

# RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2015



RELATÓRIO DE  
SUSTENTABILIDADE  
2015



# Sumário

## **A TIM 04**

Nosso perfil	05
Mensagem do presidente do Conselho de Administração	06
Sobre este relatório	07

## **COMPROMETIMENTO 10**

Nossas metas	15
Governança corporativa	16

## **CONECTAR E CUIDAR DE CADA UM 22**

Cuidar do negócio	23
Cuidar do cliente	28
Cuidar das pessoas	31
Cuidar da sociedade	41
Cuidar do meio ambiente	50

## **TRANSPARÊNCIA 63**

Conformidade legal	64
--------------------	----

## **INOVAÇÃO E AGILIDADE 68**

# A TIM

Nosso perfil  
Mensagem do presidente  
do Conselho de Administração  
Sobre este relatório

# NOSSO PERFIL

[G4-3, G4-4, G4-5, G4-6, G4-7, G4-8, G4-9]

Como a primeira operadora do Brasil a ter presença nacional, a inovação está em nosso DNA. Sempre fomos a empresa que promoveu mudanças e vamos continuar nesse caminho. Fomos os primeiros a investir em novos formatos de oferta, como a cobrança pelo uso de voz e internet móvel por dia ou por meio de planos mensais, pagos com o cartão de crédito.

Nosso novo portfólio lançado no final de 2015 é mais um desses exemplos. Saímos na frente, acabando com a cobrança diferenciada de chamadas para outras operadoras. Seguiremos também com o trabalho constante visando expandir e melhorar nossa rede a fim de oferecer mais qualidade aos clientes individuais e corporativos, além de aumentar os benefícios e proporcionar tarifas mais acessíveis.

Somos uma sociedade anônima (TIM Participações S.A.), de capital aberto, cujas ações são negociadas nas Bolsas de Valores de São Paulo (BM&FBovespa) e de Nova York (New York Stock Exchange - NYSE). A TIM é a única empresa do setor de telecomunicações listada no Novo Mercado da BM&FBovespa, reconhecido por exigir o nível máximo de governança corporativa. Fazemos parte também do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) e do Índice Carbono Eficiente (ICO2).

Com sede no Rio de Janeiro (RJ), contamos com 13,7 mil empregados próprios em todas as regiões do Brasil. Nossos serviços incluem comunicação móvel, fixa e de longa distância, bem como transmissão de dados, com foco sempre na qualidade. Conquistamos a liderança na cobertura 4G no Brasil. Oferecemos também ampla cobertura de dados no país, com base em uma robusta rede 3G que atinge mais de 82% da população urbana. Possuímos mais de 450 acordos de rede disponíveis para *roaming* internacional dos nossos clientes em praticamente todos os países ao redor dos seis continentes.



**Liderança na  
cobertura 4G**



**+82%  
da população urbana  
com cobertura 3G**



**13,7 mil**

**empregados próprios em  
todas as regiões do Brasil**

Em um cenário macroeconômico desafiador, com impacto no crescimento, desemprego e inflação, apresentamos uma receita bruta de R\$ 25,8 bilhões com variação anual negativa de 12,1%. Nosso patrimônio líquido foi de R\$ 16,9 bilhões e os valores de financiamentos e empréstimos circulantes e não circulantes foram de R\$ 2,3 milhões e R\$ 5,6 milhões, respectivamente. Leia mais informações sobre nosso desempenho econômico no capítulo Cuidar do negócio.

**Pelo oitavo ano consecutivo,  
integramos a carteira do ISE,  
criado pela BM&FBovespa.**

# MENSAGEM DO PRESIDENTE DO CDA

[G4-1]

## EVOLUIR É FAZER DIFERENTE

No ano de 2015, o ambiente macroeconômico passou por uma deterioração constante, impactando crescimento, taxa de câmbio e inflação, tanto para o setor quanto para a empresa. A base de usuários total caiu pela primeira vez após anos de crescimento continuado. Acompanhamos também a aceleração da substituição do serviço de voz pelo uso de dados, assim como o crescimento da utilização de aplicativos de mensagens e a redução do uso de múltiplos chips e do efeito comunidade por parte dos clientes do segmento pré-pago.

Diante desse cenário, mantivemos o foco na execução do nosso planejamento para proteger a posição financeira da companhia, mesmo em um ano de retração de receita e da margem operacional. Reduzimos os volumes de vendas de aparelhos, eliminamos a diferenciação entre chamadas em nossa própria rede e para outras. Além disso, revertemos o saldo de portabilidade numérica com as demais operadoras que passou a ser positivo em todos os segmentos de oferta. Excluídas as receitas de interconexão, que sofreram uma nova queda das tarifas reguladas, conseguimos estabilizar as receitas geradas pelos nossos clientes.

Vivemos um novo momento de transição da indústria das telecomunicações e do País no qual nossa ambição é redefinir a relação entre cliente e operadora com menos promessas e mais fatos: queremos ouvir os consumidores e responder com honestidade e comprometimento. A partir dessa visão do futuro, reposicionamos nossa marca e definimos uma nova razão de ser da empresa em relação à qualidade, à inovação de oferta e à experiência do cliente.

Programamos para o triênio 2016-2018, o mesmo nível de investimentos do plano anterior, de R\$ 14 bilhões. O foco na infraestrutura e na eficiência do desenvolvimento é determinante para atingir o crescimento e aprimorar a experiência do cliente. Alcançamos a liderança na cobertura 4G e apresentamos indicadores de desempenho em voz e dados acima das metas de qualidade estabelecida pela Anatel.

Lideramos o processo de compartilhamento das infraestruturas das comunicações móveis no Brasil trazendo

do ganhos de eficiência dos investimentos, prazo de desenvolvimento das redes, sustentabilidade do setor e preservação ambiental, reduzindo a necessidade de construção de novas torres.

Nosso comprometimento com a responsabilidade social e a sustentabilidade foi reconhecido com nossa inclusão, pelo oitavo ano consecutivo, na carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial da BM&FBovespa e, pelo sexto ano, na carteira do Índice Carbono Eficiente (ICO2).

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. Reforçamos também os princípios estabelecidos no Código de Ética e de Conduta e na Política Anticorrupção. O progresso da companhia na aplicação de seus princípios é apresentado ao longo deste relatório.

Esse conjunto de compromissos e políticas é parte da nossa estrutura de governança corporativa baseada em princípios de responsabilidade, controle e transparência que nos permitem ser a única empresa do setor de telecomunicações listada no Novo Mercado da BM&FBovespa.

Convido todos a conhecerem as metas e os avanços de sustentabilidade da TIM reportados neste relatório. Agradeço aos nossos colaboradores e parceiros que se empenharam para alcançarmos esses resultados.

**Franco Bertone**  
Presidente do Conselho de Administração da TIM

**“Queremos ouvir os consumidores e responder com honestidade e comprometimento.”**

# SOBRE ESTE RELATÓRIO

[G4-17, G4-28, G4-29, G4-30, G4-31, G4-32, G4-33]

Este é o oitavo relatório de sustentabilidade da TIM, elaborado conforme as diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI), versão G4, opção Essencial. Referente ao período de 2015 (de 1º de janeiro a 31 de dezembro), o reporte dos indicadores abrange as atividades da TIM Participações S.A. no Brasil, incluindo suas duas subsidiárias, TIM Celular S.A. e Intelig Telecomunicações Ltda.

Ao longo desse relatório, buscamos prestar contas à sociedade de nossas ações, resultados e compromissos nas dimensões econômica, social e ambiental para o ano de 2015 e, sempre que aplicável e para efeitos de comparação, apresentamos a série histórica do ano anterior. Demonstramos o nosso desempenho por meio dos 46 indicadores reportados e das nossas práticas de gestão. No último relatório, publicado em 2015 e referente ao ano de 2014, foram reportados 65 indicadores. A diminuição no número de indicadores reflete o esforço de apresentar um relatório mais conciso, em linha com as diretrizes GRI – G4, com maior foco nos temas materiais para o negócio e nossos stakeholders.

É parte da nossa gestão em sustentabilidade, reportar anualmente o relatório de sustentabilidade. Consideramos que essa prática reforça nossa missão de Conectar e cuidar de cada um para que todos possam fazer mais. Assim como no ano passado, a estrutura do relatório se baseou em [Nossos valores](#).

Para obter mais informações sobre as nossas ações em sustentabilidade acesse [www.tim.com.br/sustentabilidade](http://www.tim.com.br/sustentabilidade). Dúvidas, sugestões ou comentários sobre o conteúdo desta publicação podem ser enviados para o e-mail [respsocialcorp@timbrasil.com.br](mailto:respsocialcorp@timbrasil.com.br).

As informações contidas nesta publicação foram auditadas, via asseguaração limitada, pela KPMG, conforme declaração na página 76.



**“Ao longo desse relatório, buscamos prestar contas à sociedade de nossas ações, resultados e compromissos nas dimensões econômica, social e ambiental.”**

## MATERIALIDADE

[G4-18, G4-19, G4-22, G4-27]

Em 2008 realizamos nosso primeiro teste de materialidade e, desde então, estamos trabalhando no processo de aprimoramento da construção da nossa materialidade, ou seja, a identificação dos temas críticos e essenciais à gestão da empresa, à sua estratégia corporativa e ao seu posicionamento sobre a sustentabilidade. Em 2011, foi feito o segundo teste de materialidade, no qual foi realizado o primeiro painel de stakeholders da companhia, por meio de consultas feitas aos representantes dos principais públicos com os quais a TIM se relaciona (colaboradores, fornecedores, parceiros comerciais, clientes e o poder público). Os temas materiais que foram compilados nessa consulta orientaram a comunicação dos avanços da empresa em relação a aspectos sociais, ambientais e econômicos. No ano seguinte, com a introdução da Política de Engajamento, a companhia definiu preceitos para o diálogo e o envolvimento com seus públicos.

No primeiro semestre de 2014, foi realizado o terceiro teste de materialidade, com base nas diretrizes da GRI, versão G4. 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). A dinâmica presencial 'Relações e Impactos' contou com a participação de colaboradores-chave de 11 áreas da companhia e teve como principal resultado o Mapa de Stakeholder, apresentando os públicos de relacionamento da TIM e seus impactos para o negócio. A partir desse mapa, foram selecionados stakeholders para participar da etapa externa, que contou com consulta online a clientes, parceiros comerciais e fornecedores, além de análises de estudos setoriais e entrevista com o representante do Ministério das Comunicações. Também foram analisados documentos internos, políticas e códigos de conduta e de processos, bem como estudos comparativos com outras empresas do setor.



A lista abaixo apresenta os oito temas considerados materiais, objetos deste relatório, e que passaram a ser considerados na gestão da sustentabilidade.

- **Satisfação do consumidor e qualidade dos serviços e do atendimento;**
- **Estímulo à inovação aplicada a produtos e serviços;**
- **Transparência e prestação de contas aos stakeholders;**
- **Ética nos negócios;**
- **Inclusão digital;**
- **Diálogos e comunicação com públicos de relacionamento\*;**
- **Gestão de produtos eletrônicos\*;**
- **Investimento em infraestrutura e desenvolvimento de novas tecnologias.**

*\*Para melhor comunicação das questões materiais, unificamos os temas Comunicação entre a empresa e seus públicos de relacionamento e Diálogos com públicos de relacionamento, e substituímos a palavra resíduos por produtos em Gestão dos resíduos eletrônicos.*

Além dos aspectos relacionados aos temas acima, mantivemos o monitoramento e relato de outros aspectos e indicadores GRI considerados relevantes a prestação de contas e em linha com a transparência, um de nossos valores.

# IMPACTOS DENTRO E FORA DA EMPRESA

[G4-20, G4-21]

TEMAS MATERIAIS	ASPECTOS DA GRI G4	LIMITES DOS ASPECTOS	SAIBA MAIS EM
<b>Satisfação do consumidor e qualidade dos serviços e do atendimento</b>	Privacidade do Cliente Rotulagem de Produtos e Serviços	Interno e Externo	Cuidar do cliente
<b>Estímulo à inovação aplicada a produtos e serviços</b>	Energia	Interno e Externo	Cuidar do meio ambiente
<b>Transparência e prestação de contas aos stakeholders</b>	Materiais Água Efluentes e Resíduos Emissões Práticas de Compra Práticas trabalhistas e trabalho decente Direitos humanos Comunidades locais Biodiversidade Impactos econômicos indiretos	Interno e Externo	Cuidar das pessoas Cuidar da sociedade Cuidar do meio ambiente
<b>Ética nos negócios</b>	Conformidade Concorrência Desleal Combate à Corrupção Políticas Públicas	Interno e Externo	Governança corporativa Cuidar do meio ambiente
<b>Inclusão digital</b>		Externo	Cuidar da sociedade
<b>Diálogos e comunicação com públicos de relacionamento</b>	Comunicação de marketing Engajamento de Stakeholders	Interno e Externo	Cuidar da sociedade Conformidade legal
<b>Gestão de produtos eletrônicos</b>	Produtos e Serviços	Externo	Cuidar do meio ambiente
<b>Investimento em infraestrutura e desenvolvimento de novas tecnologias</b>	Desempenho Econômico	Interno e Externo	Cuidar do negócio

# COMPROMETIMENTO

Nossas metas  
Governança corporativa

Vivemos um novo momento de transição da indústria das telecomunicações e do País. Para enfrentar esses desafios é preciso uma nova postura. Nossa ambição é redefinir a relação entre clientes e operadoras: com menos promessas e mais fatos. Queremos ouvir os anseios e desejos do consumidor e responder com honestidade e verdade.

Com esse propósito, concluímos que era preciso reposicionar nossa marca a partir desse novo contexto. Acreditamos que os três elementos fundamentais que balizaram essa mudança foram a qualidade, a inovação de oferta e a experiência do cliente. E assim, definimos uma nova razão de ser da empresa em relação às pessoas e reformulamos nossa visão de futuro.

---

## NOSSA MISSÃO

Conectar e cuidar de cada um para que todos possam fazer mais.

## NOSSA VISÃO

- Porque evolui e inova sempre, em tudo.
- Porque entrega aquilo que promete.
- Porque cuida de seus clientes, atendendo com respeito e resolvendo os problemas.
- Porque investe continuamente em uma infraestrutura atualizada e competitiva.
- Porque oferece serviços e planos descomplicados e de qualidade.
- Porque lidera as transformações do setor.
- Porque é sustentável e gera valor para seus acionistas, clientes, colaboradores e *stakeholders*.

## NOSSOS VALORES

### *Cuidar do cliente*

- Fazemos perguntas legítimas aos clientes para identificar suas necessidades.
- Ouvimos os clientes com atenção e curiosidade.
- Levamos em consideração a experiência do cliente em cada uma das decisões.
- Nós nos orgulhamos de poder contribuir para uma vida melhor dos nossos clientes.

### *Transparência*

- Estabelecemos relações claras e francas, com todos.
- Geramos confiança por meio da integridade e da transparência em nossas ações.

### *Inovação*

- Inovamos criando novas formas para fazer as coisas.

- Usamos a criatividade de cada um para fazermos mais.

### *Comprometimento*

- Somos responsáveis.
- Nós nos reconhecemos como parte de um projeto comum.
- Colaboramos colocando nosso talento e nossa dedicação em cada gesto.

### *Agilidade*

- Fazemos mais, melhor e mais rápido, num mundo cada vez mais complexo e dinâmico.
- Planejamos, decidimos e executamos rapidamente, facilitando o dia a dia de todos.

## PRINCÍPIOS DE SUSTENTABILIDADE

Alinhar nossas estratégias, objetivos e resultados às expectativas dos stakeholders é fundamental para alcançarmos a perenidade do negócio. Os principais grupos de interesse estão divididos em oito categorias: clientes, fornecedores, concorrentes, organizações da sociedade civil, meio ambiente, comunidade, recursos humanos e acionistas.

Baseada no conceito de triple bottom line, trabalhamos a sustentabilidade em três dimensões descritas a seguir.

### *Econômica*

Visa à manutenção do capital e ao seu incremento, equilibrando a criação de valor com as demandas da sociedade.

### *Ambiental*

Exige a gestão responsável dos recursos naturais (matérias-primas e energia) e dos resíduos gerados pelos processos produtivos, a fim de manter o equilíbrio dos ecossistemas.

### *Social*

Busca garantir a equidade entre os cidadãos, por meio da observância dos direitos humanos e civis, do acesso às oportunidades de desenvolvimento e da participação na tomada de decisões. Essa observância leva em conta tanto as necessidades atuais quanto as das futuras gerações.

---

## POLÍTICAS

Além desses princípios, temos um conjunto de políticas e documentos normativos que norteiam nossas práticas e ações em diferentes temas, como o Código de Ética e de Conduta. Entendemos que uma gestão responsável passa pelo compromisso assumido com nossos stakeholders por meio do cumprimento desses instrumentos. As íntegras de algumas das políticas destacadas abaixo podem ser acessadas no site de [relações com investidores](#):

### *Responsabilidade Social*

Reporta nossas diretrizes em questões como saúde e segurança, valorização da diversidade, trabalho infantil e trabalho forçado ou compulsório, liberdade de associação e direito a negociação coletiva, discriminação e assédio moral e sexual, horário de trabalho e remuneração.

### *Ambiental*

Visa promover a melhoria contínua do desempenho ambiental. Contempla o atendimento às legislações vigentes, às demandas de órgãos reguladores e às diretrizes do Grupo Telecom Italia, reforçando o compromisso com o desenvolvimento sustentável.

### *Gestão da Mudança do Clima*

Reúne princípios a serem aplicados nas nossas atividades com o objetivo de promover a gestão adequada e eficiente de suas emissões de gases de efeito estufa (GEE), atendendo às legislações vigentes, aos órgãos regulamentadores e às diretrizes do Grupo Telecom Italia.

### *Saúde Ocupacional e Segurança no Trabalho*

Estabelece princípios a serem aplicados em todas as nossas atividades no Brasil com o objetivo de promover a melhoria contínua do desempenho das ações de segurança e saúde do trabalho, atendendo às legislações vigentes, aos órgãos regula-

mentadores e às diretrizes do Grupo Telecom Itália, reforçando o compromisso com a prevenção de acidentes e doenças do trabalho dos colaboradores das empresas do Grupo TIM no Brasil.

### **Defesa da Concorrência**

Tem como objetivo disseminar aos 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.

### **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 define que pessoas físicas ou jurídicas que possuam 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.

### **Relacionamento com Fornecedores no Processo de Compras**

Adotamos medidas no Brasil para compor um processo de compras mais eficiente, visando à redução dos custos com qualidade, excelência e responsabilidade socioambiental dos bens e serviços adquiridos. Esses princípios são somados à observância e à comparação de ofertas técnico-econômicas dos fornecedores qualificados, segundo procedimentos estabelecidos pelas empresas. Também se busca imprimir a ética comercial na condução de temas como liberdade de associação, direito à negociação coletiva, combate à discriminação e ao assédio e valorização da diversidade e prever um adequado sistema de monitoramento e controle.

### **Engajamento**

Seu objetivo é orientar e estimular os colaboradores na condução participativa de relacionamentos, de modo a incentivar o diálogo e ampliar o envolvimento dos nossos principais públicos de interesse, promovendo iniciativas de engajamento e estimulando a multiplicação dessas práticas nas suas esferas de influência.

### **Comunicação de Marketing**

Busca garantir o alinhamento das nossas ações e dos projetos de comunicação de marketing com o Propósito da empresa e seus princípios com relação à sustentabilidade. Esse processo deve acontecer de modo responsável e transparente, minimizando os riscos nas atividades comerciais da empresa, e com respeito aos códigos de autorregulamentação do setor e à legislação, além de incorporar orientações de entidades reconhecidas nessa matéria.

### **Gestão de Riscos Corporativos**

Publicado em 2013, esse documento tem como objetivo definir a metodologia 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.

### **Anticorrupção**

Aprovada pelo Conselho de Administração em 2013, aplica políticas globais antissuborno, que proíbem oferecer, pagar, pedir ou aceitar vantagem de qualquer natureza, orientando seus destinatários sobre como agir nessas situações. Conheça nossos mecanismos de controle e a aplicação da política em [Ética e transparência](#).

### **Gestão de Conflito de Interesses**

Aprovada pelo Conselho de Administração em 2013, define o quadro de referência para a prevenção, quando possível, e a gestão das situações de conflito de interesses, a fim de evitar ou conter impactos negativos aos interesses da empresa e apoiar e proteger as pessoas envolvidas e das quais é esperado um comportamento de transparência. Essa política é aplicável a todos os nossos empregados e às áreas empresariais envolvidas na gestão dos potenciais casos de conflitos de interesses.

### **Gestão de Ativos Intangíveis**

O objetivo desta política é estabelecer as principais diretrizes que servem de base para a gestão eficiente e eficaz de ativos intangíveis (que não possuem forma física ou financeira e são originados pela inovação, por práticas organizacionais e pelos recursos humanos) nas Empresas TIM no Brasil.

## PARCERIAS INSTITUCIONAIS

[G4-15, G4-16]

Ratificamos nosso compromisso com as demandas sociais, ambientais e éticas ao participarmos de diferentes iniciativas e tratados globais. Acreditamos que o nosso engajamento nessas resoluções, além de ampliar a visibilidade de temas importantes para a sociedade, possibilita a empresa acompanhar as melhores práticas no mercado e incorporar em sua gestão ações mais eficientes. Conheça as principais iniciativas que atuamos a seguir.

Além disso, participamos ativamente de entidades do setor de telecomunicações, como o Sindicato Nacional das Empresas de Telefonia e de Serviço Móvel Celular e Pessoal (SindiTeleBrasil), a Associação Brasileira das Prestadoras de Serviços de Telecomunicações Competitivas (Telcomp) e a Associação Interamericana de Empresas de Telecomunicações (Asiet). Leia mais informações em **Políticas públicas**.

### Pacto Global

Signatários desde 2008, incorporamos os dez princípios do Pacto Global em nossa estratégia, cultura e operações diárias. Essa iniciativa da Organização das Nações Unidas (ONU) tem o objetivo de 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.

### Global Reporting Initiative (GRI)

Adotamos o padrão internacional de relatório de sustentabilidade da GRI desde 2008. Suas diretrizes 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.

### Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE)

Pelo oitavo ano consecutivo, integramos a carteira do ISE, criado pela BM&FBovespa. 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.

### Empresas Pelo Clima (EPC)

Participamos dessa iniciativa voluntária, coordenada pelo Centro de Estudos em Sustentabilidade da Fundação Getúlio Vargas (GVces), desde 2010. Trata-se de uma empresarial permanente cujos objetivos são mobilizar, sensibilizar e articular lideranças empresariais para a gestão e a redução das emissões de Gases de

Efeito Estufa (GEE), a gestão de riscos climáticos e a proposição de políticas públicas e incentivos positivos no contexto das mudanças climáticas. Leia mais informações em **Mudanças climáticas**.

### CDP

Desde 2007, respondemos ao questionário do CDP (Carbon Disclosure Project) sobre nossas emissões de GEE e nossa estratégia com relação às mudanças climáticas. Com a maior base de dados mundial de informações corporativas sobre mudanças climáticas, essa organização não governamental é consultada por investidores, órgãos de governo, legisladores, comunidade acadêmica e público em geral.

### Índice Carbono Eficiente (ICO2)

Em janeiro de 2016, fomos selecionados para integrar a carteira do Índice Carbono Eficiente (ICO2) da BM&FBovespa pela sexta vez, com o compromisso de aferir, divulgar e monitorar nossas emissões de GEE. Desenvolvemos 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.

### MSCI Global Sustainability Index

Desde junho 2015, fomos selecionados para integrar o índice global de sustentabilidade MSCI (Morgan Stanley Capital International) ESG (Environmental, Social and Governance) Research. Organização independente, com 40 anos de atuação, que oferece avaliações de governança e análises de índices sociais e ambientais para a comunidade de investidores global, abrangendo mais de 5.700 empresas de capital aberto em todo o mundo.

# NOSSAS METAS

Para avançarmos em nossa agenda de Responsabilidade Social Corporativa, anualmente, estabelecemos metas de desempenho para temas específicos, com base nos nossos objetivos e resultados observados no ano anterior. No quadro abaixo apresentamos o desempenho de 2015 e as metas fixadas para 2016.

TEMA	INDICADOR	UNIDADE DE MEDIDA	META 2015	RESULTADO	META 2016
<b>Voluntariado</b>	Abono de um dia de trabalho para o colaborador que, voluntariamente, participar do Programa Cidadão sem Fronteiras.	% (colaboradores Próprios)	2	1,4 	1,5
<b>Treinamento</b>	Treinamento (total de horas: em sala de aula + online + on the job).	Nº de horas (colaboradores próprios e terceiros) <sup>2</sup>	900.000	1.085.614 	820.000
<b>Treinamento</b>	Novos colaboradores treinados em questões de sustentabilidade.	% (colaboradores próprios)	90	90 	90
<b>Meio Ambiente/ Baterias</b>	Coleta de celulares fora de uso, baterias e demais acessórios para reciclagem.	Toneladas	2	1,2 	2
<b>Meio Ambiente/ Resíduos</b>	Reciclagem de resíduos gerados no escritório.	%	68%	19% 	25%
<b>Meio Ambiente/ Água</b>	Limite do aumento do consumo de água nos escritórios.	%	10%	Redução de 4% <sup>5</sup> 	Redução de 1% no consumo de água dos escritórios.
<b>Energia/ Rede</b>	Limite do aumento do consumo de energia da rede móvel.	%	21% <sup>6</sup>	16% 	22% <sup>7</sup>
<b>Gestão de fornecedores</b>	Fornecedores avaliados em questões de sustentabilidade.	Nº de fornecedores	60	357 	200



Cumprida



Não cumprida

<sup>1</sup> O Programa Cidadão Sem Fronteiras está em processo de revitalização, alinhado ao pilar estratégico - TIM Protagonista.

<sup>2</sup> Funcionários call centers terceirizados e revendas TIM.

<sup>3</sup> A empresa está reformulando esse processo.

<sup>4</sup> Não foi possível cumprir a meta em decorrência da interrupção do serviço por causa da troca do fornecedor.

<sup>5</sup> Para 2015 a meta estabelecida era limitar o aumento do consumo de água em 10% (devido realização de obras e aumento no nº de colaboradores). No entanto, obtivemos uma redução de 4% - veja mais sobre nossas iniciativas para economia desse recurso natural no capítulo [Água](#).

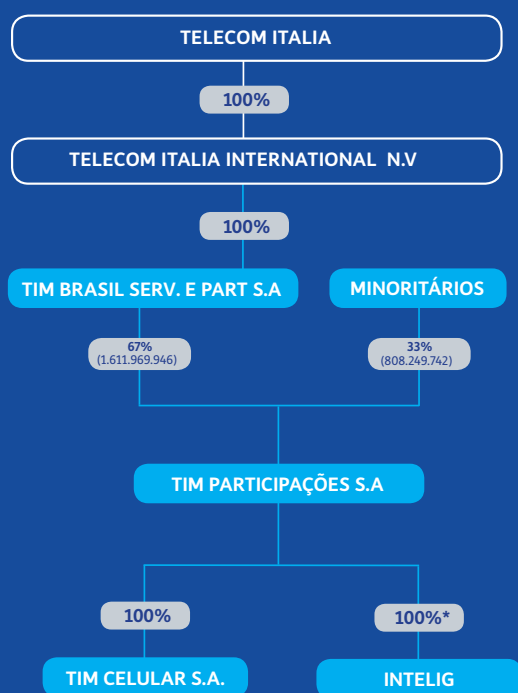
<sup>6</sup> Com base na expansão da infraestrutura de rede, a expectativa no aumento do consumo de eletricidade era de 23% para 2015. Como meta, foi estabelecido limitar o aumento do consumo de eletricidade em 21% em relação a 2014.

<sup>7</sup> Com base na expansão da infraestrutura de rede, a expectativa no aumento do consumo de eletricidade é de 24% em 2016. Como meta, foi estabelecido limitar o aumento do consumo de eletricidade em 22% em relação a 2015.

# GOVERNANÇA CORPORATIVA

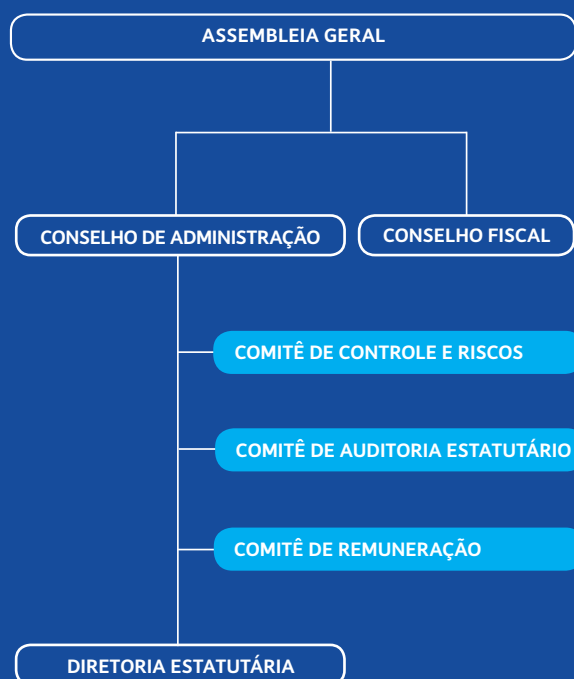
[G4-34]

## ESTRUTURA ACIONÁRIA



\*A TIM Celular S.A. possui 1 quota da Intelig Telecomunicações Ltda.

## ESTRUTURA DE GOVERNANÇA DA TIM PARTICIPAÇÕES



Nosso Conselho de Administração é um órgão de deliberação colegiada, responsável pela administração superior da companhia. É composto por no mínimo cinco e no máximo 19 membros, eleitos e destituíveis pela Assembleia Geral para o mandato de dois anos, sendo permitida a reeleição.

Atualmente, o Conselho é composto por dez membros, sendo três deles membros independentes. Res-

salta-se que conforme o Regulamento de Listagem do Novo Mercado, índice no qual possuímos ações negociadas, no mínimo 20% dos membros que formam o conselho de administração devem ser independentes. Cabe aos próprios membros do Conselho a escolha de seu presidente, não sendo permitido acumular os cargos de Presidente do Conselho de Administração e de Diretor Presidente, ou principal executivo da companhia.

Para o melhor desempenho de suas funções, o Conselho possui três comitês especializados e com objetivos definidos: Comitê de Controle e Riscos (CCR), Comitê de Auditoria Estatutário (CAE) e Comitê de Remuneração (CR). O CAE é, atualmente, composto por três membros, sendo todos necessariamente independentes, com mandato de dois anos, por um período máximo de dez anos, coincidindo com o mandato dos membros do Conselho

de Administração. O CCR possui cinco membros e o CR, três. Todos os membros dos comitês especializados são escolhidos pelo próprio Conselho de Administração, sendo que cabe a cada comitê nomear seu presidente/coordenador. O mandato dos membros do CCR e do CR será o mesmo do Conselho de Administração, ou seja, dois anos, sendo permitida a reeleição ou a destituição pelo Conselho a qualquer tempo.

## ESTRUTURA DE ADMINISTRAÇÃO

ÓRGÃO	COMPOSIÇÃO E ATRIBUTOS
<b>Conselho de Administração</b>	O Conselho de Administração da TIM é composto, atualmente, por dez membros, eleitos e destituíveis pela Assembleia Geral, para o mandato de dois anos, permitida a reeleição, sendo três deles membros independentes. É responsável pela administração superior da companhia.
<b>Comitê de Auditoria Estatutário</b>	Composto, no mínimo, de três e, no máximo, de cinco membros, indicados pelo Conselho de Administração. Supervisiona as atividades desempenhas pela auditoria interna e auditores independentes e a eficácia, qualidade e integridade dos mecanismos de controles internos. Desempenha a função de Audit Committee da companhia para fins de Sarbanes Oxley Act e avalia os contratos entre partes relacionadas para determinar se estão em condições de mercado.
<b>Comitê de Remuneração</b>	Composto de três membros eleitos pelo Conselho de Administração dentre seus membros. Reporta-se ao Conselho de Administração e avalia assuntos que fazem parte do seu escopo e faz recomendações.
<b>Comitê de Controle e Risco</b>	Formado por até cinco membros do Conselho de Administração (dois dos quais são independentes). Avalia assuntos que fazem parte de seu escopo (incluindo responsabilidade social, em que temas relativos à sustentabilidade fazem parte das reuniões) e faz recomendações ao Conselho de Administração.
<b>Diretoria Estatutária</b>	Um diretor-presidente e diretores estatutários, eleitos pelo Conselho de Administração. Faz a gestão executiva da TIM.
<b>Conselho Fiscal</b>	Composto de três a cinco membros efetivos e igual número de suplentes, todos independentes. Atua na fiscalização dos atos da administração da companhia e reporta aos acionistas.

A área de Relações com Investidores conta com o canal 'Fale com RI'. Outro meio de contato com a empresa é o Canal de Denúncias, que tem por objetivo receber relatos de violações ou suspeita de não conformidade, de qualquer pessoa, inclusive funcionários, de eventual irregularidade que esteja ocorrendo. A queixa é encaminhada à área de Auditoria Interna da companhia que a repassa para os setores responsáveis e posteriormente providencia a submissão ao Comitê de Auditoria Estatutário.

A remuneração do Conselho de Administração e da Diretoria está registrada na Ata da Assembleia Geral Ordinária e Extraordinária da organização, realizada em 14 de abril de 2015 (disponível no site [www.tim.com.br/ri](http://www.tim.com.br/ri)). A determinação da remuneração para os membros do Conselho de Administração não é relacionada ao desempenho econômico, social e ambiental da TIM.

Nosso Código de Ética e de Conduta se aplica a todos os órgãos societários, administradores, executivos, prestadores de serviço de todas as sociedades do grupo, assim como aos colaboradores e terceiros que tenham relações de negócios com a empresa.

Cabe ressaltar que a Telecom Italia é signatária e incentiva a adesão de todas as sociedades do grupo ao Pacto Global da ONU, garantindo a plena execução deste compromisso institucional mediante a realização de iniciativas de caráter ambiental e social. Além disso, com base em um decreto da legislação italiana (n.º 231/01), adotamos um modelo organizativo, composto pelo Código de Ética e de Conduta, Princípios Gerais do Controle Interno, Princípios de Comportamento com a Administração Pública e dos documentos de controle interno. Todos esses documentos detalham as diretrizes e estabelecem os processos para evitar a ocorrência de fraudes e corrupção. Esse modelo também tem o objetivo de evitar que a responsabilidade pessoal de quem comete crimes previstos na lei extrapole para a pessoa jurídica. Com isso, auxilia na construção de uma gestão ética e diligente, que prima pela preservação da viabilidade do negócio e pela minimização da exposição a riscos que comprometam sua perenidade.

## “Adotamos um modelo organizativo que detalha diretrizes e estabelece processos para evitar a ocorrência de fraudes e corrupção”



**Canal de Denúncias Unificado** para público interno e externo.



é o percentual de conclusão do treinamento *online* sobre o Código de Ética e de Conduta



Em 2015, criamos o canal interno de Ética e Compliance

Mais informações sobre nosso modelo de governança, sobre a composição do Conselho de Administração, bem como o Regimento Interno deste órgão da administração, estão disponíveis no site [www.tim.com.br/ri](http://www.tim.com.br/ri).

## ÉTICA E TRANSPARÊNCIA

Como expresso em nossa Política Anticorrupção, a condução dos nossos negócios não pode prescindir da ética. Nossas atividades são baseadas no respeito aos valores e princípios estabelecidos no Código de Ética e de Conduta. Rejeitamos e condenamos comportamentos ilegais e impróprios (inclusive atos de corrupção de qualquer tipo) com o fim de alcançar objetivos econômicos.

Nossa Política Anticorrupção se destina aos órgãos societários, aos administradores, aos executivos, aos empregados e a todos aqueles que têm relações de negócios com a TIM.

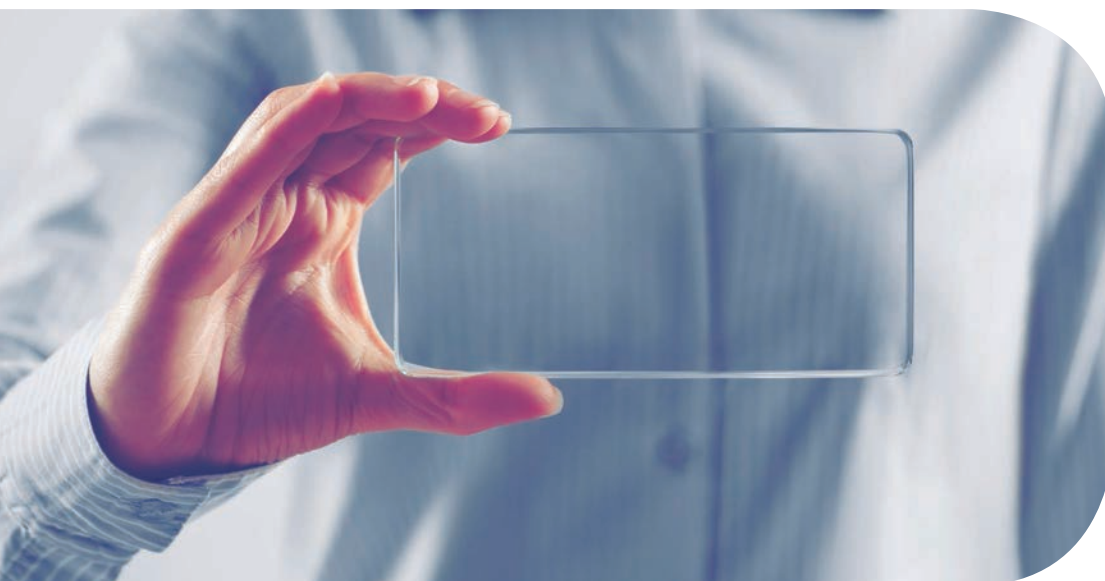
Criamos o Canal de Ética e Compliance com o objetivo de promover um ambiente em que nosso público interno possa compartilhar notícias da qual teve conhecimento na mídia, inclusive por meio de autoridade policial/judiciária, relativas às atividades ilegais e/ou criminosas que tragam potenciais riscos para a empresa, bem como sanar dúvidas sobre temas e normativas relacionadas ao Programa de Anticorrupção. Esse espaço não trata de relatos de denúncia, mas tem o escopo de dar suporte aos colaboradores e garantir a conformidade dos nossos processos perante as diretrizes internas.

Oferecemos também o Canal de Denúncias Unificado, por meio do qual o público interno ou

externo pode reportar denúncias referentes ao descumprimento de qualquer regra ou conduta descrita em nosso Código de Ética e de Conduta, como discriminação, assédio moral e sexual, direitos humanos, comportamentos ilícitos ou ilegais, conflito de interesses, corrupção, fraudes, entre outros. Disponível no site: [www.tim.com.br/ri](http://www.tim.com.br/ri), o usuário do canal tem a sua identidade preservada e as informações recebidas são tratadas com sigilo. Por meio desse canal, foram recebidas duas denúncias enquadradas na categoria fraude. Ambas foram devidamente encaminhadas e tomadas as medidas cabíveis (os principais fatos são confidenciais). Não foram identificados casos de corrupção movidos contra a empresa ou seus empregados no período coberto pelo relatório.

[G4-S05]

No âmbito do Programa Anticorrupção também são realizadas atividades para avaliação de risco, que contemplam o monitoramento e as análises dos processos que envolvam temas sensíveis, por exemplo, brindes, doações e patrocínios. São aplicados ainda questionários de due diligence aos nossos fornecedores e analisados os relatos do canal de Denúncias e as dúvidas do Canal de Ética e Compliance. Em decorrência do Programa, foi realizado o mapeamento de terceiros que têm relacionamento com órgãos públicos, e a melhoria



no processo de contratação, incluindo a apuração de eventual ou potencial Conflito de Interesses.

Alinhado ao nosso valor Transparência, e para gerarmos confiança por meio da integridade, estamos fortalecendo nossas ações junto aos fornecedores. Além da aplicação do questionário de due diligence, para identificação daqueles que possam oferecer algum tipo de risco para a empresa, aperfeiçoamos a cláusula de compliance nos contratos. A partir desse diagnóstico, fazemos treinamentos específicos para reforçarmos as diretrizes da Política Anticorrupção. Um exemplo foi o curso voltado aos escritórios de advocacia contratados pela companhia realizado em 2015. Identificamos a necessidade de reforçar o programa junto a esse público, especialmente pela atividade que exercem em nome da TIM no relacionamento com órgãos públicos.

Internamente também promovemos um workshop para 200 colaboradores, entre líderes e profissionais que têm relação direta com órgãos públicos. O evento teve o objetivo de abordar os impactos da Lei de Anticorrupção e seu decreto nos processos da empresa e gerar reflexões sobre a importância na conscientização focada na transparência, na ética, nas simples atitudes do dia a dia e nas relações de trabalho.

Disponibilizamos ainda um treinamento online na intranet em dezembro de 2015 e, em apenas dois meses de vigência do curso, 50% dos colaboradores foram capacitados. Além dessa ferramenta, que está disponível para todos os empregados, temos o planejamento de tornar anual a frequência dos nossos encontros presenciais. [\[G4-SO4\]](#)

A adesão ao nosso Código de Ética e de Conduta também é continuamente monitorada, assim como a realização do treinamento online. Queremos garantir que todos os colaboradores tenham conhecimento de suas diretrizes que incluem as condutas esperadas, rejeição de comportamentos ilegais ou de qualquer forma impróprios (inclusive atos de corrupção de qualquer espécie). O percentual de conclusão do curso é de 96%, dividido da seguinte forma:



## TREINAMENTO ONLINE

### CÓDIGO DE ÉTICA E DE CONDUTA

Público	Números de participantes
Diretores	51
Managers	348
Demais colaboradores	12.155
<b>Total</b>	<b>12.554</b>

Adicionalmente, oferecemos aos novos colaboradores o treinamento Ser e Estar Compliance, no qual são enfatizados temas como ética, anticorrupção, conflito de interesses e os benefícios do Canal de Denúncia.

## POLÍTICAS PÚBLICAS

O setor de telecomunicações tem promovido importantes debates que resultam em políticas públicas relevantes para a sociedade. Temas como o Marco Civil da Internet e o Novo Modelo Regulatório das Telecomunicações fizeram parte dessa agenda em 2015.

Reconhecemos o valor de manter um diálogo contínuo com os órgãos governamentais. Colaboramos ativamente com essas e outras discussões por meio da participação no Sindicato Nacional das Empresas de Telefonia e de Serviços Móvel Celular e Pessoal (SindiTelebrasil) e na Associação Brasileira das Prestadoras de Serviços de Telecomunicações Competitivas (TelComp). Internacionalmente, também integramos associações do setor, como a GSM Association e a Associação Interamericana de Empresas de Telecomunicações (Ahciet), que reúnem empresas de telecomunicações da América Latina em fóruns de discussão. A TIM também é, atualmente, parceira corporativa da International Telecommunications Society (ITS) e participa de encontros, eventos e debates do International Institute of Communications (IIC). Todas as entidades visam contribuir de forma construtiva e ética para a regulamentação do setor.

Pautamos nossa atuação em leis internacionais de governança corporativa, Leis Anticorrupção brasileiras e norte americanas, Código de Ética e de Conduta e Políticas internas de transparência e eficiência. Um dos grandes desafios do setor de telecomunicações na construção de políticas públicas é alinhar a rápida evolução tecnológica a leis e regulamentos de longo prazo. Não são raros os exemplos de normas que ao serem aprovadas já não refletem mais a realidade do setor.

Os assuntos que temos considerado prioritários nesses debates são a alta carga tributária, legislação restritiva à implementação de infraestrutura de Telecom, expansão da cobertura, competição do setor, qualidade dos serviços e atendimento ao consumidor. Como parte de nossa atuação, participamos em audiências públicas no Congresso Nacional, nas Assembleias Legislativas e nas Câmaras Municipais. Entre os temas abordados, destacam-se o padrão dos serviços, especialmente na região norte, tributação, CPI de crimes cibernéticos, comissão Especial

de Telecomunicações da Câmara dos Deputados, Comissão de Defesa do Consumidor da Câmara dos Deputados, Comissão de Ciência e Tecnologia da Câmara dos Deputados e CPIs de telecomunicações nas Assembleias Legislativas e Câmaras Municipais sobre a qualidade dos serviços e cobertura rural.

### Lei de Antenas (Lei 13.116/2015)

Aprovada em abril de 2015, essa lei estabelece normas gerais para implantação e compartilhamento da infraestrutura de telecomunicações. Julgamos a nova lei como um significativo avanço para o setor porque é o primeiro passo fundamental no âmbito federal para superar as mais de 250 normativas estaduais e municipais para implantação de infraestruturas e antenas. Por meio do SindiTelebrasil e da TelComp, intervimos proativamente e colaboramos com a emissão de pareceres que embasaram as discussões técnicas e jurídicas em torno do assunto perante o Congresso Nacional até a promulgação da referida lei.

Em relação às atividades político-partidárias, nosso Código de Ética e de Conduta proíbe a realização de contribuições a políticos, partidos políticos ou instituições relacionadas. [\[G4-S06\]](#)

**“Pautamos nossa atuação em leis internacionais de governança corporativa, Leis Anticorrupção brasileiras e norte americanas, Código de Ética e de Conduta e Políticas internas de transparência e eficiência.”**

# CONECTAR E CUIDAR DE CADA UM

Cuidar do negócio  
Cuidar do cliente  
Cuidar das pessoas  
Cuidar da sociedade  
Cuidar do meio ambiente



**R\$ 14 bilhões**  
de investimentos  
no triênio 2016-2018



**+500**  
novas cidades  
receberam cobertura 3G



**+70 mil**  
quilômetros de  
fibra ótica própria



**R\$ 2,7 bilhões**  
investidos em rede e  
tecnologia de informação

## CUIDAR DO NEGÓCIO

### Desempenho econômico

Tivemos um ano marcado por grandes desafios, com uma deterioração do ambiente macroeconômico do País, com impacto em crescimento, desemprego e inflação. Diante desse cenário, mantivemos o foco na execução do nosso plano estratégico e metas de médio e longo prazo, em particular com o intenso investimento em infraestrutura. Sustentamos para o triênio 2016-2018, o mesmo nível de investimentos do plano anterior (R\$ 14 bilhões). Atuamos também rapidamente no reposicionamento de nosso portfólio perante as mudanças estruturais do setor. Intensificamos as ações de eficiência, que ajudaram a proteger os resultados financeiros da companhia e a expandir a nossa margem operacional, mesmo em um ano de retração de receita e, em menor intensidade, de EBITDA<sup>2</sup>.

Apesar dos desafios de curto prazo, seguimos com a visão da importância estratégica do desenvolvimento de uma infraestrutura robusta para o crescimento dos dados, centrada particularmente na tecnologia 4G, que proporciona melhor qualidade de serviço e maior eficiência nos custos de rede. E com essa visão alcançamos a marca de R\$ 4,7 bilhões de investimentos durante o ano, não apenas atingindo, mas superando os nossos objetivos de crescimento da infraestrutura durante 2015, mesmo em um cenário de significativa depreciação cambial do Real.

Esses investimentos nos permitiram chegar ao final do ano, com 411 cidades cobertas com 4G, ou 59% da população urbana do País. Atingimos a posição de liderança na cobertura 4G no Brasil, seja em número de cidades atendidas ou em percentual da população coberta. Além disso, adicionamos mais de 500 novas cidades à cobertura 3G, e alcançamos a marca de mais de 70 mil quilômetros de fibra ótica própria, o que seguirá permitindo o crescimento acelerado da nossa infraestrutura de dados de alta capacidade – essencial para o posicionamento competitivo agora e no futuro. Cabe destacar que do total de investimentos em 2015, R\$ 2,7 bilhões foram investidos apenas em rede e tecnologia de informação, de modo a expandir a cobertura e a capacidade, com o crescimento do tráfego de voz e dados. Seguimos com as ações de eficiência energética, como o RAN *Sharing*, que possibilitou uma economia de custo de aproximadamente R\$ 68 milhões (Opex). Mais informações em [Energia](#).

Para 2016, enfatizaremos o foco em três principais pilares:

- **investimentos em infraestrutura e liderança 4G;**
- **desenvolvimento e geração de resultados positivos do nosso novo portfólio e ofertas anunciados ao final de 2015;**
- **continuidade da intensidade das ações de eficiência que nos permitam seguir incrementando a nossa margem operacional.**

<sup>2</sup>Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization.

Temos a convicção de que com essas diretrizes, somadas à crescente utilização de serviços de dados e à evolução do nosso posicionamento em qualidade/ofertas/experiência dos usuários, terminaremos 2016 em uma trajetória ascendente e de melhoria continuada de resultados.

<b>GERAÇÃO DE VALOR (EM R\$ MIL) [G4-EC1]</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
(A) Receitas	25.973.031	23.156.529
(B) Bens e serviços adquiridos de terceiros	10.906.860	7.526.175
Custos de serviços prestados e mercadorias vendidas	7.232.375	5.167.254
Materiais, energia, serviços de terceiros e outros	3.674.485	2.358.921
(C) Valor adicionado bruto (A - B)	15.066.171	15.630.354
(D) Retenções (depreciação e amortização)	3.052.579	3.361.971
(E) Valor adicionado líquido (C - D)	12.013.592	12.268.383
(F) Transferências	1.003.425	1.996.752
(G) Valor adicionado a distribuir (E + F)	13.017.017	14.265.135

<b>DISTRIBUIÇÃO DE VALOR ADICIONADO (DVA – EM R\$ MIL)</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Pessoal e encargos	782.589	850.362
Salários	446.788	498.148
Encargos previdenciários	63.398	70.207
Previdência privada	15.030	18.325
Benefícios	139.576	159.978
Participação nos resultados	117.797	103.704
Governo	8.843.917	8.441.124
Impostos, taxas e contribuições, expurgados os subsídios (isenções)	8.843.917	8.441.124
Financiadores	1.844.092	2.902.504
Juros e aluguéis	1.844.092	2.902.504
Acionistas	367.274	468.616
Juros sobre capital próprio e dividendos	367.274	468.616
Retido	1.179.145	1.602.529
Lucros/prejuízos do exercício	1.179.145	1.602.529

## Total de benefícios financeiros recebidos do governo (R\$ mil)

[G4-EC4]

2014

2015

### Abatimentos de impostos e taxas

137.192

93.123

Concessões e incentivos para investimentos, pesquisa e desenvolvimento e outros tipos

13.283

18.670

## Lucro econômico

A cada ano, calculamos e acompanhamos nosso lucro econômico<sup>3</sup>, um indicador financeiro que leva em consideração o custo de oportunidade nos negócios. Seu cálculo é feito a partir do resultado operacional após impostos (Nopat<sup>4</sup>) e do custo do capital investido. Em 2015, o lucro econômico apresentou resultado negativo de R\$ 73,4 milhões comparado com o resultado negativo de R\$ 18,2 milhões do ano anterior. Esse desempenho foi consequência de dois principais fatores: aceleração acentuada do capital investido médio, resultado de sucessivos aumentos de investimentos em infraestrutura, e aumento do custo de capital em função da piora nos indicadores econômicos que afetaram a composição deste.

A melhora do Nopat, já considerando os ganhos com a alienação de ativos não estratégicos realizada ao longo do ano, não foi suficiente para compensar a combinação dos fatores negativos citados.

## Metas econômicas

Nosso plano estratégico, com *guidance* para o triênio 2015 a 2017, teve o valor de investimento (Capex<sup>5</sup>) atualizado e as indicações de crescimento de receita líquida e de EBITDA<sup>6</sup> passaram a ser qualitativas, adequando-se ao novo plano estratégico do grupo Telecom Italia e às mudanças no ambiente macroeconômico brasileiro. Em agosto de 2015, em resposta ao cenário de aprofundamento da crise econômica do País, divulgamos um novo *guidance*, com foco na eficiência operacional e na redução de custos.

Ao final de 2015, nossa receita líquida foi de R\$ 17,1 bilhões com variação anual negativa de 12,1%, fortemente impactada pela queda da tarifa de interconexão e pelo ambiente macroeconômico. O desempenho do EBITDA apresentou leve queda de 2,6%, totalizando R\$ 5,4 bilhões, demonstrando os impactos positivos dos esforços de redução de custos e despesas – aproximadamente R\$ 350 milhões foram oriundos do Plano de Eficiência. Os investimentos, desconsiderando a aquisição de licenças, somaram R\$ 4,7 bilhões.

<sup>3</sup>Lucro econômico = lucro operacional após o imposto de renda no período - (média do capital investido no período x custo de capital).

<sup>4</sup>Net Operating Profit AfterTax

<sup>5</sup>Capital Expenditure - em português, despesas de capital ou investimento em bens de capital.

<sup>6</sup>Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization.

INDICADOR	DEFINIÇÃO	MEDIDA	HORIZONTE DE MEDIÇÃO	INDICAÇÃO	RESULTADOS
<b>Crescimento Receita Líquida Total</b>	Evolução da receita após o pagamento dos impostos, devoluções de vendas e contabilização dos descontos nos serviços.	n/a	2015, 2016 e 2017	Crescimento Contínuo	n/a
<b>Crescimento EBITDA</b>	Evolução do lucro antes dos juros, impostos, depreciação e amortização: RLT menos custos e despesas, o que representa a geração de caixa da empresa.	n/a	2015, 2016 e 2017	Crescimento Contínuo	n/a
<b>Investimentos (Capex)</b>	Investimentos em médio e longo prazo em compra, melhoramento, desenvolvimento ou extensão de infraestrutura, equipamentos, sistemas e propriedades. Excluem-se os valores investidos em aquisição de licenças de frequência.	R\$	2015, 2016 e 2017	Soma do triênio superior a R\$ 14 bilhões*	R\$ 4,7 bilhões em 2015
<b>Eficiência em Opex<sup>7</sup></b>	Economia em custos e despesas operacionais, excluindo efeitos de interconexão.	R\$	2015, 2016 e 2017	Economia de R\$ 1 bilhão na soma do triênio Atingimento, em 2015, de aproximadamente 35% do total de economia	Atingimento, em 2015, de aproximadamente 35% do total de economia

\*Não considera aquisições de licença de frequência.

<sup>7</sup>Operational Expenditure.

Seguindo o planejamento anual do grupo, em fevereiro de 2016, divulgamos a atualização do plano estratégico, com novas indicações para o mercado. Alguns ajustes nos indicadores foram feitos para adequá-los aos novos objetivos da companhia e a realidade macroeconômica brasileira. O indicador do Plano de Eficiência foi o único a ser mantido com o horizonte de medição original, ao contrário dos demais que passaram a ser medidos no arco do novo triênio começando em 2016.



INDICADOR	DEFINIÇÃO	MEDIDA	HORIZONTE DE MEDIÇÃO	GUIDANCE
<b>Receita Líquida de Serviços</b>	Receita após o pagamento dos impostos, devoluções de vendas e contabilização dos descontos nos serviços.	n/a	2016, 2017 e 2018	Dados como principal componente da receita a partir de 2016, foco em participação de receita.
<b>Margem EBITDA</b>	Lucro antes dos juros, impostos, depreciação e amortização (EBITDA) sobre a Receita Líquida Total.	n/a	2016, 2017 e 2018	Expansão de margem em todos os anos entre 2016 a 2018
<b>Capex</b>	Investimentos em médio e longo prazo em compra, melhoramento, desenvolvimento ou extensão de infraestrutura, equipamentos, sistemas e propriedades. Excluem-se os valores investidos em aquisição de licenças de frequência.	R\$	2016, 2017 e 2018	Soma do triênio inferior a R\$ 14 bilhões*
<b>Eficiência em Opex</b>	Economia em Custos e Despesas Operacionais, excluindo efeitos de interconexão.	R\$	2015, 2016 e 2017	Economia de mais de R\$ 1 bilhão na soma do triênio

\*Não considera aquisições de licença de frequência

Mais informações sobre nosso desempenho financeiro podem ser acessadas em [www.tim.com.br/ri](http://www.tim.com.br/ri).





## CUIDAR DO CLIENTE

### *Transparência na comunicação*

Principal ativo do nosso negócio, tínhamos uma base de 66 milhões de clientes ao final de 2015. Com foco na inovação e no oferecimento de um serviço de qualidade, investimos na rede 4G e conseguimos terminar o ano com a maior cobertura nacional nesta tecnologia. É nosso papel entender a necessidade do cliente, acolher suas opiniões e resolver eventuais questões. No nosso novo posicionamento, a experiência do cliente – um de nossos valores –, será um ponto central. Acreditamos que atualmente nenhuma operadora consegue se diferenciar por oferecer uma boa experiência ao cliente. Nós devemos e queremos ocupar esse espaço.

Em 2015, nossa empresa, assim como outras operadoras de telefonia móvel, foi questionada por seus clientes, órgãos de proteção ao consumidor e entidades reguladoras do setor de telecomunicações sobre a decisão de limitar o acesso à internet móvel à franquia contratada, evitando a velocidade reduzida. O fato gerou um amplo debate, em especial na dimensão de comunicação, e mostrou a necessidade de se construir uma campanha setorial para esclarecer aos consumidores os conceitos associados ao serviço de dados e respectivos impactos que a migração do serviço de voz para dados trouxe nas telecomunicações.

O principal conceito é que a rede de dados é compartilhada entre os usuários, por isso quanto mais um cliente trafega dados, mais espaço ele ocupa nesse ambiente. Nesse cenário, uma grande quantidade

de usuários trafegando em baixa velocidade após o limite da franquia, dificulta o acesso por parte dos outros que ainda estariam dentro de sua franquia, contribuindo assim para uma percepção negativa da qualidade do serviço fornecido.

Novas tecnologias muitas vezes exigem novas comunicações e, como uma empresa protagonista, temos o papel de alavancar esse debate setorial e buscar uma comunicação clara e transparente com nossos clientes.

Como parte do compromisso público firmado em abril de 2015 pela TIM, em conjunto com as demais operadoras de telefonia móvel, com o Ministério das Comunicações, a Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon) e a Anatel, o Setor de Telecomunicações se comprometeu a aprimorar a comunicação sobre ofertas de internet móvel. Entre as ações previstas se destacam:

- **Elaboração de uma campanha educativa sobre as características do serviço;**
- **Criação de um Código de Conduta para a Comunicação da Oferta de Internet Móvel;**
- **Aprimoramento de informações sobre os planos TIM;**
- **Refinamento e divulgação de ferramentas que permitam ao consumidor acompanhar o consumo de sua franquia de dados móvel.**

Disponibilizamos em nosso site, a página ‘Entenda o consumo da internet’ para que nossos clientes possam compreender como funciona a internet móvel, por meio de vídeos explicativos, e uma série de dicas que explicam o consumo do pacote de dados.



## Canais de atendimento

Com foco no aprimoramento do atendimento, por meio da avaliação dos clientes, realizamos periodicamente pesquisas de satisfação com apoio de institutos externos, oferecendo o espaço para o consumidor expor a sua opinião. Em 2015, a nota média da pesquisa de satisfação geral foi de 7,29. Nosso percentual de reclamações e críticas solucionadas foi de 100% nos canais da empresa, sendo 92,8% solucionadas em até cinco dias, e de 97,75% na Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel).

Além disso, mantivemos a quinta colocação no *ranking* de reclamações registradas pelas agências do Procon no Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor (Sindec), melhor colocação, quando comparada às demais empresas do setor. Em 2014, foram registradas 52,2 mil reclamações. Já em 2015, foram 72,6 mil reclamações, número 64% menor que o primeiro colocado da listagem. Na maioria dos casos, as queixas foram relacionadas à conta de pagamento. Para minimizar os problemas apontados pelos clientes, disponibilizamos o canal de atendimento “Meu TIM” – uma funcionalidade que permite a consulta do pacote de minutos – e criamos o serviço de mensagem (SMS) informativo para aqueles que consumirem de 80% a 100% dos minutos contratados, entre outras medidas.

Por meio dos canais de atendimento, como *chat*, o Portal de Conteúdos \*144# e a Central de Relacionamento (CRC), foi possível mapear alguns pontos críticos e realizar as melhorias necessárias. Possuímos quatro centrais de relacionamento próprias, nas cidades de Curitiba, São Paulo, Rio de Janeiro e Recife, e sete terceirizadas. Todos os contatos são registrados no sistema de atendimento *Customer Relationship Management* (CRM) e as respostas são fornecidas *online* em até cinco dias úteis quandoo atendimento necessitar de uma análise mais especializada.

Os clientes também podem ser atendidos por meio de carta e e-mails (recebidos pelo site [www.tim.com.br/FaleComaTIM](http://www.tim.com.br/FaleComaTIM)) e nas lojas próprias. Além disso, o cliente pode ativar serviços no próprio aparelho celular acessando o Portal \*144#, que utiliza a tecnologia *Unstructured Supplementary Service Data* (USSD). A Unidade de Resposta Audível (URA) também permite autoatendimento, oferecendo opções de bloqueio e desbloqueio de linhas e solicitação de 2ª via da fatura.

No canal ‘Fale pelo Cliente’, colaboradores podem expor problemas e dúvidas de usuários diretamente ao CRC utilizando a intranet da empresa. Por fim, disponibilizamos três formas de relacionamento digitais, o Facebook da TIM, o *twitter* (@TIMAjuda) e o *chat online*, que permite a interação direta do cliente com o atendente.

## Informações referentes ao serviço de atendimento a clientes [G4-PR5]

	2014	2015
Total de ligações atendidas pelo SAC	137.078.489	147.454.650
Total de atendimentos da Ouvidoria	5.479	4.993
<b>Total de reclamações recebidas</b>		
Na empresa	6.175.552	6.924.976
Na Anatel	345.067	493.724
Na justiça	94.630	152.316
<b>Total de reclamações e críticas solucionadas</b>		
Na empresa	99,94%	100%
Na Anatel	91,69%	99%
Na justiça	106,51%	86,34%
<b>Pesquisas de satisfação de clientes – em uma escala de 0 a 10</b>		
Nota média de satisfação geral do cliente pessoa física	7,54	7,29
Nota média de satisfação do cliente pessoa física pelo atendimento CRC	7,30	7,25

Entre agosto de 2014 e durante o ano de 2015, houve um aumento expressivo de ações judiciais em que os autores reclamaram de cobrança indevida de VAS<sup>8</sup> (principalmente TIM Recado, TIM Protect e serviços de interatividade). Esses casos ocorreram especificamente nas regiões de DDD 43 e 44, no estado do Paraná. Ao final de 2015, a TIM obteve resultado favorável no que diz respeito à solicitação de danos morais nos processos, o que resultou na diminuição de novos casos.

### Privacidade do cliente

Respeitamos as informações pessoais dos clientes e não autorizamos seu acesso e uso indevido. Nossa Política de Privacidade de Dados de Clientes garante que a obtenção dos cadastros e dos dados de comunicação dos usuários será permitida apenas aos colaboradores que precisem acessar tais informações para atividades

profissionais. Além disso, apesar de não possuímos a certificação, balizamos nossas ações nas melhores práticas de mercado, de acordo com a ISO 27001, norma internacional de segurança da informação.

No caso de alegação por parte do cliente de alguma situação de violação de privacidade, analisamos a situação e prestamos os devidos esclarecimentos para solução do eventual problema. As práticas de privacidade de dados são comunicadas aos clientes por meio dos termos de condição dos planos, no momento da assinatura do contrato. Em 2015, não foram registradas queixas e reclamações sobre perda de privacidade.

[G4-PR8]

As informações acerca de dados cadastrais e comunicações telefônicas são fornecidas às autoridades exclusivamente nos casos previstos na legislação em vigor.

<sup>8</sup>Value Added Services, ou em português, Serviço de Valor agregado.



# CUIDAR DAS PESSOAS

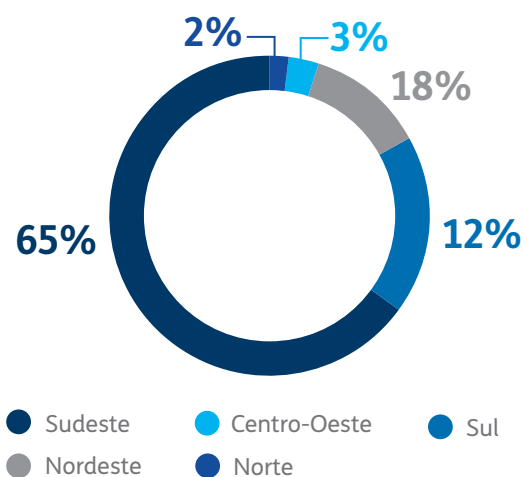
## Gestão do nosso capital humano

Acreditamos que o crescimento de toda a empresa passa pela evolução do seu principal capital: as pessoas. Nossa área de recursos humanos (*People Value*) tem como missão assegurar a melhoria da produtividade e da performance, por meio da promoção contínua do desenvolvimento das competências dos nossos colaboradores, potencializando seus talentos e gerando um ambiente de trabalho que os motive e desafie.

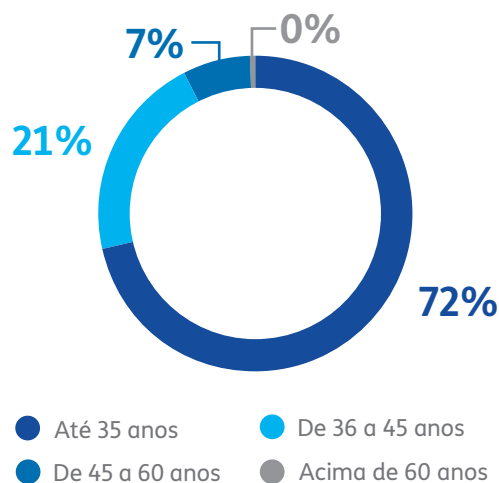
Nossa força de trabalho, em 2015, era composta de 13,7 mil empregados próprios, sendo 54% mulheres e 46% homens, com maior predominância na região Sudeste, como demonstrado no gráfico abaixo. Em comparação com o ano anterior, o número total de colaboradores se manteve estável.

[G4-10]

COLABORADORES POR REGIÃO



COLABORADORES POR FAIXA ETÁRIA



### COLABORADORES POR TIPO DE VÍNCULO COM A EMPRESA

	2014	2015
Empregados	12.860	13.062
Estagiários	276	278
Aprendizes	415	402
<b>TOTAL</b>	<b>13.551</b>	<b>13.742</b>

### COLABORADORES POR TIPO DE CONTRATO

	2014	2015
Indeterminado	12.860	13.062
Determinado*	691	680

\*Estagiários e jovens aprendizes.

Um dos pilares da gestão de *People Value* é possibilitar o autodesenvolvimento dos colaboradores por intermédio de programas de formação. Além disso, a área possui o papel de incentivar os empregados a buscarem realizações, motivando-os a alcançar os seus objetivos. Para que todos estejam em sintonia com a estratégia da empresa, proporcionamos uma comunicação integrada, assim como o estímulo da cultura organizacional e do reconhecimento da dedicação e da performance de cada um.

Entre os desafios encontrados no gerenciamento de nossos colaboradores, destacam-se a busca do equilíbrio entre as expectativas das pessoas, as necessidades do negócio e as condições de mercado. Nossa taxa de rotatividade foi de 28,5%, representando uma redução de 6,7 pontos percentuais em relação a 2014.

[G4-LA1]

### ROTATIVIDADE

	2014	2015
Geral	35,2%	28,5%
<b>Por Gênero</b>		
Homens	29,9%	26,5%
Mulheres	39,6%	30,2%

## Política Salarial

Nossa política salarial não permite qualquer tipo de discriminação e reflete o comportamento do mercado. Em 2015, manteve-se a diminuição da diferença entre a remuneração média de homens e mulheres.

[G4-LA13]

### PROPORÇÃO SALARIAL ENTRE HOMENS E MULHERES, POR CATEGORIA FUNCIONAL\*

	2014	2015
Diretores	1,56	1,17
Gerentes	1,13	1,13
Profissionais	1,11	1,12
Força de Vendas/Lojas	1,08	1,11
Consultor de relacionamento (CRCs)	1,10	1,07

\*O valor de remuneração média indicado corresponde ao cálculo a seguir: (salário masculino/salário feminino). O valor indica o quanto foi recebido a mais pelos homens, com base no salário-base, em comparação com as mulheres nos anos apresentados, para os diferentes cargos.

No que diz respeito à relação entre a maior e a menor remuneração pagas pela empresa, houve um aumento dessa variação de 2014 para 2015, passando de 50 para 53,5.

## Conexão TIM

A gestão dos treinamentos é realizada por meio do sistema Conexão TIM, que reúne todas as formas de capacitação e formação da empresa, como cursos, seminários e ações que contribuam para o desenvolvimento profissional dos colaboradores, presencialmente ou *online*. Nossas metas de educação são alinhadas às diretrizes da nossa Política de Treinamento e aos objetivos estratégicos, modelo de competências, propósito e valores da TIM. Acreditamos na importância de desenvolver os colaboradores em

[G4-LA9]

todo o seu ciclo na empresa. Desde capacitações para conhecimento da organização, até treinamentos técnicos, comportamentais e transversais, objetivando o melhor desempenho dos profissionais em suas funções. Em 2015, foram investidos R\$ 11.336 mil em educação – uma redução de 21% em comparação ao ano anterior. A migração dos conteúdos presenciais para plataformas *online* contribuiu para a redução de investimento e para o plano de eficiência de custos, processos, sistemas e otimizações que a companhia está implementando.

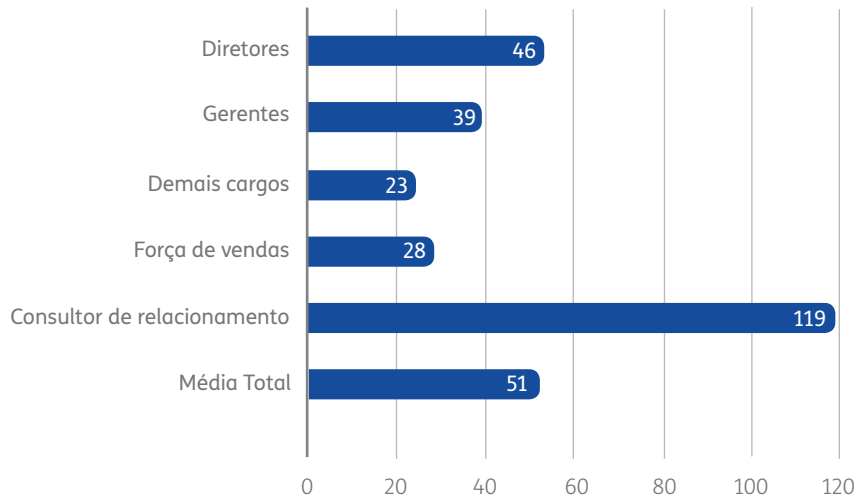
### CATEGORIA FUNCIONAL

### HORAS DE TREINAMENTO\*

	2014	2015
Diretores	1.320	2.537
Gerentes	42.222	31.768
Demais Cargos	105.453	130.852
Força de Vendas	216.720	112.155
Consultor de relacionamento (CRCs)	721.499	630.349
<b>TOTAL</b>	<b>1.087.215</b>	<b>907.662</b>

\*Horas destinadas a treinamento e desenvolvimento (técnico, gerencial e específicos/outras). Não inclui coaching na empresa por supervisores. Não inclui horas de educação formal financiada.

NÚMERO MÉDIO DE HORAS DE TREINAMENTO POR ANO POR EMPREGADO, DISCRIMINADO POR CATEGORIA FUNCIONAL (H)



CATEGORIA FUNCIONAL

NÚMERO DE COLABORADORES QUE RECEBERAM FINANCIAMENTO À EDUCAÇÃO FORMAL

Categoria Funcional	2014	2015
Diretores	1	2
Gerentes	10	4
Demais cargos	48	53
Força de Vendas	2	1
Consultor de relacionamento (CRCs)	72	75
<b>TOTAL</b>	<b>133</b>	<b>135</b>



Apoiamos também a evolução de jovens talentos, para que possam ter mobilidade na companhia, adquirir novos conhecimentos e se aprofundar em um mercado dinâmico e em expansão. Como resultado, *trainees* e estagiários se qualificam para assumir posições relevantes na empresa.

## Novas competências

Nossas análises de desempenho profissional ocorrem anualmente. Em 2015, 96% dos colaboradores e 100% dos consultores de relacionamento (CRCs) foram avaliados<sup>9</sup>. Uma importante mudança nesse processo foi a evolução das nossas competências comportamentais, que além de avaliar novos atributos, tornaram-se as mesmas para liderança e público profissional. O novo modelo segue o padrão do Grupo Telecom Italia e é baseado no conceito de autoliderança. O objetivo é que cada colaborador seja líder de si mesmo e protagonista de seu crescimento profissional.

Avançamos também com o desenvolvimento do programa de transformação da cultura organizacional, em linha com as novas competências estabelecidas. Acreditamos que essas duas ações funcionarão como pilares que permitirão alavancar na empresa maior produtividade e melhor gestão dos custos, além de estimular uma reflexão do que realmente agrega valor para o negócio. [G4-LA11]

Para garantir a formação dos atuais e futuros líderes da companhia, desenvolvemos também o Programa de Desenvolvimento de Lideranças, que engloba quatro estágios de gestor: Operacional, Equipe, Gestores e Estratégico. Com um total de 19,8 mil horas de treinamento realizadas, contamos com uma adesão de 82% de público. Foram implementadas ainda melhorias do fluxo de informações, revisões das trilhas e criações de novos módulos.

Já para medir a performance dos consultores de relacionamento (CRCs), temos o Programa Consultor Cinco Estrelas. Através da avaliação técnica do consultor, ele gera oportunidades de revisão de conteúdo, reforços de aprendizagens e está diretamente ligado a remuneração variável. Cerca de 3,9 mil foram avaliados mensalmente, quase 50% atingiram todas as metas de atendimento estabelecidas e 30% alcançaram o patamar das cinco estrelas, sendo promovidos ao menos uma vez durante o ano.

<sup>9</sup>O percentual apresentado se refere aos empregados que receberam análise de desempenho em relação ao total de empregados elegíveis para tal atividade. Os critérios de elegibilidade envolvem, dentre outras especificidades, o tempo que o empregado está trabalhando na empresa.

## Os três conceitos-chave são:

### Leading the future

o futuro pode ser construído e conduzido.

### Living value

o valor ganha vida e é criado por pessoas e suas ações cotidianas.

### Linking networks

nosso valor pode ser multiplicado se estivermos conectados.

## COLABORADORES SUBMETIDOS À ANÁLISE DE DESEMPENHO

### Por categoria funcional

2015

Diretores	47,8%
Gerentes	82,2%
Supervisão (CRCs)	96,0%
Especialistas	93,4%
Analistas e Consultores	91,4%
Assistentes	85,6%

### Por Gênero

2015

Homens	91,1%
Mulheres	89,6%

# 85%

de participação na Pesquisa de Clima 2015. 12 pontos percentuais a mais do que em 2014



## Pesquisa de clima

A Pesquisa de Clima TIM Brasil 2015 teve recorde de participação, com adesão de 85% dos colaboradores convidados, em comparação com o ano anterior, que foi de 73%. A metodologia utilizada observa os fatores que influenciam o engajamento dos colaboradores e o suporte organizacional – um como alavanca do outro – para refletir na efetividade dos profissionais da empresa. Os resultados apresentados demonstraram que o índice de favorabilidade (nível de satisfação dos colaboradores) foi de 64%, aumento de três pontos em relação a 2014.

Comparando os resultados dos dois anos de pesquisa, mesmo em um momento difícil da economia do País, os que estavam desfavoráveis e neutros migraram para favoráveis. Ao analisar o fator clareza e o direcionamento quanto aos objetivos da empresa, observa-se uma importante evolução, com sete pontos de aumento de um ano para o outro, mostrando que os colaboradores estão mais confiantes em seus líderes e no futuro da companhia. Acreditamos que o desdobramento estratégico realizado em 2014 inspirou essa conquista.

Apesar dessas evoluções significativas, temos o desafio de incentivar ações que permitam que nossos colaboradores sejam ainda mais produtivos. Quando avaliamos a questão “Na TIM, o que se planeja é executado dentro dos prazos definidos”, passamos de 41 pontos em 2014 para 46, permanecendo distante da média do mercado que é de 59 pontos. Além disso, no fator que avalia se as condições do trabalho facilitam na produtividade do colaborador apresentamos 53 pontos, seis abaixo da média geral.

A segunda fase do ciclo de Gestão de Clima se iniciará com o planejamento de ações de melhoria, priorizando os temas críticos levantados e construindo planos de ação. O alto índice de participação mostrou o crescente comprometimento de todos com o futuro da empresa.

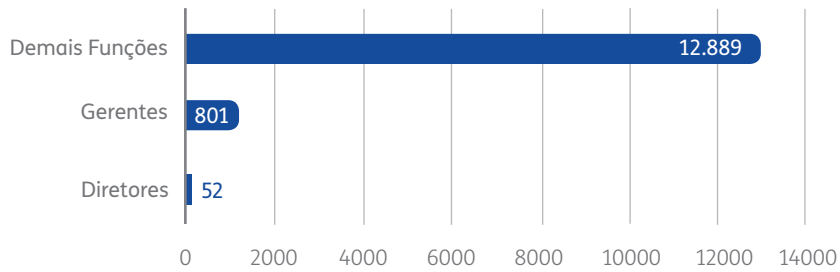
## Diversidade

Reconhecemos que a diversidade é um valor e uma prática a ser promovida em todas as nossas relações. Como descrito em nossa Política de Responsabilidade Social, não permitimos qualquer expressão ou forma de discriminação, seja por orientação sexual; origem étnica; gênero; condição de deficiência; faixa etária, entre outros. Incentivamos a adoção de uma postura de respeito e valorização das diferenças e acreditamos na diversidade como forma de manter um ambiente de trabalho saudável e uma organização competitiva com o mercado.

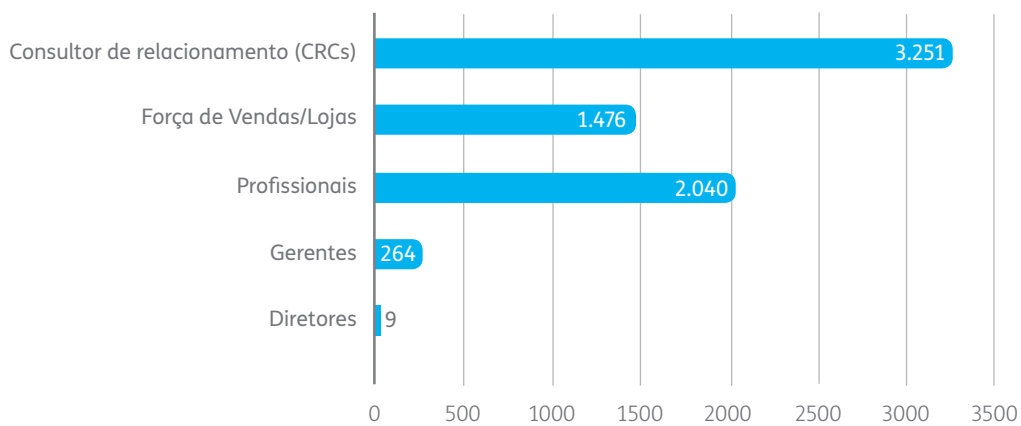
Nossa Política de Recursos Humanos e normas internas de recrutamento e seleção também estabelecem diretrizes sobre a valorização do tema. No nosso grupo responsável pela governança corporativa (ver composição em [Estrutura de Administração](#)), temos 20 integrantes brancos, 18 homens, duas mulheres, sendo que dez estão na faixa etária de 30 a 50 anos e dez têm mais de 50 anos. Os gráficos a seguir mostram o atual retrato da diversidade na TIM. Reconhecemos que nossos esforços devem continuar para chegarmos a um ambiente cada vez mais heterogêneo. [\[G4-LA3, G4-LA12\]](#)



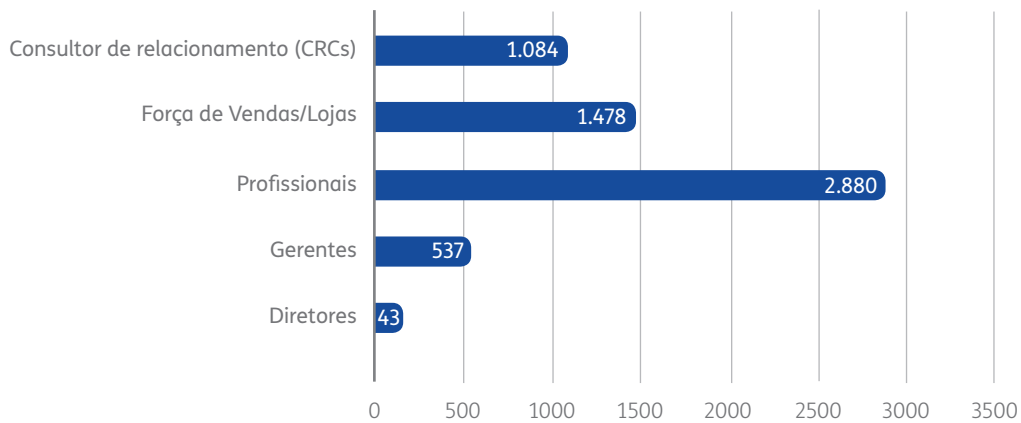
## EMPREGADOS POR CATEGORIA FUNCIONAL



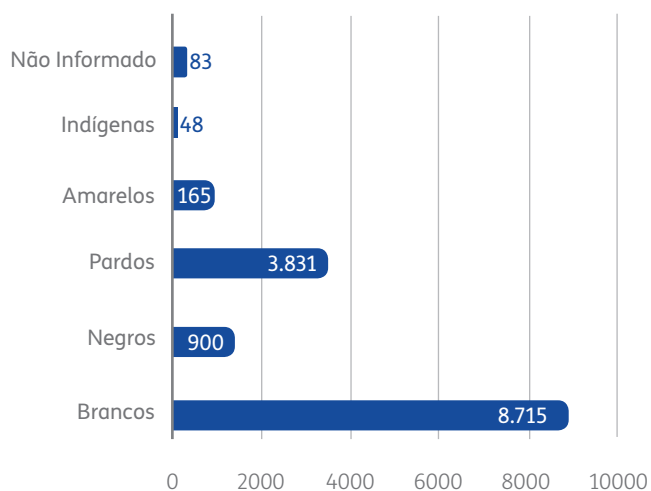
## DISTRIBUIÇÃO POR GÊNERO - MULHERES



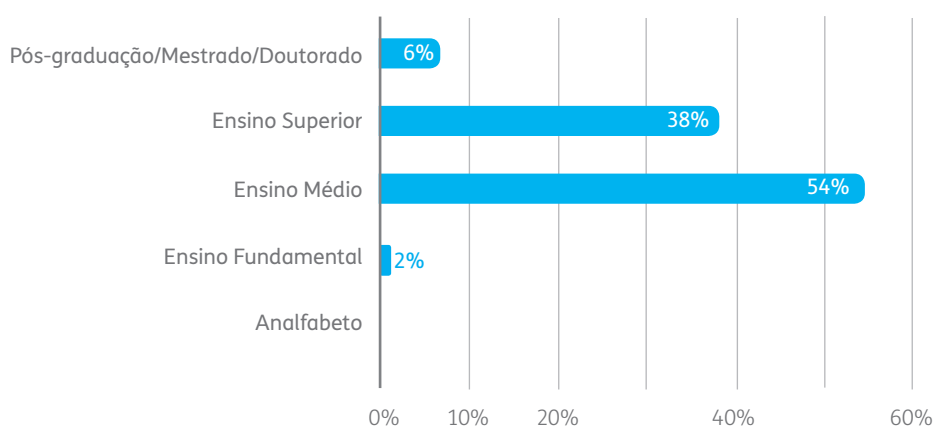
## DISTRIBUIÇÃO POR GÊNERO - HOMENS



## DISTRIBUIÇÃO POR RAÇA / COR



## NÍVEL DE ESCOLARIDADE



**Nota:** Analfabeto - Incluindo Analfabetismo Funcional - pessoa que aprendeu a ler, escrever e contar, entretanto não têm as habilidades de leitura compreensiva, escrita e cálculo.

### Empresa cidadã

Uma das primeiras empresas a aderir ao programa Empresa Cidadã, que estende a licença-maternidade em 60 dias, além dos 120 já previstos em lei, permitindo às mães ficarem com seus filhos por seis meses.

A importância da ampliação desse direito se traduz nas melhorias tanto para a saúde do bebê como para a da mãe, além de permitir que o aleitamento materno ocorra por pelo menos seis meses. No caso da licença-paternidade, também oferecemos a todos os nossos colaboradores dez dias corridos de licença a contar do primeiro dia útil após o nascimento do filho, ou seja, cinco dias a mais do que o previsto na Legislação.

## Inclusão e direitos humanos

Para promover a inclusão de pessoas com deficiência (PCD) na companhia, desenvolvemos o Programa PCD, com objetivo de possibilitar que as vagas disponíveis também sejam acessíveis a esse público. Da divulgação em sites e feiras específicas até adaptações em nossas instalações e realizações de *workshops*, várias ações têm sido realizadas para promover a inserção das pessoas com deficiência. Em 2015, contratamos 105 profissionais com deficiência em cumprimento ao Termo de Ajustamento de Conduta, assinado com o Ministério Público (Lei nº 8.213/91, que estabelece a reserva de vagas).

Os clientes que têm deficiência auditiva também contam com um atendimento especializado de comunicação por texto. O serviço é gratuito e funciona 24 horas, nos sete dias da semana. Para acessá-lo, basta ligar para o número 0800 741 2580.

Como já explicitado, não toleramos situações de discriminação de qualquer natureza ou assédio. Nossos colaboradores, além do Canal de Denúncias (leia mais informações em [Ética e Transparência](#)), contam com o canal Fale com *People Value*, disponível na *intranet* corporativa. Esse último tem o objetivo de possibilitar a comunicação e o relacionamento da área de recursos humanos com todos os empregados, para que possam enviar sugestões, dúvidas, elogios ou reclamações.

Para disseminar o tema dos direitos humanos, são promovidas campanhas semestrais de valorização da diversidade nos nossos canais de comunicação interna. Já o *Workshop* Diversidade na Empresa tem o objetivo de orientar os colaboradores em como abordar a relação entre pessoas com deficiência e o mercado de trabalho, a Lei de Cotas e a convivência com a diversidade dentro do ambiente laboral.

Nosso Código de Ética e de Conduta é acessível a todos os colaboradores e está disponível na *intranet* e no *website* da TIM. Elaboramos um treinamento específico sobre o Código, que inclui casos e situações práticas para que todos conheçam, apliquem e compartilhem as orientações e diretrizes do documento no ambiente de trabalho. No momento da admissão, o novo colaborador também passa por esse treinamento. Para selar o compromisso para com as diretrizes do Código, solicitamos que todos os participantes do treinamento assinem um termo de aceite. Em 2015, não houve casos de discriminação contra empregados registrados em processos trabalhistas dentro dos limites da companhia.

[G4-LA16, G4-HR3, G4-HR12]

## Segurança e saúde

É nossa prioridade promover a melhoria contínua do desempenho das ações de segurança e saúde do trabalho. Nossas atividades são orientadas pelas Políticas de Segurança e Saúde do Trabalho e de Responsabilidade Social. Temos o compromisso de gerenciar todo e qualquer risco potencial à integridade física e à saúde dos colaboradores, prestadores de serviço e visitantes que estejam em nosso local de trabalho. Incorporamos também, obrigatoriamente, a prevenção de acidentes e de doenças ocupacionais a todas as operações.

Nossas unidades têm planos de emergência para corrigir e minimizar as consequências de eventuais acidentes de trabalho e situações de incêndio. Realizamos periodicamente auditorias ou inspeções para avaliação da eficácia das ações de prevenção nos processos de trabalho e instalações, a fim de buscar constantemente o aperfeiçoamento das condições de segurança e saúde.

Temos 13 Comissões Internas de Prevenção de Acidentes de Trabalho (Cipas) distribuídas pelas unidades com mais de 50 colaboradores, indicadas pelo corpo diretivo da empresa e por funcionários eleitos por seus pares, na proporção de 50% para cada grupo. Nas unidades que não apresentam o número mínimo de 50 colaboradores para compor uma Cipa, um responsável é treinado para desempenhar essas atividades.



A Cipa atua de acordo com a Norma Regulatória nº 05, do Ministério do Trabalho e Emprego, que regula as ações de prevenção de acidente e doenças relacionadas ao trabalho. Essas iniciativas são feitas em conjunto com o Serviço Especializado em Engenharia de Segurança e em Medicina do Trabalho (SESMT), do Ministério do Trabalho, ou com o representante pela segurança do trabalho da empresa. O percentual de empregados representados por comitês de segurança e saúde em 2015 foi de 58% e em 2014, de 60%. [\[G4-LA5\]](#)

Todos os casos de acidentes de trabalho são cadastrados no Instituto Nacional de Seguridade Social (INSS) por meio do Cadastro de Comunicação de Acidente de Trabalho (CAT). Para realizarmos a gestão dos acidentes, utilizamos o Método de Avaliação de Sistemas de Gestão de Segurança e Saúde do Trabalho. Além disso, todas as ocorrências são analisadas e investigadas e se encontram disponíveis com a área responsável. Nossa Política

de Comunicação de Acidentes de Trabalho também está acessível a todos os colaboradores na *intranet* da empresa. Em 2015, não tivemos registro de acidentes graves. [\[G4-LA6\]](#)

Apesar de não possuímos empregados envolvidos em atividades ocupacionais que apresentem alta incidência ou elevado risco de doenças específicas, elaboramos anualmente o Programa de Prevenção de Riscos Ambientais (PPRAs) e o Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional (PCMSOs). Por meio de inspeções em todas as nossas unidades, identificamos possíveis riscos e determinamos as medidas de controle. Somadas a essas iniciativas, promovemos também a Semana Interna de Prevenção de Acidentes do Trabalho (SIPAT). Com o apoio das Cipas, realizamos campanhas de vacinação contra a gripe e estimulamos os colaboradores a cultivarem hábitos saudáveis, com a divulgação de informações pela *intranet*, como parte do Programa Qualidade de Vida TIM. [\[G4-LA7\]](#)

#### INDICADORES DE SEGURANÇA NO TRABALHO [\[G4-LA6\]](#)

		2014	2015
<b>Total de empregados</b>		<b>12.860</b>	<b>13.062</b>
Número de acidentes sem afastamento registrado no CAT (Sistema de Comunicação de Acidente do Trabalho)	Nº	1	3
Número de acidentes com afastamento registrado no CAT (Sistema de Comunicação de Acidente do Trabalho)	Nº	23	29
Taxa de frequência - Número de acidentes com afastamento por milhão de horas-homem / trabalhadas	Taxa	0,4	0,4
Taxa de gravidade - Número de dias perdidos em função de acidentes por milhão de horas-homem / trabalhadas	Taxa	3,99	5,92
<b>Número de dias perdidos</b>	<b>Nº</b>	<b>216</b>	<b>395</b>



## CUIDAR DA SOCIEDADE

### Gerar valor

Reconhecemos que além de gerar e distribuir valor, as atividades de uma companhia podem causar impactos econômicos indiretos. O setor de telecomunicações no Brasil representa de 5% a 6% do Produto Interno Bruto (PIB), gerando uma grande arrecadação tributária nas esferas municipal, estadual e federal. Nesse cenário, acreditamos que nossas atividades contribuem para o crescimento econômico do País.

O serviço que prestamos também é essencial para a sociedade. Assim como fomos precursores no oferecimento de preços acessíveis para chamadas *on-net* ilimitadas (chamadas de TIM para TIM), que possibilitou a inclusão de cidadãos de baixa renda, dando acesso à conectividade e à informação, mais uma vez inovamos com o fim da cobrança de tarifa entre ligações de operadoras diferentes. Nosso negócio também contribui na busca de inovações tecnológicas para clientes corporativos e industriais, propiciando maior eficiência e aumento de competitividade, além de possibilitar a criação de novas vagas no mercado de trabalho.

Lançamos em 2015, em parceria com a Caixa Econômica Federal e a Mastercard, o TIM Multibank Caixa<sup>10</sup>. Um serviço que não exige conta em banco nem comprovante de renda. Com uma conta pré-paga da Caixa Econômica, acessada por meio do celular TIM, o usuário pode pagar contas, realizar transferências entre clientes que também utilizam esse serviço, adquirir créditos para o celular, comprar em estabelecimentos comerciais credenciados à rede MasterCard e realizar saques e depósitos nas unidades lotéricas.

Atuamos também no incentivo à disseminação de soluções tecnológicas livres, por intermédio do Instituto TIM. Conheça as iniciativas da organização na página a seguir. [\[G4-EC8\]](#)

### Benefício para a população

Para auxiliar o monitoramento de eventos de chuvas e estiagens, mantivemos a parceria com o Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI), para a instalação da Plataforma de Coleta de Dados Pluviométricos (PCDs). Os pluviômetros, colocados nas nossas Estações de Rádio Base (ERBs), utilizam a rede de comunicações móvel da TIM para medir, a cada cinco minutos, as condições de chuva.

Por meio de um Acordo de Cooperação Técnica, iniciado em 2013, disponibilizamos sem custo para o Ministério o acesso de dados, a infraestrutura, as antenas para instalação dos equipamentos e o sinal para conexão. Fornecemos também 400 *Sim Cards* (*chips*) para serem instalados nas plataformas, permitindo a conexão de dados entre os pluviômetros e o Centro Nacional de Monitoramento e Alertas de Desastres Naturais (Cemaden).

Até o fim de 2015, haviam sido instalados, aproximadamente, três mil pluviômetros automáticos em todo o território nacional. Já contam com equipamentos instalados ou em vias de tê-los 886 municípios, contemplando grande parte das regiões prioritárias para o monitoramento.

Os dados coletados pelos equipamentos são disponibilizados no *site* do Cemaden, possibilitando a municípios, estados, entidades parceiras e outros usuários o compartilhamento das informações usadas na gestão local de riscos de desastres naturais. O projeto, que possui vigência por tempo indeterminado, não envolve transferência de recursos financeiros entre os parceiros, cabendo a cada um assumir os gastos e ônus relativos às suas respectivas obrigações. [\[G4-EC7\]](#)

<sup>10</sup>Serviço disponível nos estados: Paraná, Santa Catarina, Minas Gerais, Rio de Janeiro, Rio Grande do Norte, Ceará, Paraíba, Pernambuco, Piauí, Alagoás, Bahia e Sergipe, em maio de 2016.

## Instituto TIM

Com a missão de 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, o Instituto TIM possui quatro pilares de atuação:

### Ensino

Desenvolver e democratizar estratégias e recursos didáticos que contribuam para o ensino da ciência e da matemática.

Investir em soluções tecnológicas que contribuam para o desenvolvimento humano.

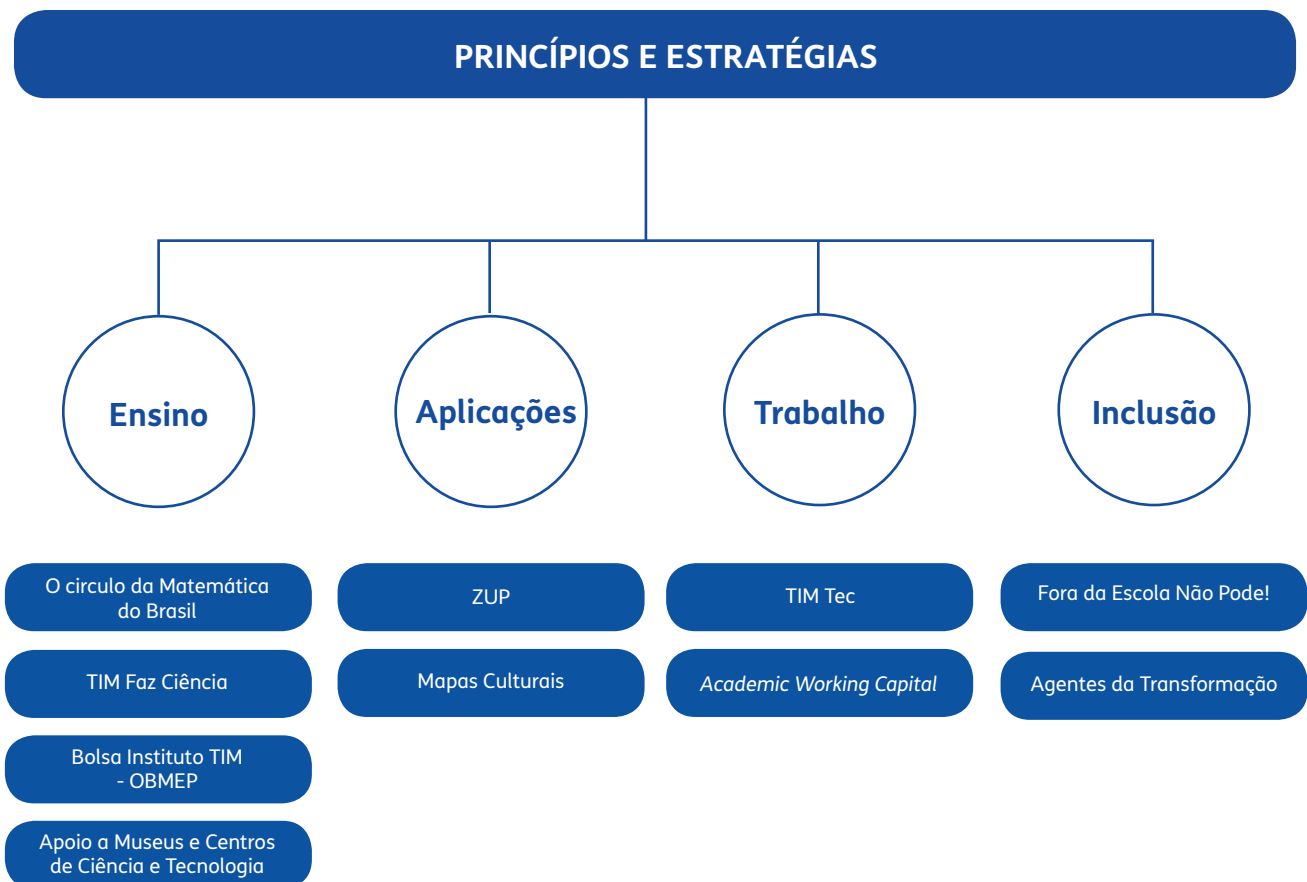
### Trabalho

Criar e democratizar estratégias de ensino que promovam a inclusão tecnológica produtiva de jovens.

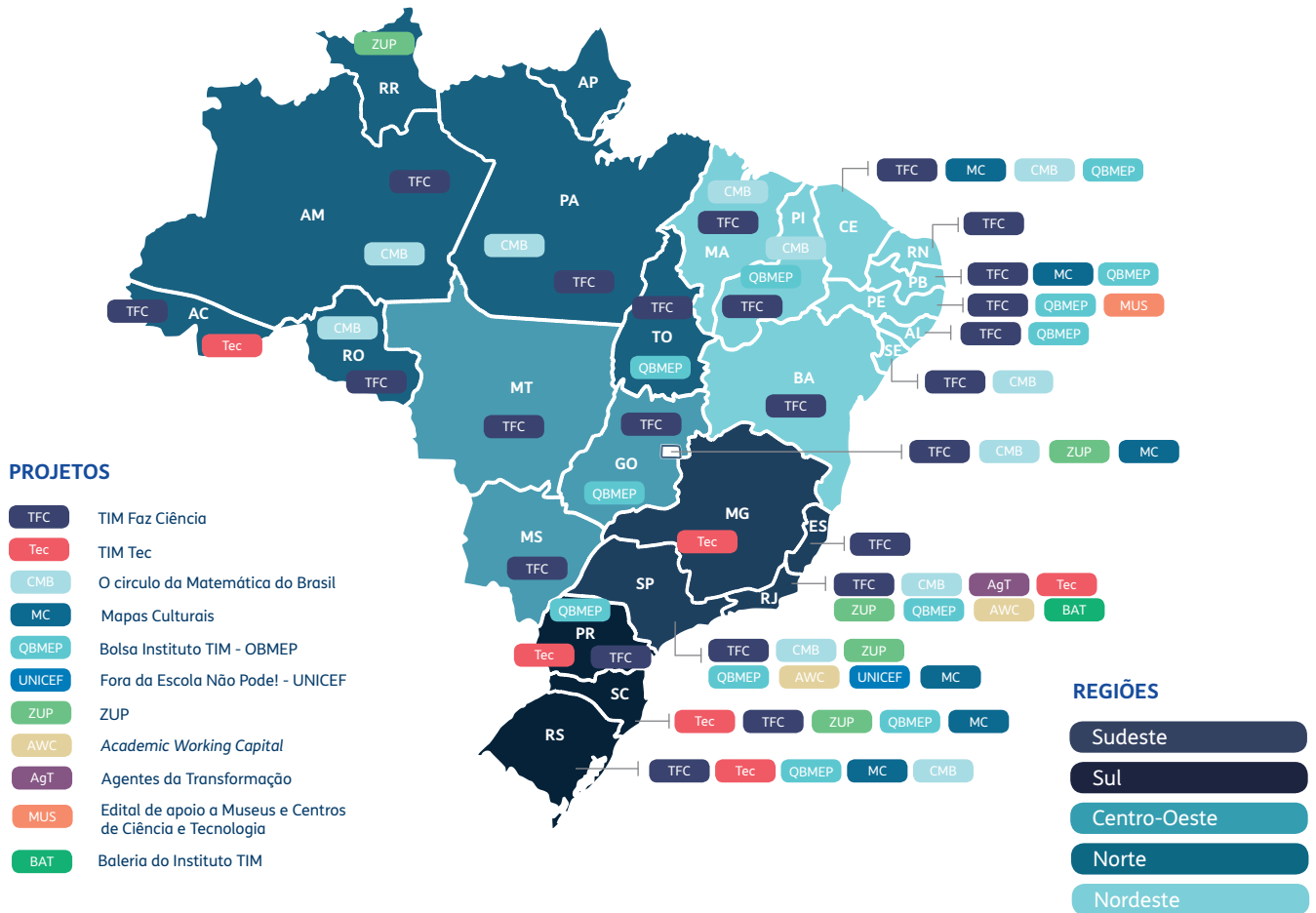
### Inclusão

Disseminar novas tecnologias de informação e comunicação que auxiliem na difusão desses conhecimentos.

Desde 2013, o Instituto já realizou ações em 350 cidades, nos 26 estados e no Distrito Federal, mobilizando 49 secretarias de educação, três ministérios – Ministério da Educação (MEC), Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI) e Ministério da Cultura (MinC) – mais de duas mil escolas públicas, beneficiando 8,9 mil professores e 383 mil alunos.



## MAPA DE ATUAÇÃO 2015



### Entre os projetos realizados pelo Instituto TIM, destacam-se:



O projeto visa mudar o paradigma de que a Matemática é muito difícil por meio da abordagem *The Math Circle*, criada pelos professores da Universidade de Harvard Bob e Ellen Kaplan. A partir de sessões do Círculo, os alunos são estimulados a participarem e a refletirem durante a construção do conhecimento matemático. A ideia é trabalhar o conceito: “diga-me e vou esquecer, pergunte-me e vou descobrir”.



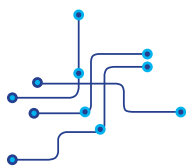
Direcionado a alunos do 2º ao 4º ano do Ensino Fundamental de escolas da rede pública, localizadas em periferias, o projeto promove as sessões do Círculo no contraturno escolar, além de auxiliar na formação de professores. Em 2013, as habilidades matemáticas das crianças que participaram das sessões evoluíram 5,7%; em 2014, esse percentual aumentou para 7,3%. A relevância do projeto obteve reconhecimento da UNESCO, em 2016, que estabeleceu uma parceria para a implantação da iniciativa no Brasil.



Outra área de conhecimento que representa um desafio para a educação brasileira, o projeto tem o objetivo de disseminar conceitos científicos básicos. Voltado para professores de escolas públicas, o TIM faz Ciência disponibiliza vídeos e materiais de apoio, além de encontros presenciais de formação, realizados em parceria com Secretarias Municipais de Educação. Durante o ano letivo, os professores contam ainda com o apoio de uma central de relacionamento. Os recursos didáticos podem ser baixados gratuitamente no *site* do programa e usados por qualquer professor, em qualquer escola do País. Desde a sua criação, 44 secretarias municipais de educação já adotaram o programa. Só entre 2014 e 2015, mais de 6,4 mil professores foram capacitados, beneficiando 194 mil alunos.



## TIM Tec



Com a finalidade de contribuir com a educação profissional e tecnológica, o projeto se baseia em três pilares: oferta de cursos, desenvolvimento de *software* livre e apoio a instituições públicas de ensino que desejem instalar e utilizar o *software*. Os cursos desenvolvidos no TIM Tec são livres, abertos e gratuitos, e estão alinhados ao eixo tecnológico de informação e comunicação do Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego (Pronatec).

Por meio da parceria com a Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica do Ministério da Educação (SETEC/MEC), o TIM Tec tem se tornado a plataforma MOOC (*Massive Open Online Courses*), da Rede e-Tec Brasil, reunindo instituições que oferecem cursos a distância com o apoio do MEC. Oito Institutos Federais já lançaram suas plataformas a partir desse *software* e outros seis estão em processo de instalação. Além de disponibilizarem os conteúdos produzidos pelo projeto, as instituições podem adicionar à ferramenta seus próprios cursos. Entre 2013 e 2015, 17 cursos já foram criados e 18,8 mil alunos se cadastraram nas plataformas.

## Mapas Culturais



Para permitir que gestores, agentes culturais e sociedade possam conhecer, compartilhar e gerir a produção cultural de um território, o Instituto TIM se engajou na construção de uma plataforma colaborativa de gestão e mapeamento da cultura do País. O *software* Mapas Culturais permite o mapeamento e a divulgação de atividades culturais, possibilitando ainda a construção de redes, promovendo o acesso e a visibilidade para o público, o governo e o mercado.

Um acordo de cooperação entre o Instituto TIM e o Ministério da Cultura (MinC) firmado em 2015 possibilitará que o projeto se torne uma plataforma nacional. Em dois anos de existência, foram criadas e implementadas plataformas nos estados do Ceará, Rio Grande do Sul, Tocantins, Mato Grosso e São Paulo, e nos municípios de Blumenau (SC) e João Pessoa (PB). Já foram cadastrados quase dois mil projetos e 53,8 mil agentes.

## ZUP: Zeladoria Urbana Participativa



Criado com o objetivo de ajudar gestores públicos e cidadãos a cuidar cada vez melhor das cidades, o ZUP (Zeladoria Urbana Participativa) é um *software* livre. A iniciativa está alinhada às diretrizes da Política Brasileira de Governo Eletrônico, que orienta os gestores públicos a interagir com o cidadão, melhorar sua gestão interna e integrar parceiros e fornecedores.

Funcionando como uma importante ferramenta de gestão, o ZUP pode ser aplicado em qualquer município que tenha interesse em gerir seus serviços públicos de forma mais eficiente e participativa, incluindo a sociedade como ator. Composto por quatro módulos: ZUP Cidadão, ZUP Gestão, ZUP Inventários e ZUP Fiscal, os gestores conseguem coletar, analisar, organizar, compartilhar e monitorar informações sobre a cidade. Além disso, a ferramenta automatiza fluxos de documentos e permite a gestão de inventários e serviços prestados por empresas parceiras, entre outras funcionalidades. Todas as informações incluídas no sistema são armazenadas em um banco de dados, permitindo a análise das informações e facilitando a tomada de decisão.

## Premiação

Vencedor na categoria *Cidades e Big Data*, do concurso *Governarte 2015: Prêmio Eduardo Campos*, o aplicativo VcSBC, da plataforma ZUP (Zeladoria Urbana Participativa) desenvolvida pelo Instituto TIM, concorreu com outras 94 iniciativas. Voltada para gestores públicos e participação cidadã, a iniciativa foi considerada uma das melhores e mais inovadoras práticas de gestão pública em governos municipais da América Latina e do Caribe. A entrega da premiação ocorreu em abril de 2016, em Washington, D.C., nos Estados Unidos, em um evento promovido pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID).

## Investimento Social Privado

Nossas ações de investimento social contemplam doações, projetos desenvolvidos pelo Instituto TIM e patrocínios esportivos e culturais de iniciativas realizadas nas comunidades. Em 2015, apoiamos por meio de doações as seguintes instituições: Casa de Passagem, Instituto Ronald McDonald, Escola Técnica Redentorista, Instituto Ayrton Senna e a Fundação Amazonas Sustentável.

INVESTIMENTO SOCIAL PRIVADO	2014 (R\$)	2015 (R\$)
<b>Doações</b>	<b>1.933.354</b>	<b>686.281</b>
<b>Projetos do Instituto TIM<sup>1, 2</sup></b>	<b>15.291.709</b>	<b>13.859.339</b>
Ensino	4.663.916	7.194.606
Aplicações	1.570.685	1.305.838
Trabalho	2.202.000	3.329.385
Inclusão	1.960.000	927.160
Outros	4.895.108	1.102.350
<b>Iniciativas na comunidade<sup>3</sup></b>	<b>23.919.230</b>	<b>18.967.342</b>
Patrocínio esportivos	1.112.300	3.749.475
Patrocínios culturais	22.806.930	15.217.867

Conheça outros projetos e iniciativas do Instituto TIM em [institutotim.org.br](http://institutotim.org.br)

<sup>1</sup>Em 2015, o Instituto TIM investiu R\$ 12,9 milhões como contrapartida social obrigatória ao crédito concedido pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) à TIM Celular S.A. (com interveniência da TIM Participações S.A.). O crédito foi aberto em dezembro de 2013.

<sup>2</sup>Em 2015 reavaliamos as classificações e optamos por passar a considerar nessa categoria apenas os projetos do Instituto TIM. Os projetos com retorno de imagem foram reclassificados para a categoria Iniciativas na comunidade.

<sup>3</sup>Os incentivos fiscais estão incluídos nos totais investidos nessa categoria e, em 2015, corresponderam a 46% do investimento em iniciativas na comunidade.

## Inclusão digital

Fomos pioneiros no oferecimento de serviços que viabilizaram a inclusão digital de grupos de baixa renda, permitindo a esses clientes aumentarem o uso de voz e dados. São exemplos, a introdução, em 2009, do modelo de cobrança para os clientes pré-pagos e a criação do Plano Infinity, que possibilitou ligações TIM para TIM cobradas por chamada, e não por minuto.

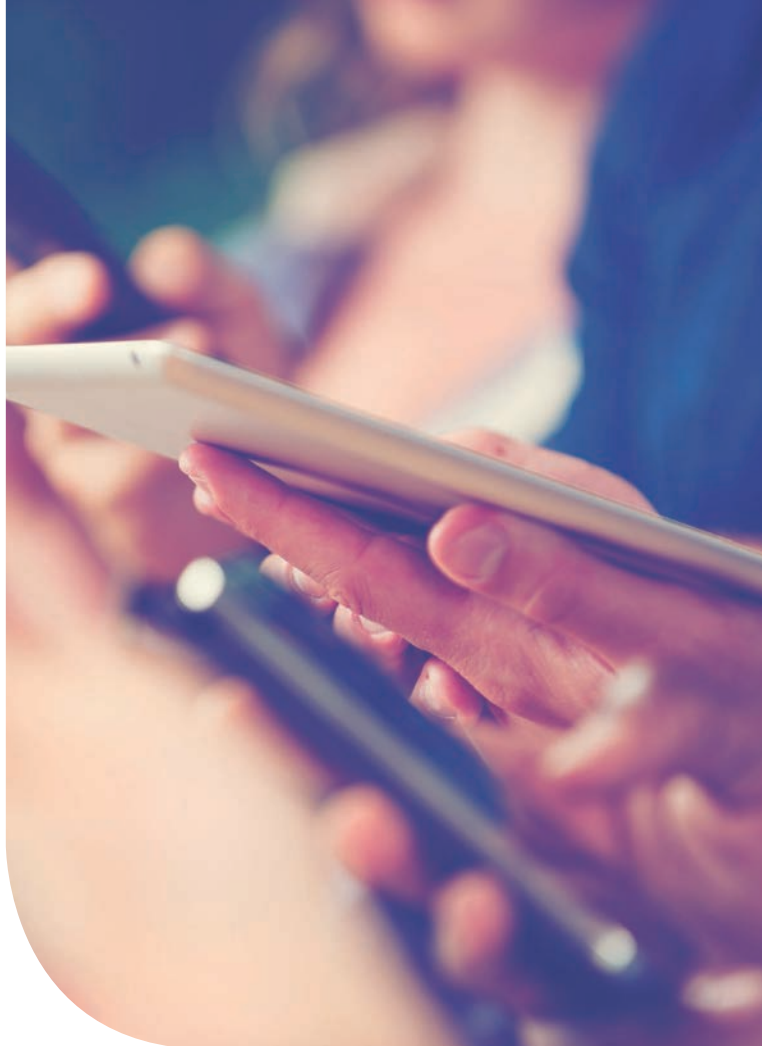
Em 2015, fomos a primeira empresa a incluir chamadas para outras operadoras em uma oferta para clientes pré-pagos. Lançamos uma nova carteira de planos para todos os segmentos. Para os clientes pré-pagos, o pacote combina dados (150 MB), chamadas de voz para todas as operadoras, incluindo chamadas de longa distância (100 minutos) e SMS ilimitado, com valor razoável.

Ao longo de 2015 também realizamos *workshops* gratuitos para o público. A iniciativa Café com Android, realizada em parceria com a LG, aconteceu em diversas cidades do Brasil. Nossas lojas sediaram os encontros, com duração de 1h30, nos quais os participantes aprenderam como instalar aplicativos, ouvir músicas e ver filmes por *streaming*, assim como fazer vídeo chamadas, entre outras dicas sobre a utilização de *smartphones*.

## Fornecedores

Ética comercial, transparência e compromisso com a sustentabilidade são diretrizes da nossa Política de Relacionamento com Fornecedores no Processo de Compras. Para reforçar esses compromissos, todos os contratos contam com cláusulas que garantem a observância e o cumprimento do nosso Código de Ética e de Conduta e dos princípios do Pacto Global, como o respeito aos direitos humanos e trabalhistas, à proteção ambiental e ao combate à corrupção.

Nossa cadeia de valor é formada basicamente por fornecedores de equipamentos de redes e produtos de telecomunicações (aparelhos de celular, *modem*, etc.), serviços de tecnologia, concessionárias de energia, além de prestadores de serviços de outras áreas que apoiam nossas atividades fins, como consultorias, auditorias, agências de comunicação, entre outros. [G4-12]



Realizamos o processo de seleção de fornecedor por meio da concorrência entre eles – de maneira igual, sem preferências – buscando sempre o melhor acordo comercial e a qualidade de atendimento técnico. Entendemos por fornecedor local aquele que se situa no mesmo país em que a TIM possui sede. Apesar de nossas políticas e procedimentos de compra não apresentarem diretrizes para a priorização de fornecedores locais, buscamos sempre que possível nos relacionar com os que estão no Brasil.

Todos os fornecedores com contratos acima de um milhão de reais são submetidos à análise socioambiental durante a etapa de qualificação, sendo avaliados nas dimensões social, ambiental e saúde e segurança do trabalho. Aquele que for classificado como crítico, em qualquer dimensão, é encaminhado para uma avaliação de perfil complementar. Ao final dessa etapa é gerado um parecer indicando o nível de atendimento aos critérios abordados. Aqueles que ainda assim forem considerados críticos, terão que se comprometer com um plano de ação.



## Avaliação e monitoramento

Acompanhamos a performance dos fornecedores por meio de uma metodologia própria de avaliação de desempenho (*Vendor Rating*). Utiliza-se um questionário específico que serve de suporte para penalidades previstas em cláusulas contratuais e nos termos gerais de fornecimento do pedido de compra. Em relação ao controle do cumprimento dos direitos trabalhistas, consultamos a idoneidade dos fornecedores nos sites do Pacto Empresarial Pela Integridade e Contra a Corrupção e do Pacto Nacional pela Erradicação do Trabalho Escravo. Caso conste em uma das duas listas, o fornecedor não poderá ser qualificado. Além disso, ao se cadastrar na empresa, todos os prestadores de bens e serviços assinam estar cientes do nosso Código de Ética e de Conduta e dos respectivos princípios de desenvolvimento e crescimento sustentável.

Submetemos o questionário *due diligence* a todos os fornecedores cadastrados em suprimentos, que ingressaram na empresa a partir de novembro 2015. As informações coletadas são usadas exclusivamente para a verificação de cumprimento das leis de anticorrupção nacionais e internacionais, assim como normativos internos.

Para garantir que nenhum produto adquirido tenha minerais procedentes de área de conflito, também adotamos como procedimento uma cláusula nos termos gerais de fornecimento do pedido de compra que deve se ratificada pelo fornecedor. No documento, o fornecedor declara estar de acordo com as regras e regulamentos adotados pela *Securities and Exchange Commission*<sup>11</sup>, bem como garante a adoção e prática de condutas razoáveis e apropriadas de *due diligence*, a fim de assegurar que seus produtos não contenham os referidos minerais. **[G4-EC9]**

<sup>11</sup>Comissão de Valores Mobiliários dos Estados Unidos criada pelo Congresso americano para regular os mercados de valores mobiliários e proteger investidores.

<b>GASTOS COM FORNECEDORES LOCAIS E ESTRANGEIROS</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
<b>Fornecedores locais</b>	<b>9.458.859,74</b>	<b>8.226.002,31</b>
Infraestrutura de Rede	2.999.020,86	3.239.382,96
Produtos comerciais	3.557.420,02	2.154.926,00
Tecnologia da Informação	698.211,49	761.615,82
Serviços técnicos profissionais	1.762.406,19	1.632.133,53
Aquisição de energia	127.888,18	137.739,00
Outros	313.913,00	300.205,00
<b>Fornecedores estrangeiros</b>	<b>140.074,26</b>	<b>146.120,69</b>
Infraestrutura de Rede	30.293,14	32.721,04
Produtos comerciais	3.560,98	0,00
Tecnologia da Informação	93.411,51	101.894,18
Serviços técnicos profissionais	12.423,81	11.505,47
Aquisição de energia	384,82	0,00
Outros	0,00	0,00
<b>Total</b>	<b>9.598.934,00</b>	<b>8.372.123,00</b>

Entre os fornecedores que responderam ao questionário socioambiental, não foram identificados riscos de ocorrência de casos de trabalho infantil ou trabalho forçado ou análogo ao escravo.

[G4-S09, G4-LA14, G4-HR5, G4-HR6, G4-HR10]

## Engajamento dos públicos de interesse

[G4-24, G4-25, G4-26]

Cientes da importância de envolver as partes interessadas e suas preocupações em nossas atividades e processos de tomada de decisão, estabelecemos em nossa Política de Engajamento diretrizes para orientar e estimular nossos colaboradores na condução participativa de relacionamentos. É nosso objetivo incentivar o diálogo e maior envolvimento dos principais *stakeholders* da empresa, buscando criar, manter e fortalecer vínculos de confiança, inclusivos, éticos e mutuamente benéficos.

### Nossos públicos de interesse

- Colaboradores
- Prestadores de serviço
- Consumidores/clientes
- Fornecedores
- Acionistas
- Instituições financeiras
- Sindicatos
- Órgãos de proteção e defesa do consumidor
- Comunidade
- Governo
- Órgãos reguladores
- Concorrentes
- Sociedade

Além das iniciativas de contato e relacionamento descritas ao longo do relatório, mantemos canais e formas permanentes de comunicação e engajamento com nossos *stakeholders*.

PÚBLICO DE INTERESSE	FORMAS DE ENGAJAMENTO
<b>Clientes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atendimento via Centro de Relacionamento com o Cliente (CRC), Meu TIM, Portal *144# e Unidades de Resposta Audível (URA) para solicitações, consultas a contas e saldos, dúvidas, reclamações e alteração de dados;</li> <li>• Redes sociais: no Facebook e no Twitter (<a href="#">@TIM Ajuda</a>);</li> <li>• Pesquisas mensais de satisfação;</li> <li>• Fale pelo Cliente (usado pelos funcionários para endereçar solicitações de clientes);</li> <li>• Site Portas Abertas (<a href="http://portasabertas.tim.com.br">http://portasabertas.tim.com.br</a>), o portal de relacionamento no qual os clientes acompanham a progressão na instalação de antenas, a ampliação da rede e a expansão da cobertura.</li> </ul>
<b>Fornecedores</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicação de questionário socioambiental (avaliação e identificação de oportunidades de melhoria para fornecedores críticos);</li> <li>• Site TIM Commerce (<a href="http://www.timcommerce.com.br">www.timcommerce.com.br</a>) para cadastro e informações.</li> </ul>
<b>Concorrência</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cooperação e colaboração com diversas entidades de classe e grupos de trabalho visando o avanço do setor como um todo;</li> <li>• Manual informativo de defesa da concorrência (voltado aos colaboradores da TIM).</li> </ul>
<b>Órgãos de regulação ambiental</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contato constante com órgãos ligados às secretarias competentes em âmbito estadual e municipal e com o Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (Ibama);</li> <li>• Canal de Meio Ambiente e Mudanças Climáticas: <a href="mailto:ssma@timbrasil.com.br">ssma@timbrasil.com.br</a> (dúvidas e sugestões sobre os temas).</li> </ul>
<b>Comunidade e organizações da sociedade civil</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contato com as comunidades via e-mail (<a href="mailto:respsocialcorp@timbrasil.com.br">respsocialcorp@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>) e nos escritórios regionais;</li> <li>• Campanhas de doação, voluntariado, investimentos em causas específicas e projetos de ação social;</li> <li>• Apoio a iniciativas sociais, ambientais, culturais e educacionais.</li> </ul>
<b>Público interno</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Intranet corporativa;</li> <li>• TV corporativa interna;</li> <li>• E-mails com destaques informativos;</li> <li>• Canal de Segurança e Saúde no Trabalho (<a href="mailto:ssma@timbrasil.com.br">ssma@timbrasil.com.br</a>);</li> <li>• Semana de Ambientação para Novos Funcionários;</li> <li>• Pesquisa de Clima Organizacional;</li> <li>• Fale com <i>People Value</i>;</li> <li>• Canal de Ética e <i>Compliance</i>.</li> </ul>
<b>Acionistas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Site de RI (<a href="http://www.tim.com.br/ri">www.tim.com.br/ri</a>) com informações pertinentes e serviços integrados e complementares;</li> <li>• Canal Fale com RI, para solução de dúvidas e envio de informações.</li> </ul>
<b>Parceiros comerciais</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informações sobre ofertas e campanhas via Mundo TIM (intranet), Informativo Sales Business (e-mail), SMS Mensagem e e-mail marketing.</li> </ul>
<b>Todos os públicos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Canal de denúncias unificado</li> </ul>



# CUIDAR DO MEIO AMBIENTE

## Gestão dos impactos

Os impactos ambientais relacionados ao nosso negócio são considerados de baixa magnitude. Estão associados à implementação e operação das Estações Rádio Base (ERBs ou antenas), responsáveis pela conexão entre os telefones celulares dos clientes e nossas unidades fixas. Existem dois principais tipos de ERBs, a *Greenfield*, instalada no solo e a *RoofTop*, fixada em pavimentos de cobertura de edifícios.

As instalações das ERBs são autorizadas por meio de licenças urbanísticas e ambientais, quando aplicáveis. No caso de possíveis impactos ambientais, realizamos as compensações, de acordo com as condicionantes determinadas no processo de licenciamento ambiental, que podem incluir o replantio de árvores quando há necessidade de supressão de vegetação para instalação da ERB. Já na fase de operação, as antenas emitem ruídos e radiações não ionizantes<sup>12</sup>.

No Brasil, a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) é o órgão regulador das faixas de radiofrequências para a telefonia móvel, sendo responsável por regulamentar as limitações da exposição a campos eletromagnéticos por meio da Resolução N° 303, e no mesmo sentido foi publicada a Lei N° 11.934 de 2009. Tanto o regulamento quanto a lei seguem padrões de referência indicados nas diretrizes da Comissão Internacional de Proteção contra Radiações Não Ionizantes (ICNIRP), ratificadas pela Organização Mundial da Saúde (OMS).

Como descrito em nossa Política Ambiental, é nosso compromisso controlar os aspectos operacionais

dos sites, garantindo o cumprimento dos padrões internos, exigências legais e reguladoras, de modo a reduzir ao mínimo os riscos ao ambiente. As emissões eletromagnéticas de todas as nossas ERBs são analisadas e monitoradas, com base nos métodos da resolução da Anatel, mantendo-se dentro dos limites estabelecidos. Esse procedimento também se estende para as estruturas que são compartilhadas com outras operadoras.

Já a medição do nível de ruído acontece mediante a exigência da lei ou órgão público, uma vez que não há normas federais que exijam esse procedimento. Em alguns casos, para a obtenção da licença de operação da ERB, os municípios solicitam a medição de ruído. Essa requisição também pode ser feita pelo Ministério Público ou por moradores do local. Em 2015, 27% dos nossos sites tiveram o nível de emissões eletromagnéticas mensuradas e 1% o nível de ruído. Em comparação com 2014 houve uma redução de 22 pontos percentuais na medição das emissões eletromagnéticas, em função de uma menor demanda desse tipo de mensuração por parte dos órgãos ambientais competentes.

Devido à nossa atuação em todo o território nacional, também temos ERBs instaladas em 152 Áreas de Proteção Ambiental, como topos de morros e Unidades de Conservação. Da mesma forma como procedemos nas áreas urbanas, monitoramos periodicamente as antenas, a fim de garantir que nossa atividade não traga impactos à biodiversidade.

[G4-SO2, G4-EN12, G4-EN27]

<sup>12</sup>Radiação emitida pelas ondas de rádio utilizadas na telefonia celular. Não apresentam riscos à saúde, causando apenas o aumento de temperatura ou efeito térmico.

## Fique ligado!

Estudos desenvolvidos pela Organização Mundial de Saúde (OMS) apontam não haver indícios suficientes de que o uso de celulares e de antenas represente perigo à saúde, desde que sejam observados os limites e as normas de precaução. Recentes pesquisas mostraram que a exposição à radiofrequência procedente das ERBs varia entre 0,002% a 2% dos níveis estabelecidos em diretrizes internacionais, dependendo de fatores como a proximidade da antena e o ambiente que o cerca. Esses níveis são menores ou comparáveis à exposição proveniente de transmissores de rádio ou televisão.

meio ambiente e a infraestrutura urbana. No aspecto ambiental, também apresenta vantagens, como redução do consumo de energia e utilização em sua estrutura de fixação de 99% menos aço do que na torre tradicional.

O primeiro *biosite* foi ativado em junho de 2014, em Curitiba (PR) e já ultrapassamos o número de 100 instalados por todo o País. Só na cidade do Rio de Janeiro, estimamos instalar, até as Olimpíadas de 2016, novos 300 *biosites*. Outra vantagem desse tipo de antena é que por se tratar de um poste de iluminação, seu processo de licenciamento é mais simples, qualificado como mobiliário urbano quando instalado em área pública. A próxima etapa do projeto será a colocação de *biosites* em áreas privadas, como condomínios, shoppings, estacionamentos, oferecendo uma melhor experiência ao cliente, visto solução de baixo impacto visual na paisagem urbana.

### Otimização de ativos

Seguindo uma tendência de mercado e alinhado ao nosso plano de maior eficiência de custos, mudamos o perfil do nosso modelo de gestão de infraestrutura. Em 2015, vendemos 5,4 mil torres, que corresponde a cerca de 30% do total. Em relação aos procedimentos de licenciamento urbanístico e ambiental (quando exigido pela legislação), caberá ao proprietário da torre essa responsabilidade. À TIM competem o licenciamento da antena e a responsabilidade sobre a medição de ruídos e de emissões eletromagnéticas. Em alguns casos, essas medições são exigidas como premissas para emissão de licenças. Esse monitoramento é feito também quando solicitado por meio dos nossos canais de comunicação (leia mais sobre esses canais em [Formas de engajamento](#)).

Com custo de instalação um terço menor do que o das torres, o *biosite* – estrutura similar a um poste que mimetiza as antenas da operadora podendo acomodar todos os equipamentos de telecomunicações (2G, 3G e 4G) em seu interior, além de abrigar outros mobiliários urbanos, como iluminação pública e câmeras de segurança – é uma tecnologia inédita que além de reduzir significativamente o impacto visual, contribui para harmonização com o





### Busca pela excelência

Visando a melhoria contínua dos processos internos e dos serviços prestados ampliamos nosso Sistema de Gestão Ambiental (SGA) e implementamos o Sistema de Gestão de Segurança e Saúde Ocupacional (SGSST) nos escritórios administrativos e operações nos seguintes estados: Bahia, Minas Gerais, Pará, Paraná, Pernambuco, Rio de Janeiro, Espírito Santo, Rio Grande do Sul, São Paulo e no Distrito Federal. Além disso, a empresa mantém importantes certificações, como demonstrado no quadro a seguir:

CERTIFICAÇÃO	ÁREA CERTIFICADA	ABRANGÊNCIA
ISO 9001:2008 Certificação de Qualidade Aquisição: desde 2000	Gerenciamento de Rede da TIM Celular	Nacional. Unidades Operacionais onde os processos são executados: Minas Gerais, Rio de Janeiro, São Paulo, Pará, Paraná, Pernambuco e Brasília
ISO 9001:2008 Certificação de Qualidade Aquisição: desde 2005	Gestão do Faturamento pós-pago e pré-pago GSM da TIM Celular	Nacional. Unidades Operacionais onde os processos são executados: Rio de Janeiro e São Paulo
ISO 14001:2004 Certificação Ambiental Aquisição: desde 2010	Gerenciamento e Operação de Rede da TIM Celular	Rio de Janeiro, São Paulo e Espírito Santo
Anatel SMP Certificação Regulamentar Aquisição: desde 2004	Método de coleta, consolidação e envio dos indicadores de qualidade do Serviço Móvel Pessoal – SMP	Nacional
Anatel STFC Certificação Regulamentar Aquisição: desde 2014	Método de coleta, consolidação e envio dos indicadores de qualidade do Serviço Telefônico Fixo Comutado – STFC	Nacional
Anatel SCM Certificação Regulamentar Aquisição: set. 2015	Método de coleta, consolidação e envio dos indicadores de qualidade do Serviço de Comunicação Multimídia - SCM	Nacional

## Energia

Vital para o funcionamento das nossas Estações Rádio Base (ERB), a energia é nosso principal insumo. Investir em novas fontes energéticas e aumentar nossa eficiência representa um diferencial competitivo. A gestão do tema na companhia é compartilhada por duas áreas, sendo uma responsável pelo gerenciamento no setor administrativo e outra pelos sites. O maior foco é a redução de consumo, considerando sempre o crescimento da empresa.

Alcançamos uma economia de 1.760 MWh, resultado das ações de eficiência que já estamos desenvolvendo e que foram intensificadas em 2015. Um exemplo é o RAN *sharing*, que consiste no compartilhamento das ERBs com outras operadoras para a rede 4G. A iniciativa foi premiada pela *Global Mobile Awards* (“Glomo”) na categoria *Best Mobile Technology - Broadband for all: Outstanding LTE contribution*. Além de representar redução de custos, que passam a ser dividido entre as operadoras, o compartilhamento das estruturas traz um ganho ambiental, evitando a construção de novas torres. Inicialmente compartilhada entre Oi e TIM, a partir de 2016 a Vivo também integrará o projeto. [\[G4-EN6\]](#)

Estimamos que o RAN *Sharing* possibilitou uma redução no consumo de eletricidade de 120 mil MWh, correspondendo a uma economia de custo de aproximadamente R\$ 68 milhões (Opex), por meio do compartilhamento de cerca de 4.500 estações entre TIM e Oi ao fim de 2015. Somadas a essas vantagens, há ainda mais um importante benefício ambiental, evitando-se a emissão de cerca de 15 mil tCO<sub>2</sub> equivalente, que seriam emitidas caso a energia tivesse sido consumida.

Acreditamos que a iniciativa é essencial para o desenvolvimento das telecomunicações no País. O compartilhamento de infraestrutura promove maior eficiência no uso da radiofrequência, reduz impactos urbanos e consumo de energia. Ademais, a construção conjunta aumenta a velocidade de implantação das redes e promove economia de recursos financeiros, que podem ser revertidos para outros projetos, mostrando que a economia do compartilhamento também funciona no setor de infraestrutura.

Outros dois projetos que continuaram sendo executados foram o *biosite* e o *freecooling*. O

primeiro, já citado anteriormente, é um poste de iluminação com uma antena de transmissão em seu interior, trazendo entre outras vantagens, a redução do consumo de energia. Já o *freecooling*, trata-se de um sistema de ventilação de contêineres de equipamentos por meio da instalação de *cooler* em sites do tipo *shelter* (gabinetes), nas regiões Sul e Sudeste, que reduz o uso de energia e de gases refrigerantes nos equipamentos de ar-condicionado. Atingimos com essa ação uma economia de 1,12 GWh, que representa emissão evitada de cerca de 140 tCO<sub>2</sub>e.

Ainda na diretriz de buscar mais eficiência, estamos realizando o *swap* (troca de equipamentos) da rede 2G para continuarmos oferecendo a mesma performance, mas com consumo de eletricidade menor. Até o fim de 2015, já havíamos conseguido reduzir o consumo em 0,64 GWh, correspondendo a uma emissão evitada de cerca de 80 tCO<sub>2</sub>e.

Mesmo com o aumento em 16% do nosso consumo de energia, em função da expansão do negócio, conseguimos atingir a meta de não ultrapassar o limite de 21% no crescimento do consumo de eletricidade. Correspondendo somente a rede móvel da TIM Celular, que representa 80% do consumo total de energia da companhia, nossa meta fixada para 2016 é limitar o consumo em 22%, considerando medidas de otimização de consumo.

Para 2016, investiremos em um novo *software* para a rede de telecomunicação que permitirá a otimização do sistema, controlando o funcionamento dos aparelhos conforme a demanda. Em horários fora do pico de consumo, em que não há a necessidade de todos os equipamentos estarem ligados, o programa fará o uso inteligente da rede, desligando os aparelhos ociosos. Acreditamos que essa medida trará resultados bastante positivos.

Nos nossos escritórios administrativos, prosseguimos com as medidas educativas de conscientização, assim como o cronograma de informativos via comunicação interna. Mantivemos as ações de manutenção predial, como redução do horário de funcionamento dos equipamentos de refrigeração e elevadores, e a substituição de aparelhos de alto consumo por opções mais eficientes e intensificação das rotinas de manutenção.

## TOTAL DE ENERGIA CONSUMIDA, DISCRIMINADO POR FONTE DE ENERGIA [G4-EN3]

EN3	CONSUMO DE ENERGIA DENTRO DA ORGANIZAÇÃO	2014	2015
Gasolina	L	1.489.469	1.291.170
Etanol	L	*	65.773
Diesel – Veículos	L	33.149	43.061
Diesel – Geradores	L	165.451	222.169
Eletricidade	MWh	483.934	562.952
<b>EM GJ</b>			
Gasolina	GJ	44.664	30.559
Diesel – Veículos	GJ	1.174	1.422
Diesel – Geradores	GJ	5.857	7.335
Biocombustível	GJ	*	9.697
Eletricidade	GJ	1.742.161	2.026.627
<b>Total de energia utilizada (GJ)</b>	GJ	1.793.855	2.075.640

\*Em 2014 o consumo de biocombustíveis era reportado de forma agregada ao consumo dos combustíveis fósseis.

## Energia solar

Cientes do potencial que o Brasil oferece em fontes renováveis de energia, temos a meta de instalar painéis fotovoltaicos em 50 ERBs, em 2016, nas regiões Nordeste e Sudeste. Nossos objetivos são auxiliar no investimento de energia e atuar no mercado gerador, possibilitando a garantia de manutenção de preço, por meio de um modelo sustentável.

Além dessas vantagens, os painéis oferecerão melhor estabilidade na rede, compensando possíveis quedas de energia por parte da concessionária. Utilizaremos a energia gerada pelo painel solar enquanto houver a insolação e, quando essa energia parar de ser gerada, voltaremos a usar a da concessionária. A bateria que já existe no *site* ficará disponível para os momentos de falta de eletricidade. Caso a energia gerada pelas placas fotovoltaicas não seja totalmente consumida, poderemos disponibilizá-la na rede pública e receber créditos da concessionária, permitindo que a empresa faça o abatimento do valor em outro *site* da mesma unidade federativa. Há dois anos, fizemos uma iniciativa piloto em Duque de Caxias (RJ) e o resultado se mostrou positivo.

Considerando a importância desse tema para a TIM, reconhecemos que ainda podemos avançar mais na gestão dos recursos energéticos. Mas, temos a certeza de que estamos no caminho certo. Os investimentos e ações de eficiência que estamos realizando nos levarão a um patamar ainda mais competitivo, além de mitigar impactos no meio ambiente.

## Água

Apesar de o nosso negócio não ser intensivo em uso de água – o maior consumo ocorre nas sedes administrativas – desenvolvemos várias ações para economizar esse recurso que se torna cada vez mais escasso na natureza. Nossos esforços estão mostrando resultado: conseguimos reduzir em 22% a captação de água. Além de utilizarmos o abastecimento da rede urbana, em São Paulo, por exemplo, possuímos também um poço artesiano.

Diante do cenário de estresse hídrico ocorrido na região Sudeste, que atingiu principalmente os estados de São Paulo e Rio de Janeiro, suspendemos a lavagem do pátio dos escritórios. Em 2015, prosseguimos com a implantação de medidas para economizar água, entre as quais, estão inspeções nos banheiros e copas para detectar vazamentos e a instalação de torneiras com temporizador e vasos sanitários com caixa acoplada.

Iniciamos também no escritório de Santo André (SP) um projeto de captação de água da chuva dos telhados e galerias pluviais, com tratamento físico-químico para reuso nas instalações sanitárias, com capacidade total de armazenagem de 620 mil litros de água. Desde o seu começo, em abril de 2015, foi possível obter uma economia de 4% no consumo de água. Já na unidade do bairro de São Cristóvão, no Rio de Janeiro, realizamos a reutilização da água do ar-condicionado (água de condensação) por meio de uma caixa com capacidade de mil litros, que pode ser utilizada para lavagem de pátios, irrigação dos jardins e instalações sanitárias. [\[G4-EN10\]](#)

Em relação ao descarte de efluentes dos prédios, ele é realizado em redes de saneamento públicas, responsáveis por tratar e destinar corretamente os efluentes domésticos. Não temos descarte de efluentes de alto impacto ambiental negativo e nenhum corpo hídrico é significativamente afetado pelo descarte de efluente gerado na empresa.



## Fique ligado!

Se apenas duas pessoas em cada casa da Região Metropolitana de São Paulo, reduzirem em cinco minutos o tempo do chuveiro aberto no banho, em apenas vinte e sete dias será economizado o suficiente para abastecer por um mês uma população de 2,9 milhões de habitantes.

Fonte: Instituto Akatu

### TOTAL DE ÁGUA CONSUMIDA, DISCRIMINADA POR FONTE (m³) [G4-EN8]

	2014	2015
Águas subterrâneas (captação própria)	22.475	27.108
Abastecimento municipal de água ou outras empresas de abastecimento de água	228.725	167.855
<b>TOTAL</b>	<b>251.200</b>	<b>194.963</b>
Percentual de volume captado em relação ao ano anterior	+9%	-22%

### Eficiência no uso dos recursos naturais

É nossa responsabilidade sermos cada vez mais eficientes no uso dos recursos assim como na gestão dos resíduos gerados por nossas atividades. Nossa Política Ambiental tem como diretriz a melhoria contínua e a prevenção da poluição. Queremos evoluir constantemente nossos processos de trabalho, para reduzir a interferência no meio ambiente, buscar eficácia nas nossas práticas e adotar uma postura proativa.

Seguimos com a manutenção das medidas de redução do consumo interno de papel e de seus respectivos custos, assim como a substituição de impressoras, *fax*, *scanner* e copiadoras independentes por equipamentos multifuncionais, que centralizam

todas essas tarefas. Reduzimos em 56% o uso do papel na área de faturamento em função de diversas ações implementadas, entre as quais se destacam o aumento da base de faturas eletrônicas e sumarização de detalhamento para serviços ilimitados de voz e dados na emissão da 1ª via das faturas. Já o consumo de papel por marketing apresentou aumento de 68%, principalmente, por conta da confecção de material de divulgação dos novos planos. Da mesma forma, o uso do papelão aumentou em 131% devido às ações de marketing ocorridas em 2015.

Desde 2014, 100% do papel para uso interno dos nossos colaboradores tem certificação do *Forest Stewardship Council* (FSC).

### TOTAL DE MATERIAIS UTILIZADOS, POR PESO (kg) [G4-EN1]

	2014	2015
Papel - Faturamento	1.348.029	592.020
Papel - Uso interno	43.907	37.579
Papel - Marketing	1.114.592	1.877.527
Papelão - Embalagens	77.112	178.425
<b>TOTAL</b>	<b>2.583.640</b>	<b>2.685.551</b>

O gerenciamento dos resíduos se tornou um grande desafio para as sociedades. O aumento populacional impulsiona o maior consumo e como consequência a geração de mais lixo, causando inúmeros impactos ambientais. Temos o compromisso de minimizar a produção de resíduos e incentivar formas de reaproveitamento e reuso destes, por meio da coleta seletiva, da reciclagem e da recuperação de valor contido em materiais descartados.

Nosso Programa de Gerenciamento de Resíduos promove ações de conscientização em toda a empresa e realiza a coleta seletiva de papel, papelão, plástico, alumínio e não reciclável (lixo orgânico) nas sedes administrativas e prédios industriais. Em 2015, 19% dos resíduos gerados nos escritórios foram reciclados. Estamos cientes da importância de aumentar esse percentual e estabelecemos como meta para 2016 chegar a 25%. Em relação à nossa atividade, os principais resíduos gerados são as baterias dos equipamentos de rede quando chegam ao fim de sua vida útil e o óleo lubrificante. Já nas áreas administrativas o maior volume é de lixo orgânico.

Desde 2010, foi instituída no País a Política Nacional de Resíduos Sólidos, que tem como premissa a responsabilidade compartilhada entre os diversos atores da cadeia produtiva, como consumidor, poder público, cooperativas, recicladores e indústria.

Alinhados a essa diretriz, efetuamos o recolhimento de aparelhos, baterias e acessórios em desuso (por meio do programa Recarregue o Planeta), desenvolvemos também a coleta seletiva e, em 2016, intensificaremos as campanhas de conscientização no tema.

O Programa Recarregue o Planeta incentiva que os clientes depositem em urnas especiais aparelhos celulares, baterias, cabos e demais acessórios em desuso, com posterior encaminhamento a destinações apropriadas. Em 2015, foram recuperados 1.192 kg de aparelhos e acessórios, representando aumento de 13 pontos percentuais em relação ao ano anterior, porém ainda abaixo da meta de duas toneladas. Para 2016, mantivemos a meta de duas toneladas, e além da coleta nas lojas faremos também em nossas sedes administrativas, ampliando a participação para os colaboradores e visitantes.

[G4-EN28]

Para o descarte das lâmpadas queimadas, contratamos empresas habilitadas que coletam e fazem a correta destinação ambiental para os rejeitos. Nas sedes administrativas, a coleta é feita de forma seletiva com separação do lixo orgânico, que é destinado à coleta pública de responsabilidade dos municípios ou fornecedor homologado pela Prefeitura. O lixo reciclável é destinado às cooperativas ou fornecedores habilitados para a prestação deste serviço.

### TOTAL DE RESÍDUOS, POR TIPO E MÉTODO DE DISPOSIÇÃO, POR PESO (t) [G4-EN23]

	2014	2015		2014	2015
<b>Geração</b>			<b>Reciclagem</b>		
Resíduos perigosos	11,43	223,88	Resíduos perigosos		
Resíduos não perigosos	428,15	560,14	Prédios administrativos	3,75	5,53
<b>TOTAL</b>	<b>439,58</b>	<b>784,02</b>	Rede	5,09	202,95
<b>Escritórios</b>			Resíduos não perigosos		
Resíduos perigosos	3,75	5,53	Prédios administrativos	157,77	93,55
Resíduos não perigosos	412,73	518,12	Rede	10,13	40,11
<b>TOTAL</b>	<b>416,49</b>	<b>523,65</b>	<b>Aterro sanitário</b>		
<b>Redes</b>			Resíduos não perigosos		
Resíduos perigosos	7,68	218,35	Prédios administrativos	254,97	424,58
Resíduos não perigosos	15,42	42,02	Rede	5,29	1,91
<b>TOTAL</b>	<b>23,10</b>	<b>260,37</b>	<b>Outros</b>		
			Resíduos perigosos	2,60	15,40

O aumento observado no volume de resíduos perigosos enviados para reciclagem corresponde principalmente às baterias dos equipamentos de rede. O descarte desse material segue uma periodicidade, pois é preciso acumular uma quantidade mínima suficiente para que o fornecedor faça a coleta. Além disso, houve na regional São Paulo uma renovação das baterias por conta de sua baixa autonomia, o que também contribuiu para o maior descarte desse resíduo. Já na regional Norte o aumento do volume descartado de resíduos perigosos se deu pela manutenção preventiva dos geradores, resultando no descarte de óleo lubrificante e filtro de óleo.

## Mudanças climáticas

Como referenciado em nossa Política de Gestão da Mudança do Clima, reconhecemos nossa parcela de contribuição para os impactos globais. Em diversas etapas das nossas atividades – operação dos equipamentos, transporte de produtos, deslocamento de colaboradores – há consumo de energia e combustível que conseqüentemente emitem, de forma direta ou indireta, Gases de Efeito Estufa (GEE). Para nós, essa é uma questão estratégica, não só para a continuidade dos negócios quanto para criação de valor, sendo imprescindível para o bem-estar da sociedade a implementação de medidas de mitigação e adaptação.

Cabe ressaltar que as discussões dos temas relacionados à sustentabilidade são feitas pelo nosso Conselho de Administração, por intermédio do Comitê de Controle e Risco, que entre suas atribuições deve supervisionar e acompanhar as questões de responsabilidade social da companhia e das controladas.

Como parte do nosso compromisso com a sociedade no combate às mudanças climáticas, realizamos o mapeamento periódico das fontes emissoras de nossas atividades. Utilizamos como principal ferramenta de gestão do tema o Inventário de Gases de Efeito Estufa (GEE), elaborado anualmente de acordo com as diretrizes do GHG Protocol (metodologia difundida mundialmente para contabilização de emissões de GEE). Orientamo-nos também pelos fatores de emissão do International Panel for Climate Change (Painel Internacional sobre Mudanças Climáticas – IPCC). Os resultados são reportados em diversas plataformas, como CDP, Registro Público de Emissões, no *site* da TIM (área de sustentabilidade), além do Relatório de Sustentabilidade.



Identificamos como fontes de emissões diretas de GEE (escopo 1) os geradores de energia (a diesel), as frotas executiva, administrativa e de segurança, além das emissões fugitivas associadas aos aparelhos de ar-condicionado e aos equipamentos de combate a incêndios. Ademais, foram mapeadas as emissões indiretas referentes à aquisição de energia elétrica (escopo 2) utilizada nas nossas instalações e as seguintes categorias do escopo 3: produção de insumos comprados; produção de insumos energéticos (combustíveis); perdas por transporte e distribuição de eletricidade; transporte e distribuição (*upstream*); disposição de resíduos; viagens a negócios (aéreas e táxis); transporte de colaboradores casa/trabalho; transporte e distribuição (*downstream*). O aumento das nossas emissões de escopo 1 se deu em função das emissões referentes ao uso de gases de combate a incêndio, com elevado potencial de aquecimento global.

[G4-EN15, G4-EN16, G4-EN17]

ESCOPO	TIPO DE EMISSÃO
<b>Escopo 1 (Emissões diretas)</b>	1) Queima de combustível da frota própria. 2) Queima de óleo diesel para geração de energia. 3) Emissões fugitivas oriundas de gases utilizados em aparelhos de refrigeração e de combate a incêndios.
<b>Escopo 2 (Emissões indiretas associadas à geração de energia)</b>	Consumo de eletricidade comprada.
<b>Escopo 3 (outras emissões diretas)</b>	1) Queima de combustível proveniente de: <ul style="list-style-type: none"> <li>• viagens aéreas dos funcionários;</li> <li>• trajeto diário dos funcionários para ir e vir do escritório;</li> <li>• da frota terceirizada e de veículos dos consultores de venda;</li> <li>• de transporte aéreo de carga.</li> </ul> 2) Gerenciamento de resíduos.

EMISSIONES	2014	2015
<b>Escopo 1</b>	2.195 tCO <sub>2</sub> e	10.152 tCO <sub>2</sub> e
<b>Escopo 2</b>	483.934 MWh 65.565 tCO <sub>2</sub> e	562.952 MWh 70.055 tCO <sub>2</sub> e

EMISSIONES DISCRIMINADAS POR ESCOPO E TIPO (tCO <sub>2</sub> e)		
	2014	2015
<b>Escopo 1</b>	<b>2.195</b>	<b>10.152</b>
Frota própria	737	867
Geradores	370	546
Emissões fugitivas - Refrigerantes	1.088	1.512
Emissões fugitivas - Extintores	-	7.227
<b>Escopo 2</b>	<b>65.565</b>	<b>70.055</b>
Consumo de eletricidade <sup>1</sup>		
<b>Escopo 1 e 2</b>	<b>67.760</b>	<b>80.207</b>
<b>Escopo 3</b>	<b>39.606</b>	<b>42.266</b>
Produção de insumos comprados (Cat. 1)	-	2.697 <sup>2</sup>
Produção e transporte de insumos energéticos (Cat. 3a)	-	384 <sup>2</sup>
Perdas por transmissão e distribuição (Cat. 3c)	-	14.779 <sup>2</sup>
Viagens aéreas (Cat. 6)	5.080	4.178
Deslocamento de táxi (Cat. 6)	-	315 <sup>2</sup>
Trajeto de colaboradores (Commuting - Cat. 7)	7.373	7.367
Frota terceirizada - Logística (parte Cat.9) <sup>3</sup>	23.714	9.221
Frota terceirizada - Outros (Cat. 4 + parte Cat.9) <sup>4</sup>	1.613	1.044
Deslocamento dos consultores de venda (parte Cat.9)	1.786	1.463
Gerenciamento de resíduos	40	848 <sup>5</sup>

<sup>1</sup>As emissões provenientes do consumo de eletricidade se mantiveram em linha com as emissões de 2014. O fator de emissão do grid nacional fornecido pelo Ministério de Ciência e Tecnologia, que considera a matriz energética brasileira e seu fornecimento por meio do Sistema Interligado Nacional (SIN) apresentou leve queda de 8% (fatores de emissão: 2014 – 0,1355 tCO<sub>2</sub>/MWh; 2015 – 0,1244 tCO<sub>2</sub>/MWh). Observou-se, no mesmo período, aumento de 16% no consumo total de eletricidade importada do SIN.

<sup>2</sup>Novas fontes de emissões indiretas calculadas como expansão do escopo 3, visando melhoria no gerenciamento de carbono.

<sup>3</sup>A diminuição dessa fonte se deve à redução no transporte de produtos comerciais, tanto pelo modal rodoviário quanto pelo aéreo.

<sup>4</sup>Essa linha registra as emissões associadas ao transporte terceirizado de equipamentos de rede, coleta seletiva e recolhimento de aparelhos, baterias e acessórios. Percebeu-se uma diminuição do transporte de equipamentos de rede entre 2014 e 2015, refletindo na redução nas emissões associadas a essa fonte.

<sup>5</sup>O aumento nas emissões de gerenciamento de resíduos se justifica tanto pelo aumento na quantidade de resíduos gerados, quanto pela mudança de metodologia no cálculo dessas emissões.

Apesar de ainda não estarmos sujeitos a quaisquer regulamentos e políticas nacionais, regionais ou industriais referentes às emissões, consideramos as mudanças climáticas um tema estratégico para a continuidade dos negócios e geração de valor. Acreditamos que, no futuro próximo, o cálculo de emissões realizado pelas empresas deixe de ser voluntário e passe a se tornar uma medida obrigatória, imposta pelas legislações nacionais ou estaduais. As empresas que já fazem seu inventário de emissões, com certeza, apresentarão vantagens competitivas em relação àquelas que não estão preparadas.

Quantificamos e publicamos nossas emissões de GEE, de forma voluntária desde 2008, assim como respondemos ao questionário CDP desde 2007 e participamos da plataforma “Empresas pelo Clima” desde 2010, organizada pelo Centro de Estudos de Sustentabilidade da Fundação Getúlio Vargas (GVces). Queremos nos antecipar aos desafios que esse assunto traz e à crescente demanda da sociedade por um posicionamento mais sustentável. Temos uma meta indireta de redução de emissões de GEE por meio da meta de energia. Além disso, desde 2013, compensamos as emissões diretas de GEE com a compra de créditos de carbono no mercado voluntário de carbono.

Realizamos uma segunda compra de créditos de carbono em 2015, num total de 6 mil tCO<sub>2</sub>e, para fins de compensação das emissões diretas da TIM (escopo 1). O projeto REDD+Jari Amapá (Redução de Emissões por Desmatamento Evitado), parceria entre o Grupo Jari e a Biofilica, localiza-se no Vale do Rio Jari, estado do Amapá. O projeto gera créditos de carbono a partir do desmatamento evitado, com base no desenvolvimento econômico da floresta em pé. As emissões diretas de 2013 e 2014 foram integralmente compensadas. Os créditos residuais do projeto REDD+Jari Amapá (4.374 tCO<sub>2</sub>e) foram utilizados para compensar as emissões diretas da frota própria, geradores e emissões fugitivas de gases refrigerantes do ano de 2015, servindo para neutralizar 29% das emissões de escopo 1.

## INICIATIVAS PARA REDUÇÃO DAS EMISSÕES DE GEE [G4-EN19]



Eficiência no uso de equipamentos de rede com a continuidade e expansão do acordo de compartilhamento de rede (**RAN Sharing**)



Projeto de redução e contenção do consumo de energia e compensação das emissões diretas (escopo 1)



Diversas ações de economia de energia, como **freecooling**



Incentivo para uso da conta **online** (reduzindo impressão e consumo de papel)



Programa **TIM PDV** (recarga de pré-pago sem o uso de cartões físicos)

## Ações de engajamento

Buscamos engajar fornecedores e colaboradores no combate às mudanças climáticas. Uma das ações que promovemos nesse sentido é o *workshop* para o público interno, no qual também são convidados a participar os fornecedores de transporte. O objetivo é conscientizar e incentivar o mapeamento e a gestão das emissões. Queremos contribuir para uma quantificação mais detalhada das emissões indiretas, na redução da pegada de carbono associada ao serviço do fornecedor e na busca por soluções inovadoras e menos intensivas em emissões. Além disso, participamos de fóruns e grupos de discussão externos que tenham por objetivo o debate e a proposição de boas práticas no que diz respeito ao tema.

Acreditamos que nossos colaboradores desempenham um papel central no gerenciamento eficaz das emissões da companhia e no uso eficiente dos recursos. Incentivamos que desenvolvam serviços inovadores e de qualidade para os clientes, juntamente com a redução dos impactos sobre o meio ambiente.

## Riscos e oportunidades advindos das mudanças climáticas

### Oportunidades

As oportunidades advindas da mudança do clima para o setor de telecomunicações se referem à criação de soluções que promovam a mitigação de suas emissões e de seus clientes, bem como aquelas que permitam melhor adaptação frente aos eventos climáticos extremos. Um exemplo são os acordos de parcerias firmados com o Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI) para a instalação de **plataformas de coleta de dados pluviométricos** em Estações Rádio Base (ERB) nas proximidades de áreas de risco de desastres naturais.

A fim de estar preparada para um cenário de escassez no fornecimento de energia causada por secas prolongadas, promovemos iniciativas que visam à redução do consumo de energia elétrica em nossos serviços e instalações (mais informações em **Energia**).

Entendemos que o gerenciamento estratégico de carbono aliado a práticas transparentes representa



uma oportunidade para expandir o número de clientes em um mercado consumidor cada vez mais exigente. Por essa razão, oferecemos produtos e serviços mais eficientes, tendo como diferencial a redução do consumo de energia ou o uso de energias alternativas.

Além disso, consideramos que os serviços de telecomunicações poderão ser usados no intuito de reduzir as emissões provenientes do deslocamento de pessoas, assim como auxiliar na otimização de processos produtivos e fluxos logísticos nos mais diversos setores, contribuindo também para a redução de emissões dos 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 sentido, em novembro de 2015, confirmamos, pelo oitavo ano consecutivo, nossa permanência na carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) e, em janeiro de 2016, fomos selecionados para integrar a carteira do Índice Carbono Eficiente (ICO2) pela sexta vez, ambas carteiras da Bolsa de Valores de São Paulo (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 participação dos papéis negociados. Desde o ano de 2007, participamos do CDP *Investors* e quando solicitado por nossos clientes, respondemos ao questionário do CDP *Supply Chain*. Essas informações contribuem para o desenvolvimento sustentável da nossa cadeia de valor.

## Riscos

Em dezembro de 2009 foi sancionada a Lei nº 12.187, que instituiu a Política Nacional sobre Mudança do Clima (PNMC), regulamentada pelo Decreto nº 7.390, de 9 de dezembro de 2010. Essa legislação corrobora o alinhamento do Brasil a iniciativas internacionais que buscam reduzir os impactos do clima.

Durante a 21ª Conferência do Clima realizada em dezembro de 2015, em Paris, um novo acordo global foi proposto, denominado Acordo de Paris, que tem como meta limitar o aumento da temperatura média em 2°C (limiar além do qual os riscos das alterações climáticas se tornariam inaceitavelmente elevados). O novo acordo, que se encontra atualmente em fase de ratificação com prazo final em 22 de abril de 2017, foi aprovado por 195 países, dentre estes, o Brasil. Para o alcance da meta final do Acordo, os países se comprometem a atingir seus próprios objetivos, a partir das chamadas Contribuições Nacionalmente Determinadas (NDC, na sigla em inglês). A NDC brasileira estabelece como meta a redução absoluta de 37% das emissões abaixo dos níveis de 2005 para o ano de 2025.

Nas esferas estaduais existe ainda a tendência de uma maior restrição de emissões. Em São Paulo e no Rio de Janeiro, onde se concentram a maior parte dos nossos ativos, já existem legislações específicas para a questão da mudança do clima para os setores mais carbono intensivos.

Grande parte das emissões de GEE quantificadas em nosso inventário está associada ao consumo de energia (principalmente pela infraestrutura de rede). Políticas que incidam no setor de energia tendem a elevar os custos operacionais dos serviços, podendo o aumento do preço da energia ser repassado aos consumidores, impactando os custos operacionais da TIM. Similarmente, regulamentos que impactem os nossos fornecedores podem resultar em aumento de custo dos produtos e serviços contratados pela empresa. Isso pode ocorrer especialmente com equipamentos eletrônicos e de infraestrutura, que podem ter suas emissões e pegadas de carbono reguladas no futuro. A remoção dos subsídios incidentes sobre o preço dos combustíveis fósseis e/ou a imposição de metas de redução de emissões nesse setor também podem nos afetar negativamente.

A maior parte da oferta interna de energia elétrica brasileira é suprida pela geração hidrelétrica — 65,2%, segundo o Balanço Energético Nacional de 2015, ano base 2014 (BEN, 2015). Em 2014, a participação da ge-

ração hidrelétrica diminuiu 5 pontos percentuais em relação ao ano anterior, devido à seca durante o período. Uma eventual mudança nos extremos de precipitação e a ocorrência de longos períodos sem chuva podem comprometer o nível de água nos reservatórios, afetando a oferta de energia nacional. Possíveis medidas de racionamento de energia e as oscilações no preço médio do kWh, em função dos efeitos da mudança do clima, podem impactar nosso negócio.

Além disso, a ocorrência de tempestades em maior intensidade e frequência podem danificar nossas torres de transmissão, ocasionando aumento de gastos com a aquisição de novos equipamentos e manutenção dos já existentes. Esses eventos podem provocar também a elevação do preço dos seguros de bens, além da interrupção ou piora na qualidade do sinal de telefonia móvel e demais serviços de telecomunicação. Outras consequências poderiam ser causadas pelas alterações na umidade do ar e da salinidade, causando a redução da vida útil dos aparelhos.

Como os aparelhos eletrônicos têm seus rendimentos diretamente relacionados à temperatura sob a qual funcionam, entendemos que o aumento na temperatura média pode acarretar maior consumo de eletricidade com a necessidade de refrigeração desses equipamentos.

Acreditamos também que as variações no clima e o aumento da ocorrência de enchentes podem aumentar os casos de ausência e liberação de nossos colaboradores por doenças e dificuldade de deslocamento, o que pode afetar o desempenho da companhia.

Anualmente, realizamos a avaliação de riscos e oportunidades da mudança do clima ([disponível no site do CDP](#)).

Em 2015, iniciamos novo estudo de riscos, de forma a complementar o primeiro realizado em 2013. Nesse, escolhemos a região Sudeste como escopo de trabalho, por representar a região geográfica com a maior concentração de nossos ativos. [\[G4-EC2\]](#)

# TRANSPARÊNCIA

Conformidade Legal



## CONFORMIDADE LEGAL

Temos mecanismos de monitoramento e acompanhamento das exigências legais. No que diz respeito ao cumprimento das leis ambientais referentes às nossas Estações Rádio Base (ERBs), contamos com uma equipe interdisciplinar dentro da área de Rede, apoiada por representantes do Jurídico, Institucional, Qualidade e *Compliance*. No nosso Sistema de Gestão Ambiental, temos uma ferramenta que monitora a expedição e alteração de legislação referente às nossas atividades, direcionando os assuntos para as áreas internas.

No âmbito das políticas públicas, participamos das discussões relacionadas ao setor de telecomunicações por meio de grupos de trabalho no SindiTelebrasil. As legislações são identificadas e avaliadas em conjunto com as demais operadoras. Mais informações sobre nossa atuação em [políticas públicas](#).

Com relação aos processos que envolvem a coletividade, nossa diretoria jurídica constantemente emite pareceres sobre o modelo de negócio que está sendo criado por outras áreas internas da empresa com o objetivo de mitigar possíveis impactos e descumprimento de exigências legais.

Caso seja identificada alguma não conformidade legal, a diretoria é acionada para avaliar eventuais riscos e repassar as diretrizes a serem adotadas. As demais áreas envolvidas no assunto são acionadas com objetivo de solucionar o problema e/ou minimizar os riscos. O jurídico recebe ordens judiciais para cumprimento ou multas decorrentes de fiscalizações por parte de órgãos públicos em caso de descumprimento de algum preceito, lei ou conduta.

Para evitar que novas situações de não conformidades ocorram, temos para as leis ambientais um comitê de licenciamento, formado por diversas áreas da companhia. O objetivo é avaliar as questões de conformidade para mitigar e solucionar eventuais problemas. Nos demais casos, a área responsável pelo descumprimento da lei ou conduta é orientada e solicitamos a adequação da prática para atuar em conformidade com as leis.

Ao fim de 2015, tínhamos 861 processos administrativos ativos referentes a questões de licenciamento ambiental das ERBs, envolvendo a regularização de estruturas e equipamentos (conforme quadro a seguir). Por não conformidade com leis

e regulamentos relativos ao fornecimento e uso de produtos e serviços, efetuamos o pagamento de multas no valor de R\$ 427,5 mil. Os processos julgados se referem ao não atingimento integral das metas de qualidade definidas pela Anatel no provimento do Serviço Móvel Pessoal (SMP) durante o ano de 2009; pontuais deficiências no atendimento integral à Resolução n.º 477/2007 (fiscalização ocorrida em 2008) e ocorrência de evento de interrupção no provimento do SMP no Estado do Amazonas, em junho de 2011.

Em decorrência de oscilações na qualidade de rede em seis cidades, fomos proibidos, em 2014, de comercializar serviços de dados e de voz nessas áreas. Em 2015, conseguimos reverter a interrupção

em uma delas, mantendo-se a suspensão nas demais localidades de Itiruço (BA), Tabatinga (AM), Paraibano (MA), Paulo Ramos (MA) e Marajá de Sena (MA). Além disso, tivemos a suspensão dos serviços também em Santo Antônio dos Lopes (MA), Governador Archer (MA), Aquiraz (CE) e municípios da região sudoeste da Bahia (DDD 77), sendo que nessas duas últimas localidades conseguimos retomar a comercialização. A TIM tem adotado todas as medidas judiciais cabíveis para retomar as vendas nessas localidades.

A fim de manter uma comunicação transparente em casos de não conformidade, prestamos informações sempre que demandadas pelos órgãos fiscalizadores responsáveis para esclarecer o ocorrido.

[G4-PR9, G4-EN29]

#### MULTAS E SANÇÕES NÃO MONETÁRIAS RELATIVAS A ASPECTOS AMBIENTAIS [G4-EN29]

	2014	2015
<b>Número de multas</b>	71	54
<b>Valor total das multas recebidas (R\$ mil)</b>	4.344,16 <sup>1</sup>	499,69
<b>Número total de autos de infração</b>	154	89

#### Termos de ajuste de conduta relativos a aspectos ambientais (número de TACs)

<b>Total de TACs firmados no período</b>	0	0
<b>Total de TACs em curso</b>	5	5
<b>Total de TACs encerrados no período</b>	0	0

#### Processos referentes ao meio ambiente (número de processos)

<b>Processos administrativos (Ativos)</b>	683	861
<b>Processos administrativos (Entrantes)</b>	163	131
<b>Processos judiciais (Ativos)</b>	37	41
<b>Processos judiciais (Entrantes)</b>	1	5

<sup>1</sup>Em dezembro de 2014, foi lavrado Auto de Constatação pela Secretaria Municipal de Meio Ambiente de Altamira (PA), em razão de instalação e operação de Estação Rádio Base no município sem a competente licença ambiental. Foi lavrada multa no valor de R\$ 4 milhões. A TIM apresentou defesa no procedimento administrativo e efetuou pagamento de multa no valor de R\$ 100 mil.

## Termos de Ajustamento de Conduta (TAC)

Um termo de ajuste de conduta (TAC) é um instrumento jurídico usado por órgãos governamentais para obter de empresas o compromisso de que estas vão adequar algum (ou mais) de seus processos a exigências legais específicas. Em dezembro de 2015, possuíamos cinco TACs referentes às ocorrências descritas a seguir.

- **Ananindeua (PA)** – TAC firmado entre a TIM Celular e a prefeitura para 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. Em andamento.
- **Fortaleza (CE)** – TAC firmado entre a TIM Celular e a Superintendência Estadual do Meio Ambiente (Semace) para que a empresa apresente todos os documentos relativos aos 135 processos, em tramitação na Semace, das ERBs implantadas no estado do Ceará. Em andamento.
- **Ipueiras (CE)** – TAC firmado entre a TIM Celular e o Ministério Público visando à relocação e à regularização de uma ERB. 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. TAC finalizado, aguardando despacho do promotor solicitando arquivamento ao Conselho Superior do Ministério Público.
- **Manaus (AM)** – TAC firmado entre a TIM Celular e a prefeitura em decorrência de instalação irregular de ERBs no município. Houve redução das multas aplicadas pela municipalidade e obrigação da TIM de promover o licenciamento das ERBs. Em andamento.
- **Boa Vista (RO)** – TAC firmado entre a TIM Celular e a prefeitura visando à regularização dos licenciamentos urbanísticos de todas as ERBs instaladas no município, o que possibilitou, inclusive, redução de penalidades aplicadas. Em andamento.

---

## Concorrência desleal

Somos contra qualquer tipo de prática que envolva concorrência desleal, criação de monopólio ou qualquer outra conduta que possa ser caracterizada como truste. Para isso, são realizadas diversas ações para garantir o cumprimento das diretrizes concorrenciais, conforme consta na nossa Política de Defesa da Concorrência (disponível em nossa *intranet*). Além disso, seguimos as orientações advindas dos órgãos reguladores que buscam garantir um mercado competitivo e respeito aos consumidores.

Para que todos os nossos colaboradores possam conhecer a legislação antitruste, oferecemos treinamentos presenciais (independentemente do cargo), como a palestra de Defesa da Concorrência realizada anualmente. Ademais, disponibilizamos um canal de comunicação para que qualquer pessoa (colaborador ou não) possa divulgar violações ou suspeita de não conformidade com o Código de Ética e de Conduta, políticas internas e Legislações. Saiba mais sobre o canal de denúncias em [Ética e Transparência](#).

Em nossa ferramenta de gestão de contratos, há um questionário que, a partir das respostas encaminhadas pela área responsável pelo documento, aciona a equipe encarregada pela análise antitruste, de forma a verificar se aquela parceria deve ser notificada ao Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE).

Em relação à publicidade, reconhecemos o Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (Conar) como entidade competente para zelar pela ética na publicidade brasileira, e seguimos o Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária e o Código de Defesa do Consumidor.

Para garantir o cumprimento desses regulamentos e normas, as comunicações elaboradas pelas equipes de Marketing e Advertising são avaliadas conforme as normas do Conar e a legislação, e caso sejam identificados riscos, são feitas recomendações de alteração das peças publicitárias.

Buscamos como uma boa prática que as informações publicadas sejam passíveis de verificação e de comprovação por meio de outras fontes e mate-

riais. Defendemos que as veiculações contenham sempre informações exatas e precisas, expressas de forma clara e em linguagem compreensível, não ensejando interpretações equivocadas ou falsas conclusões por parte dos consumidores.

Em 2015, tivemos cinco representações contra a TIM no Conar, sendo que quatro dessas foram propostas por empresas concorrentes e uma delas foi proposta pelo próprio Conar. Todas essas representações já foram encerradas. Além disso, uma representação interposta em 2014 só teve o seu julgamento final em 2015. Todas foram arquivadas. [\[G4-PR7\]](#)

Em relação a ações judiciais relacionadas a potenciais práticas de concorrência desleal, havia 17 em aberto até ao final de 2014, sendo que três foram concluídas em 2015. Nenhuma nova ação referente a essa situação foi aberta em 2015. [\[G4-S07\]](#)

Na esfera administrativa (CADE - Conselho Administrativo de Defesa Econômica), não existiam ações de concorrência desleal.

# INOVAÇÃO E AGILIDADE



Um dos pilares do nosso novo posicionamento, a inovação seguirá como uma prioridade da companhia, seja com novos planos, ofertas, parcerias e tecnologias. Atuamos em um segmento cujos avanços não param e, para acompanhar essa evolução, precisamos estabelecer novas tecnologias e dispositivos, diretrizes e parcerias estratégicas que alavancem novos modelos de negócio alinhados ao nosso plano estratégico.

Em 2016, nosso comprometimento foi reforçado com a criação da área de *Innovation&Business Development*, que objetiva garantir a construção de um ecossistema de empresas parceiras, compreendendo *startups*, incentivando o empreendedorismo e fortalecendo o ambiente interno para inovação de soluções e novos modelos de negócio.

Na parte de infraestrutura, desenvolvemos um laboratório de inovação (*Innovation Lab*), que consiste em um ambiente de teste multifuncional, com foco na criação, capaz de assegurar a avaliação

de tecnologias inovadoras, produtos e serviços, atestando sua eficiência funcional e os requisitos de desempenho. O *Innovation Lab* possui um papel estratégico, colaborando com os principais fornecedores de tecnologia e parceiros por meio do compartilhamento de conhecimentos, promovendo atividades de inovação e estabelecendo parcerias com universidades e institutos de pesquisa.

Nosso plano orçamental 2016-2018 prevê o investimento de R\$ 30 milhões na área de inovação, incluindo a construção de um Centro de Inovação no estado do Rio de Janeiro. O local, que atenderá engenheiros e pesquisadores, servirá como espaço de inovação aberto para novas oportunidades, visando atuar como referência nacional para o mercado de telecomunicações brasileiro. Queremos que o edifício seja construído em conformidade com a certificação LEED (*U.S Green Building Council*) e outras iniciativas sustentáveis, tais como soluções de refrigeração, reutilização de água e fontes alternativas de energia.

Entre as parcerias que desenvolvemos na área de inovação, destacamos:

- **Huawei** – por meio de acordo *Joint Innovation Lab* promovemos a colaboração estratégica entre ambas as empresas, que estão empenhadas em desenvolver oportunidades comuns para a melhoria da qualidade de serviço e densificação de cobertura. Essa iniciativa apoia o estudo e validação de novas tecnologias, equipamentos e serviços, como M2M/Internet das coisas, LTE-A, NFV / SDN, VIMS, vEPC, Nuvem BB, RF de banda larga, Cloud Computing, Cidades Inteligentes, entre outros.
- **ZTE** – essa parceria foca em tecnologias de acesso fixo, como GPON e serviços de desenvolvimento GFAST, bem como explora novas possibilidades de personalização dessas tecnologias para o mercado brasileiro.
- **Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI)** – apoio para instalação da [Plataforma de Coleta de Dados Pluviométricos \(PCDs\)](#) em nossas Estações de Rádio Base (ERBs) para monitoramento das condições de chuva.

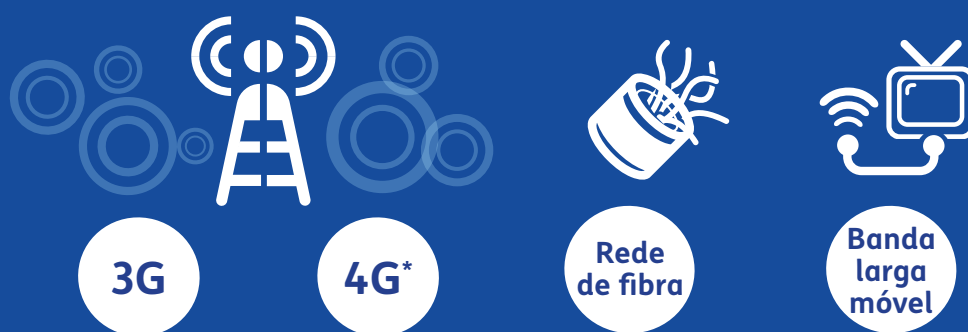
O *refarming* de 2G para 4G do espectro de 1800MHz está trazendo três importantes vantagens competitivas para o nosso negócio: redução de custos para a implantação de LTE; aumento da área de cobertura LTE e melhoria da cobertura *indoor*. Além da expansão da cobertura, a utilização da frequência de 1.800 MHz pode proporcionar aumento de capacidade em cidades já cobertas com 4G na frequência dos 2,6 GHz com baixo custo adicional. Além disso, 70% dos terminais 4G atuais já são compatíveis com ambas as frequências (1800MHz e 2600MHz), possibilitando que a implantação de 4G na frequência de 1800MHz resulte em grande penetração de dispositivos, oferecendo melhor experiência para nossos clientes.

O número de sites 4G mais que dobrou entre 2014 e 2015, totalizando 7,7 mil e cobrindo 411 cidades, fazendo com que atingíssemos a liderança dessa tecnologia no País. O crescimento da rede 3G foi menos significativo, atingindo 12,4 mil sites, um aumento de 19% em relação ao ano anterior.

O projeto de banda larga móvel (MBB – *Mobile BroadBand*, em inglês), focado em melhorar a transmissão de dados de alta velocidade, atingiu 194 cidades, um aumento de 55% em relação ao período anterior.

Investimentos em infraestrutura permitiram a expansão da rede de fibra óptica (longa distância e regiões metropolitanas) para 70 mil km ao final de 2015. O Live TIM, nosso serviço de internet banda larga, atingiu a marca de 232 mil clientes, um aumento de 78% em relação a 2014, ocupando o 1º lugar no ranking de velocidade da Netflix.





2014	10,4k	3,7k	55.000 km	125 cidades
2015	12,4k	7,7k	70.000 km	194 cidades

\* Incluindo os sites na modalidade Ran SHARING (OI e VIVO)

### Programa Academic Working Capital

Criado pelo Instituto TIM para apoiar universitários que queiram transformar seus trabalhos de conclusão de curso em negócio, o programa *Academic Working Capital* incentiva a inovação tecnológica. Em 2015, 11 projetos foram apoiados e sete escolhidos como finalistas. Os estudantes selecionados participaram de *workshops* presenciais sobre caracterização de negócio, prototipação e apresentação, além de receberem acompanhamento à distância de monitores. Ao final do programa, os produtos foram apresentados em uma Feira de Investimentos, da qual participaram investidores, empreendedores e especialistas.



# SUMÁRIO DE CONTEÚDO [GRI G4] OPÇÃO ESSENCIAL

## CONTEÚDOS PADRÃO GERAIS

Descrição	Página	Verificação externa
<b>G4-1</b> Mensagem do presidente	6	
<b>PERFIL ORGANIZACIONAL</b>		
<b>G4-3</b> Nome da empresa	5	
<b>G4-4</b> Principais marcas, produtos e/ou serviços	5	
<b>G4-5</b> Localização da sede da empresa	5	
<b>G4-6</b> Países onde estão as principais unidades de operação ou as mais relevantes para os aspectos da sustentabilidade do relatório	5	
<b>G4-7</b> Tipo e natureza jurídica da propriedade	5	
<b>G4-8</b> Mercados em que a empresa atua	5	
<b>G4-9</b> Porte da organização	5	
<b>G4-10</b> Perfil dos empregados	31	✓
<b>G4-11</b> Percentual de empregados cobertos por acordos de negociação coletiva	100% dos colaboradores da TIM são cobertos por acordos de negociação coletiva.	
<b>G4-12</b> Descrição da cadeia de fornecedores da empresa	46	
<b>G4-13</b> Mudanças significativas em relação a porte, estrutura, participação acionária e cadeia de fornecedores	Não ocorreram mudanças significativas no período coberto por este relatório.	
<b>G4-14</b> Descrição sobre como a empresa adota a abordagem ou princípio da precaução	Por meio da participação em sindicatos da categoria e em outras associações, além de interações com a sociedade em audiências públicas, seminários e <i>workshops</i> .	
<b>G4-15</b> Cartas, princípios ou outras iniciativas	14	
<b>G4-16</b> Participação em associações e organizações	14	
<b>ASPECTOS MATERIAIS IDENTIFICADOS E LIMITES</b>		
<b>G4-17</b> Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas e entidades não cobertas pelo relatório	7	
<b>G4-18</b> Processo de definição do conteúdo do relatório	8	
<b>G4-19</b> Lista dos temas materiais	8	
<b>G4-20</b> Limite, dentro da empresa, de cada aspecto material	9	
<b>G4-21</b> Limite, fora da empresa, de cada aspecto material	9	
<b>G4-22</b> Reformulações de informações fornecidas em relatórios anteriores	8	
<b>G4-23</b> Alterações significativas de escopo e limites de aspectos materiais em relação a relatórios anteriores	Não ocorreram alterações significativas no período coberto por este relatório.	

Descrição	Página	Verificação externa
<b>ENGAJAMENTO DE STAKEHOLDERS</b>		
<b>G4-24</b> Lista de grupos de <i>stakeholders</i> engajados pela empresa	48	
<b>G4-25</b> Base usada para a identificação e seleção de <i>stakeholders</i> para engajamento	48	
<b>G4-26</b> Abordagem para envolver os <i>stakeholders</i>	48	
<b>G4-27</b> Principais tópicos e preocupações levantadas durante o engajamento, por grupo de <i>stakeholders</i>	8	
<b>PERFIL DO RELATÓRIO</b>		
<b>G4-28</b> Período coberto pelo relatório	7	
<b>G4-29</b> Data do relatório anterior mais recente	7	
<b>G4-30</b> Ciclo de emissão de relatórios	7	
<b>G4-31</b> Contato para perguntas sobre o relatório ou seu conteúdo	7	
<b>G4-32</b> Opção da aplicação das diretrizes e localização da tabela GRI	7	
<b>G4-33</b> Política e prática atual relativa à busca de verificação externa para o relatório	7	
<b>GOVERNANÇA</b>		
<b>G4-34</b> Estrutura de governança da empresa	16	
<b>ÉTICA E INTEGRIDADE</b>		
<b>G4-56</b> Valores, princípios, padrões e normas de comportamento da empresa	11 a 13	

## CONTEÚDOS PADRÃO ESPECÍFICOS

Aspectos materiais	Informações sobre a forma de gestão e indicadores	Página	Verificação externa	Pacto Global
<b>CATEGORIA: ECONÔMICA</b>				
Desempenho econômico	<b>G4-DMA</b>	23 a 25 / 61 a 62		
	<b>G4-EC1</b>	24	✓	7 e 8
	<b>G4-EC2</b>	62		
<b>G4-EC4</b>	25			
Impactos econômicos indiretos	<b>G4-DMA</b>	41	✓	
	<b>G4-EC7</b>	41		
	<b>G4-EC8</b>	41		
Práticas de compra	<b>DMA</b>	47		1, 2 e 4
	<b>G4-EC9</b>	47		
<b>CATEGORIA: SOCIAL</b>				
<b>SUBCATEGORIA: PRÁTICAS TRABALHISTAS E TRABALHO DECENTE</b>				
Emprego	<b>G4-DMA</b>	31 a 40	✓	6
	<b>G4-LA1</b>	32		
	<b>G4-LA3</b>	36		

Aspectos materiais	Informações sobre a forma de gestão e indicadores	Página	Verificação externa	Pacto Global
Saúde e segurança no trabalho	G4-DMA	39		
	G4-LA5	40		1, 2 e 3
	G4-LA6*	40		1
	G4-LA7	40		1
Treinamento e educação	G4-DMA	31 a 35		
	G4-LA9	33	✓	
	G4-LA11	35		6
Diversidade e igualdade de oportunidades	G4-DMA	36 a 39		
	G4-LA12	36		1 e 3
Igualdade de Remuneração para Mulheres e Homens	G4-DMA G4-LA13	31 a 36 33		1, 2 e 3
Avaliação de fornecedores em práticas trabalhistas	G4-DMA G4-LA14	46 a 49 48		3, 4, 5 e 6
Mecanismos de queixas e reclamações relacionadas a práticas trabalhistas	G4-DMA	39		
	G4-LA16	39		3, 4, 5 e 6
<b>SUBCATEGORIA: DIREITOS HUMANOS</b>				
Não discriminação	G4-DMA	39		
	G4-HR3	39		1, 2 e 3
Trabalho infantil	G4-DMA	46 a 48		
	G4-HR5	48	✓	1, 2, 3 e 5
Trabalho forçado ou análogo ao escravo	G4-DMA	46 a 48		
	G4-HR6	48		1, 2, 3 e 4
Avaliação de fornecedores em direitos humanos	G4-DMA	46 a 48		
	G4-HR10	48		1, 2, 3, 5 e 6
Mecanismos de queixas e reclamações relacionadas a direitos humanos	G4-DMA	39		
	G4-HR12	39		1, 2 e 6
<b>SUBCATEGORIA: SOCIEDADE</b>				
Comunidades locais	G4-DMA	50		
	G4-SO2	50		1 e 2
Combate à corrupção	G4-DMA	19 a 20		
	G4-SO4	20	✓	10
	G4-SO5	19	✓	10
Políticas públicas	G4-DMA	21		
	G4-SO6	21		10
Concorrência desleal	G4-DMA	66 a 67		
	G4-SO7	67	✓	
Avaliação de fornecedores em impactos na sociedade	G4-DMA	47 a 48		
	G4-SO9	48		1, 2 e 3
<b>SUBCATEGORIA: RESPONSABILIDADE PELO PRODUTO</b>				
Rotulagem de produtos e serviços	G4-DMA	30		
	G4-PR5	30	✓	
Comunicações de marketing	G4-DMA	66 a 67		
	G4-PR7	67		
Privacidade do cliente	G4-DMA	30		
	G4-PR8	30		
Conformidade	G4-DMA	64 a 66		
	G4-PR9	65	✓	

Aspectos materiais	Informações sobre a forma de gestão e indicadores	Página	Verificação externa	Pacto Global
<b>CATEGORIA: AMBIENTAL</b>				
Materiais	G4-DMA	56 a 58		7 e 8
	G4-EN1	56		
Energia	G4-DMA	53 a 54	✓	7 e 8 7,8 e 9
	G4-EN3	54		
	G4-EN6	53		
Água	G4-DMA	55 a 56		7,8, e 9 7,8, e 9
	G4-EN8	56		
	G4-EN10	55		
Biodiversidade	G4-DMA	50	✓	7,8 e 9
	G4-EN12	50		
Emissões	G4-DMA	58 a 60	✓ ✓ ✓	8 8 8 7,8 e 9
	G4-EN15	58		
	G4-EN16	58		
	G4-EN17	58		
	G4-EN19*	60		
Efluentes e resíduos	G4-DMA	57		8
	G4-EN23	57		
Produtos e serviços	G4-DMA	50	✓ ✓	7,8 e 9 8 e 9
	G4-EN27	50		
	G4-EN28*	57		
Conformidade	G4-DMA	64 a 66	✓	8
	G4-EN29	65		

\*Indicador parcial

# RELATÓRIO DE ASSEGURAÇÃO LIMITADA DOS AUDITORES INDEPENDENTES

Ao Conselho de Administração,  
Acionistas e Demais Partes Interessadas  
TIM Participações S.A.  
Rio de Janeiro - RJ

## INTRODUÇÃO

Fomos contratados pela TIM Participações S.A. (TIM ou “Companhia”) com o objetivo de aplicar procedimentos de asseguração limitada sobre as informações de sustentabilidade divulgadas no Relatório de Sustentabilidade 2015 da TIM Participações S.A., contemplando as subsidiárias TIM Celular S.A. e Intelig Telecomunicações Ltda., relativas ao ano findo em 31 de dezembro de 2015.

## RESPONSABILIDADES DA ADMINISTRAÇÃO DA TIM

Nossa responsabilidade é expressar conclusão sobre as informações divulgadas no Relatório de Sustentabilidade 2015, com base no trabalho de asseguração limitada conduzido de acordo com o Comunicado Técnico (CT) 07/2012, aprovado pelo Conselho Federal de Contabilidade e elaborado tomando por base a NBC TO 3000 (Trabalhos de Asseguração Diferente de Auditoria e Revisão), emitida pelo Conselho Federal de Contabilidade – CFC, que é equivalente à norma internacional ISAE 3000, emitida pela Federação Internacional de Contadores, aplicáveis às informações não financeiros históricas. Essas normas requerem o cumprimento de exigências éticas, incluindo requisitos de independência e que o trabalho seja executado com o objetivo de obter segurança limitada de que as informações divulgadas no Relatório de Sustentabilidade 2015, tomadas em conjunto, estão livres de distorções relevantes.

Um trabalho de asseguração limitada conduzido de acordo com a NBC TO 3000 (ISAE 3000) consiste principalmente de indagações à administração da TIM e outros profissionais da Companhia que estão envolvidos na elaboração das informações constantes no Relatório de Sustentabilidade 2015, assim como pela aplicação de procedimentos analíticos para obter evidências que nos possibilitem concluir na forma de asseguração limitada sobre as informações de sustentabilidade 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 divulgadas no Relatório de Sustentabilidade 2015, tomadas em conjunto, podem apresentar distorções relevantes.

Os procedimentos selecionados basearam-se na nossa compreensão dos aspectos relativos à compilação, materialidade e apresentação das informações constantes no Relatório de Sustentabilidade 2015 e de outras circunstâncias do trabalho e da nossa consideração sobre áreas e sobre os processos associados às informações materiais de sustentabilidade divulgadas no Relatório de Sustentabilidade 2015, em que distorções relevantes poderiam existir. Os procedimentos compreenderam:

**(a)** planejamento dos trabalhos: consideração de materialidade dos aspectos para as atividades da TIM, da relevância das informações divulgadas, do volume de informações quantitativas e qualitativas e dos sistemas operacionais e de controles internos que serviram de base para a elaboração do Relatório de Sustentabilidade 2015 da TIM. Esta análise definiu os indicadores a serem testados em detalhe:

- *Econômico: EC1 e EC7*
- *Ambiental: EN3, EN12, EN15, EN16, EN27, EN28 e EN29*
- *Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente: G410, LA1 e LA9*
- *Sociedade: SO4, SO5 e SO7*
- *Direitos Humanos: HR5 e HR6*
- *Responsabilidade pelo Produto: PR5 e PR9*

**(b)** entendimento e análise das informações divulgadas em relação à forma de gestão dos aspectos materiais;

**(c)** análise dos processos para a elaboração do Relatório de Sustentabilidade 2015 e da sua estrutura e conteúdo, com base nos Princípios de Conteúdo e Qualidade das Diretrizes para Relato de Sustentabilidade da Global Reporting Initiative – GRI (GRI-G4);

**(d)** avaliação dos indicadores não-financeiros amostrados:

- *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;*
- *aplicação de procedimentos analíticos sobre as informações quantitativas e indagações sobre as informações qualitativas e sua correlação com os indicadores divulgados no Relatório de Sustentabilidade 2015;*
- *análise de evidências que suportam as informações divulgadas;*
- *visitas às unidades e escritórios da TIM para aplicação destes procedimentos, assim como dos itens (b) e (c);*

**(e)** análise da razoabilidade das justificativas das omissões de indicadores de desempenho associados a aspectos e tópicos apontados como materiais na análise de materialidade da Companhia;

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

Acreditamos que as informações, as evidências e os resultados obtidos em nosso trabalho são suficientes e apropriados para fundamentar nossa conclusão na forma limitada.

## ALCANCE E LIMITAÇÕES

Os procedimentos aplicados em um trabalho de asseguarção limitada são substancialmente menos extensos do que aqueles aplicados em um trabalho de asseguarção razoável. Conseqüentemente, não nos possibilitam obter segurança de que tomamos conhecimento de todos os assuntos que seriam identificados em um trabalho de asseguarção razoável, que tem por objetivo emitir uma opinião. Caso tivéssemos executado um trabalho de asseguarção razoável, po-

deríamos ter identificado outros assuntos e eventuais distorções que podem existir nas informações constantes no Relatório de Sustentabilidade 2015.

Os dados não financeiros estão sujeitos a mais limitações inerentes do que os dados financeiros, dada 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 sujeitos a pressupostos individuais e a julgamento. Adicionalmente, não realizamos qualquer trabalho em dados informados para os períodos anteriores, para a avaliação da adequação das suas políticas, práticas e desempenho em sustentabilidade, nem em relação a projeções futuras.

## CONCLUSÃO

Com base nos procedimentos realizados, descritos neste relatório, nada chegou ao nosso conhecimento que nos leve a acreditar que as informações constantes no Relatório de Sustentabilidade 2015 da TIM, não foram compiladas, em todos os aspectos relevantes, de acordo com as Diretrizes para Relato de Sustentabilidade da Global Reporting Initiative – GRI (GRI-G4) e com os registros e arquivos que serviram de base para a sua preparação.

São Paulo, 09 de junho de 2016.

KPMG Financial Risk &  
Actuarial Services Ltda.



Ricardo Algis Zibas

KPMG Assessores Ltda.  
CRC 2SP034262/0-4 F-SP



Eduardo V. Cipullo  
Contador CRC 1SP135597/0-6

# EXPEDIENTE

## TIM BRASIL

**Coordenação** TIM Participações S.A. – Diretoria de Regulatory, Institutional and Press Relations - Área de Responsabilidade Social Corporativa

**Redação e Supervisão Editorial** Patrícia Moreira

---

## S2PUBLICOM

**Revisão** Regilene Lima

**Projeto Gráfico e Diagramação** Núbia Honorato  
Raphaelli Chapetta  
Felipe Uehara  
Ana Moraes

**Banco de Imagens** iStock Photo





Evoluir é fazer diferente

---

[www.tim.com.br](http://www.tim.com.br)

