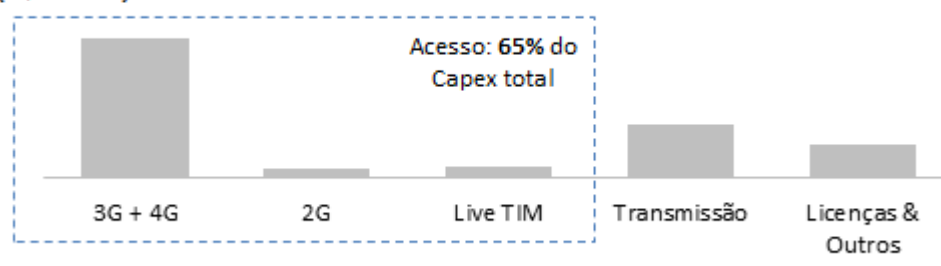
CAPEX

Em 9M15, o Capex totalizou R\$3.276 milhões, um aumento de 25,2% quando comparado a 9M14, seguindo o aumento do Capex do nosso Plano Industrial.

Vale a pena destacar que mais de 91% do Capex total nos 9M foi dedicado à infraestrutura, principalmente relacionado às tecnologias 3G e 4G.

Distribuição do Capex 9M15

(R\$Milhões)



Fonte: Companhia

DÍVIDA, CAIXA E FLUXO DE CAIXA LIVRE

A Dívida Bruta totalizou R\$7.331 milhões no final de setembro de 2015, incluindo o reconhecimento do leasing no valor total de R\$977 milhões e R\$230 milhões após o *leaseback* das torres vendidas (1º e 2º fechamentos respectivamente).

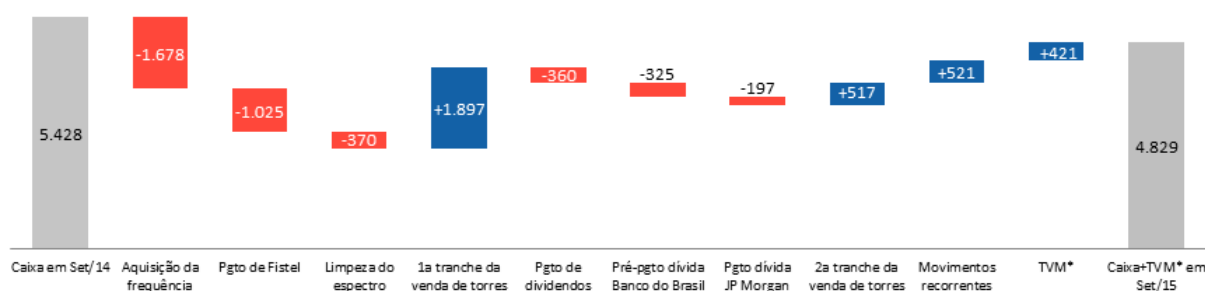
A dívida da Companhia está concentrada em contratos de longo prazo (77% do total) composta principalmente por financiamentos do BNDES e do Banco Europeu de Investimento, bem como empréstimos de outras instituições financeiras locais e internacionais de primeira linha.

Aproximadamente 39% da dívida total é denominada em moeda estrangeira (USD), e está 100% protegida por hedge em moeda local. No 3T15, o custo médio da dívida foi de 12,11% comparado a 9,66% no 3T14. Ainda assim, o aumento no custo da dívida foi mais do que compensado pelo aumento na rentabilidade do caixa.

Caixa e Equivalentes de Caixa totalizaram R\$4.408 milhões no final de setembro de 2015, uma redução em comparação a R\$5.428 milhões em setembro de 2014. Os recursos da venda das torres elevou a posição do caixa, mas foi mais do que compensado pelas seguintes saídas de caixa:

Efeitos no Caixa & Equivalentes de Caixa

(R\$Milhões)



Fonte: Companhia

*Títulos de Valores Mobiliários

A Companhia possui um fundo de investimento em moeda estrangeira de R\$ 420,6 milhões, a fim de acompanhar as variações do dólar norte-americano, formado basicamente por títulos públicos de alta liquidez. Levando-se em conta todos os investimentos realizados durante o período, a rentabilidade do fundo até ao final do trimestre foi de 26%. O investimento destina-se a reduzir o risco cambial sobre os pagamentos feitos a fornecedores em moeda estrangeira.

O rendimento médio de caixa alcançou 14,18% no 3T15 comparado a 10,95% no 3T14.

Considerando o EBITDA para os últimos 12 meses, a **relação Dívida Líquida/EBITDA alcançou 0,46x no 3T15** comparado a 0,14x no 3T14. Devido aos pagamentos mencionados acima, a dívida líquida aumentou de R\$791 milhões no 3T14 para R\$2,502 milhões no fim do 3T15.

O Fluxo de Caixa Livre Operacional ficou negativo em R\$806 milhões no 9M15, (comparado a um valor positivo de R\$93 milhões no 9M14), afetado negativamente por um aumento de 25,4% no Capex. No trimestre, **o Fluxo de Caixa Livre Operacional Orgânico totalizou R\$340 milhões**, comparado a R\$884 milhões no 3T14.

O Fluxo de Caixa Líquido Orgânico em 9M15 totalizou -R\$2.052 milhões comparado a -R\$1.394 milhões no mesmo período do ano anterior. No trimestre, o Fluxo de Caixa Líquido Orgânico totalizou -R\$124 milhões, em comparação a um valor positivo de R\$240 milhões no 3T14.

IMPACTOS DA VENDA DE TORRES

No 3T15, a TIM concluiu o segundo fechamento previsto no contrato de Venda de Torres firmado em novembro de 2014 com a American Tower do Brasil (ATC) que compreendeu a venda total de 6.481 torres por aproximadamente R\$3 bilhões em dinheiro.

- Primeiro fechamento: Em 29 de abril de 2015, a TIM transferiu 4.176 torres para a ATC e recebeu aproximadamente R\$1,9 bilhão.
- Segundo fechamento: Em 30 de setembro de 2015 a TIM transferiu 1.125 torres para a ATC e recebeu aproximadamente R\$517 milhões.

O contrato *master* de leasing define a venda e arrendamento (*leaseback*) das torres transferidas por um período de 20 anos. De acordo com a IAS17, essa operação deve ser contabilizada como (1) venda e (2) arrendamento (*leaseback*) e após as suas exigências, o *leaseback* é registrado como arrendamento financeiro.

Veja abaixo a conciliação dos efeitos na Demonstração Financeira e as notas correspondentes com mais informações sobre o segundo fechamento:

<u>Notas às</u>			1º fechamento	2º fechamento
<u>Demonstrações</u>		<u>Preço de compra</u>		
<u>Financeiras</u>				
2Nota 1	Entrada de Caixa		1.897.277	516.869
Nota 17	Valor escritural líquido das torres transferidas		-324.511	-112.673
			-	-
	<u>(1) Ganho relacionado à venda de componentes</u>		-	-
Nota 34	Parte do preço de compra apropriada à venda do componente		920.733	286.451
	Valor escritural líquido e outros custos		-157.483	-62.443
Nota 27	ICMS e baixa da provisão ARO		154.297	42.517
Nota 1 e 34	Ganho sobre componente vendido		917.547	266.524
	Imposto		-281.904	-82.432
	Ganho sobre componente vendido sem impostos		635.643	184.101
			-	-
	<u>(2) Ganho relacionado ao componente leaseback</u>		-	-
Nota 34	Parte do preço de compra relacionado ao componente <i>leaseback</i>		976.544	230.419
	Valor escritural líquido e outros custos		-167.960	-50.445
Nota 25 e 34	Ganho diferido		808.584	179.975
			-	-
Nota 19	<u>Arrendamento Financeiro sobre Obrigações</u>		976.544	230.419
			-	-
Nota 17	<u>Bens tangíveis</u>		976.544	230.419
			-	-
	<u>Efeito NFP</u>		920.733	286.450

*Valores em milhares de reais

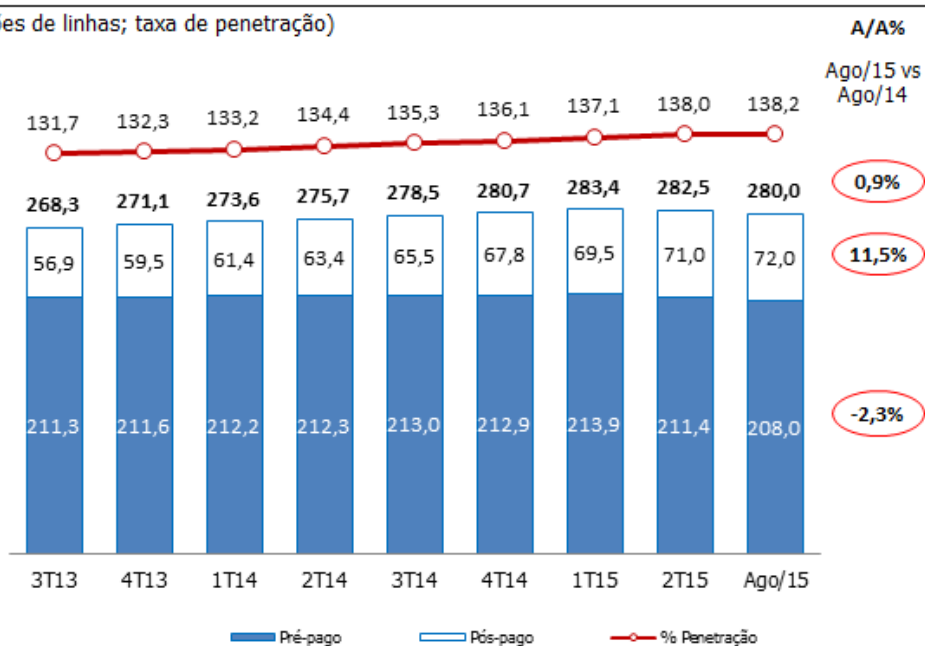
PANORAMA DO MERCADO MÓVEL BRASILEIRO

Nos últimos dados divulgados pela Anatel, o mercado de telefonia móvel brasileiro atingiu 280,0 milhões de linhas até o final de agosto/15, o que representa um crescimento anual de 0,9%, a uma taxa de penetração de 136,9%, estável em relação ao mesmo período o ano passado. O crescimento da base total de assinantes reduziu o ritmo em relação aos trimestres anteriores, devido principalmente aos recentes movimentos das operadoras visando otimizar a sua base de assinantes e ao efeito recente da consolidação de chips, impactando diretamente o segmento pré-pago, enquanto os consumidores estão revendo suas despesas com telecomunicações, focando sua utilização em apenas uma operadora.

A política de desconexão mais autera e um cenário macroeconômico mais difícil também contribuíram para este fenômeno. No entanto, alguns segmentos ainda estão experimentando um crescimento de dois dígitos, como os planos híbridos (Controle) e planos de dados.

Mercado Móvel Brasileiro

(Milhões de linhas; taxa de penetração)

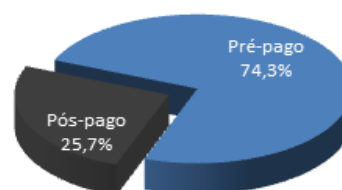


Fonte: Anatel

- O segmento pré-pago atingiu 208,0 milhões de linhas (-2,3% A/A), representando 74,3% do total do mercado brasileiro (comparado com 76,7% em agosto de 2014). As adições líquidas de pré-pago alcançaram -3,4 milhões de linhas (comparado a +586k no mesmo período do ano anterior).
- O segmento pós-pago alcançou 72,0 milhões de linhas em agosto (+11,5% em comparação a agosto de 2014) com adições líquidas de 1,0 milhão de linhas (contra 1,1 milhão no mesmo período do ano anterior).

Base Total do Mercado

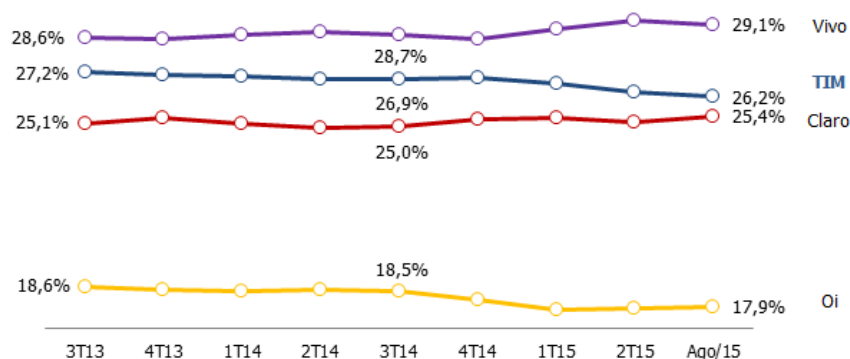
Ago/2015



Fonte: Anatel

A participação no mercado brasileira pode ser vista abaixo:

Market Share Total



Fonte: Anatel

DESEMPENHO DA TIM

(Dados internos para setembro/15)

A base de assinantes da TIM alcançou 72,6 milhões de linhas em setembro de 2015, uma queda de -3,1% em comparação ao mesmo período do ano anterior.

43% da base de clientes já utiliza os serviços de dados

Na tecnologia 3G, a base total de assinantes atingiu 42,5 milhões de usuários, um aumento de 25,5% em relação ao 3T14, comprovando o sucesso da estratégia da empresa de equipar seus clientes com smartphones, a fim de estimular a penetração de serviços de dados entre seus usuários.

Para o 4G, a base de assinantes atingiu 5,0 milhões de usuários ao final do 3T15, um aumento de 32,5% em relação a 2T15, ou +1,2 milhão de novos usuários neste trimestre, uma evidência que a abordagem da empresa no 4G está valendo a pena.

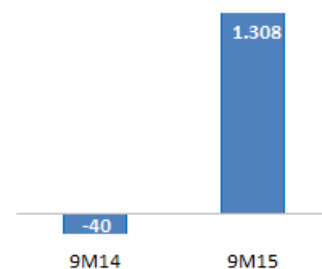
Usuários únicos de dados atingiram 31,3 milhões de linhas ou 43% da base total.

As adições líquidas totalizaram -2,0 milhões de linhas (comparada 674,3 no 3T14), como resultado inferior das adições brutas (7,8 milhões de linhas, queda de 20,9% vs. 3T14) e desconexões mais elevadas (9,8 milhões de linhas no período, um aumento de 6,9% A/A), na sequência de uma nova diretriz para reduzir o efeito "washing machine". Consequentemente a taxa de *churn* no 3T15 veio em 13,2%, acima de 12,4% no mesmo período do ano passado.

A base de clientes pós-pago alcançou 13,8 milhões de usuários em 3T15, +12,8% de crescimento anual. Durante o

Adições Líquidas - Pós-pago

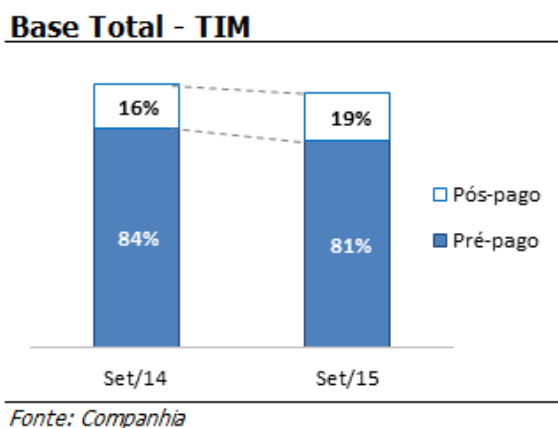
(Milhares de linhas)



Fonte: Companhia

3T15, a TIM adicionou 276 mil usuários no segmento pós-pago (vs. 5 mil adições líquidas no mesmo período do ano passado). No 9M15, a TIM adicionou 1,3 milhão de linhas pós-pagas, mostrando que a companhia está sendo capaz de recuperar terreno neste segmento.

Para o segmento pré-pago, o 3T15 terminou com 58,8 milhões de usuários, uma queda de 6,2% A/A. A TIM manteve a liderança no mercado de pré-pago, com uma participação de mercado de 29% em agosto/15, graças à sua posição pioneira, aliada a conceitos simples e ofertas transparentes.

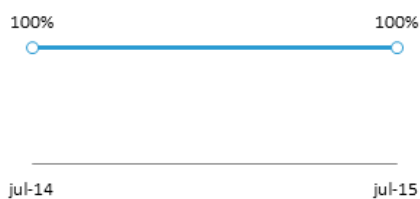


DESENVOLVIMENTO DA QUALIDADE: Cumprimento de Todas as Metas da Anatel

Com relação às exigências de qualidade de rede da Anatel, a TIM manteve o seu desempenho consistente. De abril a julho (dados mais recentes disponíveis), a Empresa cumpriu todas as metas da Anatel para serviços de Voz e Dados (3G/4G) em todos os estados. Esta conquista é resultado do forte compromisso com a qualidade e nossa meta de acelerar o desenvolvimento da infraestrutura, especialmente para sustentar a expansão de dados e entregar uma melhor experiência de uso. Os KPIs de qualidade da rede, descritos abaixo, têm como base o número de estados que cumpriram as metas divulgadas pela Anatel.

Acessibilidade de Voz

Número de UFs dentro da Meta (%)



Queda de Voz

Número de UFs dentro da Meta (%)



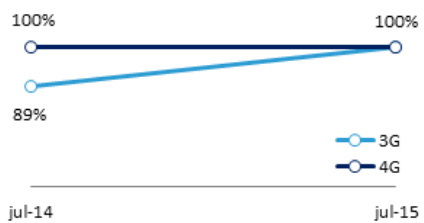
Acessibilidade de Dados (3G/4G)

Número de UFs dentro da Meta (%)



Queda de Dados (3G/4G)

Número de UFs dentro da Meta (%)

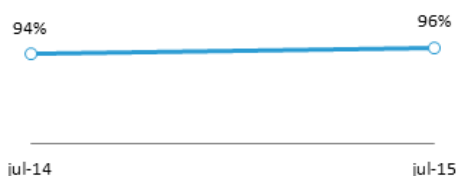


Fonte: Anatel

Velocidade Instantânea e Velocidade Média: Neste trimestre, nós ainda destacamos a evolução relevante da TIM em termos de qualidade de banda larga móvel segundo a métrica da Anatel de velocidade instantânea (SMP10) e velocidade média (SMP11). Em julho de 2015, dados mais recentes disponíveis, ambos os indicadores mostraram uma melhoria significativa na comparação com o mesmo período do ano passado. Esse é o resultado do esforço da Companhia para melhorar a experiência do cliente monitorando a qualidade da rede por municipalidade.

Banda Larga Móvel: Velocidade Instantânea

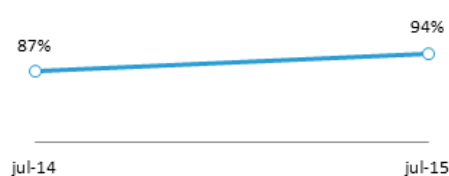
% de medições acima da meta da Anatel; baseado no indicador SMP10



SMP10: Mede a velocidade de conexão acima da meta da Anatel a qualquer momento. Requer que pelo menos 95% das medições estejam acima da meta. Média Brasil ponderada pela base de clientes.

Banda Larga Móvel: Velocidade Média

% de medições acima da meta da Anatel; baseado no indicador SMP11

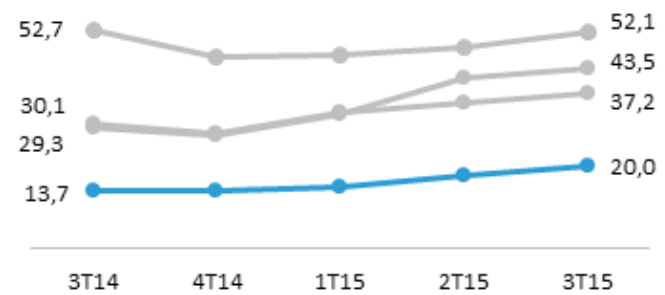


SMP11: Velocidade média de conexão registrada ao longo do mês. Requer que a média seja pelo menos 80% da velocidade contratada. Média Brasil ponderada pela base de clientes.

Indicadores de Atendimento: As demandas gerais do mercado neste trimestre junto às agências de proteção ao consumidor (PROCON - SINDEC¹) apresentaram um aumento relevante na comparação anualizada devido à decisão das empresas de bloquear o uso de dados sempre que os clientes atingirem seu limite no pacote de dados. Mesmo após essa medida, que aponta para uma monetização justa do uso de dados, o grupo TIM (móvel e fixo) permaneceu como um dos grupos econômicos menos demandado junto ao Procon no 3T15, com um volume de demandas 55% menor que a média do mercado.

Reclamações no PROCON

(Total por grupo econômico, em milhares)



Fonte: SENACON/MJ

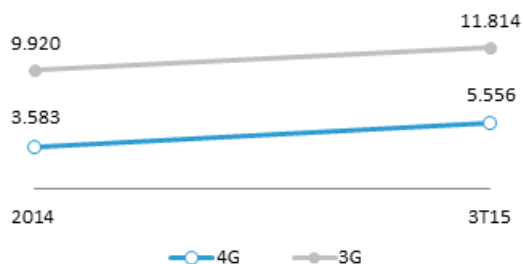
EVOLUÇÃO DA REDE: Adição de 6,9 mil km de Fibra e liderança na cobertura 4G

O 3T15 também foi marcado por uma forte evolução em termos de implantação de rede. A cobertura e a capacidade continuam a ser o ponto central na infraestrutura e a TIM está dedicando um enorme esforço financeiro e operacional para manter o rumo de uma expansão consistente. **No 3T15, 6,9 mil quilômetros de fibra ótica foram implantados** juntamente com outros projetos de rede, como a densificação local, expansão de Wi-Fi e small cell, desenvolvimento de *backhauling*, ajustes finos de *cell-site*, e outros.

O projeto TIM Wi-Fi acelerou no terceiro trimestre, com 73 novos *hotspots*, totalizando quase 1,8 mil em todo país. **Quando comparado ao mesmo período do ano anterior, o número de hotspots aumentou 71%.**

Cobertura 3G/4G

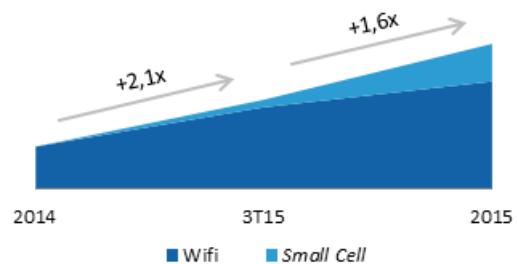
Número de sites 3G/4G



Fonte: Companhia

Sites HetNet

Número de wifi hotspots e small cells 3G/4G



¹ O SINDEC é o Sistema Nacional de Informações e Defesa do Consumidor, formado por 406 agências (PROCONs). A estimativa é de que esses PROCONs representem 48% do total de reclamações no Brasil. Os números consideram tanto o negócio móvel como fixo. Os estados de CE, DF, e PB não foram cobertos neste trimestre. Devido a problemas técnicos relatados pela agência, os dados podem sofrer alterações.

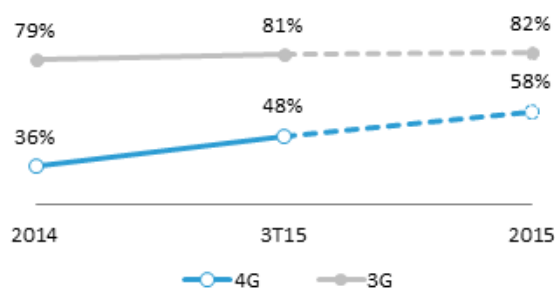
Em 9M15, o Projeto Banda Larga Móvel (MBB)² adicionou 48 novas cidades seguindo a implantação do projeto. Além das novas cidades, a Companhia também concentrou esforços na densificação da cobertura de 46 cidades que já estavam incluídas em 2014 e são o pilar do crescimento da receita de SVA móvel. No 3T15, o projeto MBB alcançou 173 cidades, cobrindo mais de 70% de todo o tráfego. A meta é concluir 195 cidades até o fim de 2015.

A ganho médio de transferência para as cidades que concluíram o MBB é notável, provando a abordagem eficiente usada pelo projeto, gerenciando o Acesso (HSPA+ e *dual carrier*), Transporte (backhaul e backbone usando FTTS e enlaces de microondas de alta capacidade) e IP-Core (*caching, peering, e trânsito*).

No 4G, a TIM tem o orgulho de anunciar que alcançou a liderança em termos de cidades cobertas, alcançando 278 cidades em outubro. Até o final de 2015 a empresa planeja estender sua cobertura para 400 cidades alcançando 58% da população urbana do país. No terceiro trimestre a TIM alcançou 48% da população urbana total.

Cobertura da População por Tecnologia

% da população urbana coberta com 3G/4G



Fonte: Companhia

A TIM continua a se concentrar na expansão da cobertura 4G também através do *refarming* do espectro. O projeto compreende a otimização da cobertura e a ampliação do número de locais com tecnologia 4G, principalmente usando a banda de 1.800MHz e reorganizando o uso da frequência de acordo com a disponibilidade do espectro.

Em relação ao 3G, neste trimestre a TIM expandiu sua cobertura para 40 novas cidades, alcançando 1.735 cidades ou 81,3% da população urbana. Até o final de 2015, a Companhia espera alcançar 1.992 cidades, cobrindo 82% da população urbana. A cobertura GSM ficou em quase 95% da população urbana.

² O projeto MBB compreende ações em toda rede: Acesso (4G, HSPA+ com portadora dupla), Transporte (backhaul e backbone usando FTTS e enlaces de microondas de alta capacidade), e IP-Core (*caching, peering e trânsito*)

Pós-pago: a TIM Lança o Liberty Top no 3T15

A oferta Liberty Top, lançada em 20 de julho de 2015, foi a iniciativa de marketing mais relevante do trimestre. A oferta consiste num plano atrativo e competitivo para clientes pós-pago de alto valor que usam dados intensamente, mas não querem desistir do pacote de voz. O plano foi projetado como parte dos esforços da TIM para voltar ao segmento de maior valor.

Em termos de desempenho, o novo plano mostrou resultados importantes no 3T15, melhorando as adições líquidas de pós-pago e acelerando as migrações de pré-pago para pós-pago. É importante destacar que o efeito de canibalização foi pequeno já que mais de 2/3 das migrações foram feitas a partir de planos inferiores.

O novo plano consiste em 6GB de dados (que pode ser compartilhado com três chips diferentes incluindo smartphones, tablets, e modems), chamadas ilimitadas dentro da rede e 400 minutos de chamadas fora da rede. Adicionalmente, os clientes podem enviar mensagens de texto e áudio, compartilhar fotos e vídeos pelo aplicativo WhatsApp, de forma ilimitada, sem consumir a sua franquia de dados. Em relação a valor, a oferta foi fixada em R\$139,00/mês em 14 estados (incluindo mercados grandes como SP, MG, BA, e DF) e R\$99,00 nos estados do Rio de Janeiro e Espírito Santo.

Cientes Pré-pago: Expansão da Franquia de Dados

Em agosto, a TIM lançou a oferta Turbo WhatsApp para atender a demanda crescente de dados no segmento pré-pago. Se trata de uma oferta mensal do pré-pago e consiste em 50MB /dia como limite de dados a ser gasto com uso de WhatsApp, incluindo mensagens de texto e áudio, fotos e vídeos, mas outra franquia de 50MB/mês a ser gasta com outros conteúdos de internet. A oferta custa R\$12 e foi concebida para atender a demanda crescente de utilização do aplicativo de mensagens.

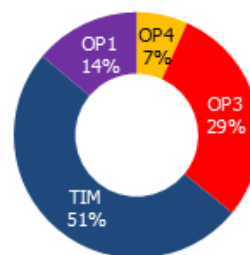
Em outubro, a TIM atualizou suas ofertas Infinty Web e Infinity Web+SMS. O limite de dados passou de 10MB/dia para 50MB/dia enquanto os preços não foram alterados ficando em R\$0,75 e R\$0,99 por dia, respectivamente. As duas ofertas incluem ainda o uso ilimitado de WhatsApp para texto, envio de áudio, fotos e vídeos. Essas alterações visam aumentar a satisfação do cliente depois de um período de ajustes após o início do bloqueio de dados quando a franquia de dados do usuário é atingida.

Aparelhos: Segmento em Transformação

O mercado de aparelhos continua apresentando uma desaceleração significativa neste ano já que as vendas de telefones tradicionais despencaram após a troca para smartphones. Apesar disso, o ritmo de vendas de smartphones está desacelerando já que os clientes continuam sendo afetados negativamente por um ambiente macroeconômico mais difícil.

Market Share de Smartphones (3T15)

(% das vendas entre as operadoras)



Fonte: Grupo GfK - Relatório de Agosto15

Pesquisas mostram que as vendas de aparelhos dos fabricantes caíram 17% no 1S15 no Brasil chegando a 27,4 milhões unidades, de acordo com a Associação Brasileira da Indústria de Eletroeletrônicos (ABIEE). Elas foram amplamente afetadas por uma redução de 78% na venda de telefones tradicionais. As vendas de smartphones, entretanto, apresentaram um aumento de 8% no mesmo período como resultado de um forte primeiro trimestre de 2015, enquanto o segundo trimestre de 2015 apresentou uma contração de 13%.

Apesar desse cenário, a TIM manteve sua posição de liderança nas vendas de smartphones no setor de varejo, alcançando um market share de 50% no acumulado do ano até agosto.

Outras Iniciativas de Marketing

Seguindo a estratégia de expansão da mobilidade, permitindo que os usuários obtenham o máximo dos seus dispositivos, a TIM continuou aumentando e melhorando seu portfólio de aplicativos. Neste trimestre os destaques são os seguintes:



"TIM Gourmet" – Destinado a fãs da cozinha e gastronomia, o aplicativo oferece uma ampla gama de serviços desde guias de restaurante a entrega de comida. O aplicativo também conta com dicas de receitas e cozinha em vídeo do renomado *chef* Claude Troisgois. A assinatura custa R\$2,99 por semana e o serviço de entrega é feito em parceria com a plataforma iFood.

"TIM Banca Virtual" – Numa parceria com a Editora Abril, a TIM lançou uma plataforma que trabalha como uma banca de revistas virtual reunindo as revistas da Editora Abril favoritas do cliente. O serviço visa proporcionar uma experiência de leitura exclusiva que vai além da digitalização da revista impressa com áudio, vídeo, e interatividade. Os clientes podem optar por uma assinatura mensal (R\$12,99) ou semanal (R\$5,99).



"TIM Empregos" – O aplicativo é uma ferramenta de trabalho/carreira que conta com uma ferramenta de busca do Website Vagas.com – um grande portal no país – e conteúdo específico com tópicos relacionados a carreira, negócios, e tendências de mercado. Uma seção chamada "Prepare-se" dá dicas do conhecido especialista em carreiras, Max Gehringer. A assinatura é de R\$3,99 por semana

Live TIM: 200 mil clientes. Um trimestre memorável com crescimento contínuo e qualidade percebida

A Live TIM encerrou o 3T15 com mais de 200 mil clientes de ultra banda larga, um forte crescimento de 67% quando comparado ao mesmo período de 2014. Esse resultado posicionou o 3T15 como um trimestre memorável na história da Live TIM, com mais de 34 mil novos clientes adicionados à base. Os clientes estão concentrados nas ofertas de 35 e 50 Mbps, mas com o crescimento do portfólio oferecido, os clientes estão aderindo a planos com velocidades mais altas.

No final do 3T15 a Live TIM tinha 29,2 prédios conectados (quando comparado a 15,6 mil no 3T14), e um mercado em potencial de mais de 1,9 milhão de domicílios nas regiões metropolitanas de São Paulo e do Rio de Janeiro. Os clientes em potencial registrados no website do Live TIM totalizaram 1,17 milhão (contra 776k no 3T14).

O 3T15 também foi marcado pela confirmação da percepção de qualidade do mercado em relação ao serviço de banda larga da TIM. Durante o trimestre, a Live TIM foi premiado como:

- A marca mais recomendada pelo Instituto CVA Solutions
- A melhor qualidade de Banda Larga na Pesquisa de Qualidade Percebida conduzida pela Anatel
- O primeiro lugar no ranking de velocidade da Netflix no Brasil

RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA

O Instituto TIM, cuja missão é criar e ampliar recursos para democratização da ciência, tecnologia, e inovação no Brasil, continua, em 2015, com várias iniciativas encaminhadas, todas norteadas pelos quatro princípios: educação, tecnologia aplicada, inclusão e trabalho.

Além disso, neste último trimestre o Instituto TIM lançou o "Academic Working Capital" (AWC), um novo projeto que irá apoiar negócios com base em tecnologia inovadora com a criação de um produto. O objetivo é oferecer apoio financeiro a jovens empreendedores - alunos dos últimos anos de graduação – para que possam criar empresas a partir dos seus Projetos de Graduação. Em 2015, o Instituto TIM investirá R\$ 400 mil em até 40 projetos.

Os projetos serão analisados por um comitê julgador especializado, formado por professores e profissionais do mercado, e as equipes escolhidas receberão orientação e apoio financeiro para lançar seus produtos ao longo do ano seguinte. Durante todo o projeto, os alunos participam de oficinas com treinamento em Negócios e Tecnologia e são monitorados pelos consultores do CTA, que apoiarão o grupo principalmente na tomada de decisões técnicas e comerciais. No final do projeto, os alunos terão a oportunidade de participar de uma Feira de Investimentos na qual cada projeto terá um estande e os membros da equipe estarão disponíveis para apresentar e demonstrar suas soluções para os investidores e profissionais do mercado.

Atualmente, existem 11 projetos já orientados pelos consultores do CTA. Entre esses projetos, existe um biodigestor capaz de usar o excedente de eletricidade de fontes eólica para gerar biogás, um reciclador de papel portátil e o Caminhão Basculante, um veículo elétrico capaz de carregar 200 quilos.

CONSUMO DE ENERGIA

Em linha com os princípios da sua Política Ambiental, a TIM considera o consumo de energia como um dos seus desafios. Na tabela abaixo é possível observar a evolução do consumo quando comparado com o ano interior.

Descrição	3T15	3T14	% A/A
Consumo de energia indireto em MWh (Eletricidade)	174.448	98.205	78%
Consumo de energia direto em L (Gasolina e Diesel)	392.479	483.846	-19%

O aumento no consumo de eletricidade é devido ao crescimento da planta. No terceiro trimestre de 2015 foram ativadas cerca de 1.900 novos elementos de rede, enquanto no mesmo período de 2014 foram ativados cerca de 500 elementos de rede. No final do terceiro trimestre de 2014, nós tínhamos cerca de 27.200 elementos de rede ativos, enquanto ao final do mesmo período em 2015 nós atingimos cerca de 30.600 elementos de rede. A redução observada no consumo de combustível é devida ao realinhamento da rota dos veículos dos consultores de vendas.

A eficiência energética é conduzida através de algumas ações como o Projeto de Troca (substituição dos equipamentos de acesso por modelos mais modernos e eficientes) e o contrato de Compartilhamento de RAN (compartilhamento do modelo de infraestrutura de rede com outras operadoras de telecomunicação). Em termos ambientais, o contrato de Compartilhamento de RAN reduz o consumo de eletricidade e também tem um impacto urbano positivo já que implica na redução do número de novas Estações de Rádio-Base (ERB), minimizando a inconveniência para a população (Indicador EN5, GRI3 3.1).

Com uma redução significativa do impacto visual, o Biosites ajuda na harmonização com o ambiente e a infraestrutura urbana. Sua multifuncionalidade pode ir além da transmissão de telecomunicações, contribuindo para iluminação e segurança através de câmeras de vigilância. No final de setembro, o projeto ultrapassou o número de 100 Biosites ativos, um aumento considerável quando comparado aos 23 Biosites ativados em dezembro de 2014.

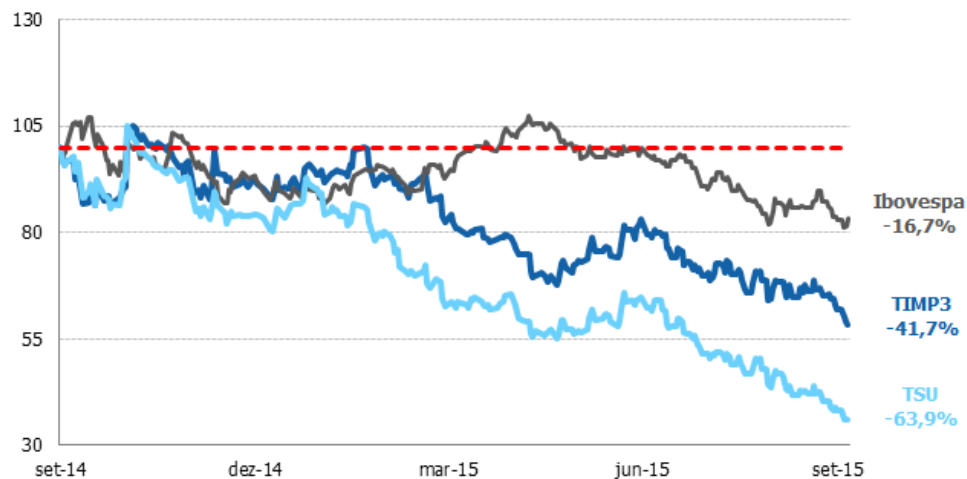
³ A Iniciativa de Divulgação Global (GRI), uma norma internacional de divulgação de indicadores de desempenho, é usada pela TIM no seu Relatório de Sustentabilidade.

DESEMPENHO EM BOLSA

A TIMP3 encerrou o terceiro trimestre de 2015 a R\$7,51, uma redução de 41,7% nos últimos 12 meses, enquanto o Índice Bovespa (Ibovespa) sofreu uma queda de 16,7% no mesmo período. As ADRs da Companhia encerraram o terceiro trimestre de 2015 a US\$9,45, uma redução de 63,9% nos últimos 12 meses (o real desvalorizou 62% em relação ao dólar no 3T15 em comparação com o 3T14).

Performance das Ações da TIM

(Base 100 em 30 de Setembro de 2014; $\Delta\%$ Set-15 x Set-14)



Fonte: Bloomberg

EVENTOS SUBSEQUENTES

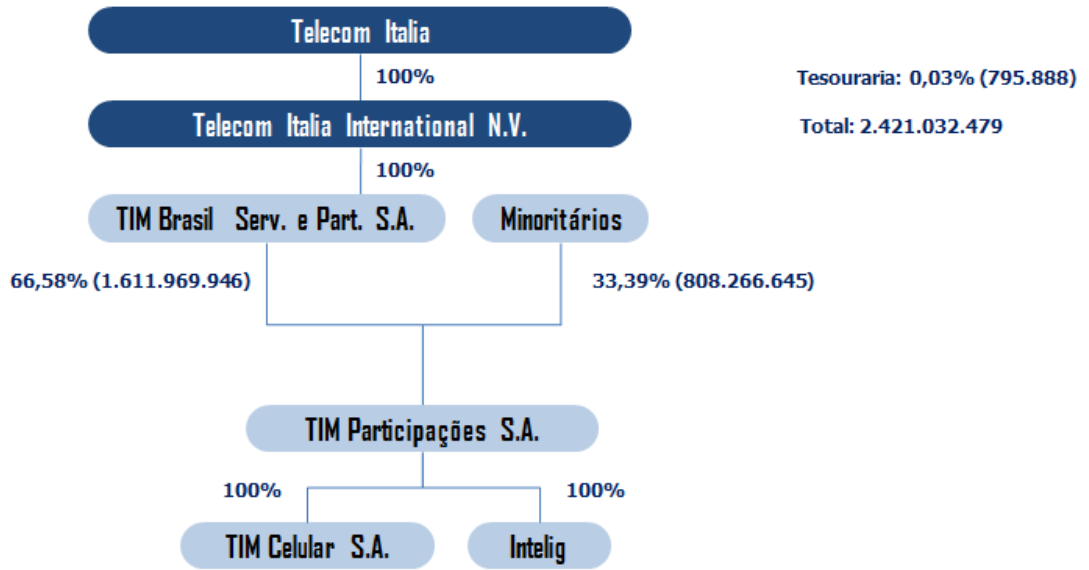
NOVAS OFERTAS - Mudando o foco. Resposta rápida à nova realidade do mercado

Em 30 de outubro a TIM lançou um novo portfólio de ofertas, evoluindo a abordagem de mercado dos segmentos pós-pago, pré-pago e controle da empresa. Essa mudança estratégica ocorre num cenário onde: o mercado móvel alcança sua maturidade, o efeito comunidade desacelera, a consolidação dos *simcards* do mercado acelera, forte redução no MOU, declínio nas receitas de voz mais forte que o crescimento de dados e estágios finais do impacto da V-UM.

Baseado neste contexto, a Companhia ajustou suas ofertas dos pacotes móveis para extrair valor de chamadas com destinação off-net. Com essa estratégia inovadora e disruptiva, a TIM espera defender voz, acelerando ainda mais dados para buscar recuperação nas receitas.

NOVO TIM PRÉ	NOVO TIM CONTROLE	NOVO TIM PÓS
R\$7/7 dias <ul style="list-style-type: none">• 100 min p/ todas operadoras• SMS On/Off net<ul style="list-style-type: none">• 150MB	R\$35/mês <ul style="list-style-type: none">• 500 min p/ todas operadoras• SMS On/Off net<ul style="list-style-type: none">• 500MB	R\$99/mês <ul style="list-style-type: none">• 1.000 min p/ todas operadoras• SMS On/Off net<ul style="list-style-type: none">• 2GB
R\$10/7 dias <ul style="list-style-type: none">• 100 min p/ todas operadoras• SMS On/Off net<ul style="list-style-type: none">• 300MB	R\$50/mês <ul style="list-style-type: none">• 500 min p/ todas operadoras• SMS On/Off net<ul style="list-style-type: none">• 1GB	R\$139/mês <ul style="list-style-type: none">• 1.000 min p/ todas operadoras• SMS On/Off net<ul style="list-style-type: none">• 4GB
	R\$70/mês <ul style="list-style-type: none">• 700 min p/ todas operadoras• SMS On/Off net<ul style="list-style-type: none">• 1,5GB	R\$169/mês <ul style="list-style-type: none">• 1.000 min p/ todas operadoras• SMS On/Off net<ul style="list-style-type: none">• 6GB

ESTRUTURA SOCIETÁRIA



SOBRE A TIM PARTICIPAÇÕES S.A.

A TIM é uma das maiores empresas de telecomunicações no Brasil. Com um foco no investimento em inovação e na qualidade da sua rede, serviços e atendimento ao cliente, a TIM cumpre a sua missão de conectar e cuidar de cada um para que todos possam fazer mais.

Como a primeira operadora do Brasil a ter uma presença nacional, a TIM tem a inovação em seu DNA e procura melhorar a vida de seus usuários através da sua tecnologia. Portanto, além de trabalhar constantemente na expansão e melhoria de sua rede, a empresa acumulou um portfólio completo, que oferece telefonia móvel e fixa, e acesso à Internet. Com a TIM, os clientes individuais e corporativos sempre podem ser conectados.

A infraestrutura da empresa é uma das suas prioridades estratégicas. Ao longo dos últimos anos, a TIM tem atualizado seus equipamentos e feito aquisições - tais como a Intelig, em 2009, e a AES Atimus, em 2011 - reforçando o seu compromisso com a qualidade e acessibilidade. Entre 2015 e 2017, a empresa vai investir R\$ 14 bilhões em suas operações, e a maior parte desse montante será reservado para expandir a cobertura 4G e 3G em todo o país, em linha com as expectativas de crescimento da empresa na demanda por tráfego de dados.

A transparência é também um dos pilares da prestadora. A TIM Participações é uma sociedade por ações, cujas ações são negociadas na Bolsa de Valores de São Paulo (BM&FBOVESPA) sob o símbolo TIMP3 e com ADRs (American Depositary Receipts) negociadas na Bolsa de Nova York (New York Stock Exchange - NYSE) sob o símbolo TSU. A TIM é também a única empresa do setor de telecomunicações listada no "Novo Mercado" da BM&FBOVESPA, reconhecido por exigir o nível máximo de governança corporativa, e também faz parte do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) e do Índice Carbono Eficiente (ICO2). Uma das suas principais iniciativas é o projeto [Portas Abertas](#), que permite aos consumidores acompanhar as ações de melhoria e aprimoramento da rede, além de conhecer a verdadeira imagem da cobertura da TIM. Também dignas de nota são as iniciativas do [Instituto TIM](#), que visam criar e maximizar os recursos estratégicos para tornar a educação de ciência e inovação disponível para todos no Brasil.

Você, sua casa e seu negócio

Telefonia móvel e fixa e acesso à Internet através de modems, tablets e telefones celulares que funcionam com as tecnologias 3G e 4G, além de Internet ultra banda larga, são os serviços que fazem parte do portfólio inovador da TIM. A operadora foi a primeira do mercado a investir na oferta de novos formatos, tais como a cobrança pelo uso de voz e internet móvel por dia ou por meio de planos mensais de faturamento pagos através de cartão de crédito. E continua revolucionando o mercado, oferecendo mais benefícios e proporcionando tarifas mais acessíveis aos seus consumidores.

A empresa também tem as soluções ideais para pequenas, médias e grandes empresas. A área de Soluções Corporativas oferece voz fixa e serviços avançados de dados para o segmento corporativo, compreendendo os perfis e necessidades das empresas e aprimorando a produtividade e competitividade dos clientes, enquanto ainda diminui os seus custos.

No segmento da Internet ultra banda larga, o Live TIM é uma referência de qualidade, com a base de clientes mais satisfeitos do país. A Companhia apresentou no mercado os planos de navegação que são cerca de dez vezes mais rápidos do que a média brasileira de banda larga, permitindo assim downloads e uploads de arquivos muito mais rápidos, jogo livres de travamentos e streaming de vídeo de alta definição em tempo real. A Live TIM oferece planos de 35 MB a 1 GB e está disponível para clientes residenciais e empresariais em São Paulo, Rio de Janeiro, Duque de Caxias, e Nova Iguaçu. A empresa também oferece o Live TIM Blue Box, um centro de entretenimento que integra - em um único sistema - TV digital de alta definição gratuita, conteúdo de Netflix e YouTube, e TV paga através de uma colaboração exclusiva com a TV Alphaville.

TERMO DE ISENÇÃO DE RESPONSABILIDADE

As informações financeiras e operacionais consolidadas contidas neste documento, exceto onde indicado, são apresentadas segundo as normas internacionais de contabilidade IFRS (International Financial Reporting Standards) e em Reais (R\$), em conformidade com a Lei das Sociedades por Ações. Todas as comparações referem-se ao terceiro trimestre de 2014 (3T14), aos primeiros nove meses de 2014 (9M14) e ao segundo trimestre de 2015 (2T15), exceto quando indicado de outra forma.

Este documento pode conter declarações de caráter prospectivo. Essas declarações não são declarações de fatos históricos e refletem as crenças e expectativas da administração da Empresa. As palavras "antecipa", "acredita", "estima", "espera", "prevê", "planeja", "prediz", "projeta", "visa" e palavras similares têm como intenção identificar essas declarações, que envolvem necessariamente riscos e incertezas conhecidos e desconhecidos previstos ou não pela Companhia. Portanto, os resultados operacionais futuros da Companhia poderão diferir das expectativas atuais e os leitores desta divulgação não devem basear suas considerações exclusivamente nas informações aqui fornecidas. Declarações prospectivas refletem apenas as opiniões na data em que são apresentadas e a Companhia não está obrigada a atualizá-las diante de novas informações ou desdobramentos futuros.

CONTATOS DE RELAÇÕES COM INVESTIDORES

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

E-mail: ri@timbrasil.com.br

Site de Relações com Investidores: www.tim.com.br/ri

Twitter: @TIM_RI

Aplicativo TIM IR:



ANEXOS

- Anexo 1: Balanço Patrimonial
- Anexo 2: Demonstrações de Resultados
- Anexo 3: Demonstrações dos Fluxos de Caixa
- Anexo 4: Indicadores Operacionais

As Demonstrações Financeiras Completas, incluindo as Notas Explicativas, estão disponíveis no Site de Relações com Investidores da Empresa.

Anexo 1
TIM PARTICIPAÇÕES S.A.
Balanco Patrimonial
(Em milhares de reais)

DESCRIÇÃO	3T15	2T15	% T/T	3T14	%A/A
ATIVO	33.904.039	33.596.262	0,9%	29.327.441	15,6%
CIRCULANTE	10.346.490	10.897.865	-5,1%	11.397.070	-9,2%
Caixa e equivalentes de caixa	4.408.450	4.842.123	-9,0%	5.427.870	-18,8%
Aplicações Financeiras	420.654	-	n.a.	-	n.a.
Contas a receber	2.981.349	3.146.115	-5,2%	3.429.189	-13,1%
Estoques	160.713	327.609	-50,9%	306.619	-47,6%
Impostos e contribuições indiretos a recuperar	1.145.930	1.202.048	-4,7%	1.221.198	-6,2%
Impostos e contribuições diretos a recuperar	290.681	418.848	-30,6%	386.047	-24,7%
Despesas antecipadas	358.982	670.782	-46,5%	361.906	-0,8%
Operações com derivativos	416.223	113.884	265,5%	28.089	1381,8%
Leasing	1.881	1.792	4,9%	1.525	23,3%
Outros ativos	161.628	174.664	-7,5%	234.626	-31,1%
NÃO CIRCULANTE	23.557.548	22.698.397	3,8%	17.930.371	31,4%
Realizável a Longo Prazo	3.596.141	3.240.915	11,0%	3.117.453	15,4%
Aplicações financeiras	-	45.339	-100,0%	41.886	-100,0%
Contas a receber	26.331	27.561	-4,5%	32.520	-19,0%
Impostos e contribuições indiretos a recuperar	659.246	655.897	0,5%	510.489	29,1%
Impostos e contribuições diretos a recuperar	24.383	23.998	1,6%	56.569	-56,9%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	739.286	720.289	2,6%	948.743	-22,1%
Depósitos judiciais	1.070.414	1.028.339	4,1%	945.058	13,3%
Despesas antecipadas	56.144	59.369	-5,4%	75.327	-25,5%
Operações com derivativos	774.948	472.286	64,1%	301.033	157,4%
Leasing	196.883	195.828	0,5%	192.325	2,4%
Outros ativos	48.507	12.009	303,9%	13.504	259,2%
Permanente	19.961.407	19.457.482	2,6%	14.812.918	34,8%
Imobilizado	10.164.053	9.675.429	5,1%	8.393.996	21,1%
Intangível	9.797.354	9.782.053	0,2%	6.418.922	52,6%
PASSIVO	33.904.039	33.596.262	0,9%	29.327.441	15,6%
CIRCULANTE	7.239.288	7.304.588	-0,9%	7.108.019	1,8%
Fornecedores	3.301.592	3.975.840	-17,0%	4.262.636	-22,5%
Financiamentos e empréstimos	1.873.274	1.254.951	49,3%	1.248.490	50,0%
Operações com derivativos	194.488	50.226	287,2%	27.174	615,7%
Leasing	25.819	18.000	43,4%	5.878	339,2%
Obrigações trabalhistas	275.990	233.938	18,0%	261.460	5,6%
Impostos e contribuições indiretos a recolher	504.547	504.155	0,1%	500.133	0,9%
Impostos e contribuições diretos a recolher	89.429	309.107	-71,1%	150.545	-40,6%
Dividendos a pagar	60.576	60.597	0,0%	53.776	12,6%
Autorizações a pagar	449.284	434.671	3,4%	105.803	324,6%
Receitas Diferidas	443.717	440.566	0,7%	-	n.a.
Outros passivos	20.571	22.538	-8,7%	492.123	-95,8%
NÃO CIRCULANTE	9.736.468	9.728.442	0,1%	6.999.561	39,1%
Financiamentos e empréstimos	5.015.961	5.539.029	-9,4%	5.136.548	-2,3%
Operações com derivativos	-	38.943	-100,0%	-	n.a.
Leasing	1.539.840	1.307.261	17,8%	323.654	375,8%
Autorizações a pagar	626.081	616.620	1,5%	-	n.a.
Impostos e contribuições indiretos a recolher	100	98	2,5%	92	9,4%
Impostos e contribuições diretos a recolher	239.628	235.421	1,8%	226.043	6,0%
Imposto de renda e contribuição social diferidos	773.705	567.860	36,2%	418.056	85,1%
Provisão para contingências	428.123	411.678	4,0%	421.117	1,7%
Passivo atuarial	643	643	0,0%	1.084	-40,7%
Obrigações decorrentes de descontinuidade de ativos	48.012	98.758	-51,4%	296.356	-83,8%
Receitas Diferidas	1.033.785	881.537	17,3%	-	n.a.
Outros passivos	30.590	30.595	0,0%	176.611	-82,7%
PATRIMÔNIO LÍQUIDO	16.928.283	16.563.232	2,2%	15.219.861	11,2%
Capital social	9.866.298	9.866.298	0,0%	9.859.071	0,1%
Reservas de capital	1.347.530	1.346.572	0,1%	1.222.619	10,2%
Reservas de lucros	4.122.262	4.114.635	0,2%	3.055.464	34,9%
Ações em Tesouraria	(3.369)	(3.369)	0,0%	(3.369)	0,0%
Lucro do período	1.595.562	1.239.095	n.a.	1.086.076	46,9%

Anexo 2
TIM PARTICIPAÇÕES S.A.
Demonstração de Resultados
(Em milhares de reais)

DESCRIÇÃO	Análise Trimestral			Análise Anual		
	3T15	3T14	% A/A	9M15	9M14	% A/A
R\$ Milhares						
Receita Bruta	6.227.317	7.228.003	-13,8%	19.682.454	21.433.571	-8,2%
Receita Bruta de Serviços	5.724.033	6.081.110	-5,9%	17.406.268	18.276.151	-4,8%
Serviços Móveis e Outras Receitas	5.467.363	5.848.679	-6,5%	16.670.356	17.601.152	-5,3%
Assinatura e Utilização	2.363.960	2.738.456	-13,7%	7.404.905	8.291.440	-10,7%
SVA - Serviços de valor agregado	1.987.443	1.676.798	18,5%	5.726.047	4.753.901	20,4%
Longa Distância	671.044	760.797	-11,8%	2.077.212	2.347.194	-11,5%
Interconexão	369.601	605.718	-39,0%	1.217.279	2.008.638	-39,4%
Outras Receitas	75.317	66.910	12,6%	244.913	199.979	22,5%
Serviços Fixos e Outras Receitas	256.670	232.430	10,4%	735.912	675.000	9,0%
Receita Bruta de Produtos	503.284	1.146.893	-56,1%	2.276.186	3.157.420	-27,9%
Impostos e descontos	(2.110.289)	(2.375.239)	-11,2%	(6.665.677)	(7.103.850)	-6,2%
Impostos e descontos s/ serviços	(1.940.533)	(2.036.086)	-4,7%	(5.898.732)	(6.146.969)	-4,0%
Impostos e descontos s/ produtos	(169.756)	(339.152)	-49,9%	(766.945)	(956.881)	-19,8%
Receita Líquida Total	4.117.027	4.852.764	-15,2%	13.016.777	14.329.721	-9,2%
Receita Líquida de Serviços	3.783.500	4.045.023	-6,5%	11.507.535	12.129.182	-5,1%
Receita Líquida de Produtos	333.527	807.741	-58,7%	1.509.241	2.200.539	-31,4%
Custos da Operação	(2.820.742)	(3.520.861)	-19,9%	(9.109.078)	(10.349.633)	-12,0%
Custo de pessoal	(252.860)	(249.188)	1,5%	(770.001)	(706.778)	8,9%
Comercialização	(867.231)	(1.022.845)	-15,2%	(2.817.353)	(3.028.744)	-7,0%
Rede e interconexão	(955.039)	(1.065.378)	-10,4%	(2.906.803)	(3.270.433)	-11,1%
Generais e administrativos	(150.729)	(167.330)	-9,9%	(422.764)	(495.578)	-14,7%
Custo dos produtos vendidos	(411.650)	(853.853)	-51,8%	(1.706.356)	(2.327.709)	-26,7%
Provisão para devedores duvidosos	(63.223)	(58.071)	8,9%	(179.288)	(211.326)	-15,2%
Outros	(120.010)	(104.197)	15,2%	(306.513)	(309.065)	-0,8%
EBITDA	1.296.285	1.331.903	-2,7%	3.907.698	3.980.087	-1,8%
Margem EBITDA	31,5%	27,4%	4,0p.p.	30,0%	27,8%	2,2p.p.
Depreciação & Amortização	(849.235)	(762.628)	11,4%	(2.493.126)	(2.250.014)	10,8%
Depreciação	(469.093)	(417.756)	12,3%	(1.373.708)	(1.227.064)	12,0%
Amortização	(380.142)	(344.872)	10,2%	(1.119.418)	(1.022.950)	9,4%
EBIT	447.050	569.275	-21,5%	1.414.572	1.730.073	-18,2%
Margem EBIT	10,9%	11,7%	-0,9p.p.	10,9%	12,1%	-1,2p.p.
Resultado Financeiro Líquido	(167.012)	(74.337)	124,7%	(282.977)	(182.877)	54,7%
Despesas financeiras	(391.515)	(267.175)	46,5%	(895.605)	(701.702)	27,6%
Receitas financeiras	223.421	191.905	16,4%	610.775	519.853	17,5%
Variações cambiais, líquidas	1.081	933	15,8%	1.853	(1.029)	-280,2%
Lucro antes dos impostos	280.038	494.938	-43,4%	1.131.595	1.547.196	-26,9%
Imposto de renda e cont. social	(107.672)	(146.608)	-26,6%	(355.777)	(461.120)	-22,8%
Lucro Líquido	172.365	348.330	-50,5%	775.818	1.086.076	-28,6%
Receita Líquida Total	4.117.027	4.852.764	-15,2%	13.016.777	14.329.721	-9,2%
Custos da Operação	(2.554.218)	(3.520.861)	-27,5%	(7.925.007)	(10.349.633)	-23,4%
EBITDA	1.562.809	1.331.903	17,3%	5.091.769	3.980.087	27,9%
Margem EBITDA	38,0%	27,4%	10,5p.p.	39,1%	27,8%	11,3p.p.
Depreciação & Amortização	(849.235)	(762.628)	11,4%	(2.493.126)	(2.250.014)	10,8%
EBIT	713.574	569.275	25,3%	2.598.643	1.730.073	50,2%
Resultado Financeiro Líquido	(167.012)	(74.337)	124,7%	(282.977)	(182.877)	54,7%
Imposto de renda e cont. social	(190.095)	(146.608)	29,7%	(720.104)	(461.120)	56,2%
Lucro Líquido	356.467	348.330	2,3%	1.595.562	1.086.076	46,9%

¹Excluindo o efeito de venda de torres

Anexo 3
TIM PARTICIPAÇÕES S.A.
Demonstrações dos Fluxos de Caixa
(Em milhares de reais)

DESCRIÇÃO	Análise Trimestral					Análise Anual		
	3T15	3T14	% A/A	2T15	%T/T	9M15	9M14	% A/A
EBIT	713.574	569.274	25,3%	1.356.868	-47,4%	2.598.643	1.730.073	50,2%
Depreciação e amortização	849.236	762.628	11,4%	832.591	2,0%	2.493.127	2.250.014	10,8%
Adições ao ativo permanente	(1.168.132)	(959.744)	21,7%	(1.184.410)	-1,4%	(3.276.290)	(2.616.970)	25,2%
Variações nos ativos e passivos operacionais	218.949	511.748	-57,2%	(23.672)	-1024,9%	(1.797.269)	(1.088.339)	65,1%
Fluxo de Caixa Operacional Livre	613.627	883.906	-30,6%	981.377	-37,5%	18.211	274.778	-93,4%
Resultado financeiro líquido	(167.013)	(74.336)	124,7%	(38.226)	336,9%	(282.977)	(182.877)	54,7%
Impostos (IR e CSSL)	(3.247)	(50.225)	-93,5%	(237.184)	-98,6%	(277.794)	(264.856)	4,9%
Movimentações de ativo/passivo não circulante	(294.089)	(115.827)	153,9%	122.060	-340,9%	(325.106)	(221.766)	46,6%
Aumento de capital social	-	18.972	-100,0%	-	n.a.	-	18.972	-100,0%
Dividendos e JSCP pagos	(21)	(422.154)	-100,0%	(360.348)	-100,0%	(360.426)	(835.850)	-56,9%
Fluxo de Caixa Líquido	149.257	240.336	-37,9%	467.679	-68,1%	(1.228.092)	(1.211.599)	1,4%
Variação no caixa e equivalentes de caixa	149.257	240.336	-37,9%	467.679	-68,1%	(1.228.092)	(1.211.599)	1,4%

Excluindo os efeitos relacionados a aquisição de frequências e leasing								
	3T15	3T14	% A/A	2T15	%T/T	9M15	9M14	% A/A
Fluxo de Caixa Operacional Livre Reportado	613.627	883.906	-30,6%	981.377	-37,5%	18.211	274.778	-93,4%
Efeitos licenças 4G	-	-	-	370.379	-	370.379	-	-
Efeitos do leasing	(273.594)	-	-	(920.733)	-	(1.194.327)	(182.271)	-
Fluxo de Caixa Operacional Livre Orgânico	340.033	883.906	-61,5%	431.023	-21,1%	(805.737)	92.507	-971,0%
Efeitos licenças 4G	-	-	-	-	-	-	-	-
Efeitos do leasing	-	-	-	-	-	-	-	-
Fluxo de Caixa Líquido Orgânico	(124.337)	240.336	-151,7%	(82.675)	50,4%	(2.052.040)	(1.393.870)	47,2%

Anexo 4
TIM PARTICIPAÇÕES S.A.
Indicadores Operacionais

DESCRIÇÃO	3T15	3T14	% A/A	2T15	%T/T	9M15	9M14	% A/A
Base Celular Brasil (milhões)	280.023^A	277.409^C	0,9%	282.455	-0,9%	280.023^A	277.409^C	0,9%
Penetração Total Estimada	138,2% ^A	136,7% ^C	1,5p.p.	138,0%	0,3p.p.	138,2% ^A	136,7% ^C	1,5p.p.
Municípios Atendidos - TIM GSM	3.449	3.432	0,5%	3.449	0,0%	3.449	3.432	0,5%
Market share	26,2% ^A	26,9% ^C	-0,7p.p.	26,4%	-0,2p.p.	26,2% ^A	26,9% ^C	-0,7p.p.
Total de Linhas ('000)	72.573^B	74.705	-2,9%	74.600	-2,7%	72.573^B	74.705	-2,9%
Pré-pago	58.757 ^B	62.436	-5,9%	61.061	-3,8%	58.757 ^B	62.436	-5,9%
Pós-pago	13.816 ^B	12.269	12,6%	13.540	2,0%	13.816 ^B	12.269	12,6%
Adições Brutas ('000)	7.812	9.876	-20,9%	8.794	-11,2%	25.956	28.488	-8,9%
Adições Líquidas ('000)	(2.028) ^B	674	n.d.	(1.149)	n.d.	(3.148) ^B	1.431	n.d.
Churn (%)	-13,2%	-12,4%	-0,9p.p.	-13,2%	-0,1p.p.	-38,7%	-36,6%	-2,1p.p.
ARPU (R\$)	16,4	17,4	-5,7%	16,1	2,0%	16,4	17,6	-6,8%
MOU	119	136	-12,7%	119	0,0%	119	138	-13,4%
SAC (R\$)	35	31	13,5%	31	13,9%	32	30	7,6%
Aparelhos vendidos ('000)	697	3.178	-78,1%	1.532	-54,5%	4.037	8.579	-52,9%
Empregados	13.131	12.524	4,8%	12.930	1,6%	13.131	12.524	4,8%

^AConsidera os números de Ago/15 (dados mais recentes publicados pela Anatel)

^BConsidera números internos de Set/15

^CConsidera números de Ago/14