

# RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE

2013



Você, sem fronteiras.

# SUMÁRIO

CONHEÇA A TIM	3	SUSTENTABILIDADE	33
APRESENTAÇÃO	3	DESTAQUES E METAS DE 2013	33
MENSAGEM DO PRESIDENTE	4	DESEMPENHO ECONÔMICO	35
OPERADORA LÍDER NO SEGMENTO PRÉ-PAGO	6	GESTÃO AMBIENTAL	37
ESTRUTURA ACIONÁRIA	9	DESEMPENHO SOCIAL	49
INVESTIMENTOS ESTRATÉGICOS	10	INVESTIMENTO SOCIAL PRIVADO	60
DESTAQUES 2013	11		
GOVERNANÇA CORPORATIVA	13	SOBRE O RELATÓRIO	65
ESTRUTURA DE GOVERNANÇA	13	PERFIL	65
PERENIDADE DOS NEGÓCIOS	16	ÍNDICE REMISSIVO GRI	67
ENGAJAMENTO DOS PÚBLICOS	21	CARTA DE ASSEGURAÇÃO	73
		BALANÇO SOCIAL ANUAL	75
ESTRATÉGIAS E PERSPECTIVAS	27		
PRESENÇA E EXPANSÃO	27		
COMPROMISSOS DA TIM	29		
SERVIÇOS, PLANOS E PRODUTOS	31		

# CONHEÇA A TIM

## APRESENTAÇÃO

Bem-vindo ao *Relatório de Sustentabilidade 2013* da TIM Participações S.A. Conheça, a seguir, as nossas principais conquistas, desafios e projetos durante o ano em prol do desenvolvimento sustentável e do crescimento de nossa empresa. Como acontece desde 2008, seguimos as diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI), organização não governamental que define padrões de nível internacional para o relato sobre as dimensões sociais, ambientais, econômico-financeiras e de governança.

Nesta edição, iniciamos a nossa transição para a nova versão da metodologia GRI, a G4, que traz a materialidade como elemento central da seleção e organização do conteúdo para a forma de reportar os indicadores. Isso significa que tudo passa pelo crivo do que é ou não relevante para a companhia nos pilares social, ambiental e econômico, conforme o impacto do negócio nos públicos com os quais se relaciona.

Destacamos, neste ano, os nossos investimentos em infraestrutura, oferta, posicionamento institucional e sociedade, ressaltando o lançamento do Instituto TIM, o Plano de Banda Larga Móvel, a adoção do Compartilhamento Ativo da Rede de Acesso 4G (RAN *sharing*) e o desenvolvimento do projeto piloto de *small-cells* (pequenas antenas que contribuem para garantir a qualidade da rede 4G). Os resultados positivos de nossa operação, mesmo diante de um mercado intensamente competitivo, contribuíram para a companhia alcançar a marca de 73,4 milhões de clientes e manter a posição de líder no segmento pré-pago.

E é por meio deste relato, importante canal de diálogo com nossos *stakeholders*, que reforçamos o compromisso com a prática de negócios sustentáveis e com a gestão ética e transparente.

## MENSAGEM DO PRESIDENTE

Em um ano desafiador, a TIM – focada em pilares essenciais para o seu negócio – conquistou resultados positivos e seguiu priorizando a satisfação dos clientes e a busca por uma gestão sustentável

O ano de 2013 foi intenso e de extrema importância para o progresso da TIM. Em março, assumi a presidência da companhia com o desafio de liderar – junto de toda a equipe da empresa – uma nova fase de fortalecimento institucional, com a expansão comercial esperada, mas sempre focando a qualidade dos serviços oferecidos e a busca por uma gestão sustentável. O cenário contribuía para que a tarefa fosse ainda mais difícil, já que o crescimento da economia aquém do previsto acirrou a competição.

Nesse contexto, desempenhamos um trabalho árduo, voltado para a gestão de nossos custos sem abrir mão de acelerar o crescimento do negócio com maior eficiência. Para alcançar os objetivos propostos, quatro prioridades estratégicas nortearam nossa operação durante o ano: investimento em infraestrutura e melhoria da qualidade de rede; evolução das ofertas e inovação constante; posicionamento institucional forte e cooperação com o governo; e foco nos colaboradores da TIM, na nossa cultura e nos valores da nossa companhia.

Esse compromisso assumido por todos os funcionários da empresa nos levou a um resultado positivo no período. As especulações sobre o futuro da TIM não nos fizeram perder o foco nas atividades e nos objetivos da nossa companhia, que são de relevância estratégica para o Grupo Telecom Italia e para o Brasil.

### **NOSSA PRINCIPAL PRIORIDADE: A INFRAESTRUTURA**

Em 2013, investimos fortemente em uma de nossas maiores prioridades: a infraestrutura. Nosso time de engenharia e tecnologia focou em projetos de fortalecimento da qualidade da rede em diversas regiões,

principalmente em um grupo de 195 cidades que concentram a maior parte do tráfego da TIM. Foram destaques a atenção na ampliação e modernização da rede com fibra óptica de última geração. Encerramos 2013 com a conclusão de 95% das duas primeiras fases do projeto Fiber-to-the-Site (FTTS), que leva a fibra até a antena, em 35 grandes cidades. O FTTS é um dos pilares do Plano de Banda Larga Móvel (Mobile Broadband – MBB), que fechou o ano cobrindo cerca de 40 municípios com uma nova tecnologia que proporciona um desempenho diferenciado de navegação para os usuários na banda larga móvel. Além disso, desenvolvemos vários pilotos de *small-cells* (pequenas antenas, importantes para garantir a qualidade da nova rede 4G) e Wi-Fi e inauguramos a linha de transmissão de fibra da Amazônia.

Iniciamos também, no ano passado, a nossa operação de quarta geração no Brasil. Para cumprir o cronograma de implantação da tecnologia no prazo, beneficiando clientes e desenvolvendo a rede 4G no país, fechamos um acordo inédito no mercado brasileiro para compartilhamento da rede de acesso de rádio, indo além do modelo tradicional, limitado às torres. Esse tipo de negócio é essencial para o desenvolvimento das telecomunicações no Brasil, sendo uma alternativa para possíveis dificuldades de licenciamento para as instalações, além de se adequar aos desafios de sustentabilidade, urbanismo e uso consciente da energia.

O TIM Portas Abertas, lançado em fevereiro de 2013, é o portal de relacionamento da TIM em que os clientes podem acompanhar a perspectiva ou o andamento da instalação de antenas, da ampliação da capacidade de rede e da expansão da cobertura 3G. A plataforma contribuiu para a melhoria do relacionamento com esse público em 2013



e recebeu mais de 1 milhão de acessos ao longo do ano.

Todas essas ações já mostram resultados concretos: a TIM, no quarto trimestre de 2013, foi a operadora menos reclamada no órgão nacional de proteção ao consumidor (Sindec) e a segunda menos reclamada na Anatel, tendo reduzido em 18% as queixas relativas à rede, em comparação ao primeiro trimestre de 2013. Além disso, mantivemos nossa posição competitiva, assegurando a liderança no segmento pré-pago e a segunda colocação em telefonia móvel no Brasil, atingindo a marca de 73,4 milhões de clientes e com crescimento acima da média do mercado.

## COMPROMISSO COM A ATUAÇÃO SUSTENTÁVEL

Ao longo de 2013, tivemos projetos muito interessantes que alinharam nossa estratégia de atuação sustentável à estratégia de crescimento e manutenção do negócio em longo prazo: o compartilhamento da rede 4G (RAN sharing), o projeto piloto de *small-cells*, as estações meteorológicas virtuais e o monitoramento de chuvas por meio da instalação de pluviômetros em nossas antenas (uma parceria com o Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação) são bons exemplos disso.

Em julho de 2013, fomos a Brasília apresentar o Instituto TIM ao ministro da Ciência, Tecnologia e Inovação, Marco Antonio Raupp. Com essa parceria firmada, demos início a nossa atuação com o principal objetivo de criar e potencializar recursos estratégicos para a democratização da ciência e da inovação, promovendo o desenvolvimento humano e utilizando a tecnologia móvel como um dos principais habilitadores. As iniciativas do instituto já alcançaram 288 municípios, envolvendo cerca de 100 mil pessoas. Entre os principais projetos, podemos destacar o TIM Faz Ciência, o Círculo da Matemática do Brasil, o TIM Tec e o apoio ao programa federal Ciência sem Fronteiras.

Com relações aos aspectos ambientais, a TIM monitora constantemente as emissões de radiação eletromagnética em suas atividades e realiza o inventário de emissões de GEE (gases de efeito estufa), auditado por uma empresa independente – o que nos rendeu, pela

segunda vez consecutiva, o selo Ouro do Greenhouse Gas Protocol (GHG Protocol). Além disso, integramos voluntariamente, desde o ciclo de 2010, a plataforma Empresas pelo Clima (EPC) e respondemos ao questionário do CDP.

Essas iniciativas foram relevantes durante o ano, tanto que a TIM foi confirmada, pelo sexto ano consecutivo, no Índice de Sustentabilidade (ISE) e selecionada, pelo quarto ano, para integrar o Índice Carbono Eficiente (ICO2), ambas carteiras da BM&FBOvespa. Esse reconhecimento reforça o nosso compromisso com a sustentabilidade e as nossas boas práticas de governança.

Nossas Políticas de Responsabilidade Social e Ambiental são baseadas nos dez princípios do Pacto Global da ONU, compromisso do qual a TIM é signatária desde 2008. Dessa forma, este relatório tem como finalidade ser o Comunicado de Progresso (COP) da companhia nos princípios do Pacto Global, além de prestar contas de suas ações no modelo da Global Reporting Initiative (GRI).

## DESAFIOS AO OLHAR PARA FRENTE

O trabalho vai seguir em ritmo intenso em 2014. Já revolucionamos o mercado de voz, contribuindo para o Brasil falar mais. Agora, seguindo o nosso DNA, vamos evoluir para que os brasileiros possam navegar mais e ir mais longe.

Temos como principais desafios para este ano: continuar desenvolvendo o potencial de nossa base através da substituição fixo-móvel, sobretudo na utilização de dados móveis; seguir na busca pela liderança do mercado de telecomunicações, especialmente na liderança de crescimento de receita e resultados financeiros; prosseguir implementando soluções inovadoras; e ampliar ainda mais nossa qualidade de infraestrutura e cobertura.

Sempre em busca da excelência operacional, continuaremos priorizando também a nossa atuação sustentável, fortalecendo o nosso comprometimento com a responsabilidade social corporativa por meio das ações do Instituto TIM, assim como todas as outras iniciativas da companhia reportadas neste relatório.

**Rodrigo Abreu**  
Presidente da TIM Brasil

## OPERADORA LÍDER NO SEGMENTO PRÉ-PAGO

Em 2013, a TIM manteve a primeira posição no segmento e chegou ao fim do ano com uma base de 73,4 milhões de clientes

Com sede no Rio de Janeiro (RJ), a TIM Participações S.A. presta serviços de telecomunicações por meio de suas subsidiárias, Tim Celular S.A. e Intelig Telecomunicações Ltda. Com atuação no país desde 1998, consolidou-se como empresa de alcance nacional a partir de 2002. Hoje, é uma companhia de capital aberto que opera com serviços de telefonia móvel, fixa e longa distância e transmissão de dados.

Controlada pela TIM Brasil Serviços e Participações S.A. (subsidiária do Grupo Telecom Italia), a empresa é a segunda maior operadora de telefonia móvel do Brasil, registrando um valor de mercado de cerca de R\$ 30 bilhões. Em 2013, manteve a liderança no segmento pré-pago e terminou o ano conquistando a marca de 73,4 milhões de clientes, 4,3% a mais do que no quarto trimestre de 2012 e acima do crescimento do mercado brasileiro, que foi de 3,5%.

Por meio da tecnologia GSM, a TIM alcançou, em 2013, aproximadamente 95% da população urbana, presente em 3.404 cidades. A TIM também presta serviços de cobertura nacional de dados extensivos, 100% dos quais utilizando GPRS (serviço de rádio de pacote geral). A empresa disponibiliza ainda uma rede de terceira geração (3G), que atende 78% da população urbana no Brasil, e 450 redes de *roaming* internacional, em mais de 200 países, nos seis continentes.

Em 2013, a TIM iniciou também a operação 4G no país. Por meio de uma abordagem inovadora, a companhia adotou o modelo de compartilhamento de infraestrutura (RAN *sharing*) com a operadora Oi. Além de permitir a redução dos custos do investimento inicial e promover a eficiência na rotina de operação, o projeto vai possibilitar que 50% dos equipamentos sejam suprimidos até 2016, conforme as metas da Anatel de cobertura 4G para 283 cidades. Em termos ambientais, a iniciativa

reduz o consumo de energia e, consequentemente, as emissões de GEE (gases de efeito estufa) – e prevê que serão poupadas mais de 500 toneladas de material.

Aliada a tudo isso, a força da plataforma Liberty (pós-pago) foi mantida para posicionar e comercializar a oferta 4G. Como resultado, nesse ano o *market share* atingido foi próximo de 31% dos usuários 4G.

Na Europa, a TIM fechou acordo com a Itália para fornecer o serviço de *roaming* internacional em rede 4G. Com isso, tornou-se a primeira operadora no Brasil a disponibilizar, desde dezembro de 2013, a tecnologia aos clientes em viagem naquele país.

### MISSÃO

Estar próximo do cliente, oferecendo possibilidades inovadoras de conectividade, focando suas expectativas e necessidades diversificadas e contribuindo como agente de evolução social por meio de uma gestão sustentável.

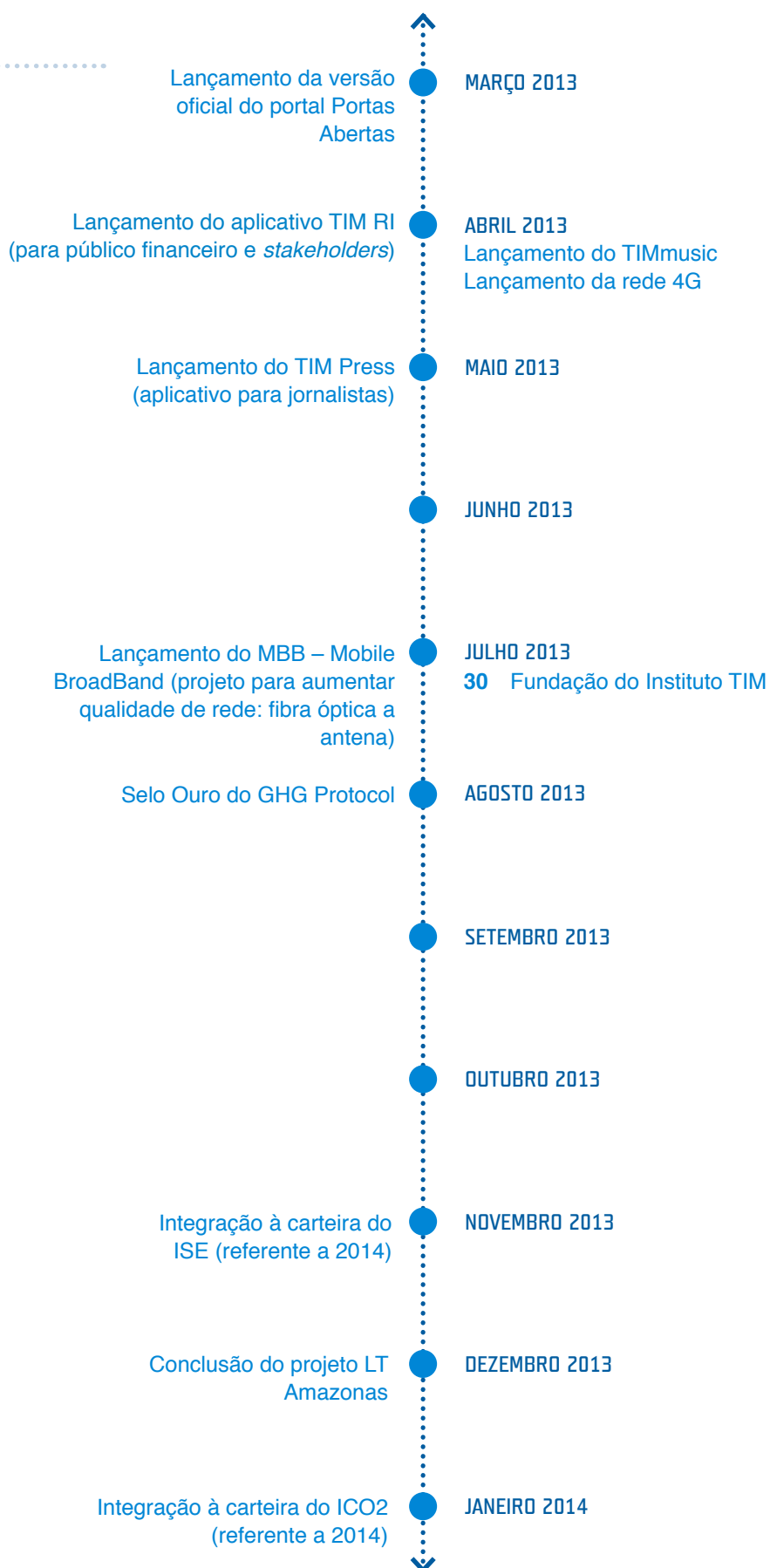
### VISÃO

Ser a escolha número um dos clientes, oferecendo serviços inovadores e de alta qualidade e tornando-se referência de rentabilidade no mercado de telecomunicações do Brasil.

### VALORES

- Proatividade
- Transparência
- Velocidade
- Excelência profissional
- Foco no cliente
- Espírito de equipe
- Inovação
- Espírito empreendedor

## LINHA DO TEMPO



## TIM NO BRASIL

Por meio das subsidiárias TIM Celular S.A. e Intelig Telecomunicações Ltda., a TIM opera em todo o território nacional. A expansão dos negócios na Grande São Paulo e no Grande Rio foi possível com a incorporação da AES Atimus (100% da Eletropaulo

Telecomunicações Ltda. e 98,3% da AES Communications Rio de Janeiro S.A.) à TIM Celular, em 2012. A aquisição das duas empresas, feita em 2011, foi fundamental para reforçar a estratégia da companhia de modernizar e ampliar a capacidade de sua rede.

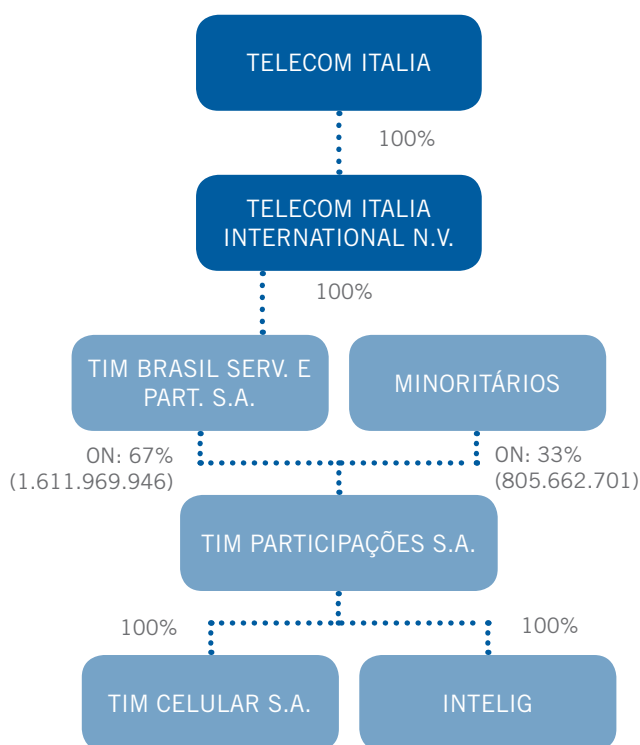
Empresa	Serviços
TIM Celular	Operadora de telefonia móvel com atuação em todo o Brasil, a TIM Celular é líder no segmento pré-pago, com base total de 73,4 milhões de clientes no mercado móvel e provedora de infraestrutura e soluções de comunicação de alto desempenho nas principais cidades das regiões metropolitanas do Rio de Janeiro e de São Paulo. A companhia tem alcance nacional de cerca de 95% da população urbana, a mais ampla cobertura GSM no Brasil, presente em mais de 3.400 cidades.
Intelig	Provedora de telefonia fixa de voz e dados, a Intelig oferece soluções integradas e customizadas ao mercado corporativo para o segmento de governo e de operadoras ( <i>carriers</i> ), com abrangência nacional e internacional. A companhia tem rede de fibras ópticas instalada em 47 mil quilômetros e dispõe de centrais telefônicas, estações satelitais, conexão às grandes redes internacionais e capacidade nos principais sistemas de cabos submarinos.



## ESTRUTURA ACIONÁRIA

Única operadora a entrar para a listagem do Novo Mercado, a TIM converteu ações preferenciais em ordinárias

A entrada da TIM no Novo Mercado, em 2011, alterou a composição acionária da companhia, ocorrendo a conversão das ações preferenciais (PN) em ações ordinárias (ON), que conferem aos acionistas direito de voto em assembleias gerais.

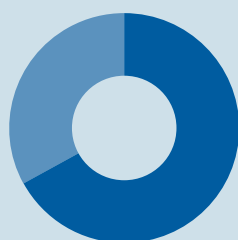


### TIM É A ÚNICA OPERADORA NO NOVO MERCADO

A companhia é a única empresa do setor de telecomunicações a integrar esse segmento da BM&FBovespa, que apresenta nível máximo de governança corporativa. O Novo Mercado é composto de ações de empresas que se comprometem, voluntariamente, com a adoção de boas práticas e a divulgação de informações adicionais em relação ao que é exigido pela legislação. Principais características das companhias listadas no Regulamento do Novo Mercado:

- As empresas devem possuir apenas ações ordinárias, ou seja, todas as ações têm direito a voto na Assembleia de Acionistas;
- O Conselho de Administração da companhia deve ser composto, no mínimo, de 20% de conselheiros independentes;
- Em caso de venda do controle acionário, o comprador estenderá a oferta de compra a todos os demais acionistas, assegurando-se o mesmo tratamento dado ao controlador vendedor (*tag along* de 100%);
- Divulgação de informações financeiras em padrão internacional e com mais profundidade, incluindo relatórios trimestrais com demonstrações de fluxo de caixa e relatórios consolidados revisados por um auditor independente;
- O regulamento exige que a empresa mantenha um percentual mínimo de 25% de ações em circulação (*free float*).

### COMPOSIÇÃO ACIONÁRIA



33% ORDINÁRIAS  
805.662.701

67% ORDINÁRIAS  
1.611.969.946

● Tim Brasil Serviços e Participações S.A.  
● Outros  
Total: 2.417.632.647

# INVESTIMENTOS ESTRATÉGICOS

## Operadora investe R\$ 3,9 bilhões em 2013

Em 2013, a TIM apresentou resultados positivos, tanto operacionais quanto financeiros. Firmados em nossas linhas estratégicas, colocamos em prática as prioridades do ano. Para isso, investimos R\$ 3,9 bilhões em 2013, sendo R\$ 3,5 bilhões alocados para modernização e ampliação de nossa infraestrutura de rede e TI (tecnologia da informação).

Em 2012, a empresa investiu R\$ 379 milhões em projetos de fibra óptica no Brasil para reforçar a sua rede transmissão de informações (voz, dados e sinais). Foram criadas duas novas rotas: a primeira, o trecho Belém-Brasília, foi ativado no início de 2013 e conta com 2,5 mil quilômetros, passando por quatro estados: Maranhão, Pará, Tocantins e Goiás.

A segunda rota, Belém-Manaus, integra o consórcio LT Amazonas, permitindo a inclusão digital da população de áreas remotas do país. O sistema conta com cabos via torres de linhas de transmissão e subestações de energia ao longo de 27 municípios nos estados de Amazonas, Pará e Amapá. O investimento propiciará um aumento de até cem vezes a capacidade de transmissão de voz e dados na região. Em agosto, a TIM finalizou o trecho Tucuruí (PA) a Manaus (AM). Foi implantado mais de 1,4 mil quilômetros de fibra óptica nessa etapa do seu plano de investimentos na Região Norte, para onde se destinaram R\$ 200 milhões.

O investimento bem-sucedido em modernizar a rede de dados entre Belo Horizonte e Salvador, em 2012, foi um grande incentivo para a companhia ampliar o projeto ao Rio de Janeiro e a São Paulo em 2013, aplicando cerca de R\$ 700 milhões.

Em 2013, a TIM também reafirmou seu compromisso com a qualidade dos serviços e do atendimento aos mais de 2,1 milhões de clientes do Rio Grande do Sul. Os investimentos no estado totalizaram mais de R\$ 90 milhões no ano e foram focados, principalmente, na ampliação da rede. Com 291 municípios gaúchos cobertos com a tecnologia 2G e 44 com a 3G, a TIM aumentou em quase 60% a sua capacidade de rede no estado, onde possui 14% de *market share*.

Focando a ampliação e a modernização da rede com fibra óptica de última geração em todo o país, a TIM encerrou 2013 com a conclusão de 95% das duas primeiras fases do projeto Fiber-to-the-Site (FTTS), que leva a fibra até a antena, em 35 grandes cidades brasileiras. O FTTS é um dos pilares do Plano de Banda Larga Móvel (Mobile Broadband – MBB), que fechou o ano atendendo 39 cidades brasileiras com uma nova tecnologia, que proporciona um desempenho diferenciado de navegação para os usuários na banda larga móvel, por meio de *sites* conectados a fibras ópticas de alta velocidade.

Além disso, temos investido mais de R\$ 50 milhões em uma nova plataforma de CRM (Customer Relationship Management). Essa nova plataforma aumentará a capacidade de resposta imediata às chamadas dos clientes no *call center*, melhorando a agilidade e a qualidade no atendimento.

De acordo com o Plano de Melhorias, aprovado pela Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) em agosto de 2012, a companhia vai investir R\$ 10,9 bilhões para melhorar a qualidade da rede e do atendimento até o fim de 2014.

## DESTAQUES 2013

### Compromisso com um modelo de negócio mais sustentável

A sustentabilidade é uma das diretrizes de nossa gestão estratégica. O Comitê de Controle e Riscos – diretamente ligado ao Conselho de Administração – é responsável por levar as discussões sobre o tema responsabilidade social à alta gestão da companhia, para o crescimento e a manutenção do negócio em longo prazo, de forma a considerar aspectos econômicos, ambientais e sociais.

Reafirmando sua busca por uma atuação mais sustentável, a operadora foi confirmada, em 2013, pelo sexto ano consecutivo, no Índice de Sustentabilidade (ISE) e selecionada, pelo quarto ano, para integrar o Índice Carbono Eficiente (ICO2), ambas carteiras da BM&FBovespa. Além disso, anualmente a TIM elabora inventários e responde a questionários relacionados às suas emissões de gases de efeito estufa e à sua estratégia com relação às mudanças climáticas, participando de iniciativas como o GHG Protocol, o CDP e o EPC (grupo de empresas para discussões sobre o tema).

Iniciativas como os projetos de RAN *sharing* (compartilhamento de rede de acesso 4G com outra operadora), a plataforma de monitoramento de chuvas (visando a uma melhor gestão dos dados pluviométricos nacionais e, assim, de riscos de desastres naturais) e a estação climática virtual (em parceria com o Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação – MCTI) trazem para o negócio central da companhia estratégias inovadoras, voltadas para o desenvolvimento sustentável.

Um dos grandes destaques de 2013 foi o lançamento do Instituto TIM, em julho de 2013, criado para consolidar a estratégia de investimento social privado da empresa. O instituto tem como principal objetivo criar e potencializar recursos estratégicos para a democratização da ciência e da inovação,

promovendo o desenvolvimento humano e utilizando a tecnologia móvel como um dos principais habilitadores.

A TIM atingiu a marca de 73,4 milhões de usuários em todo o Brasil em 2013, o que representa um aumento de 4,3% da sua base total em linhas – resultado acima do crescimento apresentado pelo mercado brasileiro (3,5%). A empresa se mantém na segunda colocação do mercado e na liderança do pré-pago no Brasil, alcançando *market share* de 27,1%. Os usuários pré-pagos totalizaram 61,1 milhões, um aumento de 2,5% ano contra ano (A/A), graças, principalmente, ao plano Infinity Pré, que alcançou 59,5 milhões de usuários ou 97,4% da base nesse segmento.

#### CONHEÇA OS NÚMEROS DA TIM EM 2013

- 73,4 milhões de clientes – crescimento de 4,3% no ano
- 39,6 milhões de novas linhas (adição bruta)
- 12.870 colaboradores
- 95% da população urbana no Brasil atendida pela tecnologia 2G, em 3,4 mil cidades
- 78% da população urbana do Brasil abrangida pela tecnologia 3G e 27,1%, pela 4G
- 100% de cobertura de dados por GPRS
- 450 redes de *roaming* internacional, disponíveis em mais de 200 países, nos seis continentes
- R\$ 3,9 bilhões em investimentos, sendo R\$ 3,5 bilhões alocados para infraestrutura de rede e TI
- 47 mil quilômetros em rede de fibra óptica
- 39 cidades atendidas pelo projeto FTTS, com 95% das fases 1 e 2 concluídas

## PRÊMIOS E RECONHECIMENTOS

- Em âmbito internacional, o projeto Live TIM rendeu à companhia uma premiação no Global Innovation Awards, realizado pela revista britânica *Global Telecom Business* em Londres, na categoria Inovação no Serviço ao Consumidor. A iniciativa reconhece projetos diferenciados do setor para a expansão da banda larga.
- Já na 13ª edição do Prêmio ABT (Associação Brasileira de Telesserviços), a TIM recebeu prêmios em quatro categorias e foi reconhecida como Empresa de Excelência em Relacionamento com o Cliente. O programa Consultor 5 Estrelas recebeu troféu Ouro na categoria Recursos Humanos; o *case* Estratégia do Canal Gera Receita ficou com o Ouro na categoria Operação Terceirizada; o *case* Portas Abertas levou Bronze na categoria Inovação; e o *case* Redução que Gera Qualidade foi premiado com Bronze na categoria Gestão de Qualidade.
- A TIM foi considerada pela revista *IstoÉ Dinheiro* uma das 50 empresas do bem, no país. A publicação realizou um *ranking* das corporações que possuem iniciativas nas categorias Tecnologia, Gestão, Meio Ambiente, Educação e Comunidade. A TIM foi reconhecida em Comunidade, com o projeto TIM ArtEducação.
- Já no segundo estudo feito pela CK Capital, a companhia foi considerada uma das empresas mais transparentes em relação à divulgação de informações relativas ao desenvolvimento sustentável. Publicado no jornal *Valor Econômico*, o relatório apontou que a TIM apresentou seis de sete indicadores referentes à sustentabilidade, sendo destacada ainda como uma das 14 companhias brasileiras que são líderes em seus respectivos setores.
- A TIM também foi premiada no Top of Mind Internet como a marca mais lembrada no segmento de telefonia. A premiação foi criada em 2007 pelo *site* UOL para reconhecer os profissionais e as marcas que valorizam a mídia *online*.
- Em 2013, a Equipe de Relações com Investidores da TIM foi considerada pelo terceiro ano consecutivo a melhor equipe da América Latina no setor de Tecnologia, Mídia e Telecomunicações (TMT) no ranking The 2013 Latin America Executive Team, da revista *Institutional Investor*.

O aumento registrado na base total em linhas em 2013 foi de 4,3% (73,4 milhões de usuários em todo o país), um resultado acima do crescimento apresentado pelo mercado brasileiro (3,5%)

Melhorias na reaceleração do pós-pago também puderam ser observadas: o percentual de adição líquida desse segmento superou o segmento pré-pago. Como consequência, a base de clientes pós-pago cresceu 14,6% A/A, fazendo com que o *mix* de base alcançasse 17% de clientes pós-pagos.

O Live TIM, por sua vez, manteve a posição de liderança no serviço de ultrabanda larga no Rio e em São Paulo (para conexões acima de 43 Mbps). A base total chegou a 60 mil clientes. Esse desempenho é explicado pela satisfação do cliente, o que fortaleceu um efeito boca a boca. Ao fim de 2013, o Live TIM teve mais de 9.500 edifícios conectados à área de cobertura da rede, mais que o dobro se comparado com o fim de 2012, e, aproximadamente, 1,1 milhão de domicílios endereçáveis, diante de 881 mil no ano anterior.

GOVERNANÇA CORPORATIVA

# ESTRUTURA DE GOVERNANÇA

Condução dos negócios com ética e transparência é um dos princípios da companhia

Comprometida com o mais alto nível de governança corporativa, a TIM é uma sociedade de capital aberto administrada por um Conselho de Administração e uma Diretoria Executiva e supervisionada por um Conselho Fiscal. O Conselho de Administração conta com o apoio de três comitês: o Comitê de Remuneração; o Comitê de Controle e Riscos; e o Comitê de Auditoria Estatutária (CAE), que, criado no final de 2013, segue as regras da Comissão de Valores Mobiliários, também refletidas no Estatuto Social da Companhia, e representa um elemento fortemente recomendado pelo Instituto Brasileiro

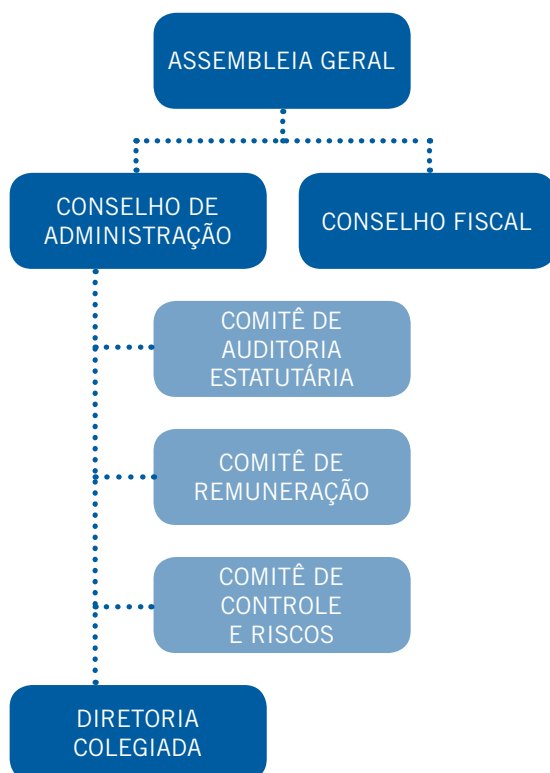
de Governança Corporativa (IBGC). Desde 2011, a companhia se mantém na dianteira do setor em relação à estrutura de governança, sendo a única empresa de telecomunicações listada no Novo Mercado, mais alto nível de governança corporativa da BM&FBovespa.

Os deveres e as responsabilidades dos membros dos órgãos estão determinados na legislação brasileira, no Estatuto Social, nos regimentos internos dos conselhos, nas políticas internas e no Regulamento de Listagem do Novo Mercado. A condução dos negócios com ética e transparência é um dos princípios da companhia, que compõe ainda as carteiras do Índice de Governança Corporativa Diferenciada (IGC) e do Índice de Ações com Tag Along Diferenciado (Itag).

A remuneração dos membros do Conselho da Administração, da Diretoria Executiva e dos demais executivos não está relacionada ao desempenho social e ambiental da TIM.

Em 2013, os grupos responsáveis pela governança da TIM foram compostos de um total de 28 colaboradores, sendo em sua maioria representantes homens, entre as faixas de 36 a 45 anos e acima de 60 anos. [LA13]

## INSTÂNCIAS DA GOVERNANÇA CORPORATIVA





## ATRIBUIÇÕES DOS COMITÊS

COMPOSIÇÃO	ATRIBUIÇÕES
<b>Conselho de Administração</b>	
<p>O Conselho de Administração da TIM é composto de nove membros, eleitos e destituíveis pela Assembleia Geral para o mandato de dois anos, permitida a reeleição, sendo três deles membros independentes, nos termos do Regulamento do Novo Mercado. Cabe aos membros do conselho a escolha de seu presidente, sendo vedado acumular os cargos de presidente do Conselho de Administração e de diretor-presidente ou principal executivo da companhia. A composição do Conselho de Administração está disponível no <i>site</i> <a href="http://www.tim.com.br/ri">www.tim.com.br/ri</a>.</p>	Responsável pela administração superior da companhia.
<b>Comitê de Auditoria Estatutária</b>	
<p>Composto, no mínimo, de três e, no máximo, de cinco membros, indicados pelo Conselho de Administração para mandato de dois anos, que coincidirá com o mandato dos membros do Conselho de Administração, sendo admitida sua indicação por um período máximo de dez anos.</p>	Possui o objetivo de fazer recomendações e emitir pareceres sobre os processos de auditoria, internos e externos, da companhia.
<b>Comitê de Remuneração</b>	
<p>Composto de três membros eleitos pelo Conselho de Administração dentre seus membros.</p>	Responsável por avaliar assuntos que fazem parte do seu escopo e fazer recomendações ao Conselho de Administração, órgão ao qual está vinculado.
<b>Comitê de Controle e Riscos</b>	
<p>Formado por até cinco membros do Conselho de Administração, sendo que dois dos quais devem ser conselheiros independentes.</p>	<p>Responsável por avaliar assuntos que fazem parte do seu escopo e fazer recomendações ao Conselho de Administração, órgão ao qual está vinculado. Inclui o tema responsabilidade social em suas discussões.</p>
<b>Diretoria</b>	
<p>Formada por um diretor-presidente e seis diretores executivos eleitos pelo Conselho de Administração para mandato de dois anos.</p>	Gestão executiva da companhia.
<b>Conselho Fiscal</b>	
<p>Composto de, no mínimo, três e, no máximo, cinco profissionais independentes, sem qualquer outro vínculo com a companhia, eleitos e destituíveis pela Assembleia Geral para o mandato de um ano. A composição do Conselho Fiscal pode ser consultada no <i>site</i> <a href="http://www.tim.com.br/ri">www.tim.com.br/ri</a>.</p>	Atua na fiscalização dos atos da administração da companhia e das informações aos acionistas.

## TOTAL DE PARTICIPANTES DOS GRUPOS RESPONSÁVEIS PELA GOVERNANÇA CORPORATIVA\*

Por gênero	2013	2012	Var. %
Homens	25	29	-13,79%
Mulheres	3	2	50,00%
Por cor/ raça	2013	2012	Var. %
Brancos	28	28	0,00%
Pretos	0	0	0,00%
Pardos	0	2	100%
Amarelos	0	1	-100%
Indígenas	0	1	-100%
Por faixa etária	2013	2012	Var. %
De 18 a 35 anos	1	4	-75,00%
De 36 a 45 anos	7	8	-12,50%
De 46 a 60 anos	5	7	-28,57%
Acima de 60 anos	15	12	25,00%

\*Não inclui estagiários, aprendizes e terceiros.

## CONTRIBUIÇÃO PARA A DEFINIÇÃO DE POLÍTICAS PÚBLICAS

A companhia participa ativamente das discussões do setor em fóruns, eventos e comitês relacionados ao governo federal. Em 2013, esteve presente em debates sobre projetos de infraestrutura de telecomunicações para Copa das Confederações, Copa do Mundo, Jornada Mundial da Juventude, Código de Engenharia para Espaços Turísticos e melhorias na implementação nas cidades. Destacam-se também as discussões sobre logística reversa, cuja participação aconteceu por meio da representação do Sindicato Nacional das Empresas de Telefonia (SindiTele-brasil), que representa institucionalmente as operadoras autorizadas pela Anatel a prestar serviço móvel pessoal no Brasil, e da Associação Brasileira das Prestadoras de Serviços de Telecomunicações Competitivas (Tel-Comp), que tem como missão promover um ambiente de competição justo e isonômico na prestação dos serviços de telecomunicações. A TIM também participou de fóruns da Agenda 21 em algumas localidades do país. [S05]

Em 2013, demos prosseguimento também ao Projeto Wi-Fi, por meio do qual instalamos pontos de acesso nas comunidades da Rocinha (RJ) e de Paraisópolis (SP), democratizando o acesso à internet nessas localidades. Uma parceria com o município de São Paulo permite que os usuários de outras operadoras de Paraisópolis, que possuem a tecnologia, também possam acessar *sites* de utilidade pública usando a rede Wi-Fi da comunidade.

Como outra iniciativa que contribui para a reflexão sobre a definição de políticas públicas ligadas a telecomunicações no Brasil, vale destacar a Plataforma de Coleta de Dados Pluviométricos, uma parceria iniciada entre a TIM e o Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI) que tem como objetivo a instalação de plataformas de coleta de dados pluviométricos em Estações Rádio Base (ERB), localizadas nas proximidades de áreas de risco de desastres naturais. [EC8]

Para aproximar ainda mais as pessoas, a TIM lançou planos como o Infinity Pré, possibilitando que as ligações não fossem mais cobradas por minuto, mas por chamadas ilimitadas para qualquer lugar do Brasil; e o Infinity Web, permitindo juntar acesso à internet e envio de torpedos ilimitados ao custo de alguns centavos. Com o lançamento desses produtos e serviços inovadores desde o início de 2009, a TIM acredita que tenha gerado contribuições positivas, tais como:

- Aumento do nível de emprego;
- Aumento da competitividade das empresas;
- Crescimento do produto interno bruto (PIB);
- Incentivo ao crescimento econômico, por meio da mudança de hábitos e processos de indivíduos, empresas e governos, com reflexos na produtividade e competitividade;
- Incentivo ao desenvolvimento humano local;
- Desenvolvimento industrial e tecnológico. [EC9]

Com relação a partidos políticos, pessoas ou instituições relacionadas, a TIM é proibida formalmente pelo Código de Ética e de Conduta da companhia de fazer qualquer tipo de contribuição. [S06]

## PERENIDADE DOS NEGÓCIOS

Conjunto de códigos e políticas contribui para direcionar uma gestão ética e responsável

Os dez princípios estabelecidos pelo Pacto Global, do qual somos signatários desde 2008, inspiraram a adoção de códigos e políticas pelo Grupo Telecom Italia e pela companhia. Esse conjunto de diretrizes contribui para direcionar uma gestão ética e responsável, reforçando nosso compromisso com questões referentes a direitos humanos, meio ambiente, trabalho e corrupção.

### CERTIFICAÇÕES AMBIENTAL E DE QUALIDADE

Sempre em busca da melhoria contínua dos seus processos internos e dos serviços prestados aos seus clientes, mantemos duas importantes certificações internacionais, que receberam ampliação em 2012. Voltada para as atividades de Gerenciamento e Operação de Rede da TIM Celular, a ISO 14001:2004 – Gestão Ambiental foi estendida para os estados de Rio de Janeiro, Espírito Santo e São Paulo em 2012 e mantida em 2013.

Da mesma forma, a certificação ISO 9001:2008 – Gestão da Qualidade, referente ao Gerenciamento de Rede da TIM Celular, foi ampliada em 2012 e mantida em 2013. O escopo passou a cobrir todo o território nacional, incluindo os processos internos da companhia voltados para melhoria contínua e com foco no cliente. No início de 2014, a empresa também apresentou abrangência para nível nacional da ISO 9001:2008 em Gestão do Faturamento Pós-pago e Pré-pago GSM da operadora para telefonia móvel.

### CÓDIGOS, PRINCÍPIOS E POLÍTICAS

#### CÓDIGO DE ÉTICA E DE CONDUCTA

Aprovado pelo Conselho de Administração em maio de 2013, o nosso novo Código de

Ética e de Conduta exprime os valores fundamentais da empresa, em especial transparência, honestidade e lealdade. São destinatários do código os órgãos societários, empregados, executivos e prestadores de serviços da TIM, assim como colaboradores e terceiros que tenham relações de negócios com a companhia.

Segundo o código, a TIM rejeita e condena comportamentos ilegais e indevidos (inclusive atos de corrupção, de qualquer espécie), a fim de alcançar os seus objetivos econômicos, os quais devem ser perseguidos, exclusivamente, com a excelência de seus produtos e serviços em termos de qualidade e custo/benefício.

#### DEVERES DA TIM EXPRESSOS EM SEU CÓDIGO DE ÉTICA E DE CONDUCTA

- Transparência nos negócios
- Promover a lealdade na concorrência
- Buscar excelência e competitividade no mercado
- Atender ao bem-estar e ao crescimento das comunidades nas quais opera
- Valorizar seus recursos humanos
- Ter como meta o desenvolvimento sustentável

A TIM promove a divulgação do código em relação a seus destinatários, realizando treinamentos para difundir os valores a serem adotados por todos os integrantes da empresa. O código está disponível na intranet para todos os colaboradores e também nos sites da empresa ([www.tim.com.br](http://www.tim.com.br) e [www.tim.com.br/ri](http://www.tim.com.br/ri)).

### CÓDIGO DE CONDOTA PARA OS NEGÓCIOS

Estabelece critérios para o relacionamento com fornecedores, clientes, consumidores e comunidade, prevenindo situações ou comportamentos potencialmente lesivos ao interesse da empresa e visando a um relacionamento justo e com equidade com o mercado e o ambiente de negócios.

### POLÍTICA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

Reporta as diretrizes seguidas pela TIM em questões como saúde e segurança, valorização da diversidade, trabalho infantil e trabalho forçado, liberdade de associação e direito a negociação coletiva, discriminação e assédio, horário de trabalho e remuneração. Disponível no *site* da TIM.

### POLÍTICA DE ENGAJAMENTO

Orienta e estimula os colaboradores na condução participativa de relacionamentos, de modo a incentivar o diálogo e maior envolvimento dos principais públicos de interesse das empresas TIM no Brasil, promovendo iniciativas de engajamento e estimulando a multiplicação dessas práticas nas suas esferas de influência.

### POLÍTICA DE MUDANÇAS CLIMÁTICAS

Estabelece princípios a serem aplicados nas atividades das empresas TIM no Brasil com o objetivo de promover a gestão adequada e eficiente diante de suas emissões de gases do efeito estufa, principalmente no que se refere às mudanças climáticas, atendendo a legislações vigentes, órgãos reguladores e diretrizes do Grupo Telecom Italia.

### POLÍTICA AMBIENTAL

Estabelece princípios que visam promover a melhoria contínua do desempenho ambiental e uma gestão sustentável e responsável. Entre esses princípios estão: a redução da produção de resíduos; o incentivo à coleta diferenciada, à recuperação e à reciclagem; e o atendimento irrestrito à legislação ambiental vigente. Disponível no *site* da TIM.

### POLÍTICA DE RELACIONAMENTO COM FORNECEDORES

Transparência, integridade, respeito aos direitos dos trabalhadores e compromisso com

a sustentabilidade são alguns dos princípios observados nessa política e que regem o relacionamento da TIM com todos os seus fornecedores. Disponível no *site* da TIM.

### POLÍTICA DE DEFESA DA CONCORRÊNCIA

O documento tem como objetivo disseminar, aos funcionários e colaboradores, os princípios que norteiam a política de defesa da concorrência no Brasil. Dessa forma, os profissionais, sobretudo os que lidam com os *stakeholders* da companhia, passam a conhecer a legislação antitruste e a atuação dos órgãos responsáveis por sua aplicação no Brasil. Assim, podem identificar e evitar a ocorrência de atos contrários às normas estabelecidas.

### POLÍTICA DE CONTRATAÇÃO COM PARTES RELACIONADAS

Define as diretrizes e o procedimento a serem seguidos pelas empresas da TIM no Brasil no que diz respeito a toda e qualquer contratação com partes relacionadas desde 2013. A política impede que pessoas físicas ou jurídicas que possuem qualquer vínculo que permita caracterizar uma relação de dependência ou controle possam realizar negociações entre elas. Conforme previsto em lei, não são permitidos quaisquer favorecimentos nessas operações.

### POLÍTICA DE GESTÃO DE RISCOS CORPORATIVOS

Publicado em 2013, esse documento tem como objetivo definir a metodologia-padrão que deve permitir planejar a produção de um processo-padrão de gestão de riscos, como uma referência para análise, avaliação, tratamento e informação a respeito dos riscos presentes na empresa.

### POLÍTICA DE PRIVACIDADE DE DADOS DE CLIENTES

Aprovada em 2010, essa política define os critérios necessários para garantir a privacidade dos dados de clientes, considerados confidenciais pela legislação brasileira, que estão baseados em premissas básicas de controle de acesso.

### POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO E MARKETING

Tem como objetivo garantir o alinhamento das ações e dos projetos de comunicação de *marketing* da TIM com sua missão e seus

princípios relacionados à sustentabilidade. Disponível no *site* da TIM.

A companhia segue as regulamentações do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (Conar) e do Código de Defesa do Consumidor (CDC) para a divulgação de informações corretas, claras e completas em seus anúncios sobre produtos e serviços. Em 2013, havia 15 representações contra a TIM em andamento perante o Conar, sendo 12 propostas por empresas concorrentes e três pelo próprio órgão. Dessas representações, sete foram encerradas no mesmo ano. [PR6]

A TIM mantém constante diálogo com grupos da sociedade a respeito de questionamentos ou preocupações sobre seus produtos e serviços. Em 2013, a companhia participou ativamente de debates com grupos representativos da sociedade, e os resultados foram internalizados na cadeia interna do produto.

Alguns debates realizados em 2013: audiência pública sobre a qualidade dos serviços de telefonia móvel na Comissão de Integração Nacional, Desenvolvimento Regional e da Amazônia (Cindra) e na Comissão de Fiscalização Financeira e Controle (CFFC) da Câmara dos Deputados; e participação nos seminários da Associação das Câmaras de Vereadores do Paraná (Acampar) para divulgar nos municípios do estado o Pacto das Antenas, assinado pela TIM e outras operadoras com a Assembleia Legislativa do Paraná. [PR6 e PR7]

#### AÇÕES JUDICIAIS SOB ANÁLISE

Em relação a concorrência desleal, prática de truste e monopólio, registramos nove processos judiciais em 2013, alguns novos e outros que já se encontravam em aberto, mas todos sob análise. Seguem ações no quadro abaixo. [SO7]

### AÇÕES JUDICIAIS POR CONCORRÊNCIA DESLEAL, PRÁTICAS DE TRUSTE E MONOPÓLIO

Empresa	Objetivo
GVT	Move ação contra a TIM Celular S.A. e outras operadoras visando à declaração de nulidade de cláusula contratual referente ao valor da VU-M praticado, a título de interconexão, entendendo ser abusiva e ilegal. Busca ainda a condenação das empresas ao pagamento de indenização dos valores cobrados excessivamente desde julho de 2004. Todas as operadoras rés, exceto a TIM, celebraram acordos com a GVT, inclusive já homologados pelo juiz. Atualmente, aguarda-se análise de última petição da TIM, mas o processo está concluído desde novembro de 2013.
Falkland	A TIM ajuizou uma ação ordinária contra essa empresa para declarar que não podem ser exigidos os supostos créditos que a empresa alega ter em razão da interconexão com sua rede SME (Serviço Móvel Especializado).
Hoje Sistemas de Informática	Ajuizou uma ação contra as operadoras de telefonia móvel TIM, Vivo, Oi e Claro com base na justificativa de que tais companhias estariam impondo preços abusivos, sem negociação dos valores cobrados pelo uso da rede móvel.
Vivo	Move uma ação de indenização alegando que a TIM divulgou, entre outras informações, a necessidade de as operadoras migrarem para a tecnologia GSM e a falta de qualidade da cobertura da companhia em comparação com a tecnologia TIM.
Central Teleinformática Ltda.	A Central Teleinformática Ltda. alega que a TIM rescindiu indevidamente um contrato de credenciamento para negociação de produtos e serviços, citando o não cumprimento das metas fixadas, além de estabelecer metas comerciais impossíveis de serem alcançadas e permitir a concorrência desleal, não se manifestando em relação à venda dos seus <i>chips</i> a preços inferiores nas outras lojas.
Acip Celular Ltda.	Parceira comercial, alega que a TIM não efetuou pagamentos referentes à remuneração por venda de produtos e serviços e que praticou concorrência desleal ao aumentar o número de lojas próprias, dando preferência ao abastecimento dos produtos para suas lojas próprias e dificultando a liberação de linhas pelo sistema do cliente.
Botafogo Comércio e Importação Ltda.	Revendedora dos produtos da TIM, alega que a companhia estaria comercializando os mesmo produtos das revendas e aplicando preços bem abaixo do mercado.
Dutra Fernandes Ltda.	Alega que possuía contrato de exclusividade com a TIM, no qual se comprometeu a comercializar somente os produtos da companhia, sob pena de cancelamento do contrato. Assim, afirma que cumpriu fielmente o disposto no contrato, mas que a TIM praticou concorrência desleal ao abrir lojas próprias e concorrer diretamente com ela, vendendo, injustificadamente, mercadoria abaixo do preço de custo, o que acarretou no fechamento da loja.
Pam Lite Ltda.	Pede o pagamento de danos morais e materiais e lucros cessantes supostamente sofridos, alegando que a TIM vendia aparelhos celulares com preços inferiores aos que suas revendas obtinham em meio aos fabricantes de aparelhos.



## MODELO ORGANIZATIVO (MO)

Com base no decreto legislativo 231/01, que prevê a responsabilidade administrativa da entidade como resultado da prática de crimes de interesse/vantagem da mesma organização por parte da alta administração (executivos e administradores) ou aqueles submetidos, a TIM adota um Modelo Organizativo. Esse princípio evita que a responsabilidade pessoal de quem comete crimes previstos na lei extrapole para a pessoa jurídica, além de ser um instrumento necessário para regular os processos internos. O Modelo Organizativo é composto de Código de Ética e de Conduta, Princípios Gerais do Controle Interno, Princípios de Comportamento com a Administração Pública e Esquemas de Controle Interno. Esses documentos detalham diretrizes e estabelecem processos para evitar a ocorrência de fraudes e corrupção.

A nova Política Anticorrupção da TIM foi aprovada pelo Conselho de Administração em 2013. Mais de 7 mil horas de treinamento em ética também foram completadas no ano

## GESTÃO DE RISCOS

Para evitar impactos negativos ao negócio, a TIM mantém o acompanhamento dos riscos de maneira a tornar eficazes as medidas capazes de mitigá-los. Os fatores de risco à operadora podem estar relacionados à empresa ou ao setor de telecomunicações no Brasil.

Por isso, uma gestão pautada na ética e na transparência contribui para a adoção de métodos diligentes, que não atinjam a viabilidade do negócio e, ao mesmo tempo, sejam capazes de minimizar eventuais impactos. No âmbito do mapeamento desses riscos, são considerados os aspectos relativos à corrupção, bem como o impacto e a vulnerabilidade ao risco, além da existência de controles internos mitigatórios. [SO2]

## POLÍTICA ANTICORRUPÇÃO

Aprovada pelo Conselho de Administração em 2013, a nova Política Anticorrupção aplica políticas globais antissuborno, proibindo oferecer, pagar, pedir ou aceitar vantagem de qualquer natureza, e orienta seus destinatários sobre como agir nessas situações. São destinatários da política: os órgãos societários, os administradores, os executivos, os empregados e todos que possuem relações de negócios com a TIM.

Sob esse aspecto, disponibilizamos na intranet o nosso Código de Ética e de Conduta, que estabelece os princípios de legalidade, honestidade e transparência a serem adotados por nossos colaboradores. Esses critérios são exigidos pela lei Sarbanes-Oxley (SOx), amplamente reconhecida como um procedimento anticorrupção para questões financeiras, que consiste em outro treinamento da companhia.

Para reforçar nosso posicionamento contra a corrupção, em 2013 foi mantido o curso *online* de ética da TIM, totalizando mais de 7 mil horas de treinamento. Durante o ano, foram envolvidos 7.875 colaboradores, sendo 609 gestores, o equivalente a 82,5% do total de gestores, e 7.266 não gestores (63,5% do quadro de especialistas, analistas, consultores e assistentes). [SO3]

## TREINAMENTOS ANTICORRUPÇÃO

Total de horas destinadas a treinamentos anticorrupção	2013	2012
Curso de Ética – (1h)	7.088	3.003
Número de colaboradores que receberam treinamento em políticas e procedimentos anticorrupção, por cargo	2013	2012
<b>CRC*</b>		
Managers	23	4
Supervisão	84	44
Consultor de relacionamento	2.046	3.893
<b>Holding, rede, regionais e lojas</b>		
Diretoria	29	9
Managers	473	124
Especialistas	811	379
Analistas e consultores	3.733	795
Assistentes	676	100

\*Centro de Relacionamento com o Cliente.

Em 2013, a companhia registrou duas situações que foram caracterizadas como fraude, envolvendo parceiros comerciais. Após análise da equipe de Segurança (Antifraude), a empresa descredenciou os maiores agressores (com índice de fraude maior do que 40%), advertiu diversos outros e ainda abriu um processo judicial com o objetivo de recuperar as comissões pagas indevidamente. [SO4]

## POLÍTICA PARA A GESTÃO DE CONFLITO DE INTERESSES

A nova Política para a Gestão de Conflito de Interesses foi aprovada pelo Conselho de Administração em 2013 e define o quadro de referência para a prevenção, quando possível, e a gestão das situações de conflito de interesses, a fim de:

- a) evitar ou conter impactos negativos aos interesses da empresa;
- b) apoiar e proteger as pessoas envolvidas e das quais é esperado um comportamento de transparência.

Essa política é aplicável a todos os empregados da TIM e às áreas empresariais envolvidas na gestão dos potenciais casos de conflitos de interesses.

A nova Política para a Gestão de Conflito de Interesses dá referências para evitar situações com potenciais impactos negativos

Para a denúncia de casos de corrupção, a companhia disponibiliza canais de denúncia que chegam à Auditoria ou diretamente à Segurança, áreas que possuem acesso a sistemas e ferramentas para coleta e análise das informações. As evidências são consolidadas em relatórios que são distribuídos para as áreas de interesse. Em casos críticos, a empresa faz acionamento judicial dos responsáveis.

## ENGAJAMENTO DOS PÚBLICOS

Por meio da comunicação, a companhia fortalece o relacionamento com seus *stakeholders*

A TIM acredita que é por meio da comunicação com seus *stakeholders* que se estabelece e fortalece um processo de engajamento. Para realizar o teste de materialidade – a fim de identificar e priorizar temas críticos para a comunicação e a gestão da sustentabilidade na estratégia corporativa –, em 2011 a companhia teve como uma das ações mais importantes do processo o painel de *stakeholders*. Ele permitiu levantar temas materiais para o nosso planejamento estratégico e orientar a prestação de contas por meio do relatório de sustentabilidade e de outros canais de comunicação.

Em 2012, a empresa criou a Política de Engajamento com Partes Interessadas, com o objetivo de orientar e estimular os colaboradores na condução participativa de relacionamentos, de modo a incentivar o diálogo e o maior envolvimento dos principais públicos de interesse das empresas TIM no Brasil.

E, no início de 2014, um novo teste de materialidade foi realizado, visando identificar outros temas e/ou reavaliar os já considerados prioritários para a perenidade dos negócios da TIM. Esse processo contou com o envolvimento de colaboradores, fornecedores, parceiros comerciais, clientes e representantes do governo – *stakeholders* priorizados pelos próprios colaboradores da empresa para o processo de engajamento –, que participaram por meio de dinâmica presencial e entrevistas e respondendo a questionários.

A seguir, apresentamos as ações, as formas de relacionamento e os objetivos dos investimentos contínuos no relacionamento com nossos *stakeholders*. Clientes, fornecedores, concorrentes, organizações da sociedade civil, meio ambiente (órgãos de regulamentação ambiental), comunidade, governo e parceiros comerciais são os públicos externos, enquanto os colaboradores e os acionistas são os internos.

### OBJETIVOS DAS AÇÕES E FORMAS DE RELACIONAMENTO COM OS *STAKEHOLDERS*

Clientes	Objetivo
Centro de Relacionamento com o Cliente (CRC)	Receber solicitações, dúvidas e reclamações, além de permitir ao cliente a alteração de dados <i>online</i> . Está disponível 24 horas por dia, sete dias por semana, por <i>e-mail</i> , fax, telefone ou carta.
Área exclusiva no <i>site</i> para autoatendimento	Ativar e desativar serviços e consulta à conta.
Meu TIM	Consultar saldo ou <i>status</i> das faturas, realizar recargas, ter informações sobre promoções, atualizar dados cadastrais, obter código de barras para pagamento de contas e solicitar segunda via, dentre outras opções. Disponível para usuários de <i>smartphones</i> Android e <i>devices</i> da Apple.
<i>Site</i> Portas Abertas ( <a href="http://qualidade.tim.com.br">http://qualidade.tim.com.br</a> )	Acompanhar a evolução da rede da empresa e as ações de melhoria por estado.
Portal *144#	Acesso, via celular, para informações e esclarecimento de dúvidas.

Twitter – canal TIMTIM por TIMTIM (www.twitter.com/Timtimportimtim) e canal TIM_Ajuda (www.twitter.com/TIM_Ajuda)	Disponibilizar informações comerciais e institucionais.
Monitoramento <i>online</i> de redes sociais, como <i>blogs</i> , <i>sites</i> e <i>networks</i>	Identificar temas relevantes para os <i>stakeholders</i> que não aparecem nos canais formais.
Pesquisas de satisfação	Avaliar, mensalmente, a satisfação em relação ao CRC e, semestralmente, a satisfação geral do cliente em relação à empresa, identificando oportunidades de melhoria.
Unidade de Resposta Audível (URA)	Permite o autoatendimento por parte do consumidor, incluindo bloqueio e desbloqueio de linhas e solicitação de segunda via da fatura.
Fale pelo Cliente	Canal na intranet corporativa em que colaboradores podem expor diretamente ao CRC problemas e dúvidas de usuários.
Fornecedores	Objetivo
Diagnóstico de Sustentabilidade (avaliação)	Avaliar os fornecedores quanto a questões envolvendo sustentabilidade, ajudando-os a identificar oportunidades de melhoria.
Site <a href="http://www.timcommerce.com.br">www.timcommerce.com.br</a>	Disponibilizar um canal de diálogo exclusivo com fornecedores para cadastro, esclarecimento de dúvidas e sugestões.
Concorrentes	Objetivo
Participação em diversas associações de classe, a exemplo do Sindicato Nacional das Empresas de Telefonia e de Serviço Móvel Celular e Pessoal (SindiTeleBrasil), e em grupos de trabalho sobre temas técnicos do setor	Manter uma relação de cooperação, contribuindo para o desenvolvimento setorial.
Manual informativo de defesa da concorrência	Conscientizar os colaboradores da TIM sobre a importância do cumprimento das leis de concorrência.
Órgãos de regulação ambiental	Objetivo
Contato com os principais órgãos de regulamentação ambiental, como as Secretarias Estaduais e Municipais de Meio Ambiente, Obras e Urbanística e o Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (Ibama)	Melhoria contínua do desempenho ambiental.
Canal de Meio Ambiente e Mudanças Climáticas: <a href="mailto:ssma@timbrasil.com.br">ssma@timbrasil.com.br</a>	Esclarecer dúvidas ou enviar sugestões sobre meio ambiente e mudanças climáticas.
Comunidade e organizações da sociedade civil	Objetivo
Canais de diálogo permanente da TIM com a comunidade, via <i>e-mails</i> ( <a href="mailto:sustentabilidade@timbrasil.com.br">sustentabilidade@timbrasil.com.br</a> , <a href="mailto:projetosocial@timbrasil.com.br">projetosocial@timbrasil.com.br</a> e <a href="mailto:ssma@timbrasil.com.br">ssma@timbrasil.com.br</a> ) ou por meio dos escritórios regionais; doações (suporte intermitente a boas causas específicas); e investimentos em projetos de ação social com envolvimento de longo prazo	Apoiar iniciativas sociais, culturais e educacionais que visem à melhoria da qualidade de vida das pessoas; esclarecer dúvidas, sugestões ou esclarecimentos sobre meio ambiente e mudanças climáticas; e contribuir para o bem-estar da comunidade.

Público interno		Objetivo
Intranet corporativa; SMS para os colaboradores; TIM News (TV corporativa interna, com transmissão em áreas de grande circulação); e-mails de comunicação interna com os principais destaques		Informar os funcionários e apresentar as novidades da empresa; motivar os colaboradores a manifestar suas ideias e compartilhar suas experiências, por meio de sugestões de assuntos a serem abordados.
Canal de Segurança e Saúde no Trabalho (ssma@timbrasil.com.br)		Identificar e controlar os riscos ocupacionais com ações preventivas e de conscientização por meio de uma equipe especializada.
Semana de ambientação para novos funcionários		Promover a integração dos colaboradores com a empresa.
Pesquisas de clima organizacional		Aperfeiçoar o ambiente de trabalho.
Acionistas		Objetivo
Website (www.tim.com.br/ri)		Divulgar informações de interesse de investidores, como resultados, comunicados de fatos relevantes, cotações e análises, em conformidade com os critérios de honestidade, clareza e igualdade no acesso à informação.
Fale com RI		Responder a dúvidas de investidores (atuais e potenciais) e analistas e permitir o envio de sugestões voltadas ao Conselho de Administração, que são analisadas e encaminhadas para a secretaria do órgão, para que o mesmo possa apreciar o tema sugerido.
Serviços integrados e complementares ao site de Relações com Investidores. Ferramentas disponíveis: Slideshare (todas as apresentações a investidores ficam disponíveis para consulta em www.slideshare.net/ritim); Twitter (www.twitter.com/tim_ri); mobile (versão do site de RI para celulares em www.tim.com.br/ri); RSS (padrão de linguagem que permite a divulgação de notícias e informações, de forma resumida, em sites e blogs); aplicativo TIM RI		Aumentar o alcance da informação e a transparência.
Parceiros comerciais		Objetivo
Mundo TIM (intranet)		Apresenta ofertas e procedimentos administrativos.
Informativo Sales Business (e-mail)		Com ofertas, procedimentos e programas de incentivo.
Envio de SMS		Mensagem reforçando ofertas e divulgando campanhas de incentivo à venda.
E-mail marketing		E-mails para reforçar as campanhas de incentivo.



## ATENDIMENTO AO CLIENTE

Um dos grandes desafios da TIM tem sido atender seus clientes de maneira cada vez melhor, garantindo a qualidade e a eficiência. Em 2013, mantivemos a nossa posição com relação aos indicadores de qualidade de atendimento, sendo a empresa com menos reclamações nas agências do Procon registradas no Sindec (Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor) e a segunda melhor operadora no Índice de Desempenho no Atendimento medido pela Anatel. Considerando as reclamações no *call center* da agência reguladora, a operadora também detém uma posição de destaque, sendo a segunda operadora menos reclamada.

A implementação do Programa Lean Six Sigma, que reduz o número de falhas, erros, desperdícios e retrabalhos, além de desenvolver os colaboradores e aumentar a satisfação dos clientes, trouxe bons resultados. Em 2013, foram oito projetos concluídos, 14 colaboradores certificados no programa e retorno financeiro de, aproximadamente, R\$ 23 milhões, em nove meses.

A TIM realiza, por meio de institutos externos especializados, pesquisas mensais de avaliação de satisfação do cliente. Além disso, são feitas duas pesquisas semestrais e uma anual em âmbito nacional, nas quais os usuários avaliam todas as áreas de relacionamento da

companhia. A média de satisfação geral com a empresa, em 2013, foi de 7,92 (em uma escala de 0 a 10), com 29% de insatisfeitos (notas de 0 a 7). Os principais motivos de insatisfação são referentes a cobertura, qualidade das ligações (qualidade do sinal, queda das ligações, falta de cobertura) e internet (problemas com acesso, velocidade e funcionamento).

O nosso principal canal para o atendimento ao cliente continua sendo o Centro de Relacionamento com o Cliente (CRC) – atendimento telefônico. A empresa possui quatro centrais próprias e sete terceirizadas. Todos os contatos são registrados no sistema de Customer Relationship Management (CRM), e as respostas são fornecidas *online* (quando por telefone) ou em até 5 dias quando necessitar de uma análise mais especializada. A satisfação com o atendimento prestado pelo CRC é medida por meio de pesquisa de satisfação *online*. Em 2013, 98% das reclamações e críticas recebidas foram solucionadas, sendo que cerca de 90% foram resolvidas em até 05 (cinco) dias úteis.

Os clientes também são atendidos por meio de fax, carta e *e-mails* que são recebidos pelo *website* da TIM ([www.tim.com.br/FaleComaTIM](http://www.tim.com.br/FaleComaTIM)) e até pessoalmente, por meio das lojas próprias com conceito *TIM Store*, nas quais os funcionários da área de atendimento estão presentes para atender casos de pós-venda. Em 2012, foram reforçados outros canais de

## INFORMAÇÕES REFERENTES AO SERVIÇO DE ATENDIMENTO A CLIENTES

	2013	2012	Variação %
Total de ligações atendidas pelo SAC	132.427.615	125.808.392	5,26%
Tempo médio de espera no telefone SAC até início do atendimento	30	49	-38,77%
Total de atendimentos da Ouvidoria	5.343	4.862	9,89%

## TOTAL DE RECLAMAÇÕES RECEBIDAS

	2013	2012	Variação %
Na empresa	6.458.631	4.514.802	43,05%
No Procon e outros órgãos de proteção e defesa do consumidor	5.540	13.540	-59,08%
Na Anatel	329.138	274.241	20,02%
Na Justiça	87.174	73.942	17,90%

atendimento, como o Portal \*144#, que utiliza tecnologias que permitem a ativação de serviços no próprio aparelho celular, bem como a Unidade de Resposta Audível (URA), que permite autoatendimento e solicitação de segunda via da fatura e oferece serviços como bloqueio e desbloqueio de linhas.

Em 2013, a TIM adotou o conceito de multicanalidade, que consiste em canais alternativos de contato para ampliar e facilitar o atendimento das demandas dos usuários e, ao mesmo tempo, aprimorar os canais já existentes. Eles são oferecidos em forma de aplicativos para *smartphones* e *chat online* e melhorias constantes na seção de atendimento ao cliente no *site*.

Pelo canal *Fale pelo Cliente*, disponível na intranet, os colaboradores podem expor problemas e dúvidas de usuários diretamente com o CRC. Em 2013, a empresa também

intensificou o relacionamento nas mídias sociais, direcionando os atendimentos aos clientes no Twitter, no perfil @TIMAjuda. E, seguindo a tendência do mercado, a TIM criou novos canais de relacionamento digitais, como o *chat online*, ferramenta disponível no *site* da TIM por meio da qual o cliente interage diretamente com um atendente virtual, trocando mensagens em tempo real. [PR5]

Em relação ao número de reclamações que a TIM recebeu no Procon e outros órgãos de proteção e defesa do consumidor, houve uma queda de 59,08%, comparando-se o número de 5.540, em 2013, com 13.540, em 2012. Desse total de reclamações e críticas, a TIM solucionou 87,17%. Abaixo, todos os dados consolidados referentes ao atendimento a clientes. [PR5]

## POLÍTICA DE PRIVACIDADE

A TIM possui ainda a Política de Privacidade de Dados de Clientes, que impede o acesso desautorizado e o uso indevido de informações pessoais dos clientes. A política somente permite o acesso aos registros cadastrais e aos dados de comunicação dos usuários a colaboradores e terceiros que, em decorrência das atividades profissionais, precisem acessar essas informações. A divulgação das informações, interna ou externamente, é proibida, só sendo permitida nos casos de fornecimento de dados para outras operadoras de serviços de telecomunicações (prevista na Resolução nº 343/2003 da Anatel) e para a Justiça, sob orientação da área interna competente.

Em 2013, a TIM registrou 44 recursos sobre perda de privacidade de clientes com julgamentos pendentes. Em 2012, houve sete casos. Esse aumento ocorreu em função da atuação de um único advogado, que ajuizou ações para alguns de seus clientes alegando violação de privacidade pelo fato de a TIM, em defesas de processos que esses clientes moveram anteriormente contra a companhia, ter juntado o CDR (Call Detail Record) com os registros de ligações feitas e recebidas. Nos casos em que já houve decisão, ela foi favorável à TIM, pois os juízes entenderam que a juntada desses documentos era o meio de defesa da companhia contra as alegações dos autores nos primeiros processos. [PR8]

## TOTAL DE RECLAMAÇÕES E CRÍTICAS SOLUCIONADAS

	2013	2012	Variação %
Na empresa	98,18%	90,30	8,7%
No Procon e outros órgãos de proteção e defesa do consumidor	87,17%	100,00	-12,8%
Na Anatel	97,42%	95,44	2,1%
Na Justiça	63,49%	62,47	1,6%

## INFORMAÇÃO REFERENTE À PESQUISA DE SATISFAÇÃO DE CLIENTES E CONSUMIDORES:

	2013	2012	Variação %
Nota média de satisfação geral do cliente pessoa física	7,92	8,03	-1,37%
Nota média de satisfação do cliente pessoa física pelo atendimento CRC	7,47	7,43	0,54%

## PLANO DE MELHORIA DE QUALIDADE

Apresentado à Anatel em 2011, o Plano de Melhoria de Qualidade vem, desde então, ajudando a reduzir o número de reclamações recebidas na empresa. Para executá-lo, entre 2012 e 2014 a TIM investirá cerca de R\$ 11 bilhões, sendo 90% em infraestrutura de rede. Em dezembro de 2013, em comparação ao mesmo período de 2011, houve um aumento de 11% do volume de instalação de equipamentos, aumentando mais de três vezes a quantidade de locais ligados por fibra óptica, além de aumentar a capacidade de transporte de dados em 21%.

Abaixo, segue um quadro com o resumo dos principais assuntos abordados pelo plano.

## INEXISTÊNCIA DE QUEDA PROPOSITAL

Em maio de 2013, a TIM recebeu o parecer final da Anatel, mostrando a inexistência de qualquer indício de queda proposital de chamada dos clientes do plano Infinity. O fato comprova que as alegações divulgadas precocemente na mídia estavam equivocadas.

Desde o início do processo, a TIM cooperou com a Anatel, prestando todos os esclarecimentos necessários. Orientada pela ética em seus relacionamentos, a companhia averiguou os casos de queda de ligações por meio de duas instituições independentes, que atestaram não existir qualquer evidência nas Centrais Telefônicas e na Solução de Rede Inteligente Ericsson que indicassem formas proposital ou intencionais de promover desconexões na rede SMP (Serviço Móvel Pessoal).

## AMPLIAÇÃO, RESILIÊNCIA E OTIMIZAÇÃO

Ações de rede	Ações de atendimento
Ampliação: incremento da capacidade da rede de acesso em cerca de 70% até 2014 (em relação a 2011)	Multicanalidade: projetos de implementação de meios alternativos de contato para facilitar o atendimento das demandas dos usuários e o aprimoramento dos canais existentes.
Resiliência da rede: atua sobre as principais causas de falhas de equipamentos, transmissão e energia, que respondem por 98% das interrupções de serviço.	Simplificação dos processos: projetos que desenvolvem melhorias na gestão das pessoas e aperfeiçoamento de procedimentos com foco na resolução de demandas, na simplicidade do relacionamento e na excelência do atendimento (reforço de capacitação e treinamento e programas de incentivo para os consultores).
Otimização: programa de ajustes de sistemas e parametrizações, atuando em parceria com os principais fornecedores, visando ao aumento da satisfação de nossos clientes.	Renovação tecnológica: aprimorar a identificação do cliente em qualquer canal de contato e realizar um encaminhamento dirigido, eficiente e rápido das demandas.

### PORTAS ABERTAS: COMPROMISSO COM A QUALIDADE E A TRANSPARÊNCIA

Em fevereiro de 2013, a TIM lançou o *site* Portas Abertas, que permite aos consumidores acompanhar a evolução da rede da empresa e as ações de melhoria, reforçando o compromisso da companhia com a qualidade e a transparência. Por meio do portal, é possível acompanhar as principais entregas da TIM, detalhadas por estados: instalação de antenas, ampliação da rede de fibra óptica e expansão das coberturas 3G e 4G, dentre outras iniciativas.

Os clientes também podem acessar o mapa real de cobertura da TIM, que mostra o retrato verdadeiro da rede e a infraestrutura real e planejada. Além disso, eles têm um espaço para alertas de falhas e manutenções programadas que podem ser consultadas por DDD. Estão disponíveis também os resultados da TIM nos principais indicadores de qualidade.

Para mais informações, acesse o [site www.tim.com.br/portasabertas](http://www.tim.com.br/portasabertas).

ESTRATÉGIAS E PERSPECTIVAS

## PRESENÇA E EXPANSÃO

Foco em gestão de custos, mas com investimentos no crescimento do negócio para uma maior eficiência

Diante de um cenário de transição do mercado de telefonia móvel brasileiro, que apresentou intensa competição, mantivemos o foco na gestão de custos sem deixar de investir no crescimento do negócio, buscando sempre uma maior eficiência. Com essa abordagem, as prioridades estratégicas da companhia, em 2013, continuaram direcionadas para infraestrutura, oferta, posicionamento institucional e pessoal.

Com foco na gestão de custos, sem deixar de investir no crescimento, as prioridades do ano continuaram direcionadas para infraestrutura, oferta, posicionamento institucional e pessoal

### INVESTIMENTOS PELA QUALIDADE

A infraestrutura foi a principal prioridade da TIM em 2013, em prol, especialmente, da qualidade da rede. Os resultados alcançados no ano comprovam o empenho da operadora. De acordo com os indicadores divulgados pela Anatel, a TIM continua melhorando seu desempenho. As taxas de acessibilidade de voz, de queda da rede de voz, de desconexão da rede de dados (incluindo 2G e 3G) e de acessibilidade de dados 3G estão em conformidade com as metas da agência reguladora (apenas a taxa de acessibilidade de dados 2G ainda está abaixo).

Com relação aos indicadores de qualidade de atendimento, a TIM manteve sua posição, sendo a empresa com menos reclamações nas agências do Procon registradas no Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor (Sindec) e a segunda melhor operadora no Índice de Desempenho no Atendimento medido pela Anatel.

Isso se deve, principalmente, a um programa específico, desenvolvido a partir de abril pela TIM, para melhorar a qualidade da rede e a satisfação dos clientes, focando inicialmente um grupo de cidades que representa quase 50% do tráfego total de voz. As principais atividades dessa força-tarefa são: construir um diagnóstico técnico para cada uma das cidades selecionadas; analisar as oportunidades-chave de melhoria; estabelecer o controle das falhas críticas com base em um monitoramento *online* do CRC; e melhorar o atendimento ao cliente relacionado à rede.

Essas iniciativas resultaram em uma redução significativa de 18% na média mensal de reclamações de rede na Anatel (reparo da rede + complemento de chamadas) no quarto trimestre de 2013, quando comparado à

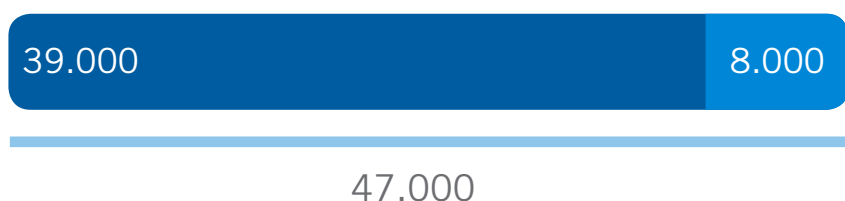
média mensal do primeiro trimestre do ano (antes do ponto de partida do programa).

A TIM tem investido ainda mais de R\$ 700 milhões em sistemas de TI para suportar novos processos e produzir benefícios como a redução do tempo de espera e o aumento da confiança. A nova plataforma de CRM, por exemplo, vai aumentar a capacidade da resposta imediata às chamadas dos clientes. Um dos principais benefícios é a redução do número atual de *softwares* de atendimento ao cliente, de nove diferentes sistemas utilizados pelos atendentes para apenas um.

Essa plataforma está 100% disponível para clientes pré-pagos e, até o fim do ano de 2014, também para clientes pós-pagos.

A criação do *site* Portas Abertas foi outra iniciativa pioneira da companhia. Lançado oficialmente em fevereiro, o portal permite aos clientes acompanhar a evolução da rede da empresa e as ações de melhoria, reforçando o compromisso da TIM com a qualidade e a transparência. Dessa forma, divulga os mapas de cobertura e os indicadores de investimento em todo o país, além de endereçar os comentários dos usuários por meio de *site* específico e de um aplicativo móvel para *smartphones*. Ao longo do ano, foram contabilizadas mais de 400 mil contribuições.

#### EXPANSÃO DA REDE DE FIBRA ÓPTICA EM 2013 (EM KM)



Investindo constantemente na melhoria da qualidade de rede, em 2013 a TIM passou a oferecer cobertura GSM para 94,8% da população urbana do Brasil e 3G para cerca de 80%

No que se refere à evolução da melhoria da qualidade da rede em 2013, mais de 23 mil TRXs (elementos de voz) foram implementados, enquanto quase 200 mil elementos de canal de dados e 8 mil km de fibra óptica foram adicionados, chegando a, aproximadamente, 47 mil km. A cobertura GSM atingiu 94,8% da população urbana, atendendo 3.404 cidades. Já a 3G alcançou 75 novas cidades no último trimestre, totalizando mil cidades, ou 78% da população urbana no Brasil, enquanto a 4G passou a cobrir 27,1% da população.

Outros importantes projetos também mantiveram a aceleração de crescimento. Desenvolvemos vários pilotos de *small-cells* (pequenas antenas, importantes para garantir a qualidade da nova rede 4G) e o Wi-Fi tornou-se disponível em 22 aeroportos, de 13 estados, com maior cobertura em São Paulo. O Plano de Banda Larga Móvel (Mobile Broadband – MBB) fechou o ano com 39 cidades, resultado acima do planejado. E o Fiber-to-the-Site (FTTS), que leva a fibra até a antena, encerrou o ano tendo finalizado a segunda fase em 95% dos *sites*, em 35 cidades. O projeto vai ter continuidade em 2014, adicionando mais cidades e completando a fase 3 nos *sites* já incluídos no projeto. Até 2016, mais de 200 cidades serão beneficiadas pelo projeto.



## COMPROMISSOS DA TIM

Condução dos negócios deve levar em conta as expectativas dos *stakeholders*

A TIM acredita que, para manter seus negócios a longo prazo, deve conduzi-los sempre de acordo com as expectativas dos *stakeholders*. Nesse contexto, compromete-se com o desempenho de seus indicadores em prol do desenvolvimento sustentável e, desde 2010, leva esses temas para serem discutidos nas reuniões do Comitê de Controle e Riscos, ligado diretamente ao Conselho de Administração.

### PACTO GLOBAL

Iniciativa da Organização das Nações Unidas (ONU), o Pacto Global tem como objetivo mobilizar a comunidade empresarial para a adoção, em suas práticas de negócios, de valores fundamentais e internacionalmente aceitos nas áreas de direitos humanos, relações de trabalho, meio ambiente e combate à corrupção. Aderido pela TIM em 2008, o Pacto Global é composto de dez princípios, que fazem parte da estratégia, da cultura e das operações diárias da organização.

#### OS 10 PRINCÍPIOS DO PACTO GLOBAL



WE SUPPORT

#### DIREITOS HUMANOS

- 1 As empresas devem apoiar e respeitar a proteção dos direitos humanos reconhecidos internacionalmente; e
- 2 Assegurar-se de sua não participação em violações desses direitos.

#### TRABALHO

- 3 As empresas devem apoiar a liberdade de associação e o reconhecimento efetivo do direito à negociação coletiva;
- 4 A eliminação de todas as formas de trabalho forçado ou compulsório;
- 5 A abolição efetiva do trabalho infantil;
- 6 A eliminação da discriminação no emprego.

#### MEIO AMBIENTE

- 7 As empresas devem apoiar uma abordagem preventiva aos desafios ambientais;
- 8 Desenvolver iniciativas para promover maior responsabilidade ambiental;
- 9 Incentivar o desenvolvimento e a difusão de tecnologias ambientalmente amigáveis.

#### CORRUPÇÃO

- 10 As empresas devem combater a corrupção em todas as suas formas, inclusive extorsão e propina.

## GRI

Desenvolver e disseminar globalmente diretrizes para a elaboração de relatórios de sustentabilidade. Essa é a missão da Global Reporting Initiative (GRI), uma organização independente que, com a ajuda de empresas e parceiros em todo o mundo, organizou um padrão para relato de sustentabilidade. Hoje, ele é o mais aceito no mundo e foi adotado pela TIM desde 2008. As diretrizes da GRI são uma importante ferramenta de aferição de resultados e reflexão sobre as ações tomadas nos três pilares da sustentabilidade (econômico, social e ambiental), identificando lacunas e apontando possibilidades de melhoria.

A TIM integra o Pacto Global da Organização das Nações Unidas desde 2008. Os dez princípios da entidade fazem parte da estratégia, das operações e da cultura da companhia

## CDP

O CDP é uma organização não governamental que reúne a maior base de dados mundial de informações corporativas sobre mudanças climáticas, consultada por investidores, órgãos de governo, legisladores, comunidade acadêmica e público em geral. Desde 2007, a companhia responde ao questionário do CDP sobre as suas emissões de GEE (gases de efeito estufa) e a sua estratégia com relação às mudanças climáticas.

## EMPRESAS PELO CLIMA (EPC)

Desde 2010, a TIM participa da plataforma Empresas pelo Clima (EPC). A iniciativa voluntária, coordenada pelo Centro de Estudos em Sustentabilidade da FGV (GVces), é uma plataforma empresarial permanente cujos objetivos são mobilizar, sensibilizar e articular lideranças empresariais para a gestão e a redução das emissões de GEE, a gestão de riscos climáticos e a proposição de políticas públicas e incentivos positivos no contexto das mudanças climáticas.

## ÍNDICE DE SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL (ISE)

Pelo sexto ano consecutivo, a TIM integra a carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), criado pela BM&FBovespa em conjunto com entidades como o Instituto Ethos e o Ministério do Meio Ambiente. O ISE tem o objetivo de ser um referencial para os investimentos socialmente responsáveis. Avaliado como um indutor de boas práticas e incentivador da realização de novas ações a cada ano, o índice é composto de ações de empresas com reconhecido comprometimento com a responsabilidade social e a sustentabilidade empresarial.

## ÍNDICE CARBONO EFICIENTE (ICO2)

A companhia integra a carteira do Índice Carbono Eficiente (ICO2), da BM&FBovespa, desde a sua criação, em 2010, com o compromisso de aferir, divulgar e monitorar suas emissões de GEE. Em função disso, a empresa desenvolve o inventário de emissões seguindo as diretrizes do Greenhouse Gas Protocol (GHG Protocol), metodologia utilizada mundialmente que permite realizar o mapeamento dos principais pontos de melhoria na gestão de emissões, possibilitando a identificação das principais fontes emissoras.

## SERVIÇOS, PLANOS E PRODUTOS

Novas abordagens, como a combinação de SMS e dados, trazem mais economia e flexibilidade para os clientes

Com o foco em lançar conceitos inovadores no mercado brasileiro de telecomunicações, buscamos abordagens diferenciadas para nossos planos e serviços para permitir que as pessoas possam falar mais e usar mais a internet, sem a preocupação com as barreiras de custo e tempo.

### TELEFONIA MÓVEL

Por meio das duas principais plataformas de serviço oferecidas pela TIM – Infinity (pré-pago) e Liberty (pós-pago) –, a companhia apresentou conceitos que reformularam a telecomunicação nacional. No plano Infinity, a cobrança por chamada é ilimitada (e não mais por minuto) nas ligações locais e nas de longa distância com o código 41 para números TIM. Já no plano Liberty, o uso é ilimitado em ligações locais e de longa distância com o código 41 para qualquer número TIM, por um valor fixo mensal.

Com as suas duas plataformas principais de serviço, Infinity (pré-pago) e Liberty (pós-pago), a TIM seguiu a diretriz de lançar conceitos inovadores no setor de telefonia

Em 2013, a TIM lançou uma oferta única para os clientes dos planos pré-pago e controle, a Infinity Web+Torpedo, que combina SMS e internet ilimitados por R\$ 0,75 por dia de uso. Com essa nova oferta, os clientes passaram a não precisar mais escolher entre SMS ou dados, adquirindo maior liberdade e menor custo. O preço combinado é cobrado independente do serviço utilizado. O Infinity Web e o Infinity Torpedo continuam disponíveis individualmente.

### ULTRABANDA LARGA FIXA [LIVE TIM]

Lançado em 2012 nos estados de São Paulo e do Rio de Janeiro, a ultrabanda larga Live TIM fechou o ano de 2013 com mais de 60 mil usuários em domicílios e escritórios. A grande maioria dos clientes possui o plano de 35 Mbps, e o restante, o plano de 50 Mbps – a velocidade é garantida a uma taxa de 80% (velocidade média: 38,9 Mbps), acima do requerido pela Anatel e da média do mercado (2,7 Mbps).

Ao fim de 2013, a Live TIM tinha mais de 9.500 prédios conectados, mais que o dobro se comparado com o fim de 2012. O número de clientes em potencial registrados no site da Live TIM chegou a mais de 520 mil (contra, aproximadamente, 160 mil em 2012). Por fim, a área de cobertura encerrou 2013 com cerca de 1,1 milhão de domicílios.

### INTERNET MÓVEL

A TIM adicionou novos planos de dados a seu portfólio, seguindo o crescimento da demanda por internet móvel. A companhia lançou o Liberty Web 1 GB e o Liberty Web 3G, ideais para usuários com aparelhos de última geração e ainda compatíveis com a tecnologia 4G, cuja operação iniciamos em 2013. Já visando aos clientes Liberty Express, a TIM lançou o Liberty Express 600 MB, o Liberty Express 1 GB e o Liberty Express 3 GB.

O sucesso da operação 4G se traduz na sua base de clientes alcançada em 2013, que foi de 405 mil usuários, apresentando um crescimento substancial de 160%, em comparação ao mesmo trimestre do ano anterior. O *market share* cresceu para 31% (*versus* 20% no segundo trimestre de 2013, quando o 4G foi lançado). O investimento relativamente baixo, de R\$ 340 milhões, no leilão de 4G, em 2012, e o baixo custo de implementação por meio do modelo de compartilhamento de infraestrutura (RAN *sharing*) com a operadora Oi, associados a uma estratégia eficiente, justificam esses resultados satisfatórios.

E, pensando nos usuários que podem ultrapassar o volume de dados que desencana os limites de velocidade, a TIM introduziu uma solução para o segmento pós-pago, permitindo a contratação de um pacote adicional para continuar acessando a internet sem a redução de velocidade. O processo é realizado, facilmente, via SMS. Além disso, os clientes podem mudar o seu pacote de dados usando o mesmo mecanismo.

## SOLUÇÕES CORPORATIVAS

Após consolidar sua posição como líder entre os usuários da ultrabanda larga (acima de 34 Mbps) no segmento varejo, a Live TIM lançou, no final do ano, uma nova oferta para o segmento *business*, a Live TIM Empresas. O serviço assegura uma navegação de alta velocidade para fornecer uma experiência diferenciada com o preço mais competitivo do mercado. A TIM lançou também o plano Liberty Empresa Controle, que ajuda no controle de custos com serviços de telecomunicações, evitando surpresas com altas faturas.

## PORTFÓLIO DE SMARTPHONES

Em 2013, a TIM foi a operadora que mais vendeu *smartphones* e *tablets* do mercado brasileiro porque acredita que essa estratégia impulsiona o uso de dados. A companhia também lançou os esperados aparelhos da Apple no Brasil: o iPhone 5S e o iPhone 5C. Outros eventos nas lojas da TIM marcaram o lançamento do Samsung Galaxy Note 3. A TIM também lançou, no quarto trimestre, o novo *smartphone* da LG, o LG G2.

Todos os aparelhos vendidos pela TIM são desbloqueados e não possuem contrato de fidelidade (sem política de subsídio). Essa crescente demanda por *smartphones* e o grande número de chamadas de clientes com perguntas sobre configurações e especificações levaram a empresa a desenvolver um guia de aparelhos. Trata-se de um portal *web* interativo visando dar assistência e oferecer soluções rápidas para configurações de aparelhos celulares e *tablets*.

SUSTENTABILIDADE

# DESTAQUES E METAS DE 2013

Gestão ética e responsável da companhia traz transparência aos resultados e aos objetivos de seus indicadores

Entre metas estabelecidas para 2013 e outras instituídas para 2014, segue abaixo o andamento dos principais compromissos assumidos pela TIM.

Tema	Indicador	Unidade de medida	Dez./2012 (realizado)	Meta 2013	Dez./2013 (realizado)	Resultado	Meta 2014
Voluntariado	Abono de um dia de trabalho para o colaborador que, voluntariamente, participar do programa Cidadão sem Fronteiras	% (pessoal próprio)	3	1	4,06	Cumprida	2
Treinamento	Treinamento (total de horas: em sala de aula + online + on the job)	Número de horas (pessoal próprio, estagiários e terceiros)	679.675	600.000	1.751.748	Cumprida	2.000.000
Treinamento	Sustentabilidade (quantidade de pessoas participando de, pelo menos, um treinamento sobre questões de sustentabilidade no ano corrente)	% (pessoal próprio, estagiários e terceiros)	35	30	31,37	Cumprida	30
Meio ambiente/ baterias	Coleta de celulares fora de uso, baterias e demais acessórios para reciclagem	Toneladas	13,88	13	0,37	Não cumprida <sup>1</sup>	13
Meio ambiente/ resíduos	Percentual de reciclagem de resíduos gerados no escritório	%	74	65	68	Cumprida	68
Meio ambiente/ resíduos	Redução de compra de papel A4 e A3, de uso administrativo (FSC + reciclado)	%	N/A	5	13,5 <sup>2</sup>	Cumprida <sup>3</sup>	Essa meta será descontinuada. As ações de redução do consumo de papel administrativo já foram implementadas em 2013

Meio ambiente/ amianto	Conclusão de inventário, laudos e relatórios técnicos sobre a presença de amianto em 95 (82%) dos prédios administrativos e múltiplos <sup>4</sup>	Prazo limite	N/A	N/A	N/A	N/A	Outubro-14
Energia/rede	Redução no consumo específico de eletricidade pelos equipamentos da rede móvel, em comparação com o ano anterior	kWh/linha móvel	N/A	4,17 <sup>5</sup>	4,43	Não cumprida <sup>6</sup>	O objetivo específico será substituído por uma meta absoluta de consumo de energia elétrica considerando os projetos de eficiência que serão realizados em 2014
Energia/rede	Redução no aumento esperado de consumo de energia previsto da rede móvel	% (limite do aumento de consumo de energia elétrica)	N/A	N/A	N/A	N/A	de 23% para 19% <sup>7</sup>
Gestão de fornecedores	Número de fornecedores avaliados em questões relativas à sustentabilidade	Número acumulado a partir de 2009	188	228	228	Cumprida <sup>8</sup>	
Gestão de fornecedores	Número dos principais fornecedores avaliados em questões relativas à sustentabilidade no ano corrente	Número	N/A	N/A	N/A	N/A	50

<sup>1</sup> Em 2013, o programa de reciclagem de aparelhos, baterias e acessórios foi reformulado e suspenso temporariamente. O programa será retomado em 2014 com um plano de comunicação para os gerentes de lojas comerciais com o objetivo de conscientizar as equipes envolvidas e estimular o público externo na prática de descarte adequado.

<sup>2</sup> Consumo de papel para uso administrativo em:  
• 2012: 60.346 kg;  
• 2013: 52.186 kg.

<sup>3</sup> Essa meta será descontinuada. As ações de redução do consumo de papel administrativo já foram implementadas em 2013.

<sup>4</sup> Prédios múltiplos compartilham duas ou mais funções, por exemplo: administrativa, industrial, *data center* e comercial.

<sup>5</sup> O total de consumo específico de eletricidade em 2012 nos equipamentos de rede foi 4,24 kWh/linha móvel.

<sup>6</sup> Apesar de o consumo de energia elétrica durante o ano de 2013 ter ficado em linha com o objetivo planejado, a meta não foi alcançada pelo fato de a base de clientes realizada no ano ter ficado abaixo da estimada.

<sup>7</sup> A previsão de aumento no consumo de energia elétrica da rede móvel em 2014 se deve a diversas ações para melhoria da cobertura, entre elas:  
• Expansão de capacidade da rede de tecnologia 2G;  
• Ativação de nova cobertura e expansão de capacidade da rede de tecnologia 3G;  
• Ativação de nova cobertura com a tecnologia 4G (LTE – Long Term Evolution).  
No entanto, também terão continuidade as iniciativas de eficiência energética, que contribuirão para a melhoria da capacidade de operação e redução do consumo de energia, tais como:  
• Projeto de modernização e *swap*, que é a substituição dos equipamentos de acesso por modelos mais modernos e eficientes;  
• Implementação do *roll-out* da rede 4G usando RAN *sharing* (compartilhamento de infraestrutura de rede Long Term Evolution – LTE/4G);  
• Desativação de equipamentos obsoletos;  
• Virtualização de *data centers*.

<sup>8</sup> Essa meta será modificada. A companhia alterou a metodologia de cálculo, passando a considerar o número dos principais fornecedores avaliados no ano corrente. Até 2013, considerava o número acumulado de fornecedores avaliados desde 2009.



## DESEMPENHO ECONÔMICO

Negócios da companhia impactam a economia em várias regiões do país, atingindo um valor adicionado de R\$ 12,2 milhões em 2013

Por meio da arrecadação de impostos, da geração de recursos para parceiros comerciais e, mais diretamente, da geração de empregos em várias regiões do país, os negócios da companhia impactam diretamente a economia. Em 2013, a TIM recebeu R\$ 151,3 milhões de auxílio do governo com abatimento de impostos e taxas. E, em concessões e incentivos para pesquisa e desenvolvimento, R\$ 12,8 milhões. Esses valores foram, respectivamente, 83,6% e 54,5% maiores do que no ano de 2012, que fechou em R\$ 82,4 milhões e R\$ 8,3 milhões. [EC4]

Em relação ao valor adicionado distribuído pela TIM, o total foi de R\$ 12,2 milhões (acréscimo de 4,8% sobre 2012), sendo 2,9% para acionistas, 9,3% em lucros retidos, 70,1% para governo e sociedade (tributos), 12,1% a financiadores (juros e aluguéis) e 5,6% para colaboradores.

O valor adicionado evidencia a capacidade de geração de riqueza da organização e os efeitos sociais produzidos pela distribuição desses recursos entre acionistas, colaboradores, financiadores, governo e sociedade. Ele é calculado a partir da diferença entre a receita obtida com a comercialização dos produtos e serviços e as despesas decorrentes de pagamento de bens e serviços adquiridos de terceiros e custos de depreciação e amortização. [EC1]

### GERAÇÃO DE VALOR

	2012	2013
1 – Receitas	24.467.812	26.225.901
2 – Insumos adquiridos de terceiros	-11.120.343	-11.894.210
3 – Valor adicionado bruto (1 - 2)	13.347.469	14.331.691
4 – Retenções	-2.688.588	-2.767.870
5 – Valor adicionado líquido produzido pela organização (3 - 4)	10.658.881	11.563.821
6 – Valor adicionado recebido em transferência	1.030.803	686.154
7 – Valor adicionado total a distribuir (5 + 6)	11.689.684	12.249.975

### DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO

	2012	2013
<b>Pessoal e encargos</b>	<b>602.532</b>	<b>686.149</b>
Salários	352.447	407.365
Encargos previdenciários	48.573	55.075
Previdência privada	11.664	8.110
Benefícios	125.304	128.033
Participação nos resultados	64.544	87.566
<b>Governo</b>	<b>8.056.331</b>	<b>8.575.353</b>
Impostos, taxas e contribuições, expurgados os subsídios (isenções)	8.056.331	8.575.353
<b>Financiadores</b>	<b>1.581.933</b>	<b>1.482.859</b>
Juros e aluguéis	1.581.933	1.482.859
<b>Acionistas</b>	<b>344.111</b>	<b>357.583</b>
Juros sobre capital próprio e dividendos	344.111	357.583
<b>Retido</b>	<b>1.104.777</b>	<b>1.148.031</b>
Lucros/prejuízos do exercício	1.104.777	1.148.031

## LUCRO ECONÔMICO

A companhia calcula e acompanha o indicador de lucro econômico como forma de avaliar a evolução da sua operação sob outra ótica, que leva em consideração o custo de oportunidade em seus negócios. A TIM calcula o seu lucro econômico a partir do resultado operacional após impostos (Nopat) e do custo do capital investido.

**Lucro econômico = lucro operacional após o imposto de renda no período - (média do capital investido no período x custo de oportunidade).**

Em 2013, o lucro econômico atingiu R\$ 172,5 milhões, apresentando um crescimento de 6% em relação ao ano de 2012 (R\$ 162,9 milhões). Essa *performance* denota uma aceleração *versus* a variação vista

entre 2012 e 2011 (2%) e é reflexo de um crescimento mais equilibrado entre lucro operacional após o IR e o capital investido.

## GUIDANCE

No início de 2013, a companhia divulgou o *guidance* de crescimento CAGR 2012-2015 *high single digit* da receita líquida total e do Ebitda, o que refletia as expectativas da companhia naquele atual momento. Com a deterioração do ambiente econômico brasileiro, evidenciado por queda da projeção do PIB, aumento da projeção da inflação, taxa de juros e taxa de câmbio, somados à intensificação do cenário competitivo, a companhia revisou suas expectativas ao final de 2013 para um crescimento CAGR 2013-2016 *mid single digit* da receita líquida total e do Ebitda.

INDICADOR	DEFINIÇÃO	MEDIDA	RESULTADOS 2013 R\$ bilhões	GUIDANCE
Receita líquida total (RLT)	Receita após o pagamento dos impostos, devoluções de vendas e contabilização dos descontos nos serviços	%	19,9	CAGR 2013-2016 Crescimento <i>mid single digit</i> *
Ebitda	Lucros antes de juros, impostos, depreciação e amortização: receita líquida menos custos e despesas, o que representa a geração de caixa das operações	%	5,2	CAGR 2013-2016 Crescimento <i>mid single digit</i>
Capex	Investimentos de médio e longo prazo em compra, melhoramento, desenvolvimento ou extensão de infraestrutura, equipamentos, sistemas e propriedades. Estimativa de valor a ser investido ao fim do triênio 2013-2015	R\$ bilhões	3,9	Capex total 2014-2016**

\* *Mid single digit* trata-se de crescimento médio em padrões de dígito único, ou seja, entre 3,3% e 6,7%. Esse crescimento é calculado pela metodologia CAGR (Compound Annual Growth Rate), que é a taxa de crescimento ano a ano de um determinado indicador em relação a um período específico de tempo. Seu cálculo baseia-se na média composta de crescimento anual, elevada a 1 sobre N, menos 1, em que N é o número de anos no período considerado (neste caso, três anos), conforme as seguintes fórmulas:

$$CAGR = \left( \frac{RLT\ 2016}{RLT\ 2013} \right)^{\left( \frac{1}{N} \right) - 1} \quad CAGR = \left( \frac{EBITDA\ 2016}{EBITDA\ 2013} \right)^{\left( \frac{1}{N} \right) - 1}$$

\*\* Não considera licenças 4G (700 Mhz). Especificamente para Capex, a meta definida pela companhia para o ano de 2014 é de R\$ 3,8 bilhões.

## GESTÃO AMBIENTAL

### Compromisso com o desenvolvimento sustentável é fortalecido pelo acompanhamento contínuo do desempenho ambiental

A Política Ambiental da TIM inspirou-se nas diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI) e nos dez princípios do Pacto Global para estabelecer iniciativas a serem aplicadas em todas as atividades da companhia. É por isso que os princípios estão correlacionados aos indicadores reportados pela empresa. Assim, o compromisso com o desenvolvimento sustentável é reforçado por meio do acompanhamento contínuo do desempenho ambiental, atendendo às legislações vigentes, aos órgãos regulamentadores e às diretrizes do Grupo Telecom Italia. São compromissos da TIM:

- Melhoria contínua e prevenção da poluição – Evoluir constantemente seus processos de trabalho, tendo como base a redução de sua interferência no meio ambiente e a busca de eficácia dos trabalhos e adotando uma postura proativa na consecução de tais resultados.
- Gestão de resíduos – Favorecer a minimização da produção de resíduos e incentivar a sua coleta diferenciada, a recuperação e a reciclagem.
- Emissões eletromagnéticas – Controlar os aspectos operacionais dos seus *sites*, garantindo o cumprimento dos padrões internos e das exigências legais e regulamentadoras, de modo a reduzir ao mínimo os riscos ao ambiente.
- Conformidade legal – Buscar o atendimento irrestrito à legislação ambiental vigente.
- Consumo de recursos naturais – Desenvolver ações que visem à redução do desperdício de energia e materiais, garantindo o uso sustentável dos recursos naturais.
- Inovações tecnológicas – Estimular pesquisas tecnológicas que possam minimizar os impactos negativos de serviços e produtos.
- Divulgação – Divulgar as diretrizes e estimular a participação do público interno e externo em ações e campanhas de conscientização, incentivando uma postura responsável em relação ao meio ambiente.

Em 2013, a TIM investiu R\$ 41 mil em iniciativas de educação do público interno relacionadas a questões ambientais e R\$ 5,6 mil em avaliações de processos referentes ao tema. Somada a isso, em 2013 nossa parceria com a FAS (Fundação Amazonas Sustentável), que prevê o aporte de R\$ 600 mil, beneficiou famílias de cinco unidades de conservação atendidas pelo Programa Bolsa Floresta, com equipamentos de comunicação comunitária, reforma em redes de distribuição e transporte médico. [EN30]

#### MUDANÇAS CLIMÁTICAS

A questão das mudanças climáticas é estratégica para a TIM em seus negócios. Por conta disso, a empresa monitora suas emissões de gases de efeito estufa como forma de se anteciper aos desafios que o tema apresenta e à crescente demanda da sociedade.

Por meio dessa atuação, participamos de iniciativas nacionais e internacionais referentes ao tema, como o CDP – um sistema global de relato de informações referentes às emissões, aos riscos e oportunidades e às iniciativas corporativas associadas ao tema da mudança climática.

A TIM integra, ainda, a carteira do Índice Carbono Eficiente (ICO2), uma iniciativa da BM&FBovespa e do BNDES, e o grupo Empresas pelo Clima (EPC), coordenado pelo Centro de Estudos em Sustentabilidade da Fundação Getúlio Vargas (GVces). Esse grupo reúne líderes setoriais para discutir iniciativas e oferecer diretrizes corporativas no que diz respeito à inclusão da variável climática nas estratégias de

negócio, sendo uma das principais referências em escala nacional para um cenário de baixo carbono. Além disso, entre seus colaboradores a TIM também trabalha para internalizar o tema, por meio de conscientização sobre a importância da redução no consumo de energia e da coleta seletiva de resíduos. [EN16, EN17 e EN18]

#### O INVENTÁRIO DE GASES DE EFEITO ESTUFA (GEE) DA TIM

Importante ferramenta de gestão interna, o inventário de emissões de GEE de uma organização viabiliza a identificação das fontes emissoras, bem como a quantificação da participação da companhia para a intensificação das mudanças climáticas. Dessa forma, aponta caminhos mais claros para a adoção de políticas corporativas relacionadas a essa questão.

Seguindo esse direcionamento, elaboramos nosso inventário de GEE desde 2008 com base nas orientações mais amplamente aceitas nos cenários mundial e nacional no que se refere à quantificação e à divulgação de emissões de GEE, tais como o GHG Protocol, metodologia mais utilizada, em escala mundial, para contabilização, elaboração e publicação de inventário de gases de efeito estufa, e as diretrizes do Painel Intergovernamental sobre a Mudança do Clima (IPCC, em inglês). [EC2]

Os resultados são reportados em diversas plataformas, como relatório de sustentabilidade, CDP e Registro Público de Emissões. Em 2013, a companhia lançou a sua Política de Mudanças Climáticas, aprovada pelo Conselho de Administração, estabelecendo diretrizes de atuação corporativa no que concerne à gestão das suas emissões de GEE. Diversos serviços e processos da TIM contribuem para a redução de emissões, como TIM PDV, conta resumida, conta *online* e modernização de equipamentos de rede.

Em linha com nossa estratégia e de forma complementar aos esforços realizados internamente, em 2013 foi realizada a compra de créditos de carbono no total de 3.160 tCO<sub>2</sub>e e foram usadas 2.591 tCO<sub>2</sub>e para fins de compensação das emissões diretas da TIM (escopo 1), que selecionou, para essa compensação, o Brascarbon Methane Recovery Project, localizado em sítios e fazendas no interior de São Paulo.

Esse projeto visa mitigar e recuperar emissões de metano (CH<sub>4</sub> – gás com potencial de

aquecimento global maior que o CO<sub>2</sub>) geradas no tratamento de efluentes relacionados aos dejetos de animais, proporcionando diversos benefícios secundários, como melhorias na qualidade do ar e nas condições de saneamento e utilização de resíduos do processo, por exemplo, fertilizantes. A redução de emissão ocorre tanto ao evitar a emissão de CH<sub>4</sub> quanto na geração de energia a partir da queima desse gás. Sendo assim, as emissões diretas (escopo 1) da TIM em 2013, que totalizaram 2.591 tCO<sub>2</sub>e, foram integralmente compensadas de forma voluntária pela companhia. O residual de créditos será utilizado para compensar as emissões diretas do ano de 2014.

Para o ano-base 2013, o inventário de GEE da TIM foi assegurado, pelo terceiro ano, por terceira parte independente, medida que garante mais transparência e confiabilidade às informações e que rendeu, pela segunda vez consecutiva, o selo Ouro GHG Protocol.

A seguir, a TIM reporta suas emissões, segundo a divisão por escopos.

#### ESCOPO 1 – EMISSÕES DIRETAS

- Queima de combustível da frota própria.
- Queima de óleo diesel para geração de energia.
- Emissões fugitivas oriundas de gases utilizados em aparelhos de refrigeração

#### ESCOPO 2 – EMISSÕES INDIRETAS ASSOCIADAS À GERAÇÃO DE ENERGIA IMPORTADA

- Consumo de eletricidade comprada.

#### ESCOPO 3 – OUTRAS EMISSÕES INDIRETAS

- Queima de combustível proveniente das viagens aéreas dos funcionários.
- Queima de combustível proveniente do trajeto diário dos funcionários para ir e vir do escritório.
- Queima de combustível proveniente da frota terceirizada e de veículos dos consultores de venda.
- Gerenciamento de resíduos.
- Queima de combustível proveniente do transporte aéreo de carga.

## VARIAÇÃO NO TOTAL DE EMISSÕES (2012/2013)

### ESCOPO 1

2012	3.355,6	tCO <sub>2</sub> e		
2013	2.591,5	tCO <sub>2</sub> e		

### ESCOPO 2

2012	373.036,28	MWh		
	24.374,81	tCO <sub>2</sub> e		
2013	403.772,44	MWh	-8,2%	
	38.775,61	tCO <sub>2</sub> e		

## EMISSIONS (POR TIPO DE FONTE)

	Emissões (tCO <sub>2</sub> e)	Fatores	Emissões (tCO <sub>2</sub> e)	Fatores
	2012 <sup>1</sup>		2013	
<b>Escopo 1</b>	<b>3.356</b>		<b>2.591</b>	
Frota própria	790	2006 IPCC Guidelines for National Greenhouse Gases Inventories	789	2006 IPCC Guidelines for National Greenhouse Gases Inventories
Geradores	425	2006 IPCC Guidelines for National Greenhouse Gases Inventories	436	2006 IPCC Guidelines for National Greenhouse Gases Inventories
Emissões fugitivas	2.141	IPCC Second Assessment Report: Climate Change, 1995 (HFC-134a) Ashrae Standard 34, 1997 (R407-c)	1.367	IPCC Second Assessment Report: Climate Change, 1995 (HFC-134a) Ashrae Standard 34, 1997 (R407-c)
<b>ESCOPO 2</b>	<b>24.375</b>		<b>38.776</b>	
Consumo de eletricidade <sup>2</sup>	24.375	MCT – Fator de emissão do <i>grid</i> nacional para 2013	38.776	MCT – Fator de emissão do <i>grid</i> nacional para 2013
<b>ESCOPOS 1 e 2</b>	<b>27.730</b>		<b>41.367</b>	
<b>ESCOPO 3</b>	<b>16.881</b>		<b>18.391</b>	
Viagens aéreas	5.158	2011 Guidelines to Defra/DECC's GHG Conversion Factors for Company Reporting	4.723	2013 Guidelines to Defra/DECC's GHG Conversion Factors for Company Reporting
Trajetos de funcionários ( <i>commuting</i> )	4.509	2006 IPCC Guidelines for National Greenhouse Gases Inventories (carro, moto e ônibus); MCT – Fator de emissão do <i>grid</i> nacional para 2011 (trem e metrô)	4.407	2006 IPCC Guidelines for National Greenhouse Gases Inventories (carro, moto e ônibus); MCT – Fator de emissão do <i>grid</i> nacional para 2011 (trem e metrô)

Frota terceirizada – Logística <sup>3</sup>	3.768	2006 IPCC Guidelines for National Greenhouse Gases Inventories	6.419	2006 IPCC Guidelines for National Greenhouse Gases Inventories
Frota terceirizada – Outros <sup>4</sup>	1.462	2006 IPCC Guidelines for National Greenhouse Gases Inventories	774	2006 IPCC Guidelines for National Greenhouse Gases Inventories
Consultores de venda	1.916	2006 IPCC Guidelines for National Greenhouse Gases Inventories	2.038	2006 IPCC Guidelines for National Greenhouse Gases Inventories
Gerenciamento de resíduos	69	2006 IPCC Guidelines for National Greenhouse Gases Inventories	30	2006 IPCC Guidelines for National Greenhouse Gases Inventories

<sup>1</sup> De forma a manter a comparabilidade histórica dos dados, as emissões de GEE da TIM para o ano 2012 foram recalculadas usando os potenciais de aquecimento global do Fourth Assessment Report do IPCC (AR4), uma vez que as emissões referentes ao ano de 2013 foram calculadas com esses potenciais, conforme orientação do GHG Protocol.

<sup>2</sup> As emissões provenientes do consumo de eletricidade tiveram aumento significativo (60%) em decorrência do aumento do fator de emissão do *grid* nacional fornecido pelo Ministério de Ciência e Tecnologia, que considera a matriz energética brasileira e seu fornecimento através do Sistema Interligado Nacional (SIN) (fatores de emissão: 2012 – 0,0653 tCO<sub>2</sub>/MWh; 2013 – 0,0960 tCO<sub>2</sub>/MWh). Observou-se, no mesmo período, aumento de 8% no consumo total de eletricidade importada do SIN.

<sup>3</sup> O incremento deve-se, principalmente, à incorporação das emissões associadas ao transporte aéreo de carga de logística (2.645 tCO<sub>2</sub>e).

<sup>4</sup> Essa linha registra as emissões associadas a transporte terceirizado de equipamentos de rede, coleta seletiva e recolhimento de aparelhos, baterias e acessórios. A redução nas emissões deve-se a melhoria no levantamento dos dados primários, compartilhamento do transporte de equipamentos de rede com outras empresas e otimização no transporte das atividades de manutenção e equipamentos de rede, apesar da inclusão das emissões referentes ao transporte aéreo de equipamentos de rede (161 tCO<sub>2</sub>e).

A TIM também quantifica as emissões de substâncias destruidoras da camada de ozônio, as quais são utilizadas, principalmente, nos equipamentos para climatização de ambientes nas unidades da companhia. [EN16, EN17, EN18 e EN19]

## EMISSIONES DE SUBSTÂNCIAS DESTRUIDORAS DA CAMADA DE OZÔNIO

Em t-gás	2012	2013
R-22	1,26	2,10
<b>Em t-eq CFC-11<sup>1</sup></b>		
R-22	0,07	0,12

<sup>1</sup> Calculado com base no consumo total dos gases em seus potenciais de destruição da camada de ozônio (*ozone-depleting potencial*), apresentado no Protocolo de Montreal, 2000.

## MONITORAMENTO DE CHUVAS

Essa parceria, estabelecida pela operadora com o MCTI, consiste na instalação de plataformas de coleta de dados pluviométricos em Estações Rádio Base (ERB), localizadas nas proximidades de áreas de risco de desastres naturais. Na primeira fase, a expectativa é instalar pluviômetros automáticos em cerca de 200 antenas da TIM, nos estados de Ceará, Pernambuco, Minas Gerais, Rio de Janeiro e São Paulo.

A instalação e a manutenção dos equipamentos serão de responsabilidade de técnicos do Centro Nacional de Monitoramento e Alertas de Desastres Naturais (Cemaden) do MCTI, enquanto a TIM oferece, além do local para a instalação do pluviômetro, os *chips* para a transmissão dos dados. A meta do governo é instalar um total de 2.800 pluviômetros automáticos em todo o país, além de ampliar para 821 o número de municípios monitorados, até o fim de 2014.



## ESTAÇÕES CLIMÁTICAS VIRTUAIS

A outra parceria firmada entre a TIM e o MCTI, em 2013, foi a do projeto de estações climáticas virtuais, inédito na América Latina. Desta vez, contando também com o apoio do Planetary Skin Institute (PSI), uma organização global, independente, de pesquisa e desenvolvimento sem fins lucrativos que visa aprimorar o desenvolvimento de plataformas nacionais para a gestão proativa de riscos de desastres naturais e de gestão sustentável de recursos naturais.

Na parceria, a TIM libera para o PSI e para o Cemaden do MCTI os dados dos *links* de rádio da operadora para o desenvolvimento de uma capacidade inovadora de observação pluviométrica virtual em todo o país. Ou seja, sem a necessidade de uma cobertura alta de estações meteorológicas físicas. Com as informações coletadas pela rede móvel de telefonia, vai se tornar possível criar mapas pluviométricos em alta resolução, em tempo real.

Outra grande vantagem de uma estação meteorológica virtual com cobertura nacional encontra-se na possibilidade de criação de uma série histórica de dados mais robusta. Esse levantamento pode contribuir para estudos de adaptação às mudanças climáticas, minimizando os possíveis efeitos causados pelas alterações no clima.

## OPORTUNIDADES E RISCOS

Anualmente, a companhia realiza uma avaliação preliminar de oportunidades e riscos de acordo com as mudanças do clima. Os resultados também estão disponíveis para o público no *website* do CDP ([www.cdproject.net](http://www.cdproject.net)).

### OPORTUNIDADES

- Há a tendência de empresas brasileiras deixarem de quantificar suas emissões de forma voluntária, tornando-se uma medida mandatória por regulamentações nacionais ou regionais. Como a TIM já realiza as iniciativas de quantificação de suas emissões, bem como o aprimoramento de seu inventário, acreditamos demandar menores esforços na adequação

quando essas atividades forem obrigatórias, trazendo vantagens competitivas no mercado.

- Já para a prevenção de um cenário de escassez de oferta de energia provocado por longos períodos sem chuva, a TIM promove iniciativas que visam à diminuição do consumo de energia elétrica em seus serviços e instalações. Primeiro, a companhia mantém o projeto de modernização e *swap*, que é a substituição dos equipamentos de acesso por modelos mais modernos e eficientes, sendo que cerca de 60% da rede foi modernizada. Esse projeto continuará em implementação em 2014, quando as atividades serão focadas em todo o estado do Rio Grande do Sul. Outra ação que vai promover a redução no consumo de energia será a otimização das instalações de equipamentos em todos os prédios industriais da empresa. E, por último, a virtualização de *data centers*, equipamentos de TI que se localizam em prédios industriais, também contribuirá para a redução do consumo de energia.
- Para a TIM, as oportunidades advindas das mudanças climáticas para o setor de telecomunicações referem-se à criação de soluções que promovam a mitigação de suas emissões e de seus clientes, bem como aquelas que permitam melhor adaptação diante das mudanças climáticas. Nesse caso, há a possibilidade de promover o desenvolvimento de ferramentas ou aplicativos de alertas de eventos meteorológicos extremos, como de previsão do tempo, com a instalação de pluviômetros nas Estações Rádio Base (ERBs) em áreas de risco.
- O gerenciamento estratégico de carbono pode contribuir para a percepção positiva que os clientes e a sociedade, em geral, têm da imagem da TIM. Sob esse aspecto, a companhia quantifica e publica as emissões de GEE desde 2008, além de responder ao CDP desde 2007 e de participar da plataforma Empresas pelo Clima desde 2010.
- A TIM oferece a seus clientes, que buscam cada vez mais a eficiência de produtos e serviços, opções com o diferencial

de redução do consumo de energia ou o uso de energias alternativas. O TIM PDV, por exemplo, é o sistema de recarga *online* da companhia, que diminui as emissões associadas ao ciclo de vida de cartões pré-pagos.

- Além disso, a companhia oferece diferentes formas de pagamento de suas faturas telefônicas, como a conta resumida (recebida por mensagem de texto por contato na Central de Relacionamento com o Cliente e no *site*), que é grande incentivo para a redução do desperdício de papel.
- A companhia considera também que seus serviços de telecomunicações poderão ser usados no intuito de reduzir as emissões provenientes do deslocamento de pessoas. Além de serem base para a otimização de processos produtivos e fluxos logísticos nos mais diversos setores, contribuem para a redução de emissões de seus clientes.
- As mudanças climáticas podem influenciar também o comportamento de investidores, que poderão passar a priorizar empresas que sejam transparentes em relação ao gerenciamento de suas emissões. Nesse aspecto, em 2013 a operadora foi confirmada, pelo sexto ano consecutivo, no Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) e, em janeiro de 2014, pelo quarto ano, foi selecionada para integrar o Índice Carbono Eficiente (ICO2), ambas carteiras da BM&FBovespa.
- Adicionalmente, a composição do ICO2 se baseia na eficiência de emissões de GEE das empresas, o que significa que uma baixa taxa de emissões representará uma maior liquidez e, conseqüentemente, valorização dos papéis negociados. Sendo assim, a TIM participa do CDP Investors desde 2007 e responde ao questionário do CDP Supply Chain desde 2012 (ano-base 2011). Com isso, fornece ainda informações que contribuem para o desenvolvimento sustentável da cadeia de valores de seus clientes.

## RISCOS

- A Política Nacional sobre Mudança do Clima (PNMC), de 2009, confirma o alinhamento do Brasil com iniciativas internacionais que buscam reduzir os impactos das mudanças climáticas, estabelecendo uma redução voluntária entre 36,1% e 38,9% nas suas emissões projetadas até 2020. Já o decreto nº 7.390, de 9 de dezembro de 2010, regulamenta o compromisso nacional voluntário de redução de emissões assumido nessa política, apresentando a projeção das emissões nacionais de GEE para o ano de 2020 para diferentes setores da economia e estabelecendo metas específicas que devem ser abordadas pelos Planos de Metas Setoriais.
- Embora o setor de telecomunicações não esteja incluído nesse decreto, ele pode abrir precedência para que demais setores estabeleçam metas de redução de emissões de GEE. Nas esferas estaduais, existe ainda a tendência de uma maior restrição de emissões. Em São Paulo e no Rio de Janeiro, os dois estados mais relevantes para os nossos negócios, já existem legislações específicas para a questão das mudanças climáticas. Dessa forma, a TIM considera – ainda que improvável a curto prazo – que pode estar sujeita a uma restrição de emissões, caso o setor de telecomunicações também apresente um plano voluntário de metas.
- Grande parte das emissões de GEE quantificadas no inventário da TIM está associada ao consumo de energia (principalmente pela infraestrutura de rede), às atividades de logística terceirizada e ao deslocamento casa-trabalho dos colaboradores da empresa. Dessa maneira, políticas que incidam no setor de energia tendem a elevar os custos operacionais dos serviços, possibilitando que o aumento do preço da energia seja repassado aos consumidores, impactando os custos operacionais da TIM (ainda que as despesas com a aquisição de energia representem menos de 5% de seus custos operacionais).
- De forma similar, normas que impactem os fornecedores da TIM, como ter emissões e pegadas de carbono reguladas no

futuro, podem resultar em aumento de custo dos produtos e serviços contratados pela empresa. Isso, especialmente, ao se tratar de fornecedores de equipamentos eletrônicos e de infraestrutura.

- No caso de remoção dos subsídios incidentes sobre o preço dos combustíveis fósseis e/ou imposição de metas de redução de emissões nesse setor, a TIM também pode ser negativamente afetada.
- Uma eventual mudança nos extremos de precipitação e a ocorrência de longos períodos sem chuva também podem acabar comprometendo o nível de água nos reservatórios e afetando a oferta de energia nacional. Sendo assim, a TIM considera estar sujeita a possíveis medidas de racionamento de energia e a oscilações no preço médio do kWh em função dos efeitos das mudanças climáticas.
- A TIM acredita ainda que a ocorrência de tempestades em maiores intensidades e frequência podem danificar as torres de transmissão, o que pode aumentar os gastos da companhia com a aquisição de novos equipamentos e manutenção dos já existentes. Isso pode provocar também o aumento do valor dos seguros de bens que estejam suscetíveis a tais eventos. As variações no clima e a ocorrência frequente de enchentes também podem aumentar os casos de ausência e liberação de funcionários por doenças e dificuldade de deslocamento.
- A interrupção ou a piora na qualidade do sinal de telefonia móvel e demais serviços de telecomunicação também representam um risco para o negócio da companhia. Além disso, a redução da vida útil dos aparelhos e os eletrônicos que têm seus rendimentos diretamente relacionados à temperatura sob a qual funcionam podem acarretar um maior consumo de eletricidade para fins de refrigeração, caso haja um aumento de temperatura.

## GESTÃO DE RESÍDUOS

Além de buscar minimizar a produção de resíduos, a TIM incentiva a coleta diferenciada, a recuperação e a reciclagem em suas atividades. A empresa também atua na prevenção de danos pós-consumo por meio de programas de recolhimento e destinação final ambientalmente adequada dos produtos, assim como insumos em potencial impactantes.

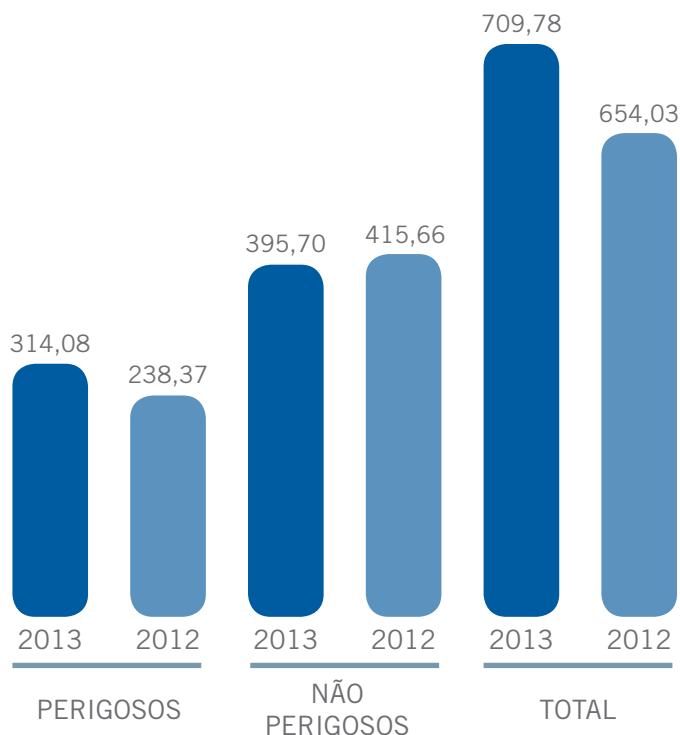
Em 2013, os destinos dos resíduos gerados pela companhia foram aterro sanitário e reciclagem. Durante o ano, foram geradas 709,8 toneladas de resíduos pela empresa, das quais 314,08 toneladas (44,9%) foram de resíduos perigosos e 395,70 toneladas (55,75%) foram de resíduos não perigosos. Desse total, 100% do material é recolhido e transportado por empresas especializadas do ponto de coleta até o destino final.

Um dos nossos programas mantidos para tratamento dos resíduos é o descarte correto das lâmpadas queimadas, por meio de empresas habilitadas que coletam as lâmpadas, trituram a vácuo, separam os detritos sólidos e gasosos e destinam corretamente os rejeitos. Também possuímos o Programa de Gerenciamento de Resíduos (PGR), atuando de forma geral sobre toda a organização. Uma das iniciativas desse programa é a coleta seletiva de resíduos papel, papelão, plástico, alumínio e não reciclável (orgânico) nas sedes administrativas e nos prédios industriais.

Os celulares, seus acessórios e baterias portáteis descartados, além de pilhas em geral, são coletados e encaminhados para destinação adequada, por meio dos programas Recarregue o Planeta e Programa Papa-Pilhas. Eles disponibilizam urnas especiais para o recolhimento de baterias usadas nas lojas próprias, lojas TIM e prédios sede em todo o Brasil. Também passou a recolher aparelhos celulares em desuso e respectivos acessórios. [EN22 e EN27]

Assim como no ano anterior, não houve registro de derrames significativos. [EN23]

## TOTAL DE RESÍDUOS GERADOS, POR TIPO



## MÉTODO DE DISPOSIÇÃO



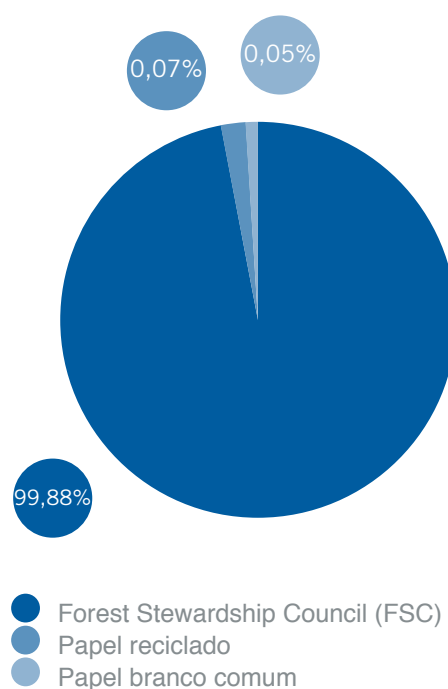
## PAPEL

O monitoramento do consumo de papel da TIM é feita em quatro frentes: uso interno, sacolas, *marketing* e faturamento. Desse total, 99,88% são de papel com a certificação Forest Stewardship Council (FSC), 0,07% é de papel reciclado e menos de 0,05% é de papel branco comum.

Mantemos diretrizes e procedimentos de impressão disseminados, com foco na redução do consumo interno de papel e de seus respectivos custos, envolvendo a substituição de impressoras, fax, *scanner* e copiadoras independentes por equipamentos multifuncionais, que centralizam todas essas tarefas. Todas as regionais também empregam papel FSC em suas sedes e seus escritórios administrativos, para uso interno dos funcionários. As políticas de redução de impressão, associadas às campanhas internas de conscientização para a redução do consumo, contribuíram tanto para a economia de papel como de outros recursos, como *tonner*.

Ao longo de 2013, realizamos campanhas para o cliente optar pela conta *online* da TIM por meio de comunicação em canais, como *e-mail marketing* e mensagem na fatura, com o mote "Conta *online*. Tire essa ideia do papel". Com o foco da divulgação apoiada em

## CONSUMO DE PAPEL (POR TIPO)



## TOTAL DE MATERIAIS UTILIZADOS, POR PESO E VOLUME

	2013		2012	
	Total consumido	% em relação ao total consumido	Total consumido	% em relação ao total consumido
Total	2.970.716,80	100,00%	2.632.290,51	100,00%
Reciclado	2.089,00	0,07%	94.399,00	3,59%
FSC	2.967.123,80	99,88%	2.534.175,51	96,27%
Branco	1.504,00	0,05%	3.716,00	0,14%

## MATERIAIS UTILIZADOS, POR PESO E VOLUME

Papel uso interno	2013	2012	Var. %
Total	52.185,80	63.038,00	-17,22%
Reciclado	2.089,00	53.043,00	-96,06%
FSC	48.592,80	6.279,00	673,89%
Branco	1.504,00	3.716,00	-59,53%
<b>Sacolas</b>	<b>2013</b>	<b>2012</b>	<b>Var. %</b>
Total	89.800,00	41.356,00	117,14%
Reciclado	-	41.356,00	-
FSC	89.800,00	-	-
Branco	-	-	-
<b>Marketing</b>	<b>2013</b>	<b>2012</b>	<b>Var. %</b>
Total	1.489.811,00	791.421,00	88,25%
Reciclado	-	-	-
FSC	1.489.811,00	791.421,00	88,25%
Branco	-	-	-
<b>Faturamento</b>	<b>2013</b>	<b>2012</b>	<b>Var. %</b>
Total	1.338.920,00	1.736.475,51	-22,89%
Reciclado	-	-	-
FSC	1.338.920,00	1.736.475,51	-22,89%
Branco	-	-	-

quatro pilares – comodidade, controle, privacidade e segurança –, a iniciativa contribuiu para a redução de papel na impressão das faturas. [EN1, EN2 e EN26]

## ENERGIA

A TIM consome energia, essencialmente, através da rede elétrica, que representa 96,4% do total, sendo o restante consumido pela frota própria e por geradores de energia. A operadora possui Estações Rádio Base (ERBs) com autonomia de funcionamento em caso de queda de energia e geradores que podem ser utilizados a fim de garantir o funcionamento dos serviços em casos de queda prolongada.

Cientes da necessidade de reduzir o consumo energético, desenvolvemos medidas educativas de conscientização do público interno nos escritórios administrativos, além de ações de manutenção predial, como redução do horário de funcionamento dos equipamentos de refrigeração e elevadores.

Outra forte ação de redução do consumo é a melhoria da capacidade de operação, por meio da qual a TIM, em 2013, deu continuidade ao projeto de modernização e *swap*. Ele consiste na substituição dos equipamentos de acesso por modelos mais modernos e eficientes, sendo que cerca de 60% da rede foi modernizada. Esse projeto continuará em implementação ao longo de 2014, quando as atividades serão focadas em todo o estado do Rio Grande do Sul.

A otimização das instalações de equipamentos em todos os prédios industriais da empresa é mais uma iniciativa que vai promover a redução no consumo de energia. Assim como a virtualização de *data centers* – equipamentos de TI que se localizam em prédios industriais – também contribuirá para a redução do consumo de energia.

O acordo de *RAN sharing* da TIM com a Oi, aprovado pela Anatel no início de 2013, visa ao compartilhamento da infraestrutura de rede para esse serviço e à garantia da cobertura da tecnologia 4G (Long Term Evolution – LTE) dentro do território nacional. Esse modelo inovador, baseado no equilíbrio entre as partes, possibilita longevidade à iniciativa que, entre diversos outros benefícios, prevê que serão

## CONSUMO DE ENERGIA, POR FONTE

Consumo de energia <sup>1</sup> (GJ) <sup>3</sup>	2013	2012	Var. %
<b>Fontes próprias – não renováveis</b>			
Gasolina	46.942	43.114	8,88
Diesel – veículos	869	929	-6,50
Diesel – geradores	6.136	5.904	3,93
Total	53.947	49.947	8,01
<b>De terceiros</b>			
Elettricidade	1.453.581	1.342.931	8,24
Total	1.453.581	1.342.931	8,24
Consumo total <sup>2</sup>	1.507.528	1.392.877	8,23

<sup>1</sup> O consumo de energia refere-se a todas as unidades e veículos da TIM Participações S.A. no Brasil, incluindo suas duas subsidiárias, TIM Celular S.A. e Intelig Telecomunicações Ltda. Os valores contemplam também as atividades da TIM Fiber, incorporada pela TIM Celular em 2012.

<sup>2</sup> No Brasil, não é possível determinar qual o consumo de energia primária para a produção de energia indireta. As concessionárias (hidrelétrica, termoeletrica etc.) não têm obrigação legal de informar a fonte de produção de energia no país.

<sup>3</sup> Para calcular o consumo em gigajoules, foram utilizados os valores de conversão do Balanço Energético Nacional 2013.

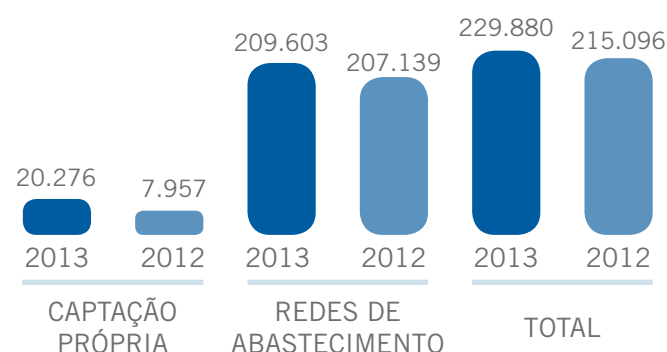
poupadas, até 2016, mais de 500 toneladas de material, que não chegarão ao descarte, e possibilita a redução de energia, estimada em 37% e, consequentemente, de emissões de GEE, além da gestão de riscos climáticos. Em linha com os desafios da redução da poluição ambiental e dos planejamentos urbanísticos, o compartilhamento também projeta a redução à metade dos *sites*, o que implica menor necessidade de fabricação desses componentes e, assim, economia de recursos naturais.

Outra ação é a ativação de novas coberturas utilizando equipamentos de última geração, que apresentam maior eficiência energética.

Já os “*biosites*”, projeto em fase de desenvolvimento na empresa, são estruturas similares a antenas que possibilitam coberturas específicas com a máxima eficiência de uso de espaço e energia. Os *biosites* também contribuem para diminuir o impacto visual na paisagem urbana, aumentar a segurança e democratizar o acesso de nossos serviços.

O aumento do consumo de energia em relação ao ano anterior foi decorrente da expansão da rede, com um aumento de 1.261 *sites*. [EN3, EN4, EN5 e EN6]

## TOTAL DE ÁGUA CONSUMIDA, DISCRIMINADO PELAS SEGUINTE FONTES (M³)



## ÁGUA E EFLUENTES

Mesmo que nosso negócio não envolva o uso intensivo de água, monitoramos o volume consumido em nossas unidades, tanto da rede urbana de abastecimento quanto de captação própria, que posteriormente é utilizado em jardins e limpeza de estacionamentos.

A origem da água captada para uso nas atividades da TIM é predominantemente de rede urbana de abastecimento. O escritório de São Paulo começou a consumir água proveniente de um poço artesiano em junho de 2012, quando a licença de uso do bem foi dado pelas autoridades competentes locais.

As iniciativas para reduzir o consumo de água em suas operações são medidas como obras de adequação, vistorias e inspeções efetuadas constantemente nos banheiros e copas para evitar vazamento de água e implantação de equipamentos mais eficientes nos sanitários (torneiras com temporizador e vasos sanitários com caixa acoplada).



Com relação aos efluentes, a TIM não possui iniciativas para seu tratamento e posterior reutilização. Portanto, todo volume produzido pela companhia é destinado às redes de saneamento público, responsáveis por controlar o processo de tratamento do efluente. Vale destacar que a companhia não efetua descartes de alto impacto ambiental e que nenhum corpo hídrico é significativamente afetado. [EN8 e EN21]

## A TIM evoluiu com o trabalho de verificação de *sites* em Áreas de Preservação Permanente e ampliou o monitoramento de emissões eletromagnéticas e de ruídos em suas instalações

### IMPACTOS AMBIENTAIS DOS PRODUTOS E SERVIÇOS

As Estações Rádio Base (ERBs), estruturas necessárias para o funcionamento do serviço telefônico móvel, geram impactos tanto na implantação propriamente dita quanto na emissão de radiação eletromagnética. De acordo com a publicação da Acel Telefonía Celular – *Conheça Bem essa Tecnologia* –, estudos desenvolvidos pela Organização Mundial da Saúde (OMS) apontam que não há indícios suficientes de que o uso de celulares represente perigo à saúde, desde que sejam observados os limites e as normas de precaução.

Ainda segundo a publicação, as antenas emitem radiação de valor insignificante, mesmo considerando uma exposição contínua. Esse nível a que a população está sujeita é de 50 a mil vezes inferior ao patamar de segurança estabelecido pela regulamentação da Anatel. Por meio da Resolução nº 303/2002, a agência estabelece os limites de exposição a campos eletromagnéticos na faixa de radiofrequência utilizada pela telefonia celular.

A TIM analisa e monitora, com base nos métodos da Resolução nº 303, as emissões eletromagnéticas em todas as Estações Rádio Base (ERB), mantendo-se dentro dos limites estabelecidos. Os dados incluem as bases compartilhadas com outras operadoras. A empresa elabora um relatório teórico sobre as emissões eletromagnéticas de todas as suas ERBs. Esse relatório é exigido no momento da implantação para garantir que a ERB tenha licença da Anatel.

Em 2013, evoluímos com o trabalho de verificação dos *sites* que poderiam estar inseridos em Áreas de Preservação Permanente (APP). Nessa etapa do projeto, foram identificadas 131 estações em áreas de preservação. Em 2014, daremos continuidade ao projeto, pois ainda faltam verificações a serem iniciadas em antenas com a possibilidade de estar em APP. [EN11, EN12]

A companhia também reforçou as campanhas internas de conscientização sobre o uso consciente de energia, lâmpadas e água em 2013. Apesar de não possuir metas diretas de redução de GEE, a já estabelecida de redução no consumo de energia elétrica nos equipamentos de rede resultará diretamente na redução de tais emissões.

Outro impacto consequente das operações da TIM é a emissão de ruídos. Nesse caso, normalmente o monitoramento das emissões é realizado por determinação da legislação (estadual e municipal) ou pela demanda de órgãos públicos. Para obtenção da licença de operação da Estação Rádio Base (ERB), também é necessário efetuar essa medição. Em 2013, a companhia mensurou o nível de emissões eletromagnéticas em 3.120 *sites* (51,60% a mais do que no ano passado), e, em 32 deles, foi mensurado o nível de ruído. Nesse caso, a medição em campo é feita quando a empresa é notificada ou se solicitado em processo de regularização de *sites*.

[EN26 e SO1]

Em 2013, a TIM foi multada no valor total de R\$ 798 mil, referente a 39 multas por não conformidade ambiental. Também foram registrados 46 autos de infração, 507 processos administrativos ativos, 33 judiciais e cinco termos de ajustamento de conduta (TACs), ainda em curso.

## PROCESSOS REFERENTES AO MEIO AMBIENTE (QUANTIDADE)

	2013	2012
Processos administrativos (ativos)	507	453
Processos administrativos (entrantes)	56	248
Processos judiciais (ativos)	33	46
Processos judiciais (entrantes)	6	3

Ananindeua/PA – TAC firmado entre a TIM Celular e a prefeitura com intuito de obter a concessão de prazo para regularização dos processos de licenciamento ambiental de todas as ERBs instaladas no município sem o devido licenciamento ambiental, bem como extinguir os débitos de multas aplicadas em aberto no município.

Fortaleza(Semace)/CE – TAC firmado entre a TIM Celular e a Superintendência Estadual do Meio Ambiente – Semace com objetivo de a empresa apresentar a totalidade dos documentos relativos aos 135 processos, em tramitação na Semace, das ERBs implantadas no estado do Ceará.

Ipueiras/CE – TAC firmado entre a TIM Celular e o Ministério Público visando à relocação e à regularização de um *site*. Obrigações da TIM: permutar a propriedade do terreno de locação da ERB pela propriedade onde se encontra a torre; e remover a torre para novo local.

Manaus/AM – TAC firmado entre a TIM Celular S.A. e a prefeitura em decorrência de instalação irregular das ERBs no município. Houve redução de multas aplicadas pela municipalidade e obrigação da TIM de promover o licenciamento das ERBs.

Boa Vista/RO – TAC firmado entre a TIM Celular S.A. e a prefeitura visando à regularização dos licenciamentos urbanísticos de todas a ERBs instaladas no município, que possibilitou, inclusive, redução de penalidades aplicadas.

Atualmente, existem 540 casos ambientais acompanhados pelo Departamento Jurídico Ambiental. Isso é feito por meio de um relatório de contingência, atualizado mensalmente, com os seguintes objetos: adequação de estrutura, ausência de licença por restrição na legislação, cancelamento de licença, ERB não ativada, licenciamento ambiental, publicidade, pilhas/baterias, radiação eletromagnética e remoção de ERB. [EN28]

O Departamento Jurídico Ambiental acompanha os casos envolvendo questões ambientais e produz um relatório de contingência sobre o tema, atualizado mensalmente

## DESEMPENHO SOCIAL

A companhia considera fundamental o respeito aos direitos dos trabalhadores para o desenvolvimento de sua atividade

Defendemos a segurança e a saúde nos locais de trabalho e consideramos fundamental, no desempenho da atividade econômica, o respeito aos direitos dos trabalhadores. Dessa forma, buscamos investir em nossos colaboradores por meio de treinamentos e ferramentas para o desenvolvimento de suas carreiras e a ampliação das suas qualificações.

### EDUCAÇÃO E QUALIFICAÇÃO

A TIM investe em programas que desenvolvem competências necessárias para o alcance dos resultados de negócios. Além disso, visam garantir a preparação do seu quadro de colaboradores, tendo em vista os desafios e cenários futuros, bem como os avanços tecnológicos e mercadológicos. As principais ações são:

- Programa de Graduação, que gera ensino superior para 120 colaboradores;
- Formação Internacional, que leva colaboradores a experiências no exterior;
- Treinamentos técnicos específicos, que focam a qualificação técnica e a atualização para a execução na função designada;
- Treinamentos institucionais, que proporcionam a ambientação do colaborador à empresa.

Em abril de 2013, a operadora promoveu o Workshop Technology Evolution to Business Innovation (Evolução da Tecnologia para Inovação nas Empresas). O encontro foi dirigido a 124 profissionais e líderes da TIM, a maioria das áreas Network, Information Technology e Marketing. Esse *workshop* foi uma das ações de formação previstas no Conexão Tecnologia, programa de desenvolvimento para profissionais de tecnologia e rede da TIM.

Ainda nesse ano, a TIM disponibilizou cem vagas para o curso de graduação em Administração aos seus colaboradores próprios sem formação superior. O curso oferecido pela empresa é fruto de uma parceria com a Associação Internacional de Educação Continuada (AIEC), uma das melhores faculdades via internet do Brasil.

### BÚSSOLA PROFISSIONAL

A TIM criou um guia de orientação e planejamento de carreira para todos os colaboradores. O objetivo do programa Bússola Profissional é mostrar as possibilidades de crescimento e mobilidade na TIM, auxiliando o colaborador a trilhar o melhor caminho dentro da empresa. Para isso, disponibilizou na intranet o Mapa de Carreira, com todos os cargos agrupados por trilhas profissionais, e o Currículo do Sistema de Carreira e Sucessão da TIM, com espaço para o colaborador manter seu currículo atualizado.

## MÉDIA DE HORAS DE TREINAMENTO POR ANO, POR EMPREGADO, DISCRIMINADA POR CATEGORIA FUNCIONAL

	2013	2012	Var. %
Diretoria	690,6	455,4	51,65%
Gerência	20.517,5	16.652,6	23,21%
Demais cargos	82.526,7	67.209,4	22,79%
Força de vendas	42.791,5	454.997,5	-90,60%
Consultor de relacionamento (CRCs)	1.605.221,7	140.360,1	1.043,65%
Total de horas dedicadas a programas de educação corporativa (horas/ano)	1.751.748,0	679.675,0	157,73%
Valor total investido nesses programas (R\$)	14.517.187,97	10.221.265,4	42,03%

## NÚMERO DE COLABORADORES QUE FREQUENTAM CURSOS DE EDUCAÇÃO FORMAL FINANCIADOS PELA EMPRESA

	2013	2012	Var. %
Diretoria	4	22	-22,73%
Gerência	2	71	-35,21%
Demais cargos	12	325	-33,54%
Força de vendas	7	22	-59,09%
Consultor de relacionamento (CRCs)	105	70	44,29%

## VALOR INVESTIDO NO FINANCIAMENTO À EDUCAÇÃO FORMAL DOS COLABORADORES

	2013	2012	Var. %
Total	703.566,21	3.941.837,80	-82,15%

Em 2013, foram investidos R\$ 14,5 milhões em programas de educação corporativa oferecidos aos funcionários. Além disso, a TIM beneficia 389 colaboradores com o financiamento à educação formal, o que totalizou um investimento de R\$ 703,6 mil. O número médio de horas de treinamento por ano, por categoria funcional, ficou distribuído conforme o quadro ao lado. Profissionais em processo de desligamento recebem indenização por demissão e por tempo de serviço, conforme estipulado por lei. Em determinados casos, é possível estender o benefício do plano de saúde de um funcionário desligado, em virtude de cirurgias, por exemplo.

A TIM continua realizando anualmente uma avaliação do desempenho de seus empregados tendo como base as atividades e os objetivos estabelecidos para o período, assim como as competências de grupo definidas para cada função. Após a avaliação, gestor e colaborador realizam um encontro de *feedback*, no qual estabelecem consenso sobre as competências que deverão ser desenvolvidas no próximo ano, bem como definem novas metas e objetivos. A partir daí, é construído o Plano de Desenvolvimento Individual de cada colaborador, por meio do qual são definidas as ações que serão realizadas como suporte ao desenvolvimento dessas competências. Em função das avaliações e dos planos de desenvolvimento, são geradas as movimentações que se relacionam com carreira e mérito.

O programa Consultores de Excelência, aplicado aos consultores de relacionamento (CR), permite a promoção do aprimoramento

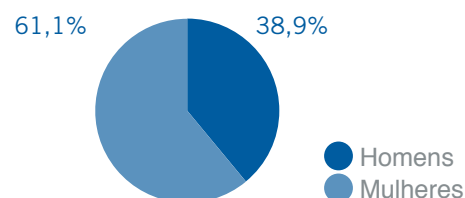
profissional por meio de avaliações mensais, com resultados compartilhados com os colaboradores para servir de apoio à tomada de decisão em relação ao seu desenvolvimento de carreira. A média anual desses resultados é convertida em um conceito que sintetiza o desempenho do CR, alinhado com o processo de Gestão de Desempenho Corporativo. [LA10, LA11 e LA12]

#### PERCENTUAL DE EMPREGADOS QUE RECEBERAM ANÁLISE DE DESEMPENHO

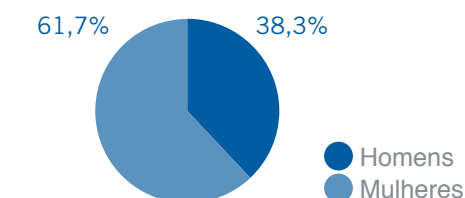
	2013	2012
Empregados <sup>1</sup>	99,9%	99%
Consultores de relacionamento	100%	100%
% do total de empregados	52,7%	41,5%

<sup>1</sup> O percentual apresentado se refere aos empregados que receberam treinamento em função do universo de empregados elegíveis para tal atividade. Os critérios de elegibilidade envolvem, dentre outras especificidades, o tempo que o empregado está dentro da empresa.

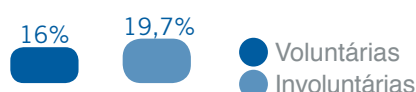
#### TOTAL DE DEMITIDOS, POR GÊNERO



#### TOTAL DE ADMITIDOS, POR GÊNERO



#### TAXA DE ROTATIVIDADE



Em 2013, foram desligados 4.369 colaboradores, sendo 54,9% voluntariamente, 44,7% involuntariamente e 0,4% por outros motivos. No mesmo período, foram admitidos 4.886 colaboradores, sendo que, desse total, 61,7% são mulheres e 89,2% possuem até 35 anos. A taxa de rotatividade total foi de 35,78%, o que significa um decréscimo de 11,45% em relação ao ano anterior. [LA2]

#### TOTAL DE DEMISSÕES VOLUNTÁRIAS E INVOLUNTÁRIAS NO PERÍODO

	2013	2012	Var. %
Voluntárias	2.400	2.479	-3,19%
Involuntárias	1.953	2.228	-12,34%
Outras causas*	16	10	60,00%

#### TOTAL DE ADMITIDOS POR FAIXA ETÁRIA

	2013	2012	Var. %
Até 35 anos	4.359	5.152	-15,39%
De 36 a 45 anos	432	543	-20,44%
De 45 a 60 anos	92	91	1,10%
Acima de 60 anos	3	1	200,00%

#### TOTAL DE ADMISSÕES REALIZADAS ATRAVÉS DE DIFERENTES FORMAS DE RECRUTAMENTO

	2013	2012	Var. %
Recrutamento interno	77	0	-
Recrutamento externo	4.809	5.780	-16,80%

#### SOMATÓRIA DOS SALÁRIOS NOMINAIS

	2013	2012	Var. %
Qual a somatória dos salários nominais dos admitidos no período?	8.298.940,25	9.015.817,44	-7,95%
Qual a somatória dos salários nominais dos demitidos no período?	7.248.601,35	8.034.662,94	-9,78%

## OPORTUNIDADES DE EMPREGO NAS UNIDADES PRÓPRIAS

A TIM fechou 2013 com 163 lojas próprias no Brasil, sendo 32 unidades inauguradas durante o ano. De forma geral, a TIM dispõe de mais de 12 mil pontos de vendas, entre lojas *premium* e revendedores (exclusivos ou multimarca), além de contar com a capilaridade das grandes redes de varejo. Os clientes do segmento pré-pago contam ainda com canais alternativos para recarga, como supermercados e bancas de jornal, totalizando mais de 430 mil pontos de venda espalhados por todo o país.

## PERFIL DOS COLABORADORES

A TIM prioriza um ambiente de trabalho saudável, a fim de estimular o desenvolvimento profissional. Para isso, os colaboradores são permanentemente informados sobre os avanços da empresa no mercado de telecomunicação e as metas estabelecidas por meio da intranet corporativa, do TIM News (TV corporativa interna, com transmissão em áreas de grande circulação) e de *e-mails* de comunicação interna.

Ao fim de 2013, o quadro de funcionários da companhia contava com 12.870 colaboradores,<sup>1</sup> sendo 12.167 empregados diretos,<sup>2</sup> 381 aprendizes, 306 estagiários e 16 terceirizados. Do total de empregados diretos, a maior parte se concentra nos estados de Rio de Janeiro, São Paulo e Paraná. Destes, 91% possuem menos de 10 anos de tempo de empresa. Todos os colaboradores cumprem jornada integral de trabalho e 95% possuem contrato de trabalho por tempo indeterminado. [LA1]

Em 2013, a TIM recebeu 13.557 processos trabalhistas e pagou um valor de R\$ 2,1 milhões em processos julgados procedentes. [SO8]

<sup>1</sup> Colaboradores: empregados próprios, terceirizados, estagiários e aprendizes.

<sup>2</sup> Contratado, com carteira de trabalho assinada e direitos trabalhistas assegurados diretamente pela empresa, de acordo com a CLT. Não inclui estagiários e aprendizes.

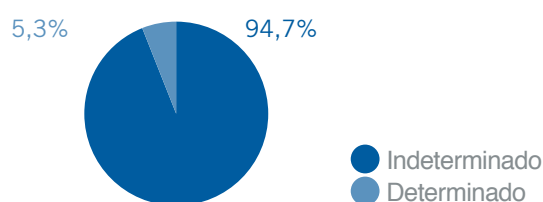
## DISTRIBUIÇÃO DOS EMPREGADOS DIRETOS, POR REGIÃO

	2013	2012
Escritório regional São Paulo – SP (capital e interior)	3.588	3.618
Escritório regional Rio de Janeiro – RJ	3.835	3.606
Regional Rio de Janeiro – ES	14	15
Escritório regional Sul – PR	1.213	1.119
Escritório regional Sul – SC	123	107
Escritório regional Sul – RS	228	202
Escritório regional Centro-Oeste – DF, GO, TO, MT, MS, RO e AC	362	316
Escritório regional Leste – MG, BA e SE	585	503
Escritório regional Nordeste – PE, AL, PB, RN, CE e PI	1.956	1.931
Escritório regional Norte – PA, AM, MA, AP e RR	263	233

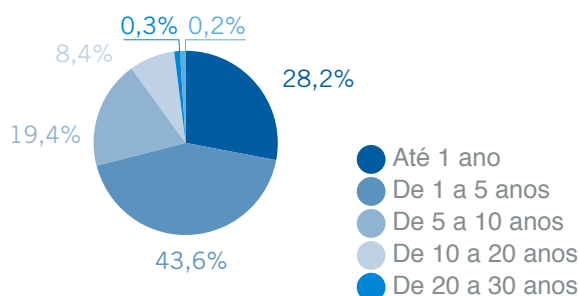
## QUANTIDADE DE COLABORADORES POR JORNADA DE TRABALHO

	2013	2012
Colaboradores em jornada de trabalho integral	12.854	12.255
Colaboradores em jornada de trabalho parcial	0	0

## EMPREGADOS POR JORNADA DE TRABALHO



## NÚMERO DE EMPREGADOS POR TEMPO DE EMPRESA





## PESQUISA DE CLIMA

Em 2013, não houve pesquisa de clima organizacional porque a TIM afere a qualidade do ambiente de trabalho do Grupo Telecom Italia em parceria com a Universidade Italiana Bocconi a cada dois anos. Em 2012, de acordo com a opinião dos colaboradores, a média de satisfação geral foi de 7,54 (em uma escala de 1 a 10), colocando a TIM na posição de empresa do grupo na qual os colaboradores apresentam maior nível de satisfação. Além da média de satisfação geral, foram avaliados mais 22 itens (imagem externa, orientação ao mercado, liderança e diversidade, dentre outros) em uma escala de 1 a 7. As notas alcançadas pela TIM ficaram entre valores médios (4 a 5) e médios para altos (5 a 6).

## PRESENÇA NO MERCADO

Embora não possua uma política estruturada de contratação na comunidade local, em recrutamentos externos a TIM busca dar preferência à mão de obra local, residente na cidade de origem da vaga. Em alguns casos, como forma de engajar para o processo de recrutamento e seleção, as associações de moradores das comunidades vizinhas anunciam as oportunidades por meio de cartazes corporativos, via *site* ou contato pessoal.

A companhia também atua em parceria com algumas consultorias que recebem material específico de divulgação impressa, que são dispostas em universidades e canais que julgarem satisfatórios para o recrutamento de candidatos. As vagas divulgadas em redes sociais são, especificamente, voltadas para os programas de estágio e jovem aprendiz.

São contratados profissionais de outras áreas geográficas apenas quando não existe disponibilidade local nem opções de formação. Em 2013, os 14 gestores contratados eram provenientes das comunidades locais da empresa, no eixo Rio-São Paulo, localidades em que houve a necessidade da admissão desses profissionais. [EC7]

## ESTÁGIO SEM FRONTEIRAS

O total de inscritos na edição 2013 do programa Estágio Sem Fronteiras foi de cerca de 50 mil candidatos, dos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Paraná, Rio Grande do Sul, Pará e Pernambuco, que concorreram a 123 vagas na operadora. Os profissionais aprovados são desenvolvidos para ocupar cargos estratégicos e de liderança na companhia. O programa oferece ainda remuneração diferenciada, participação nos lucros e resultados, programa de desenvolvimento de liderança e gestão, *job rotation*, formação internacional para os que mais se destacarem e acompanhamento de carreira com executivos da TIM.

## TRAINEE TALENTOS SEM FRONTEIRAS

A TIM também investe no desenvolvimento de jovens profissionais, que, por meio do programa Trainee Talentos Sem Fronteiras, podem assumir, após dois anos e três meses, posições estratégicas na companhia. Além de adquirir novos conhecimentos, desafios e oportunidades de crescimento na empresa, o profissional vai contar com remuneração diferenciada, participação nos lucros e resultados, programa de desenvolvimento de liderança e gestão, *job rotation*, formação internacional para os que mais se destacarem e acompanhamento de carreira com executivos da TIM.

O programa Estágio Sem Fronteiras atraiu cerca de 50 mil candidatos em 2013, com vagas em sete estados brasileiros. Os aprovados são capacitados para cargos estratégicos e de liderança

## RESPEITO À DIVERSIDADE E COMBATE À DISCRIMINAÇÃO

A TIM acredita que um ambiente diverso, formado por pessoas independentemente de gênero, raça, orientação sexual, religião e condição social ou física, promove uma rica troca de ideias. Apesar de não haver iniciativas formais instituídas para garantir ou ampliar a diversidade, assim como

a participação e representatividade dos diversos grupos sociais que compõem a sociedade nos grupos responsáveis pela governança, a companhia deixa claro seu posicionamento por meio de artigos na intranet e outros meios de comunicação interna. A TIM valoriza as diferentes experiências e qualidades individuais dos seus colaboradores como forma de estimular o pensamento inovador. [LA13]

## DISTRIBUIÇÃO DOS EMPREGADOS, POR GÊNERO E CARGO<sup>1</sup>

	2013	2012	Var. %
<b>Homens</b>	<b>5.278</b>	<b>5.093</b>	<b>3,63%</b>
Diretores	42	44	-4,55%
Gerentes	462	470	-1,70%
Profissionais	2.411	2.177	10,75%
Força de vendas/lojas	1.272	1.312	-3,05%
Consultores de relacionamento/fraude	1.091	1.090	0,09%
<b>Mulheres</b>	<b>6.889</b>	<b>6.557</b>	<b>5,06%</b>
Diretores	8	6	33,33%
Gerentes	226	237	-4,64%
Profissionais	1.909	1.723	10,80%
Força de vendas/lojas	1.385	1.239	11,78%
Consultores de relacionamento/fraude	3.361	3.352	0,27%

<sup>1</sup> Não inclui estagiários, aprendizes e terceiros.

## TOTAL DE FUNCIONÁRIOS EM CADA CATEGORIA FUNCIONAL

	2013	2012	Var. %
Conselho	7	10	-30,00%
Diretoria	50	50	0,00%
Gerência	688	707	-2,69%
Demais funções	12.116	11.498	-0,60%

## DISTRIBUIÇÃO DOS EMPREGADOS, POR FAIXA ETÁRIA

	2013	2012	Var. %
Menores de 18 anos	342	166	106,02%
De 18 a 35 anos	9.423	9.407	0,17%
De 36 a 45 anos	2.317	1.995	16,14%
De 45 a 60 anos	745	666	11,86%
Acima de 60 anos	27	21	28,57%

## TOTAL DE EMPREGADOS POR COR/RAÇA

	2013	2012	Var. %
Brancos	8.461	8.124	4,15%
Pretos	724	665	8,87%
Pardos	3.402	3.251	4,64%
Amarelos	140	95	47,37%
Indígenas	39	37	5,41%
Não informado	88	83	6,02%

## TOTAL DE EMPREGADOS POR NÍVEL DE ESCOLARIDADE

	2013	2012	Var. %
Analfabeto	0	0	-
Ensino fundamental	287	14	1.950%
Ensino médio	8.229	6.398	28,62%
Ensino superior	3.584	5.011	-28,48%
Pós-graduação/mestrado/doutorado	754	832	-9,38%

## SALÁRIOS

A política salarial não está atrelada a qualquer tipo de discriminação e reflete o comportamento do mercado. Em 2013, houve uma continuidade na diminuição da diferença entre a remuneração média de homens e mulheres. [LA14]

Alinhada às melhores práticas de mercado, a política de remuneração da TIM estabelece que a base salarial de cada cargo é

estabelecida de acordo com as atividades desenvolvidas e contribuições para o negócio e não possui qualquer segregação por gênero. Em 2013, a relação entre o maior e o menor salário pago na companhia foi de 87 vezes. A TIM estabelece acordos coletivos em todas as regiões, e nenhum colaborador está sujeito às regras de salário mínimo local. Em 2013, a relação entre o menor salário pago pela companhia e o salário mínimo local foi feita como descrita na página a seguir. [EC5]

## SOMATÓRIA DOS SALÁRIOS NOMINAIS, POR CARGO E GÊNERO

	2013	2012	Var. %
<b>Homens</b>	<b>275.660.203,36</b>	<b>247.446.097,42</b>	<b>11,40%</b>
Diretores	19.267.680,00	18.202.142,00	5,85%
Gerentes	73.103.415,59	65.660.030,50	11,34%
Profissionais	143.416.985,63	126.800.297,66	13,10%
Força de vendas/lojas	29.399.555,80	28.258.288,89	4,04%
Consultores de relacionamento/fraude	10.472.566,34	8.525.338,37	22,84%
<b>Mulheres</b>	<b>186.527.097,03</b>	<b>162.117.948,47</b>	<b>15,06%</b>
Diretores	2.460.000,00	1.448.600,00	69,82%
Gerentes	32.930.161,95	27.397.323,98	20,19%
Profissionais	95.625.399,98	84.722.724,94	12,87%
Força de vendas/lojas	25.213.417,74	22.021.674,08	14,49%
Consultores de relacionamento/fraude	30.298.117,36	26.527.625,47	14,21%

## PROPORÇÃO DE SALÁRIOS-BASE ENTRE HOMENS E MULHERES, POR CATEGORIA FUNCIONAL

	2013	2012	Var. %
Diretores	1,49	1,71	-12,93%
Gerentes	1,09	1,21	-10,14%
Profissionais	1,19	1,18	0,25%
Força de vendas/lojas	1,27	1,21	4,77%
Consultores de relacionamento/fraude	1,06	0,99	7,74%

## ACORDOS COLETIVOS

Asseguramos o respeito aos direitos de liberdade de associação e à negociação coletiva, em conformidade com a legislação brasileira vigente. Em 2013, a TIM contava com 334 empregados sindicalizados em seu quadro, e os acordos coletivos de trabalho abrangem 100% dos empregados próprios.

As principais negociações realizadas em 2013 foram a renovação das cláusulas econômicas do Acordo Coletivo do Trabalho (ACT 2012/2014). As negociações foram iniciadas em setembro de 2013 e finalizadas em novembro do mesmo ano, com a realização de cinco reuniões, com ambas as federações representativas dos trabalhadores, em que houve aprovação em maioria absoluta nas assembleias realizadas em todos os 27 estados do país. Foi acrescido ao conjunto de cláusulas e condições o reajuste

com ganho real nos salários que chegam a R\$ 2 mil e houve a inclusão da categoria de gerentes *managers* no reajuste salarial e a inclusão da extensão do benefício auxílio-creche para os empregados homens. Houve também a revisão de metas do Programa de Participação nos Resultados. [LA4]

## POLÍTICA DE RECOMPENSA

Valorizar e reconhecer os colaboradores pelos resultados atingidos e pela sua contribuição individual é o principal objetivo da Política de Recompensa da TIM. Para isso, trabalha com a diferenciação da remuneração em função da *performance*, o reconhecimento dos resultados e a retenção dos melhores funcionários, além da oferta de oportunidades de crescimento e desenvolvimento profissional.

## PARÂMETRO SALARIAL

Estado	Salário mínimo local (R\$)	Menor salário pago (R\$)	Porcentagem de empregados que recebem o menor salário	Proporção em relação ao mínimo local
SP	755,00	762,00	21,88%	0,93%
RJ	802,53	726,00	11,97%	-9,54%
ES	678,00	1.002,00	28,57%	47,79%
PR	914,82	726,00	38,50%	-20,64%
SC	765,00	1.002,00	39,84%	30,98%
RS	770,00	1.002,00	40,79%	30,13%
DF, GO, TO, MT, MS, RO e AC	678,00	1.002,00	36,74%	47,79%
MG, BA e SE	678,00	946,00	12,65%	39,53%
PE, AL, PB, RN, CE e PI	678,00	726,00	35,63%	7,08%
PA, AM, MA, AP e RR	678,00	946,00	34,98%	39,53%

As modalidades de recompensa são: mérito, promoção, oportunidade interna, bônus (em função de uma alta *performance*) ou gratificação (pelo desenvolvimento de projeto/atividade específico). A aplicação pode resultar em um acréscimo salarial ou em um bônus/gratificação pontual.

Os colaboradores que podem participar da política precisam ter pelo menos seis meses de empresa e que tenham tido resultado igual, no mínimo, a “atendeu plenamente as expectativas” na última Gestão de Desempenho (GD). Quanto maior for a avaliação de desempenho, maior é o limite da faixa salarial que um colaborador pode atingir. Dentro da política, esse patamar poderá chegar a até 150% da média do mercado.

## REGRAS

	Incremento salarial	Bônus/gratificação
Percentual de reajuste máximo no ano	Até 35% do salário	Até 3,5 salários
Periodicidade	Até dois incrementos salariais por ano, com mínimo de 10% em cada movimento, desde que respeitado o limite máximo. Intervalo mínimo de três meses entre as ações	Um bônus/gratificação por ano
Combinação de instrumentos	É possível combinar mais de um tipo de instrumento, desde que sejam respeitados os limites máximos equivalentes (cada 10% de incremento salarial correspondem a um salário de bônus, como critério de equivalência)	

Ao longo de 2013, 2.098 colaboradores foram contemplados com ações de mérito e oportunidades internas, atingindo 42,4% da população elegível, com um incremento salarial médio de 22,1%.

## BENEFÍCIOS

A TIM oferece aos seus empregados um amplo conjunto de benefícios. Dentre eles: assistência médica e odontológica, seguro de vida, previdência privada, vale-alimentação/refeição, vale-transporte, auxílio-creche e aparelho celular com plano funcional de voz e dados.

No início de 2013, contemplamos todos os nossos colaboradores e estagiários próprios com um *modem* disponibilizando internet 3G ilimitada. O plano conta ainda com *roaming* nacional e velocidade de até 16 MBPS e não possui cobrança excedente. Ao fim do ano, os gastos com benefícios contabilizaram um total de R\$ 128 milhões.

Os diretores e gerentes têm direito a um plano de assistência médica internacional, e os representantes da alta administração têm direito a veículo e combustível. Todos participam do programa de lucros e resultados da companhia, sendo que os diretores, gerentes, especialistas *master* e coordenadores recebem o MBO (Management by Objectives). Os demais empregados são contemplados com a PLR (Participação nos Lucros e Resultados). [LA3]

## PREVIDÊNCIA

A TIM oferece, a todos os seus colaboradores próprios, um plano aberto de contribuição definida suplementar administrado pelo Itaú. A contribuição é de 1% do salário até R\$ 2.620, sendo integralmente paga pela TIM. No caso de o empregado receber um salário superior, é pago 1% de R\$ 2.620 e, a partir desse valor, são pagos 6,6% referentes ao restante do salário, sendo que o colaborador e a TIM participam com contribuições iguais. O empregado pode ainda fazer contribuições adicionais ao plano, de acordo com sua escolha.

A adesão ao Plano de Previdência Privada TIM é opcional e, entre as vantagens da adesão, podemos destacar: a possibilidade de dedução no imposto de renda; a isenção de taxa de carregamento (entrada no plano) e encargo de saída (saída do plano); e possibilidade de realizar a portabilidade de recursos de outros planos de previdência que o colaborador já tem. Os colaboradores oriundos da Intelig que não foram transferidos para a TIM permanecem ativos no plano Intelig Icatu. [EC3]

## SAÚDE OCUPACIONAL E SEGURANÇA

Atualmente, a TIM possui dez Comissões Internas de Prevenção de Acidentes de Trabalho (Cipas) distribuídas pelas unidades da empresa com mais de 50 colaboradores e, em 2013, 60% dos colaboradores eram

## ACIDENTES COM EMPREGADOS

	2013
Número de acidentes sem afastamento	3
Número de acidentes com afastamento	24
Taxa de frequência	0,28
Taxa de gravidade	5,58
Número de dias perdidos	471

representados por essas comissões. Nos locais onde não há número mínimo de colaboradores, um responsável é treinado para desempenhar essas atividades.

As Cipas atuam de acordo com a Norma Regulamentadora (NR)-05 na prevenção de acidentes e doenças relacionadas ao trabalho. Essas ações acontecem em conjunto com o Serviço Especializado em Engenharia de Segurança e em Medicina do Trabalho (SES-MT) ou com o representante de segurança do trabalho da empresa. As comissões são formadas metade por colaboradores indicados pelo corpo diretivo da empresa e a outra parte por funcionários eleitos por seus pares.

A TIM também dispõe de um canal de segurança e saúde no trabalho (SST) composto de profissionais especializados em meio ambiente, segurança e saúde do trabalho em todas as suas regionais. A equipe atua na identificação e no controle de riscos ocupacionais por meio de ações preventivas e de conscientização.

Em 2013, a TIM não registrou acidentes graves com seus colaboradores. Todos os acidentes de trabalho são cadastrados no INSS através do sistema CAT *online*. Além desse relato ao INSS, os acidentes são analisados e investigados por meio de documentos específicos que se encontram disponíveis na rede SSMA. Os procedimentos citados anteriormente estão descritos na Política de Comunicação de Acidentes de Trabalho, disponível na intranet corporativa.

A TIM mantém também atenção constante às atividades nas quais há maior risco ou índice de doenças ocupacionais, principalmente no Centro de Relacionamento com o

Cliente, onde há a presença de risco cognitivo. Para reduzir a possibilidade do dano, realizamos programas como ginástica laboral, avaliações ergonômicas, Programa

### LUVAS LABORAIS

Em 2013, a companhia beneficiou os consultores de seus *call centers* próprios por meio de uma ação inédita no Brasil: a distribuição de luvas terapêuticas para uso laboral, um projeto de R\$ 1,3 milhão do Programa de Qualidade de Vida TIM. Foram beneficiados cerca de 4.200 colaboradores nas unidades de atendimento ao cliente em Santo André (SP), Rio de Janeiro (RJ), Jaboatão dos Guararapes (PE) e Curitiba (PR). As luvas auxiliam na prevenção e no tratamento para o alívio da dor muscular.

de Controle Médico de Saúde Ocupacional (PCMSO) e Programa de Prevenção de Riscos Ambientais (PPRA), além do Programa de Qualidade de Vida TIM, que esclarece e incentiva os funcionários a cultivarem hábitos de vida saudáveis.

Desenvolvemos, anualmente, a Semana Interna de Prevenção de Acidentes do Trabalho (Sipat), a Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (Cipa), o Programa de Ginástica Laboral, a vacinação contra gripe e o Programa de Conservação Vocal. A empresa oferece também plano de saúde e odontológico para os funcionários e promove a qualidade de vida com divulgação de informações pela intranet e ações locais.

### BRIGADA DE INCÊNDIO

A companhia retomou, em 2013, a Brigada de Incêndio da TIM, integrada por colaboradores voluntários, previamente treinados e capacitados para realizar atendimento em situações de emergência. Os brigadistas receberam aulas teóricas e práticas para atuar na prevenção e no combate a incêndios, na prestação de primeiros socorros e no auxílio na evacuação de ambientes. A instalação e a manutenção da brigada atende a requisitos legais e garante ações rápidas e eficazes em casos de emergência.



A TIM se compromete ainda a buscar a mitigação dos riscos à saúde dos seus colaboradores por meio de medidas de proteção coletivas e individuais, sem prejuízo do disposto no artigo 191 da CLT e no Decreto nº 3.214/78, priorizando a cessação ou neutralização dos agentes que representem riscos à saúde dos empregados. [LA6, LA7, LA8 e LA9]

## FORNECEDORES

A companhia não possui políticas de compras ou práticas e procedimentos que priorizem fornecedores locais. No entanto, busca, sempre que possível, relacionar-se com fornecedores com sede no Brasil. A Política de Relacionamento com Fornecedores no Processo de Compras estabelece a inclusão da responsabilidade socioambiental dos bens e serviços adquiridos e a melhoria contínua do relacionamento da empresa com os fornecedores. Por isso, todos os contratos e pedidos de compra contam com uma cláusula que garante a observância e o cumprimento do Código de Ética da TIM e dos princípios do Pacto Global, como o respeito aos direitos humanos e de trabalho, aos princípios de proteção ambiental e ao combate à corrupção.

Desde a implementação da política, a companhia realiza a avaliação dos principais fornecedores em questões relacionadas à sustentabilidade. Em 2013, a TIM mantinha parceria comercial com 60 fornecedores classificados como significativos e, desse total, 100% foram submetidos a avaliações relacionadas ao desenvolvimento sustentável. As respostas dessa avaliação não são consideradas nos processos de qualificação e seleção dos fornecedores, servindo apenas para fortalecer compromissos mútuos sobre a Política de Relacionamento e identificar oportunidades de avanço conjunto.

Em 2012, a empresa tinha como meta atingir o montante de 180 fornecedores avaliados de acordo com os critérios de sustentabilidade e, em 2013, foram acrescidos mais 40 novos fornecedores, totalizando 220 fornecedores avaliados.

## PERCENTUAL DE COMPRAS LOCAIS

Tipo de fornecedor	Total de gastos por tipo de fornecedor (R\$)		Participação no total de compras (%)	
	2013	2012	2013	2012
De fornecedores locais	8.852.839	7.142.602	97,1%	96,9%
De outros fornecedores	264.382	227.201	2,9%	3,1%

A companhia não tem procedimentos específicos para identificar operações ou processos em sua cadeia produtiva que apresentem risco de trabalho forçado, análogo ao escravo e infantil. No entanto, ao se tornar um fornecedor TIM, as empresas cadastradas assinam uma declaração mostrando ciência de que a companhia orienta suas atividades e negócios conforme o Código de Ética e de Conduta, à luz dos princípios do Pacto Global, deixando claro o seu compromisso no combate e na erradicação de qualquer forma de exploração do trabalho.

A TIM disponibiliza o Código de Ética e de Conduta na internet, além de promover os princípios do Pacto Global interna e externamente, mas não realiza treinamentos formais referentes a direitos humanos para seus colaboradores e profissionais de segurança. Em 2013, não houve registro de casos de discriminação e qualquer violação aos direitos humanos dentro dos limites da companhia. [EC6, HR2, HR3, HR4, HR6, HR7 e HR8]

Os fornecedores de produtos e serviços da TIM precisam orientar seus negócios conforme o Código de Ética e Conduta da Empresa, disponível na internet

## INVESTIMENTO SOCIAL PRIVADO

### Instituto TIM: foco em ciência, tecnologia e inovação

Criado em julho de 2013, o Instituto TIM surge para consolidar a estratégia de investimento social privado da companhia.

#### MISSÃO

**Criar e potencializar recursos e estratégias para a democratização da ciência, tecnologia e inovação, que promovam o desenvolvimento humano no Brasil, tendo a tecnologia móvel entre os principais habilitadores.**

Presidido pelo executivo Manoel Horacio, o instituto investe na criação e democratização de recursos e estratégias de ensino que promovam a inclusão tecnológica produtiva de jovens. A sua atuação está definida com base em quatro pilares:

- Ensino, que tem como foco a educação e a ciência. O Instituto TIM acredita que toda criança e todo jovem têm direito a uma educação em ciência e em matemática. Por isso, investe na formação de professores, apoia centros de ciência e tecnologia e cria e democratiza estratégias que contribuam para esse ensino.
- Aplicações, com o objetivo de desenvolver novas soluções tecnológicas. O Instituto TIM acredita que as inovações tecnológicas devem servir ao desenvolvimento humano. Por isso, investe para encontrar soluções tecnológicas que contribuam para melhorias do trabalho de instituições que atuem com esse objetivo.

- Inclusão, com a difusão do conhecimento de tecnologias de informação e de comunicação. O Instituto TIM acredita que as pessoas têm o direito de aprender sobre as novas tecnologias de informação e comunicação. Por isso, investe na criação e democratização de estratégias e recursos para difusão desses conhecimentos.
- Trabalho, ao criar novas formas de atuação por meio do conhecimento tecnológico. O Instituto TIM acredita que as inovações tecnológicas são a base de uma nova forma de trabalho. Por isso, investe na criação e democratização de recursos e estratégias que promovam a inclusão tecnológica produtiva de jovens.

#### ATUAÇÃO RESPONSÁVEL

O Instituto TIM investe em projetos inovadores, promove a formação de professores da rede pública, apoia museus e centros de ciência e tecnologia e cria e democratiza estratégias e recursos didáticos que contribuem para o ensino das ciências e da matemática e para a formação técnica de jovens. Os investimentos do instituto, em 2013, somaram mais de R\$ 19 milhões e alcançaram 288 cidades e cerca de 100 mil pessoas.

## DESTAQUE PARA NOSSOS PRINCIPAIS PROJETOS

### O CÍRCULO DA MATEMÁTICA NO BRASIL

O projeto desenvolve competências matemáticas em crianças nos primeiros anos do ensino fundamental. Criado por Bob e Ellen Kaplan, professores de Harvard, dissemina uma nova abordagem de ensino da disciplina. No Brasil, 7 mil crianças de escolas públicas estão participando do projeto. Mais de 7 mil aulas foram realizadas em escolas de Belém, Brasília, Fortaleza, Aracaju, Salvador, São Paulo e Porto Alegre no ano de 2013.

Os investimentos do Instituto TIM em 2013 somaram mais de R\$ 19 milhões. Seus projetos alcançaram 288 cidades e beneficiaram cerca de 100 mil pessoas, com foco em ensino, aplicações, inclusão e trabalho

prioridades do governo federal. Os cursos são gratuitos: Introdução ao Uso de Banco de Dados e SQL; Introdução ao HTML5 e ao CSS3; Introdução à Linguagem de Programação PHP; Edição e Tratamento de Imagens; Arquitetura da Informação e Projeto de Sistemas; Redação e Interpretação de Textos; Introdução à Lógica de Programação; Desenho de jogos; e Publicação Digital em Dispositivos Móveis.

Em 2013, foi estabelecida parceria com o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul-rio-grandense e o Centro de Formação Cultural Cidade Tiradentes (equipamento da prefeitura de São Paulo) para realização do curso piloto, houve a finalização da produção do curso piloto HTML5: Introdução ao Front End e foram publicadas 12 aulas do curso piloto com 126 vídeos no *site* do projeto, entre outras ações. Todos os cursos lançados estão disponíveis no *site* do projeto ([www.timtec.com.br](http://www.timtec.com.br)).

### ZELADORIA URBANA PARTICIPATIVA (ZUP)

Em parceria com as prefeituras de São Paulo e de São Bernardo do Campo, o Instituto TIM idealizou o projeto para criar canais mais eficientes de participação da população por meio do uso de tecnologias móveis e ampliar a capacidade de gestão e planejamento das ações de zeladoria urbana (poda de árvores, iluminação, varrição e lixo, entre outras).

### TIM FAZ CIÊNCIA

Professores de todo o país podem se inscrever para participar dessa iniciativa, que distribui materiais didáticos e ferramentas lúdicas e interativas (*online*) sobre o ensino do pensamento científico em escolas públicas. Os materiais são dirigidos para alunos do 4º e do 5º ano do ensino fundamental e também ficarão disponíveis para *download* na página do TIM Faz Ciência ([www.timfazciencia.com.br](http://www.timfazciencia.com.br)). Em 2013, 2 mil professores, de mais de 200 cidades, inscreveram-se no projeto.

### TIM TEC

Mais de dez cursos para estudantes de nível técnico estão em fase de produção na plataforma de educação a distância TIM Tec. A iniciativa está alinhada aos objetivos do Pronatec (Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego), uma das

### MAPAS CULTURAIS

Em parceria com a Secretaria Municipal de Cultura de São Paulo, o Instituto TIM está financiando a produção de uma plataforma digital para mapeamento de iniciativas culturais, gestão e geração de indicadores de cultura. A plataforma está alinhada às metas do Plano Nacional de Cultura e ao Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais do Ministério da Cultura (SNIIC). Além da elaboração da plataforma, o projeto inclui o mapeamento piloto das atividades culturais do bairro de Campo Limpo, periferia da cidade de São Paulo.

Nesse projeto, 18 encontros de capacitação foram realizados ao longo de 2013, beneficiando 20 jovens bolsistas. O ambiente teste da plataforma já foi publicado e está sendo utilizado por gestores culturais da cidade.

### AGENTES DA TRANSFORMAÇÃO

Com *tablets* nas mãos, cem jovens bolsistas de dez comunidades pacificadas do Rio de Janeiro saíram às ruas para pesquisar e conhecer a realidade de outros jovens. A capacitação dos jovens e a tecnologia necessária para a coleta de 6 mil questionários foram financiadas pelo Instituto TIM e realizadas em parceria com o Instituto Pereira Passos (IPP), órgão da prefeitura do Rio. Segundo o IPP, iniciativas que permitam conhecer as dinâmicas do processo de pacificação são essenciais para a formulação de políticas públicas e iniciativas privadas nas comunidades. O projeto foi concluído com sucesso em 2013.

### CIÊNCIA SEM FRONTEIRAS

O instituto apoia o programa do governo federal Ciência Sem Fronteiras, que tem como objetivo aumentar o conhecimento, a inovação e a competitividade brasileira na área de ciência e tecnologia, com foco em estudantes de graduação e pós-graduação.

### APOIO A MUSEUS E CENTROS DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA

Para somar esforços à Secretaria de Inclusão Social do Ministério de Ciência e Tecnologia na promoção de ações de popularização da ciência, o Instituto TIM criou uma linha de apoio a museus e centros de ciência e tecnologia. Durante 2013, receberam recursos: Museu de Astronomia e Ciências Afins (RJ), Museu de Ciências Naturais do Paraná (PR), Museu Paraense Emílio Goeldi (PA), Espaço TIM UFMG do Conhecimento (MG) e Espaço Ciência (PE).

Em 2013, foi iniciado planejamento da ação Museu na Comunidade em cinco municípios paraenses (Acará, São Miguel do Guamá, Curuçá, Bujaru e Igarapé-Açu), pelo Museu Emílio Goeldi; mais de mil pessoas participaram do Programa Ciência Vai à Escola, em instituições de ensino de municípios paranaenses, pelo Museu de Ciências Naturais; e a Ação Visita Estimulada ao Museu contou com mais de 8 mil participantes, pelo Museu de Astronomia e Ciências Afins; entre outras ações concluídas com sucesso.

**Para saber mais sobre a atuação do Instituto TIM e seus projetos, acesse [www.institutotim.org.br](http://www.institutotim.org.br).**

Apostando na tecnologia móvel como fator de transformação, o Instituto TIM apoia museus e instituições culturais, organizações não governamentais e iniciativas de difusão de conhecimento científico

### APOIOS A ONGS E A INICIATIVAS DE INCLUSÃO SOCIAL

- Instituto Ayrton Senna
- Instituto Ronald McDonald
- Fundação Abrinq
- Casa de Passagem
- Bateria do Instituto TIM

### PASTORAL DA CRIANÇA

Cerca de 120 mil voluntários do programa coletam e enviam informações sobre a saúde de crianças e gestantes. Com a parceria do Instituto TIM, parte dessas informações já pode ser trafegada por meio digital (SMS e *web*) gratuitamente, diminuindo de três meses para um dia o tempo médio de envio dos dados. Em 2013, 2.577 voluntários foram capacitados e mais de 5 mil *kits* foram entregues.

## VOLUNTARIADO

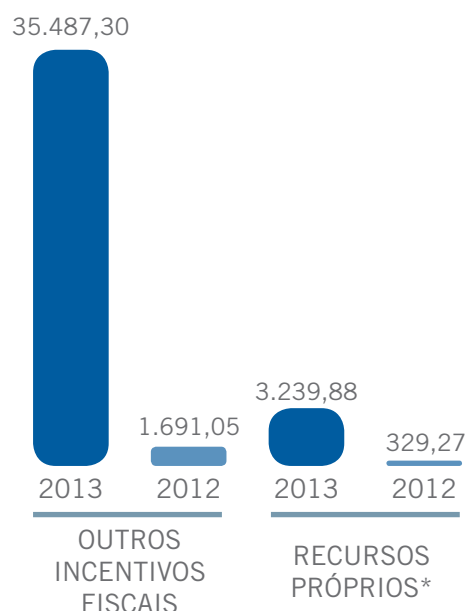
Para incentivar e apoiar a prática do voluntariado entre seus funcionários, a TIM desenvolve o programa Cidadão Sem Fronteiras desde 2009, por meio do qual os profissionais podem dedicar um dia de trabalho no ano exclusivamente a essa atividade. Em 2013, foram 475 colaboradores envolvidos em iniciativas solidárias, incentivados pelo programa. A quantidade de participantes foi 32,6% superior ao número registrado no ano anterior.

Ao reconhecer e gerenciar os principais impactos de seu negócio nas comunidades, a TIM faz o repasse voluntário de recursos privados de forma planejada, monitorada e sistemática para projetos sociais, ambientais e culturais de interesse público. Em 2013, a companhia apoiou diversas iniciativas. Abaixo, alguns destaques. [SO1]

### VALOR DESTINADO A PATROCÍNIOS CULTURAIS E ESPORTIVOS (R\$ MIL)



### INCENTIVO FISCAL UTILIZADO (R\$ MIL)



\* Investimento sem incentivo fiscal.

### VALOR DESTINADO A PROJETOS DE AÇÃO SOCIAL, POR ÁREA DE INVESTIMENTO (R\$ MIL)

	2013	2012
Educação	13.222,93	1.093,32
Cultura	995,19	511,02
Saúde e saneamento	94,38	87,45
Esporte	3.646,26	759,29
Combate à fome e segurança alimentar	0,00	0,00
Outros (Ações sociais)	5.833,53	1.355,22
<b>Total</b>	<b>23.792,29</b>	<b>3.806,31</b>

## OUTROS APOIOS SOCIAIS, AMBIENTAIS E CULTURAIS

### Sociais e ambientais

TIM ArtEducação	Coordenado e idealizado pela ONG Humanizarte, o programa contou, em 2013, com a participação de 4.360 jovens, em 12 municípios de Minas Gerais. A iniciativa estabelece parcerias com as prefeituras das cidades envolvidas e busca estimular o desenvolvimento da autoestima e a inclusão social de jovens por meio de oficinas de música, teatro, dança, contação de histórias, capoeira e outras formas de expressão artística.
FAS (Fundação Amazonas Sustentável)	A TIM apoia a Fundação Amazonas Sustentável (FAS) por meio do Programa Bolsa Floresta, uma iniciativa que recompensa 37 famílias pela manutenção dos serviços ambientais das Unidades de Conservação Estaduais do Amazonas.
Ballet Paraisópolis	Iniciativa que oferece aulas gratuitas de balé clássico às crianças, de 9 a 12 anos, da comunidade de Paraisópolis, em São Paulo. O objetivo do projeto é mostrar que, além da dança, disciplina e responsabilidade são fundamentais.
Fundação Abrinq	O Prêmio Jovem Amigo da Criança é voltado para jovens que possuam ideias inovadoras em projetos que priorizem os direitos da criança e do adolescente. As dez melhores iniciativas relacionadas à causa social recebem uma verba para auxiliar na execução de sua ideia.

### Culturais

Multiculturas	Contemplou o apoio a projetos nos diversos segmentos culturais, como: Sons das Praças, Verão Cultural Salinas, Música na Praça, Verão Itinerante e Pará Cultura Mix. O evento teve a duração de 12 dias, com várias atrações no verão de Salinas e também a Carreta Loja Itinerante, a Carreta Lan House e o Palco Show.
Fundição Progresso	Festival comemorativo de aniversário do centro cultural Fundição Progresso. Grandes eventos, com shows musicais unindo artistas de mérito reconhecido a novos talentos, e debates abertos à comunidade com foco na discussão do mercado cultural.
Músico Cidadão	O objetivo do programa é promover a inclusão social por meio da arte, apoiando crianças e adolescentes de comunidades vulneráveis de Amaralina (BA).
Carnafavela	A TIM esteve presente na sexta edição do Carnafavela, em Belo Horizonte, o maior carnaval de favelas de Minas Gerais. Aconteceram diversas manifestações culturais, para todos os tipos de público.
Grupo Neojiba	Esse é um dos programas prioritários do governo do estado da Bahia, cujo objetivo é promover a integração social através da prática coletiva da música. É o primeiro programa governamental de formação de orquestras infantojovens.
Semana Farroupilha e Movimento Tradicionalista Gaúcho	Evento de resgate cultural do Rio Grande do Sul. A atuação da TIM foi baseada no Piquete TIM, que contou com diversas atividades durante 15 dias, como roda de chimarrão, gaiteiro, oficinas e dança tradicional.
TIM na Estrada	Festival de shows com os principais artistas da música sertaneja nas cidades Balneário Camboriú, Campo Grande, Goiânia, Jaguariúna, Porto Alegre, São Paulo, Ribeirão Preto e São José dos Campos.
ArtRio	Com o objetivo de democratizar a arte, a iniciativa promete trazer a arte para o dia a dia das pessoas, em diferentes formatos e possibilidades, como intervenções urbanas, criações de roteiros artísticos nos espaços públicos da cidade do Rio de Janeiro e visitas guiadas a museus e coleções. O ápice do movimento é a Feira Internacional de Arte Moderna e Contemporânea.
Festival Folclórico de Parintins	O Festival Folclórico de Parintins acontece anualmente, em junho. Marcada pelas impressionantes alegorias representadas por carros confeccionados por artistas parintinenses, a disputa baseia-se em lendas locais, que, ano após ano, voltam a povoar o imaginário popular, representando a história do homem amazônico através de uma grande festa.



## SOBRE O RELATÓRIO PERFIL

Companhia relata os destaques, as metas e os desafios de 2013 tendo como base, pelo sexto ano consecutivo, as diretrizes da GRI

Pelo sexto ano consecutivo, a TIM publica seu relatório de sustentabilidade de acordo com as diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI). Dessa forma, a companhia reforça seu comprometimento com uma gestão ética e transparente dos negócios, relatando os destaques, as metas e os desafios do período que compreende os meses de janeiro a dezembro de 2013.

O conteúdo deste relatório abrange as atividades da TIM Participações S.A. no Brasil, incluindo suas duas subsidiárias, TIM Celular S.A. e Intelig Telecomunicações Ltda. Para contatar a empresa e obter mais esclarecimentos sobre o conteúdo desta publicação, envie *e-mail* para sustentabilidade@timbrasil.com.br.

### NÍVEL DE APLICAÇÃO

Este relatório atinge o nível de aplicação B+ da GRI, autodeclarado. Esse nível de aplicação determina o reporte de todos os itens de perfil, informações sobre a forma de gestão e pelo menos 20 indicadores de desempenho, incluindo, no mínimo, um indicador das seguintes áreas: econômica, ambiental, direitos humanos, práticas trabalhistas, sociedade e responsabilidade pelo produto. São reportados, neste relatório, 64 indicadores.

A publicação de um relatório de sustentabilidade de acordo com as diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI) reforça o posicionamento da TIM em busca de uma gestão ética e transparente de seus negócios

## MATERIALIDADE

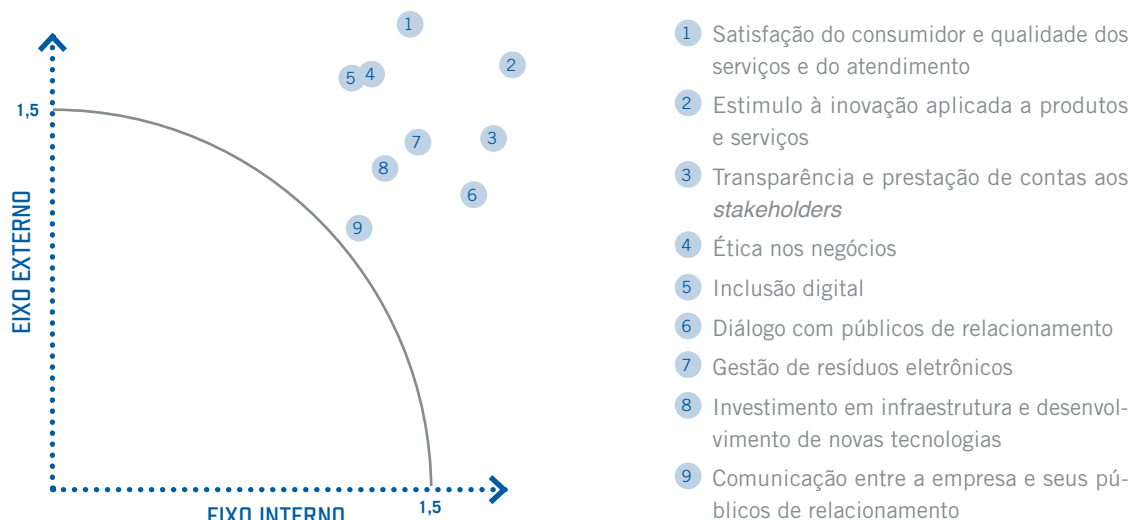
Neste *Relatório de Sustentabilidade 2013*, a TIM iniciou a transição para a nova versão das diretrizes GRI, a G4, que traz o princípio de materialidade como elemento central da seleção e organização do conteúdo para a forma de reportar os indicadores. Para isso, um novo teste de materialidade foi realizado, no início de 2014, visando identificar novos temas e reavaliar os já considerados prioritários para a companhia nos pilares social, ambiental e econômico, conforme o impacto do negócio nos públicos com os quais se relaciona.

A definição dos temas mais relevantes para a empresa e seus *stakeholders* deve ser o principal norteador da gestão da sustentabilidade. Dessa forma, a materialidade permite à organização gerenciar os seus pontos críticos de atuação por meio da identificação e do acompanhamento de metas, assim como estabelecer planos de ação para os principais impactos. Além disso, o processo possibilita a comunicação do compromisso da companhia na gestão desses temas considerados de maior impacto.

A elaboração da matriz de materialidade é feita pela convergência de visões entre fatores que representam a percepção da própria empresa – sobre impactos de seus produtos, serviços e operações (eixo interno) – e da sociedade (eixo externo).

Como perspectivas internas, a matriz de materialidade 2014 da TIM considerou: consultas por meio de dinâmica presencial e pesquisa *online* com colaboradores; entrevistas presenciais com executivos da alta direção; e análises de documentos internos estratégicos (políticas e diretrizes). No que se refere às perspectivas externas: análises de estudos setoriais; consultas *online* com clientes, parceiros comerciais e fornecedores; e entrevista com representante do governo (Ministério das Comunicações).

Ao término do processo, foram identificados nove temas materiais, relacionados aos principais impactos socioculturais, ambientais, econômicos e de governança da TIM.



Embora este novo processo de materialidade tenha sido conduzido durante o presente ciclo de relato, o resultado vai direcionar o conteúdo do próximo relatório de sustentabilidade da TIM, de 2014, já em versão G4. A gestão dos temas materiais, no entanto,

vai ser iniciada desde agora por meio da promoção de discussões entre os *stakeholders* da empresa e do estabelecimento de planos de ação e metas para cada um deles, que serão divulgados na próxima edição do relato.

## ÍNDICE REMISSIVO GRI

PERFIL			
1. Estratégia e análise			
Indicador	Descrição	Página/resposta	Pacto Global
1.1	Mensagem do presidente	4	-
1.2	Descrição dos principais impactos, riscos e oportunidades	3, 4, 5, 6 e 39	-
2. Perfil organizacional			
Indicador	Descrição	Página/resposta	Pacto Global
2.1	Nome da organização	3	-
2.2	Principais marcas, produtos e/ou serviços	6	-
2.3	Estrutura operacional da organização	6, 8 e 9	-
2.4	Localização da sede da organização	6	-
2.5	Países em que a organização opera e em que suas principais operações estão localizadas	6 e 8	-
2.6	Tipo e natureza jurídica da propriedade	6	-
2.7	Mercados atendidos	6	-
2.8	Porte da organização	3, 4, 6, 8, 9, 10 e 11	-
2.9	Principais mudanças durante o período coberto pelo relatório	6 e 8	-
2.10	Prêmios recebidos no período coberto pelo relatório	12	-
3. Parâmetros para o relatório			
Indicador	Descrição	Página/resposta	Pacto Global
3.1	Período coberto pelo relatório para as informações apresentadas	65	-
3.2	Data do relatório anterior mais recente	Julho de 2013	-
3.3	Ciclo de emissão de relatórios	65	-
3.4	Dados para contato em caso de perguntas relativas ao relatório ou seu conteúdo	65	-
3.5	Processo para definição do conteúdo do relatório	66	-
3.6	Limite do relatório	65	-
3.7	Declaração sobre quaisquer limitações específicas quanto ao escopo ou ao limite do relatório	65	-
3.8	Base para a elaboração do relatório	65	-
3.9	Técnicas de medição de dados e as bases de cálculos	65	-
3.10	Reformulações de informações fornecidas em relatórios anteriores	Caso existam, estão indicados nas tabelas ao longo do texto	-

3.11	Mudanças significativas de escopo, limite e métodos de medição aplicados no relatório	Não há mudanças significativas de escopo, limite e métodos de medição aplicados no relatório	-
3.12	Tabela que identifica a localização das informações no relatório	67	-
3.13	Política e prática atual relativa à busca de verificação externa para o relatório	73	-
<b>4. Governança, compromissos e engajamento</b>			
Indicador	Descrição	Página/resposta	Pacto Global
4.1	Estrutura de governança da organização, incluindo comitês do mais alto órgão de governança	13	-
4.2	Presidência do mais alto órgão de governança	13	-
4.3	Membros independentes ou não executivos do mais alto órgão de governança	13	-
4.4	Mecanismos para que acionistas e empregados façam recomendações	21, 22 e 23	-
4.5	Relação entre a remuneração e o desempenho da organização (incluindo social e ambiental)	13 e 51	-
4.6	Processos para assegurar que conflitos de interesse sejam evitados	20	-
4.7	Qualificações dos membros do mais alto órgão de governança	13	-
4.8	Declarações de missão e valores, códigos de conduta e princípios internos relevantes	6	-
4.9	Responsabilidades pela implementação das políticas econômicas, ambientais e sociais	14	-
4.10	Processos para a autoavaliação do desempenho do mais alto órgão de governança	13	-
4.11	Explicação de se e como a organização aplica o princípio da precaução	5 e 47	-
4.12	Cartas, princípios ou outras iniciativas desenvolvidas externamente	15, 29 e 30	-
4.13	Participação em associações e/ou organismos nacionais/internacionais	30	-
4.14	Relação de grupos de <i>stakeholders</i> engajados pela organização	21, 22 e 23	-
4.15	Base para a identificação e seleção de <i>stakeholders</i> com os quais se engajar	17 e 21	-
4.16	Abordagens para o engajamento dos <i>stakeholders</i>	17 e 21	-
4.17	Principais temas e preocupações levantados por meio do engajamento dos <i>stakeholders</i>	66	-

INDICADORES DE DESEMPENHO				
Indicadores de desempenho econômico				
Indicador		Descrição	Página/resposta	Pacto Global
EC1	Essencial	Valor econômico direto gerado e distribuído	35	-
EC2	Essencial	Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades decorrentes de mudanças climáticas	38	7
EC3	Essencial	Cobertura das obrigações do plano de pensão de benefício	57	-
EC4	Essencial	Ajuda financeira significativa recebida do governo	35	-
Presença no mercado				
EC5	Adicional	Variação da proporção do salário mais baixo comparado ao salário mínimo local	55	1 e 6
EC6	Essencial	Políticas, práticas e proporção de gastos com fornecedores locais	59	-
EC7	Essencial	Contratação local de funcionários	53	6
Impactos econômicos diretos				
EC8	Essencial	Impacto de investimentos em infraestrutura oferecidos para benefício público	15	-
EC9	Adicional	Descrição de impactos econômicos indiretos significativos	15	-
Indicadores de desempenho ambiental				
Materiais				
EN1	Essencial	Materiais usados, por peso ou volume	44 e 45	7 e 8
EN2	Essencial	Percentual dos materiais usados provenientes de reciclagem	44 e 45	8 e 9
Energia				
EN3	Essencial	Consumo de energia direta discriminado por fonte de energia primária	46	8 e 9
EN4	Essencial	Consumo de energia indireta discriminado por fonte primária	46	8 e 9
EN5	Adicional	Energia economizada por meio de melhorias em conservação e eficiência	46	8 e 9
EN6	Adicional	Iniciativas para fornecer produtos e serviços com baixo consumo de energia	46	8 e 9
Água				
EN8	Essencial	Total de retirada de água, por fonte	46	8 e 9
EN9	Adicional	Fontes hídricas significativamente afetadas por retirada de água	46	8
EN10	Adicional	Percentual e volume total de água reciclada e reutilizada	46	8 e 9
Biodiversidade				
EN11	Essencial	Localização e tamanho da área possuída	47	8
EN12	Essencial	Impactos significativos na biodiversidade de atividades, produtos e serviços	47	8

Emissões, efluentes e resíduos				
EN16	Essencial	Total de emissões diretas e indiretas de gases de efeito estufa	38 e 40	8
EN17	Essencial	Outras emissões indiretas relevantes de gases de efeitos estufa	38 e 40	8
EN18	Adicional	Iniciativas para reduzir as emissões de gases de efeito estufa e as reduções obtidas	38 e 40	7, 8 e 9
EN19	Essencial	Emissões de substâncias destruidoras da camada de ozônio	40	8
EN21	Essencial	Descarte total de água, por qualidade e destinação	46	8
EN22	Essencial	Peso total de resíduos, por tipo e métodos de disposição	44	8 e 9
EN23	Essencial	Número e volume total de derramamentos significativos	43	8
EN24	Adicional	Peso de resíduos transportados considerados perigosos	43	8
Produtos e serviços				
EN26	Essencial	Iniciativas para mitigar os impactos ambientais	44 a 47	7, 8 e 9
EN27	Essencial	Percentual de produtos e suas embalagens recuperados em relação ao total de produtos vendidos, por categoria de produto	43	7, 8 e 9
Conformidade				
EN28	Essencial	Valor de multas e número total de sanções resultantes da não conformidade com leis ambientais	48	7 e 8
Geral				
EN30	Adicional	Total de investimentos e gastos em proteção ambiental, por tipo	37	7, 8 e 9
Indicadores de desempenho referentes a práticas trabalhistas e trabalho decente				
Emprego				
LA1	Essencial	Total de trabalhadores, por tipo de emprego, contrato de trabalho e região	52	6
LA2	Essencial	Número total e taxa de rotatividade de empregos, por faixa etária, gênero e região	51	6
LA3	Adicional	Comparação entre benefícios a empregados de tempo integral e temporários	57	-
Relações entre os trabalhadores e a governança				
LA4	Essencial	Percentual de empregados abrangidos por acordos de negociação coletiva	56	1, 2 e 3
Saúde e segurança no trabalho				
LA6	Adicional	Percentual dos empregados representados em comitês formais de segurança e saúde, compostos de gestores e de trabalhadores, que ajudam no monitoramento e no aconselhamento sobre programas de segurança e saúde ocupacional	58 e 59	1, 2 e 3
LA7	Essencial	Taxas de lesões, doenças ocupacionais, dias perdidos, absenteísmo e óbitos relacionados ao trabalho, por região	58 e 59	1
LA8	Essencial	Programas de educação, treinamento, aconselhamento, prevenção e controle de risco em andamento para dar assistência a empregados, seus familiares ou membros da comunidade com relação a doenças graves	58 e 59	1
LA9	Adicional	Temas relativos a segurança e saúde cobertos por acordos formais com sindicatos	58 e 59	1



Treinamento e educação				
LA10	Essencial	Média de horas de treinamento por ano	50 e 51	6
LA11	Adicional	Programas para gestão de competências, aprendizagem contínua e aposentadoria	50 e 51	-
LA12	Adicional	Percentual de empregados que recebem análises de desempenho	50 e 51	-
Diversidade e igualdade de oportunidades				
LA13	Essencial	Composição da alta direção e dos conselhos, e proporção por grupos e gêneros	54	1 e 6
LA14	Essencial	Proporção de salário-base entre homens e mulheres, por categoria funcional	55	1 e 6
Indicadores de desempenho referentes a direitos humanos				
Práticas de investimento e de processos de compra				
HR2	Essencial	Empresas contratadas submetidas a avaliações referentes a direitos humanos	59	1, 2, 3, 4, 5 e 6
HR3	Adicional	Políticas para a avaliação e o tratamento do desempenho nos direitos humanos	59	1, 2, 3, 4, 5 e 6
Não discriminação				
HR4	Essencial	Número total de casos de discriminação e as medidas tomadas	59	1 e 6
Trabalho infantil				
HR6	Essencial	Medidas tomadas para contribuir para a abolição do trabalho infantil	59	1 e 5
Trabalho forçado ou análogo ao escravo				
HR7	Essencial	Medidas tomadas para contribuir para a erradicação do trabalho forçado	59	1 e 4
Práticas de segurança				
HR8	Adicional	Políticas de treinamentos relativos a aspectos de direitos humanos para seguranças	59	1 e 2
Indicadores de desempenho referentes à sociedade				
Comunidade				
SO1	Essencial	Programas e práticas para avaliar e gerir os impactos das operações nas comunidades	47, 61, 62 63 e 64	1
Corrupção				
SO2	Essencial	Unidades submetidas a avaliações de riscos relacionados à corrupção	19	10
SO3	Essencial	Percentual de empregados treinados em políticas e procedimentos anticorrupção	19	10
SO4	Essencial	Medidas tomadas em resposta a casos de corrupção	20	10
Políticas públicas				
SO5	Essencial	Posições quanto a políticas públicas e participação na elaboração de políticas públicas e lobbies	15	10
SO6	Adicional	Políticas de contribuições financeiras para partidos políticos, políticos ou instituições	15	10

Concorrência desleal				
SO7	Adicional	Número de ações judiciais por concorrência desleal	18	-
Conformidade				
SO8	Essencial	Descrição de multas significativas e número total de sanções não monetárias	52	-
Indicadores de desempenho referentes à responsabilidade pelo produto				
Rotulagem de produtos e serviços				
PR5	Adicional	Práticas relacionadas à satisfação do cliente, incluindo resultados de pesquisas	24 e 25	-
Comunicações de marketing				
PR6	Essencial	Programas de adesão a leis, normas e códigos voluntários	18	-
Conformidade				
PR8	Adicional	Reclamações comprovadas relativas à violação de privacidade de clientes	25	-

## CARTA DE ASSEGURAÇÃO

### RELATÓRIO DE ASSEGURAÇÃO LIMITADA DOS AUDITORES INDEPENDENTES SOBRE AS INFORMAÇÕES DE SUSTENTABILIDADE CONTIDAS NO *RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2013*

ADS SRS. ADMINISTRADORES E ACIONISTAS

TIM PARTICIPAÇÕES S.A.

RIO DE JANEIRO – RJ

#### INTRODUÇÃO

Fomos contratados pela TIM Participações S.A. para apresentar nosso relatório de asseguração limitada sobre a compilação das informações de sustentabilidade contidas no *Relatório de Sustentabilidade 2013*, contemplando também as informações de suas subsidiárias, TIM Celular S.A. e Intelig Telecomunicações Ltda. (“Grupo TIM”), relativas ao exercício findo em 31 de dezembro de 2013.

#### RESPONSABILIDADES DA ADMINISTRAÇÃO SOBRE O RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2013

A administração do Grupo TIM é responsável pela elaboração e adequada apresentação das informações de sustentabilidade contidas no *Relatório de Sustentabilidade 2013* de acordo com as diretrizes da *Global Reporting Initiative* (GRI-G3.1) e pelos controles internos que ela determinou como necessários para permitir a elaboração dessas informações livres de distorções relevantes, independentemente se causada por fraude ou erro.

#### RESPONSABILIDADE DOS AUDITORES INDEPENDENTES

Nossa responsabilidade é expressar conclusão sobre as informações de sustentabilidade contidas no *Relatório de Sustentabilidade 2013*, com base no trabalho de asseguração limitada conduzido de acordo com o Comunicado Técnico CTO 01 – Emissão de Relatório de Asseguração Relacionado com Sustentabilidade e Responsabilidade Social,

emitido pelo Conselho Federal de Contabilidade com base na NBC TO 3000 – Trabalho de Asseguração Diferente de Auditoria e Revisão, também emitida pelo Conselho Federal de Contabilidade – CFC, que é equivalente à norma internacional Isae 3000 – Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information, emitida pelo IAASB – International Auditing and Assurance Standards Board. Essas normas requerem o cumprimento de exigências éticas, incluindo requisitos de independência e que o trabalho seja executado com o objetivo de se obter segurança limitada de que as informações contidas no *Relatório de Sustentabilidade 2013*, tomadas em conjunto, estão livres de distorções relevantes.

Um trabalho de asseguração limitada conduzido de acordo com a NBC TO 3000 e a Isae 3000 consiste, principalmente, de indagações à administração e a outros profissionais envolvidos na elaboração das informações de sustentabilidade, assim como na aplicação de procedimentos analíticos para se obter evidência que possibilite concluir na forma de asseguração limitada sobre as informações tomadas em conjunto. Um trabalho de asseguração limitada requer, também, a execução de procedimentos adicionais quando o auditor independente toma conhecimento de assuntos que o levem a acreditar que as informações de sustentabilidade, tomadas em conjunto, podem apresentar distorções relevantes.

Os procedimentos selecionados basearam-se na nossa compreensão dos aspectos relativos à compilação e à apresentação das informações de sustentabilidade contidas no *Relatório de Sustentabilidade 2013*, de outras circunstâncias do trabalho e da nossa consideração sobre áreas onde distorções relevantes poderiam existir. Os procedimentos compreenderam:

(a) o planejamento dos trabalhos, considerando a relevância, o volume de informações quantitativas e qualitativas e os sistemas operacionais e de controles internos

que serviram de base para a elaboração das informações constantes do *Relatório de Sustentabilidade 2013* do Grupo TIM;

(b) o entendimento da metodologia de cálculos e dos procedimentos para a compilação dos indicadores por meio de entrevistas com os gestores responsáveis pela elaboração das informações;

(c) a aplicação de procedimentos analíticos sobre as informações quantitativas e indagações sobre as informações qualitativas e sua correlação com os indicadores divulgados nas informações de sustentabilidade contidas no *Relatório de Sustentabilidade 2013*;

(d) o confronto dos indicadores de natureza financeira com as demonstrações financeiras e/ou registros contábeis.

Os trabalhos de asseguuração limitada compreenderam, também, a aplicação de procedimentos quanto à aderência com as diretrizes da *Global Reporting Initiative* (GRI-G3.1) aplicáveis na elaboração das informações de sustentabilidade contidas no *Relatório de Sustentabilidade 2013*.

Acreditamos que a evidência obtida em nosso trabalho é suficiente e apropriada para fundamentar nossa conclusão na forma limitada.

#### ALCANCE E LIMITAÇÕES

Os procedimentos aplicados em um trabalho de asseguuração limitada são substancialmente menos extensos do que aqueles aplicados em um trabalho de asseguuração razoável, que tem por objetivo emitir uma opinião sobre as informações de sustentabilidade contidas no *Relatório de Sustentabilidade 2013*. Consequentemente, não nos foi possível obter segurança razoável de que tomamos conhecimento de todos os assuntos que seriam identificados em um trabalho de asseguuração razoável, que tem por objetivo emitir uma opinião. Caso tivéssemos executado um trabalho com o objetivo de emitir uma opinião, poderíamos ter identificado outros assuntos e eventuais distorções que podem existir nas informações de sustentabilidade contidas no *Relatório de Sustentabilidade 2013*. Dessa

forma, não expressamos uma opinião sobre essas informações.

Os dados não financeiros estão sujeitos a mais limitações inerentes do que os dados financeiros, dadas a natureza e a diversidade dos métodos utilizados para determinar, calcular ou estimar esses dados. Interpretações qualitativas de materialidade, relevância e precisão dos dados estão sujeitas a pressupostos individuais e a julgamentos. Além disso, não realizamos nenhum trabalho em dados informados para os exercícios anteriores nem em relação a projeções futuras e metas.

#### CONCLUSÃO

Com base nos procedimentos realizados, descritos neste relatório, nada chegou ao nosso conhecimento que nos leve a acreditar que as informações de sustentabilidade contidas no *Relatório de Sustentabilidade 2013* da TIM Participações S.A. e subsidiárias (Grupo TIM), relativo ao exercício social findo em 31 de dezembro de 2013, não foram compiladas, em todos os aspectos relevantes, de acordo com as diretrizes da *Global Reporting Initiative* (GRI-G3.1).

Rio de Janeiro, 27 de junho de 2014

PricewaterhouseCoopers  
Auditores Independentes  
CRC 2SP000160/O-5 "F" RJ

Sérgio Eduardo Zamora  
Contador CRC 1SP168728/O-4 "S" RJ

## BALANÇO SOCIAL ANUAL 2013

	DEZEMBRO 2013 Acumulado (jan.-dez.)				DEZEMBRO 2012 Acumulado (jan.-dez.)				DEZEMBRO 2011 Acumulado (jan.-dez.)			
1 – Base de cálculo	Valor (mil R\$)				Valor (mil R\$)				Valor (mil R\$)			
Receita líquida (RL)	19.921.291				18.763.947				17.085.977			
Resultado operacional (RO)	2.438.873				2.323.270				2.067.442			
Folha de pagamento bruta (FPB)	873.079				743.363				626.615			
2 – Indicadores sociais internos	Valor (mil R\$)	% sobre FPB	% sobre RO	% sobre RL	Valor (mil R\$)	% sobre FPB	% sobre RO	% sobre RL	Valor (mil R\$)	% sobre FPB	% sobre RO	% sobre RL
Alimentação	63.258	7,25%		0,32%	60.823	8,18%		0,32%	48.245	8%		0%
Encargos sociais compulsórios	304.365	34,86%		1,53%	258.098	34,72%		1,38%	211.421	34%		1%
Previdência privada	7.921	0,91%		0,04%	11.664	1,57%		0,06%	-775	0%		0%
Saúde	53.883	6,17%		0,27%	47.603	6,40%		0,25%	39.475	6%		0%
Segurança e saúde no trabalho	3.840	0,44%		0,02%	2.866	0,39%		0,02%	2.746	0%		0%
Educação	4.467	0,51%		0,02%	3.941	0,53%		0,02%	1.088	0%		0%
Cultura	0,00	0,00%		0,00%	0	0,00%		0,00%	0	0%		0%
Capacitação e desenvolvimento profissional	14.517	1,66%		0,07%	10.221	1,38%		0,05%	6.623	1%		0%
Creches ou auxílio-creche	3.852	0,44%		0,02%	2.922	0,39%		0,02%	2.738	0%		0%
Participação nos lucros ou resultados	91.904	10,53%		0,46%	67.918	9,14%		0,36%	66.718	11%		0%
Outros	18.383	2,11%		0,09%	16.064	2,16%		0,09%	14.739	2%		0%
Total – Indicadores sociais internos	566.395	64,87%		2,84%	482.121	64,86%		2,57%	393.022	63%		2%
3 – Indicadores sociais externos	Valor (mil R\$)	% sobre FPB	% sobre RO	% sobre RL	Valor (mil R\$)	% sobre FPB	% sobre RO	% sobre RL	Valor (mil R\$)	% sobre FPB	% sobre RO	% sobre RL
Educação	13.222		0,54%	0,07%	1.093	0,15%	0,05%	0,01%	3.492		0%	0%
Cultura	28.919		1,23%	0,15%	12.771	1,72%	0,55%	0,07%	12.201		1%	0%
Saúde e saneamento	94		0,00%	0,00%	87	0,01%	0,00%	0,00%	102		0%	0%
Esporte	11.635		0,48%	0,06%	2029	0,27%	0,09%	0,01%	5.697		0%	0%
Combate à fome e segurança alimentar	0,00		0,00%	0,00%	0	0,00%	0,00%	0,00%	0		0%	0%
Outros	5.833		0,24%	0,03%	1355	0,18%	0,06%	0,01%	1.061		0%	0%
Total das contribuições para a sociedade	60.701		2,50%	0,31%	17.335	2,33%	0,75%	0,09%	22.555		1%	0%
Tributos (excluídos encargos sociais)	0,00		0,00%	0,00%	7.929.831	1066,75%	341,32%	42,26%	7.255.760		351%	42%

Total – Indicadores sociais externos	60.701		2,50%	0,31%	7.947.166	1069,08%	342,07%	42,35%	7.278.315		352%	43%
4 – Indicadores ambientais	Valor (mil R\$)	% sobre FPB	% sobre RO	% sobre RL	Valor (mil R\$)	% sobre FPB	% sobre RO	% sobre RL	Valor (mil R\$)	% sobre FPB	% sobre RO	% sobre RL
Investimentos relacionados com a produção/operação da empresa	0,00		0,00%	0,00%	693		0%	0%	241		0%	0%
Investimentos em programas e/ou projetos externos	46.951		1,91%	0,23%	342		0%	0%	14		0%	0%
Total dos investimentos em meio ambiente	46.951		1,91%	0,23%	1036		0%	0%	255		0%	0%
Quanto ao estabelecimento de “metas anuais” para minimizar resíduos e o consumo em geral na produção/operação e aumentar a eficácia na utilização de recursos naturais, a empresa	( ) não possui metas (x) cumpre de 51% a 75% ( ) cumpre de 0% a 50% ( ) cumpre de 76% a 100%			( ) não possui metas ( ) cumpre de 51% a 75% ( ) cumpre de 0% a 50% (x) cumpre de 76% a 100%			( ) não possui metas ( ) cumpre de 51% a 75% ( ) cumpre de 0% a 50% (x) cumpre de 76% a 100%					
5 – Indicadores do corpo funcional	2013			2012			2011					
Nº de empregados(as) ao fim do período	12.167			11.650			10.266					
Nº de admissões durante o período	4.886			5.787			4.522					
Nº de empregados(as) terceirizados(as)	16			9			18					
Nº de estagiários(as)	306			289			278					
Nº de empregados(as) acima de 45 anos	772			668			569					
Nº de mulheres que trabalham na empresa	6.889			6.899			5.938					
% de cargos de chefia ocupados por mulheres	42%			44%			43%					
Nº de negros(as) que trabalham na empresa	3.849			3.916			3.239					
% de cargos de chefia ocupados por negros(as)	14%			14%			12%					
Nº de pessoas com deficiência ou necessidades especiais	33			35			36					
6 – Informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial	2013			2012			2011					
Relação entre a maior e a menor remuneração na empresa	87			54			n.d.					
Número total de acidentes de trabalho	27			39			n.d.					
Os projetos sociais e ambientais desenvolvidos pela empresa foram definidos por:	( ) direção (x) direção e gerências ( ) todos(as) os(as) empregados(as)			( ) direção (x) direção e gerências ( ) todos(as) os(as) empregados(as)			( ) direção (x) direção e gerências ( ) todos(as) os(as) empregados(as)					



Os padrões de segurança e salubridade no ambiente de trabalho foram definidos por:	(x) direção e gerências ( ) todos(as) os(as) empregados(as) ( ) todos(as) + Cipa	(x) direção e gerências ( ) todos(as) os(as) empregados(as) ( ) todos(as) + Cipa	(x) direção e gerências ( ) todos(as) os(as) empregados(as) ( ) todos(as) + Cipa
Quanto à liberdade sindical, ao direito de negociação coletiva e à representação interna dos(as) trabalhadores(as), a empresa:	( ) não se envolve (x) segue as normas da OIT ( ) incentiva e segue a OIT	( ) não se envolve (x) segue as normas da OIT ( ) incentiva e segue a OIT	( ) não se envolve (x) segue as normas da OIT ( ) incentiva e segue a OIT
A previdência privada contempla:	( ) direção ( ) direção e gerências (x) todos(as) os(as) empregados(as)	( ) direção ( ) direção e gerências (x) todos(as) os(as) empregados(as)	( ) direção ( ) direção e gerências (x) todos(as) os(as) empregados(as)
A participação dos lucros ou resultados contemplada:	( ) direção ( ) direção e gerências (x) todos(as) os(as) empregados(as)	( ) direção ( ) direção e gerências (x) todos(as) os(as) empregados(as)	( ) direção ( ) direção e gerências (x) todos(as) os(as) empregados(as)
Na seleção dos fornecedores, os mesmos padrões éticos e de responsabilidade social e ambiental adotados pela empresa:	( ) não são considerados (x) são sugeridos ( ) são exigidos	( ) não são considerados (x) são sugeridos ( ) são exigidos	( ) não são considerados (x) são sugeridos ( ) são exigidos
Quanto à participação de empregados(as) em programas de trabalho voluntário, a empresa:	( ) não se envolve ( ) apoia (x) organiza e incentiva	( ) não se envolve ( ) apoia (x) organiza e incentiva	( ) não se envolve ( ) apoia (x) organiza e incentiva
Número total de reclamações e críticas de consumidores(as):	na empresa 6.458.631 no Procon 5.540 na Justiça 87.174	na empresa 4.514.802 no Procon 13.540 na Justiça 73.942	na empresa n.d. no Procon n.d. na Justiça n.d.
% de reclamações e críticas atendidas ou solucionadas:	na empresa 98,18% no Procon 87,17% na Justiça 63,49%	na empresa 90,3% no Procon 100% na Justiça 62,47%	na empresa n.d. no Procon n.d. na Justiça n.d.
Valor adicionado total a distribuir (em mil R\$):			
Distribuição do valor adicionado (DVA):	70,01% governo 5,60% colaboradores(as) 2,92% acionistas 12,10% terceiros 9,37% retido	68,92% governo 5,15% colaboradores(as) 2,94% acionistas 13,53% terceiros 9,45% retido	69,58% governo 4,90% colaboradores(as) 2,87% acionistas 13,42% terceiros 9,22% retido

## CRÉDITOS

---

### COORDENAÇÃO

TIM Participações S.A. – Diretoria de Assuntos  
Regulatórios, Institucionais e Relações com a  
Imprensa

### CONSULTORIA GRI, REDAÇÃO E EDIÇÃO

Report Sustentabilidade

### REVISÃO

Assertiva Produções Editoriais

### PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO

Report Sustentabilidade

### FAMÍLIA TIPOGRÁFICA

*Teuton*, František Štorm, 2002.

*Helvetica*, Miedinger e Eduard Hoffman, 1957.

*Trade Gothic*, Jackson Burke, 1948–1960.