

TIM Brasil

Apresentação Institucional

1TRI 2021



TIMB
LISTED
NYSE

TIMS
B3 LISTED NM
ISE B3



OFFICIAL SPONSOR



Limitação de Responsabilidade



Esta apresentação contém **declarações prospectivas** que refletem crenças e expectativas atuais sobre a base de clientes, estimativas em relação aos resultados financeiros futuros e outros aspectos das atividades.



Tais crenças e expectativas não são garantias de desempenho futuro e envolvem riscos e incertezas, e os resultados reais podem diferir materialmente daqueles projetados como resultado de vários fatores.



Os analistas e investidores são advertidos a não depositar indevida confiança nessas crenças e expectativas, que se referem apenas a data desta apresentação. A TIM S.A. não assume nenhuma obrigação de divulgar publicamente os resultados de quaisquer revisões dessas crenças e expectativas.



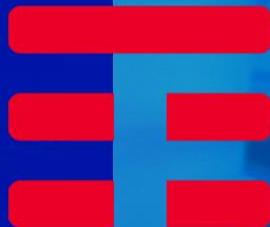
Os Resultados Financeiros são apresentados considerando os impactos da adoção do IFRS 16, exceto quando indicado de outra forma.

Os números normalizados destacados nesta apresentação foram ajustados pelos efeitos relacionados nas notas.





- 04** SOBRE A TIM
- 11** VISÃO GERAL DO MERCADO
- 22** FRAMEWORK DA ESTRATÉGIA
- 41** TRANSFORMAÇÃO DO PERFIL DA RECEITA
- 45** INFRAESTRUTURA
- 51** EVOLUÇÃO FINANCEIRA
- 55** PERSPECTIVAS





SOBRE A TIM

Challenger com atuação relevante no Mercado de Telecom



Telecom Italia
S.p.A.

100%

Telecom Italia
Finance S.A.

100%

TIM Brasil Serv.
E Part. S.A.

Minority

67%

33%

TIM S.A.



MOBILIDADE

- Operadora com **Presença Nacional**
- **Maior e Melhor Cobertura Móvel 4G**
- **Alta Relevância no Pré-pago**, a despeito da transformação da base
- **>100 mil km de Rede de Fibra Ótica** através do país



RESIDENCIAL

- **>650k Clientes de Banda Larga Residencial**
- **100% da Base em Altas Velocidades (>34 Mbps)**
- Presença em **30 cidades com cobertura FTTH**
- **3,5 MM de Domicílios Cobertos** com FTTH
- Oferta de **Banda Larga Residencial através da Rede Móvel**



SOLUÇÕES

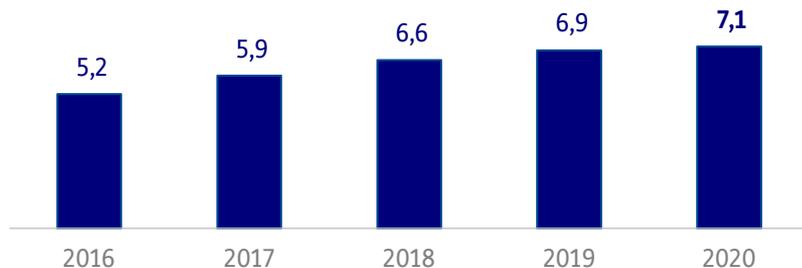
- **IoT: pioneira em soluções para a vertical do Agronegócio, carro conectado** e serviços de valor agregado

Resultados sólidos com crescimento sustentável

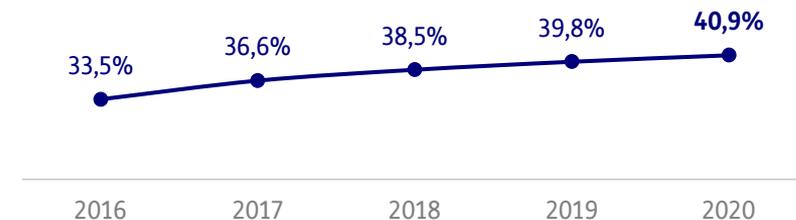


EBITDA¹
(R\$ bi)

+7,9%
CAGR

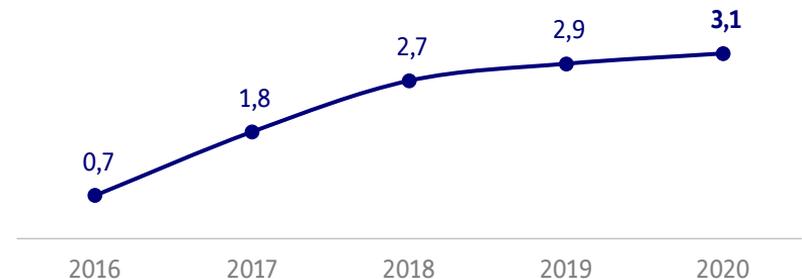


Margem EBITDA¹
(%)

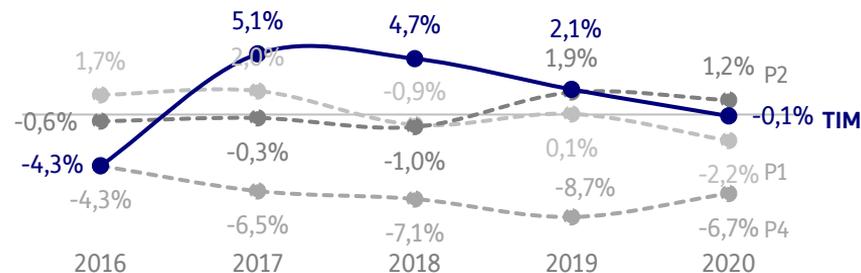


EBITDA¹ - CAPEX
(R\$ bi)

+43,9%
CAGR



Receita Líquida de Serviços²
(Δ A/A)



Uma longa jornada já percorrida

MAIS DE UMA DÉCADA DE INICIATIVAS E RESULTADOS

13 ISE B3 anos Operadora brasileira por mais tempo no **Índice de Sustentabilidade Empresarial da B3**



Signatária do **Pacto Global desde 2008**

Instituto **TIM**

Desde 2013, o Instituto TIM tem promovido projetos e iniciativas para a democratização da educação em ciência e tecnologia

TIMS
B3 LISTED NM

Única operadora no **Novo Mercado (desde 2011)**, com implementação do **Comitê de Auditoria Estatutário desde 2013**

Índices e reconhecimentos

(índices)

ISE B3 **MSCI**

Teva Índices ESG Mulheres no Conselho®

ICO2 B3



FTSE4Good

Índice CDP
Resiliência Climática

Índice S&P/B3 Brasil ESG

Ambição

REFINITIV



Dow Jones Sustainability Indexes

(reports)



Comunicação de Progresso (ONU)



Inventário de Gases de Efeito Estufa



Relatório de Sustentabilidade e



Divulgação de emissões e informações de mudanças climáticas

(reconhecimento e boas práticas)



Signatária do Pacto Global desde 2008



1º Telco a receber o Selo Pró-Ética da CGU

TIMS

B3 LISTED NM

Novo Mercado desde 2011, maior nível de governança corporativa

(certificações)



Gestão da Qualidade
ISO 9001



Gestão Ambiental
ISO 14001



Gestão Anticorrupção
ISO 37001

Ambição



Gestão da Segurança da Informação
ISO 27001



Revisão da matriz de materialidade para sintonia entre os princípios e o novo contexto

O Plano ESG 2021-2023 confirma e reforça as ambições ESG do último Plano Industrial, **apresentando novos objetivos e incrementando metas**, com base na **matriz de materialidade** atualizada em dezembro de 2020. Os objetivos estão relacionados a um portfólio de iniciativas que são parte estruturante do Plano Industrial, contribuindo para uma estrutura coerente entre as premissas de ESG, a dimensão operacional e o *accountability* organizacional.

2020

- **Covid-19:** atualização da **matriz de materialidade (dez/2020)**
- **Documentos-base para análise:** internos e externos (pesquisa de mídia, estudos e protocolos setoriais sobre materialidade em tempos de Covid-19)
- **Benchmarking:** concorrentes e empresas TICs, nacionais e internacionais
- **Entrevistas com stakeholders:** internos (VP de RIPR, VP de HRO, BSO, CFO e CEO) e externos (governo, investidores, fornecedores, clientes e representantes da imprensa)

MATRIZ DE MATERIALIDADE

Gestão de energia

Gestão de resíduos na operação e pós-consumo

Saúde, bem-estar e gestão dos colaboradores

Promoção da diversidade e igualdade de oportunidades

Inclusão digital e *acesso à conectividade*

Investimento em infraestrutura e *confiabilidade da rede*

Ética e governança nos negócios

Inovação aplicada a produtos e serviços

Experiência do cliente e qualidade dos serviços

Proteção de dados, privacidade do cliente e *segurança cibernética*

Gestão estratégica e responsável de fornecedores

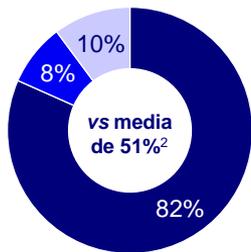
ESG: Nível máximo de governança corporativa



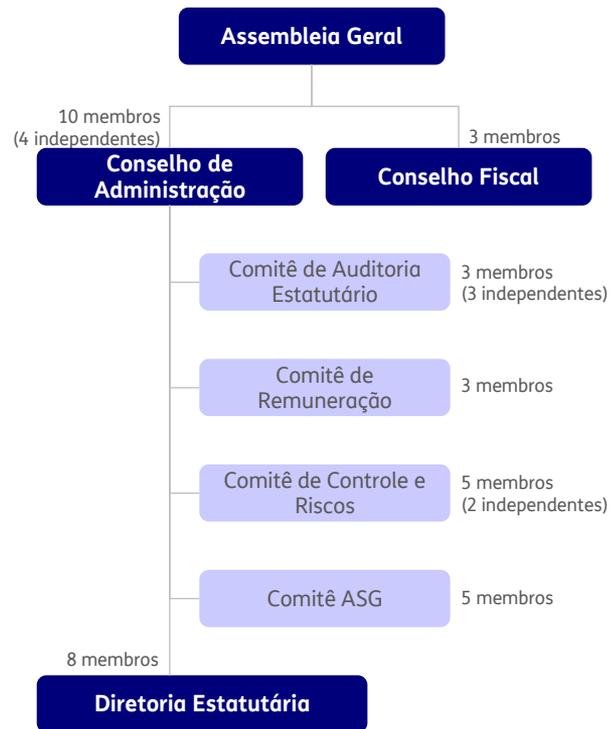
ESTRUTURA PARA REFORÇAR E GARANTIR UMA SÓLIDA GOVERNANÇA CORPORATIVA

- Única Telco **listada no Novo Mercado**: direitos iguais de voto, dividendos e *tag along*
- **Incentivos de longo prazo baseados em ações**: remuneração alinhada aos interesses dos acionistas
- Conselho: **40% membros independentes + top 12 entre as empresas com representatividade feminina** (30% dos membros do Board)²

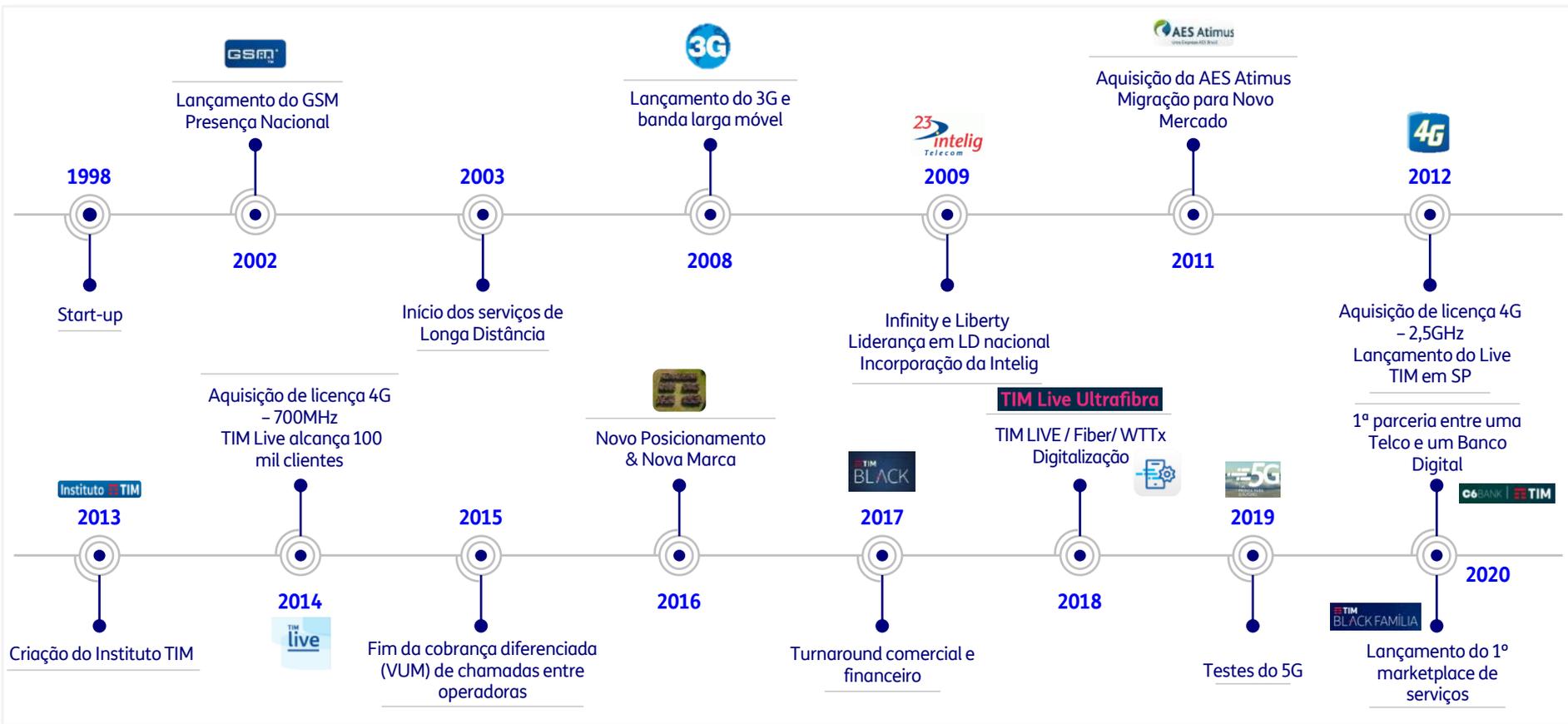
Informe de Governança Corporativa (ICVM 586)

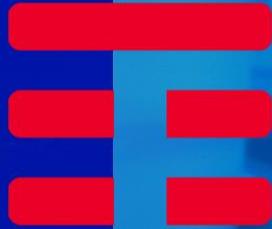


- Adotado
- Parcialmente adotado
- Não adotado



Marcos importantes: Inovação no DNA





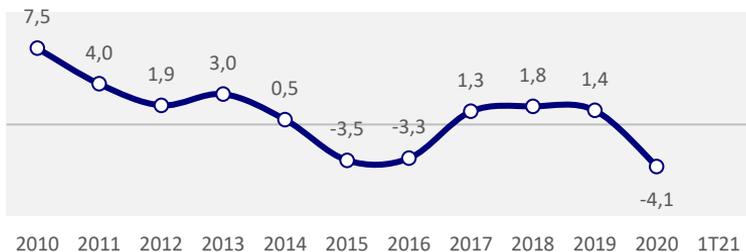
VISÃO GERAL DO MERCADO

Drivers estruturais apontam para um cenário pós-pandemia desafiador



Crescimento do PIB

(% A/A, YTD)¹



IPCA

(% a.a., 12M)



Taxa de Juros

(% a.a.)



Taxa de Câmbio

(R\$ / US\$, EOP)

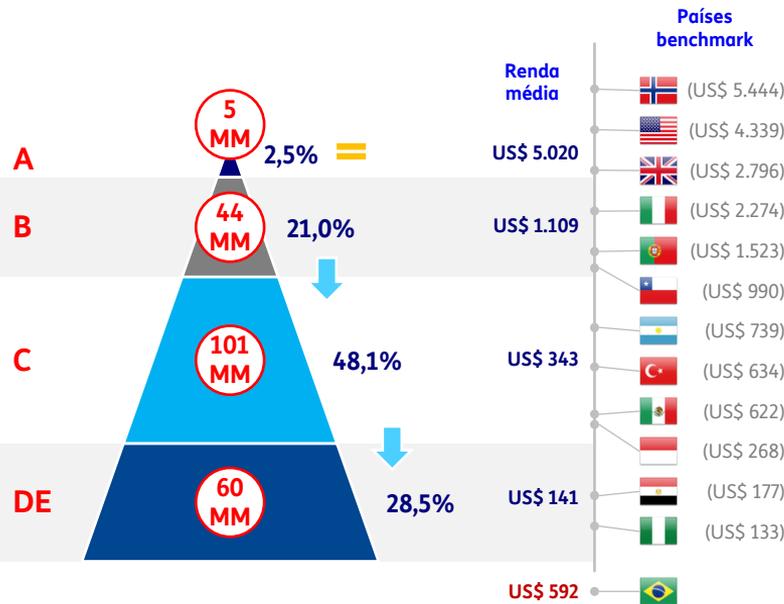


A economia brasileira vinha apresentando sinais iniciais de recuperação quando o distanciamento social foi adotado como medida de combate à disseminação do novo Coronavírus no país. O 2º trimestre de 2020 foi o mais impactado até o momento.

Consumidor ainda sente o impacto da crise dos últimos anos e da pandemia da Covid-19, influenciando a dinâmica do setor



População brasileira por classe social



Ao longo do último ano, a classe B apresentou redução, enquanto registrou-se aumento das classes D/E

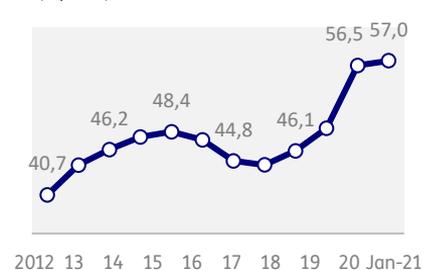
Taxa de Desemprego

(% no último trimestre do período)



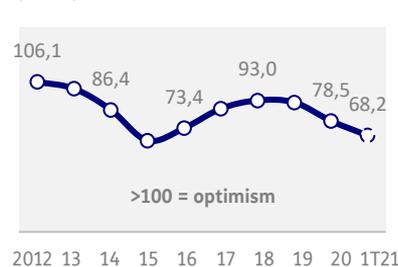
Endividamento das Famílias

(%, EOP)



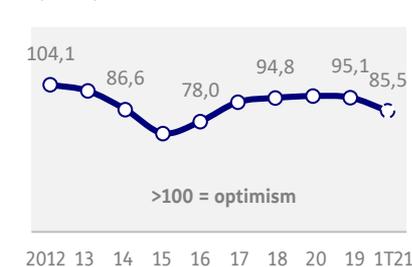
Confiança do Consumidor

(0-200)



Confiança das Empresas

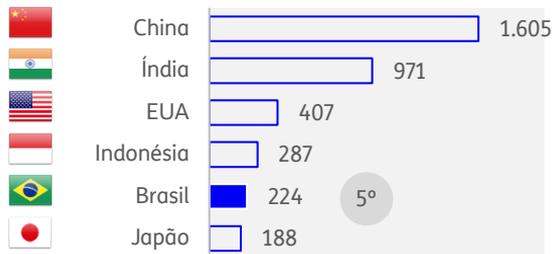
(0-200)



Mercado brasileiro é relevante mundialmente e com oportunidades para melhoria de ARPU



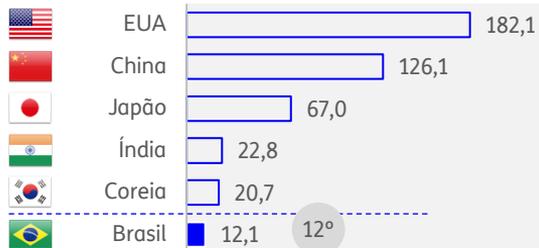
Ranking de Base de Cliente Móvel (MM)



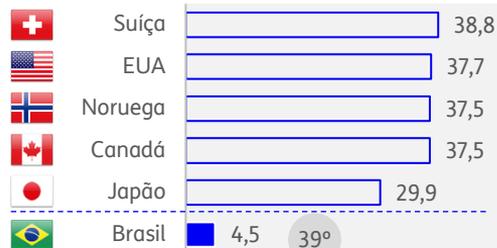
Ranking de Penetração Móvel



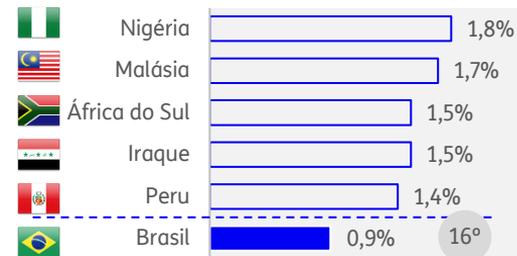
Ranking de Receita de Serviços Móveis (US\$ Bi / ano)



Ranking de ARPU Móvel (US\$ / mês)



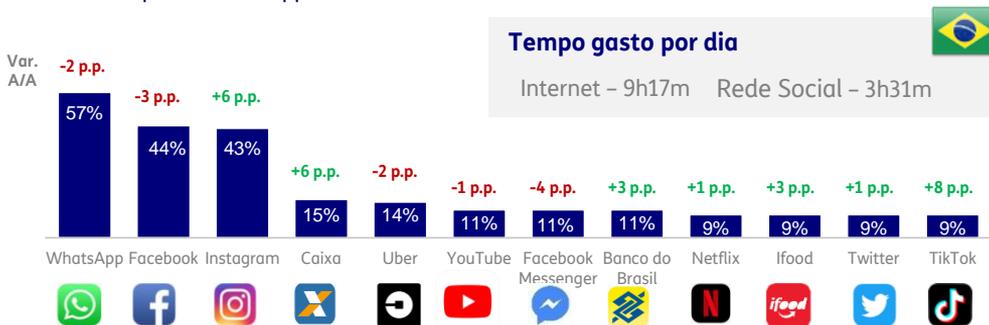
Wallet Share Móvel¹ (ARPU Móvel / PIB per capita)



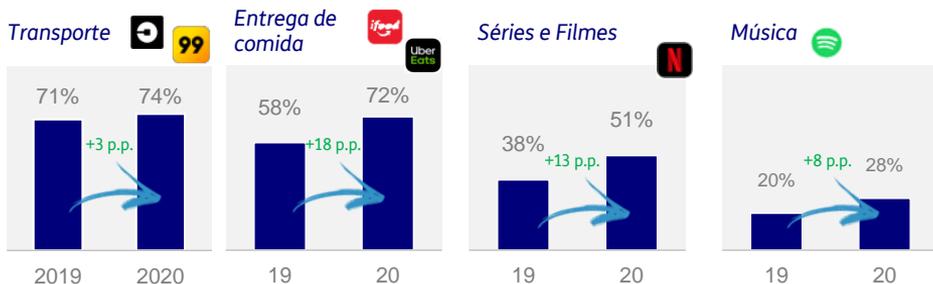
Novos hábitos reforçam a relevância do serviço de dados como essencial, especialmente através da rede móvel



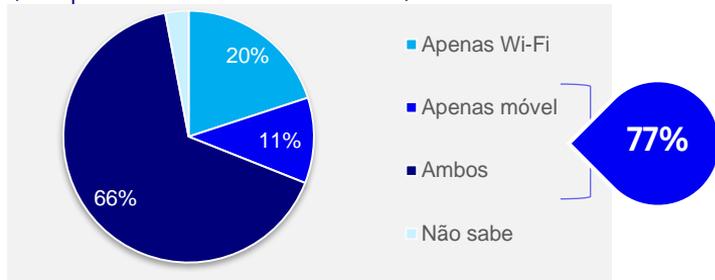
12 apps mais populares da homescreen dos smartphones dos brasileiros (% dos smartphones com apps na homescreen)



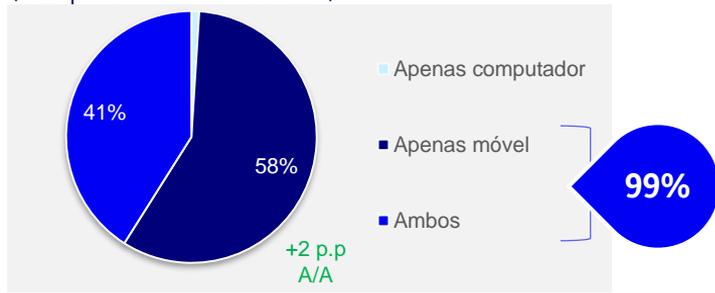
Usuários de apps (% de usuários de smartphones)



Usuários de internet (2019 | % dos usuários de internet móvel)



Usuários de internet por device (2019 | % de usuários de internet)



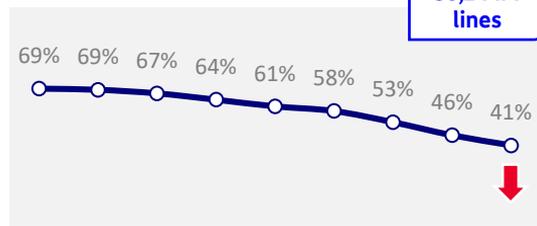
Ano anterior usualmente atualizado em novembro, de acordo a divulgação da pesquisa.

Serviços tradicionais vêm perdendo espaço neste novo cenário e internet ganha destaque



Penetração da Voz Fixa

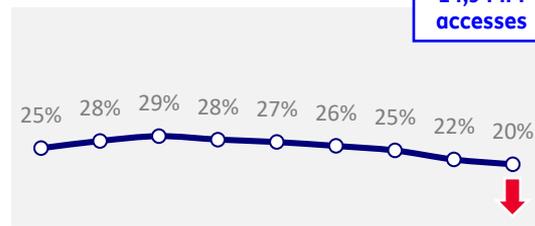
(% dos domicílios)



2012 2013 2014 2015 2016 2017 2018 2019 2020

Penetração de TV por Assinatura

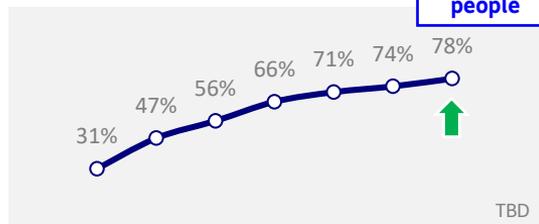
(% dos domicílios)



2012 2013 2014 2015 2016 2017 2018 2019 2020

Usuários de Internet Móvel²

(% da população >10 anos)



2012 2013 2014 2015 2016 2017 2018 2019 2020

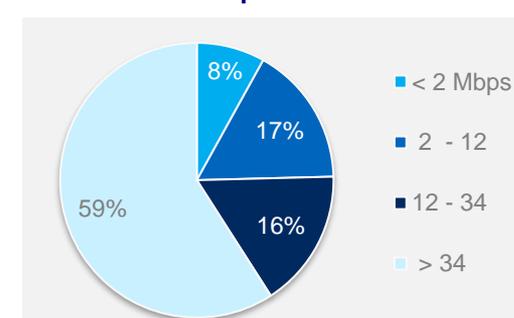
Penetração da Banda Larga Fixa

(% dos domicílios)



2012 2013 2014 2015 2016 2017 2018 2019 2020

Conexões BL Fixa por Velocidade



Mudança na estrutura do mercado, associada aos novos hábitos de consumo, resultou em uma transformação no perfil da base



Penetração da Móvel

234 MM
SIM Cards



Penetração em queda pela redução do total de SIMs: redução do “efeito comunidade” pela queda da VUM (e off-net) e difusão dos apps de comunicação.

Penetração de Usuário Único¹

146 MM
people



Mercado móvel vem experimentando crescimento orgânico no total de usuários únicos.

Evolução da VUM

(R\$/min)



Manutenção da elevada tarifa de interconexão estimulou “efeito comunidade (on-net)” através da posse de múltiplos SIMs.

Média de Chips por Usuário Único

(Unidade)



Consolidação de SIMs apesar do número crescente de usuários móveis.

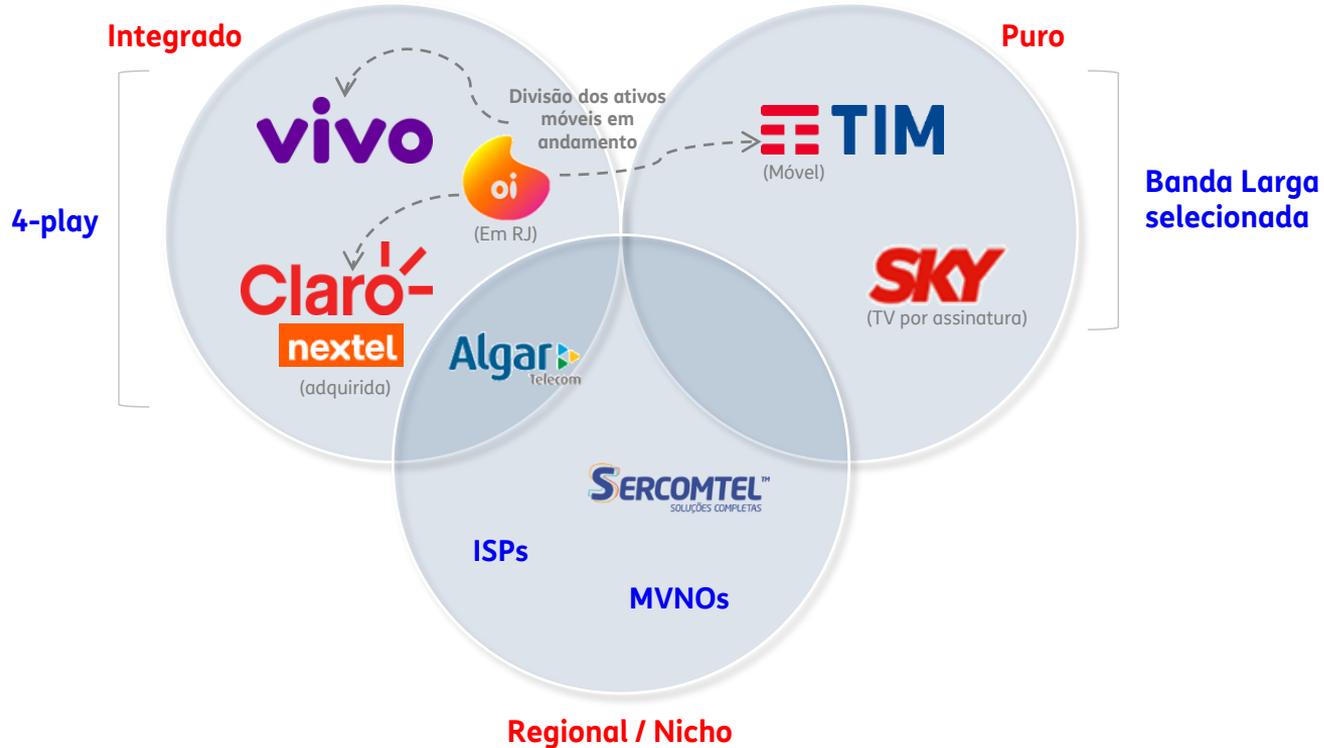
Base Móvel por Segmento

(MM)



Base Pós já representa ~50% dos usuários únicos, além disso >60 MM de brasileiros possuem o nome negativado em bureau de crédito.

Três grandes players atuam de forma integrada, TIM possui atuação relevante na móvel e segmentada em banda larga

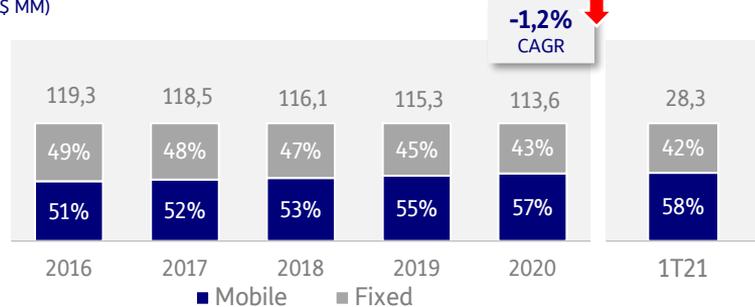


A dinâmica de receita do mercado aponta um predomínio do crescimento do móvel, e destaque para evolução TIM



Mercado | Receita Líquida de Serviços Total

(R\$ MM)



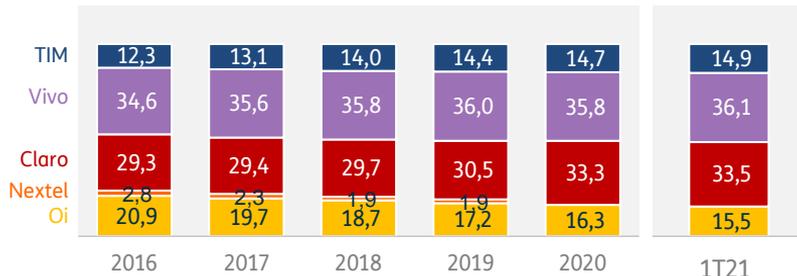
Mercado | Receita Líquida de Serviços Móveis

(R\$ MM)



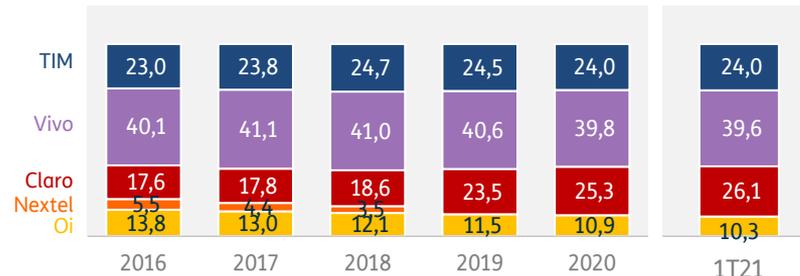
Share da Receita Líquida de Serviços Total

(%)



Share da Receita Líquida de Serviços Móveis

(%)





Mercado móvel e banda larga são competitivos, mas vem mostrando evolução para mais racionalidade. Mudanças na estrutura de mercado podem reforçar essa trajetória

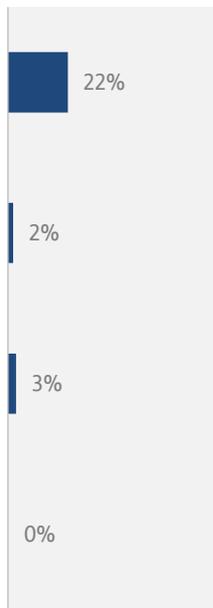
(Market Share | mar-21)

Índice HHI

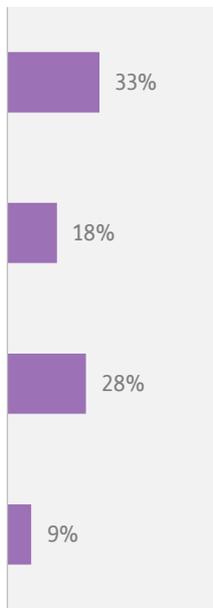
Nível de competitividade



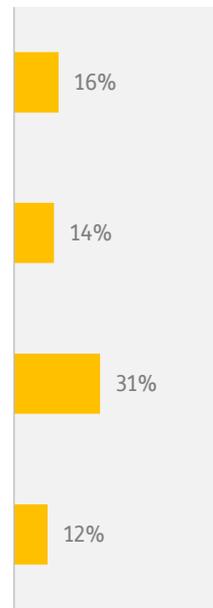
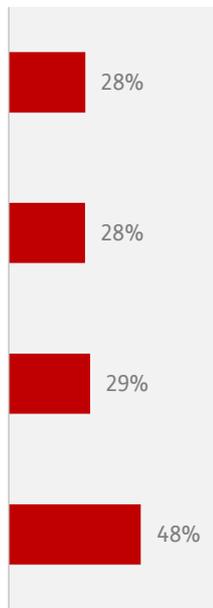
TIM



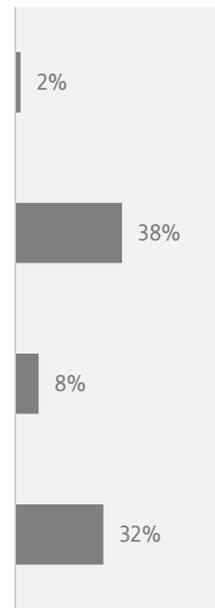
vivo



Claro



Others





FRAMEWORK DA ESTRATÉGIA



Durante os próximos anos, algumas tendências relevantes terão implicações estruturais nos modelos de negócios das operadoras no Brasil, enquanto a economia se recuperará, mas ainda em ritmo incerto



Consolidação do mercado móvel



Aceleração no consumo digital



Onda de separação de ativos



Monetização da Plataforma de Clientes



Pavimentando o caminho para o 5G



Tecnologias IoT e M2M

Dinâmica

Passando de 5 para 4 após a aquisição da Nextel e de 4 para 3, após a conclusão da venda dos ativos móveis da Oi

Crescimento da demanda por dados no móvel e no fixo, ainda mais acelerado pela COVID-19

Aumentando as **iniciativas de separação da rede** (InfraCo vs ServCo)

Crescendo os números do negócio digital, alavancando a Plataforma de Clientes Telco (ex., *wallet digital*, monetização de dados)

Preparação para o lançamento do 5G, com o 5G DSS como posicionamento de mercado, leilão e análise de fornecedores

Número exponencial de casos de uso em diversas indústrias (ex., agronegócio, carros conectados, *utilities*, saúde)

Implicações e Oportunidades

Promover um **cenário competitivo mais equilibrado** (ex., nivelando o *gap* de espectro)

Crescimento da receita de monetização de dados
Aumento da **pressão** sobre os **custos caixa** da rede
Expansão geográfica da fibra

Negociação de parcerias para financiar a **expansão e modernização da rede**

Novas fontes de receita para as operadoras de telecom, alavancando novos disruptores digitais (ex., *fintech*, provedor de dados, conteúdo OTT)

Foco no rollout da rede 5G com a proposta de *framework* do leilão, **Release 16 como um catch up** para o país

Expandir o negócio para além da conectividade (ex., aplicações, monetização de dados, implementação)



Adaptando a abordagem, mas reforçando os pilares estratégicos



Caminhos Estratégicos



Fortalecer o core

Melhorar e acelerar a transição **de volume para valor**, para sustentar o crescimento do negócio móvel, com foco na experiência do cliente

Preencher o atual **gap de infraestrutura com M&A**, também promovendo o crescimento inorgânico e capturando potenciais sinergias

Capturar **oportunidades de crescimento** do mercado de **ultra banda larga** com novos modelos financeiros e de negócio

Construir o futuro

Expandir **novas fontes de valor** (ex., IoT, C6, *Mobile Advertising*, Monetização dos Dados de Clientes, Saúde, Educação) alavancando a plataforma de base de clientes através de ecossistemas e parcerias

Implementar **projetos transformacionais** em infraestrutura (ex., 5G, ORAN, M-MIMO, *cloudification*)



Habilitadores Transformacionais

Impulsionar eficiências disruptivas

Impulsionar **eficiências disruptivas** por meio da digitalização, automatização e novos modelos operacionais, alavancando habilidades e o aprimoramento de capacidades

Fortalecer a sustentabilidade

Fortalecer e consolidar a **proposta de ESG** fazendo uma transformação positiva



“Imagine as possibilidades”: Nossas aspirações para 2023 refletem oportunidades e tendências de mercado



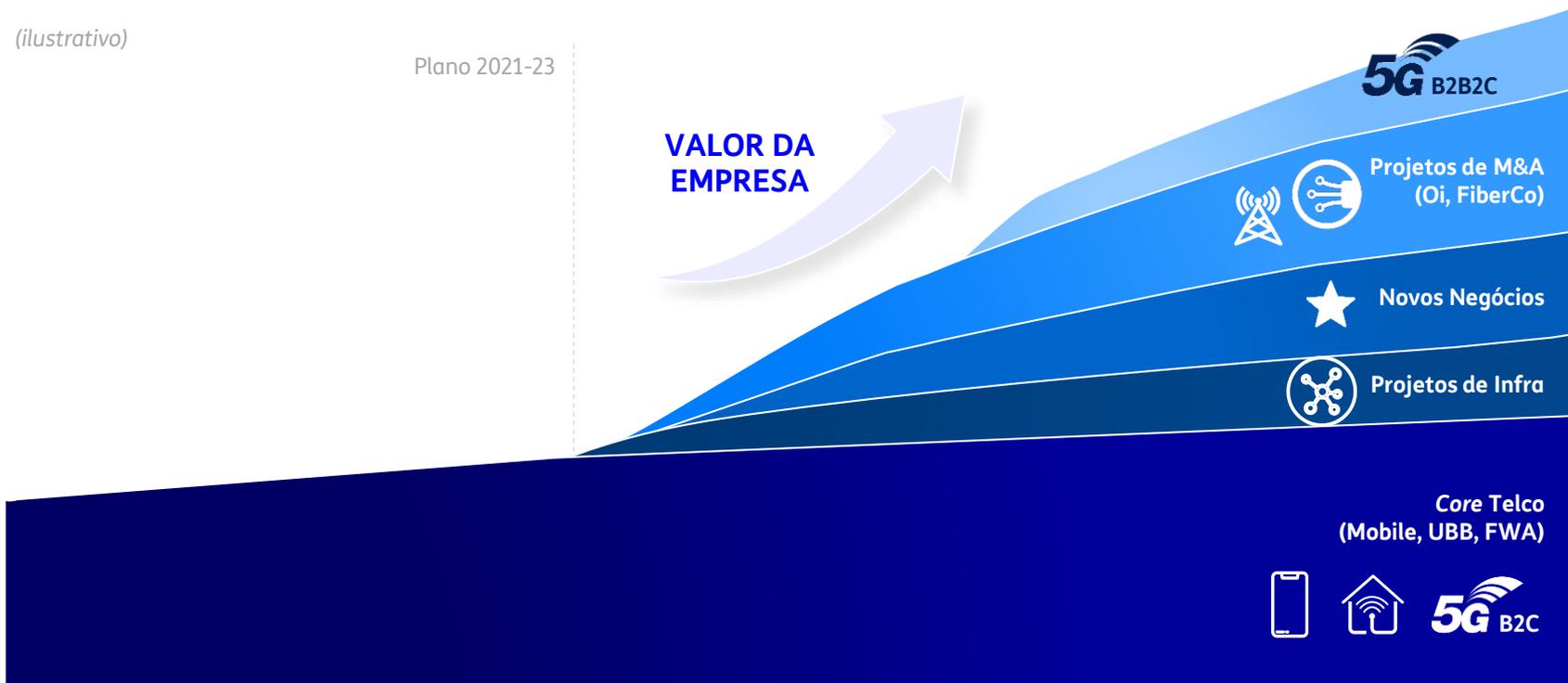


Criação de Valor através do tempo

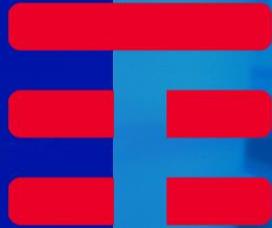
(ilustrativo)

Plano 2021-23

VALOR DA
EMPRESA



Tempo



ESTRATÉGIA E POSICIONAMENTO: CORE



Nós iremos acelerar mais a transição de volume para valor, focando na experiência do cliente



A Marca

Promover uma **marca “aspiracional” e com “credibilidade”**, através da renovação do DNA, de um novo slogan e de formato e conteúdo inovadores

1. Promover a qualidade da nossa rede
2. Promover o engajamento com a marca
3. Investir em mídia digital

B Marketing

Aumentar a **diferenciação de produto** através de proposta de valor inovadora e simplificação da experiência (ex.: jornada de digitalização)



Além do Giga



Experiência do cliente



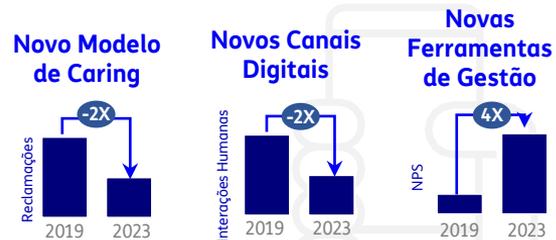
Marketing Analytics

C Vendas

Foco na **experiência do cliente, produtividade e otimização da força de vendas**

D Relação com Clientes

Aumentar a **automação e oferecer diferenciação no nível do serviço**



“More for more”: Portfólio escalonado endereçando os desejos dos consumidores através de parcerias relevantes



PÓS-PAGO

TIM Pré Top

a partir de
2GB

TIM Beta

Benefícios adicionais para clientes digitais.

≥R\$ 20/duas semanas

TIM+ Vantagens

O primeiro programa de vantagens para o cliente pré-pago.

Data Stack

Bônus de dados para recargas recorrentes ≥R\$ 30.

TIM Controle

a partir de
2.5GB

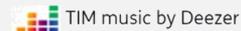
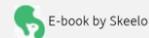
TIM + C6

O primeiro esforço conjunto entre uma telco e um banco digital



TIM Black

a partir de
15GB



TIM Black Família
Benefícios compartilhados e marketplace de conteúdo



Roaming internacional



≥R\$ 50/mês

≥R\$ 110/mês

Melhor CEX com maior qualidade e proposta de valor



Para capturar a oportunidade de crescimento do mercado de ultra banda-larga, nós focamos em 3 pilares principais



1

- *Time-to-market* e assertividade comercial
- Eficiência e qualidade na venda e no pós-venda
- Aumentar o *self-service* e expansão de formas de contato
- Qualidade de Serviço da rede e eficiência do serviço de campo

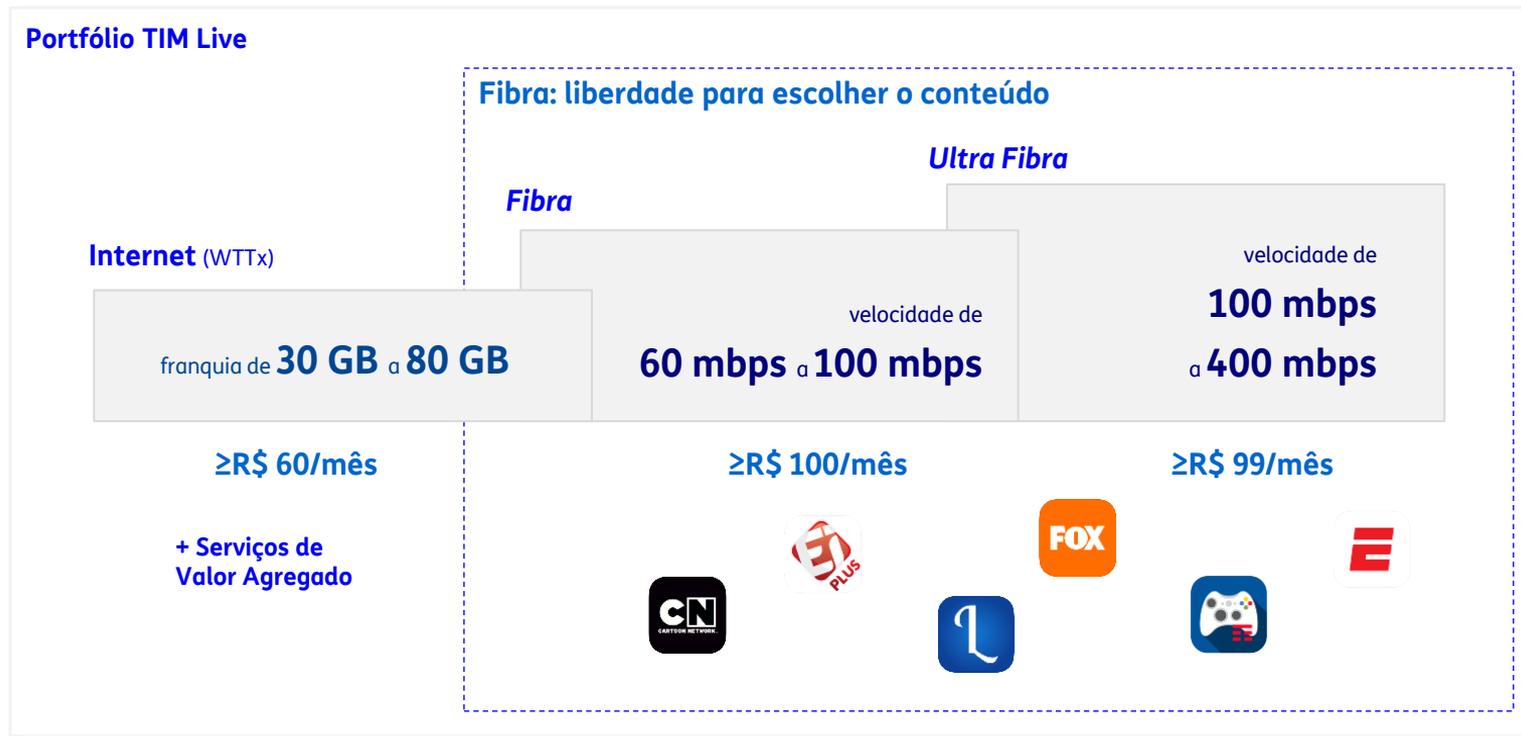
2

- Consolidação dos atuais *clusters* e lançamento de novos
- Parceria para crescer com disciplina financeira
- *Overlay* seletivo do FTTH sobre o FTTC
- Implantação seletiva

3

- Renovar *Key-Visual* e Comunicação
- Evolução do portfólio para o conceito “*Power Home*” e do conteúdo incluído (*Smart Hub*)
- Posicionamento de afirmação na ultra velocidade e em conteúdos relevantes

Explorando oportunidades de crescimento acelerado: Banda larga residencial





FiberCo: acelerando a cobertura FTTH e capturando o valuation dos players de infra, enquanto expande as oportunidades com o mercado aberto

POR QUÊ?

- Acelerar a expansão e consolidar os clusters atuais com disciplina financeira.
- **Destravar valor** através da diferença de múltiplos vs. *players* de infraestrutura.
- **Oportunidade de valor futuro** com participação em veículo relevante no mercado de infra aberta.



PERIMÊTRO

- O negócio tem foco na **infraestrutura de última milha (FTTH+FTTC)**.
- O *backbone* e o *backhaul* da TIM não estão incluídos na operação.
- Os *modems* serão responsabilidade da TIM no modelo de negócio futuro.



PRÓXIMOS PASSOS

- Assinatura esperada para o 1T21.
- Pelos próximos três anos, nosso plano é focar na expansão da cobertura, enquanto fazemos melhorias operacionais, seguindo com a nossa abordagem “OTT friendly”.

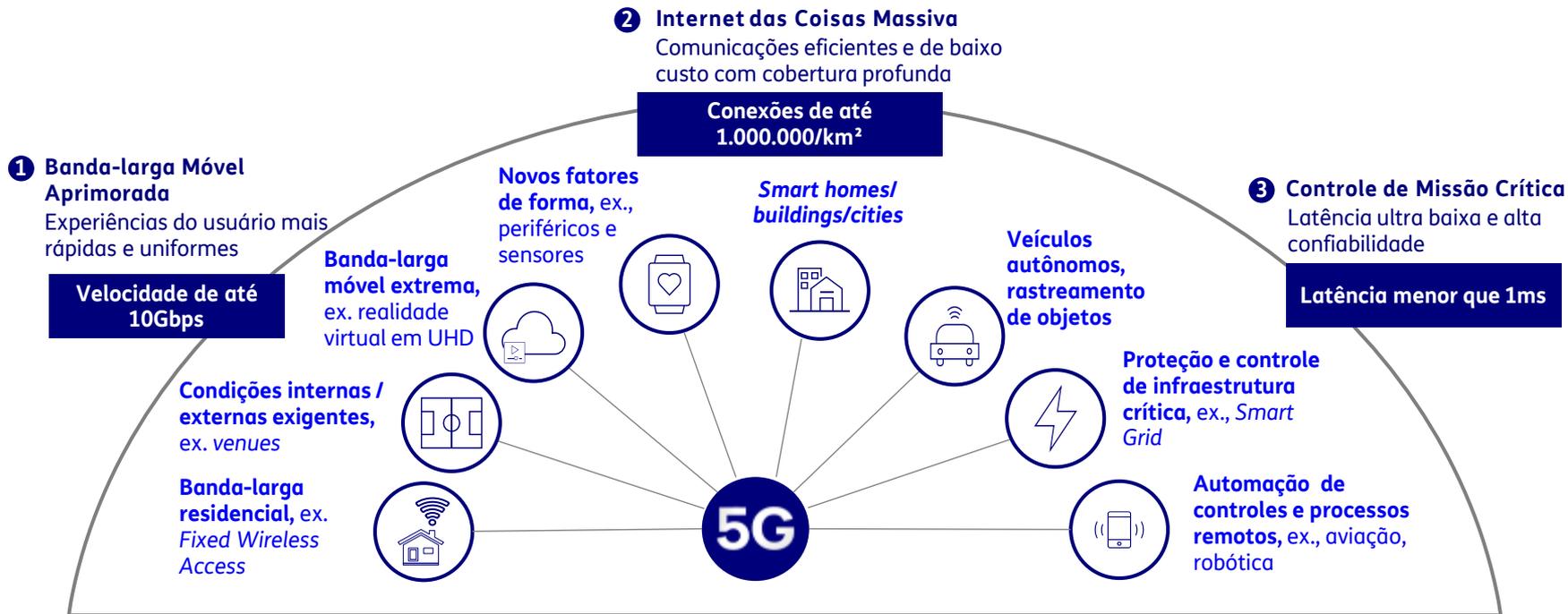


4 ofertas formais
recebidas

Múltiplos EV/EBITDA de dois
dígitos envolvidos



5G vai destravar casos de uso que aprimoram a banda-larga móvel, cases de uso de controle de missão crítica e IoT massivo





Estamos levando a eficiência de “cash cost” para o próximo nível com uma abordagem holística usando 4 alavancas



Melhorar a eficiência dos processos

PDD (por exemplo, desenvolvimento de novos modelos de crédito, melhorias nos sistemas de arrecadação)

Processos legais (por exemplo, modelos preditivos para reduzir as despesas do JEC)



Acelerar a digitalização e a automatização

3S's: self-provisioning, self-healing e self-caring

Impulsionar os canais digitais de venda e atendimento ao cliente (por exemplo, pagamentos digitais)

Aumento no uso de IA e sistemas cognitivos (por exemplo, a URA Cognitiva) em *call centers*, *back office*, operações e no Jurídico

Cloudification (journey to the cloud) diminuindo o *TCO* e permitindo respostas rápidas



Iniciativas tradicionais de eficiência

Processos administrativos
Gestão de pay-roll

Planejamento & Desenvolvimento de TI

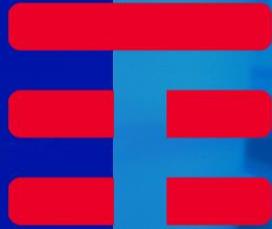


Plano de eficiência energética e de Real Estate

Otimização do espaço de trabalho devido *smart working* e *cloudification*

Aumento no uso de **fontes de energia renováveis**

Reavaliação de compra/venda devido ao IFRS 16



ESTRATÉGIA E POSICIONAMENTO: NOVOS NEGÓCIOS



Estratégia da Plataforma de Clientes TIM: Uma abordagem única que pode gerar valor significativo com start-ups digitais

Abordagem Diferenciada

1

Parcerias estratégicas

Explorar sinergias industriais além de simples acordos comerciais, acelerando o *time to market* e reduzindo o risco de execução e o investimento (desenvolvimento externo).

2

“A melhor das escolhas”

Escolher *players* arrojados que tenham a melhor chance de criar disrupção em suas indústrias e gerar valor.

Onde podemos gerar valor adicional

Core Business

Agregar valor a base de clientes



Aumentar a fidelidade do cliente



Posicionamento único



Redução de custos

Além do Core



Geração de novos fluxos de receita

Melhora do *profiling* dos clientes



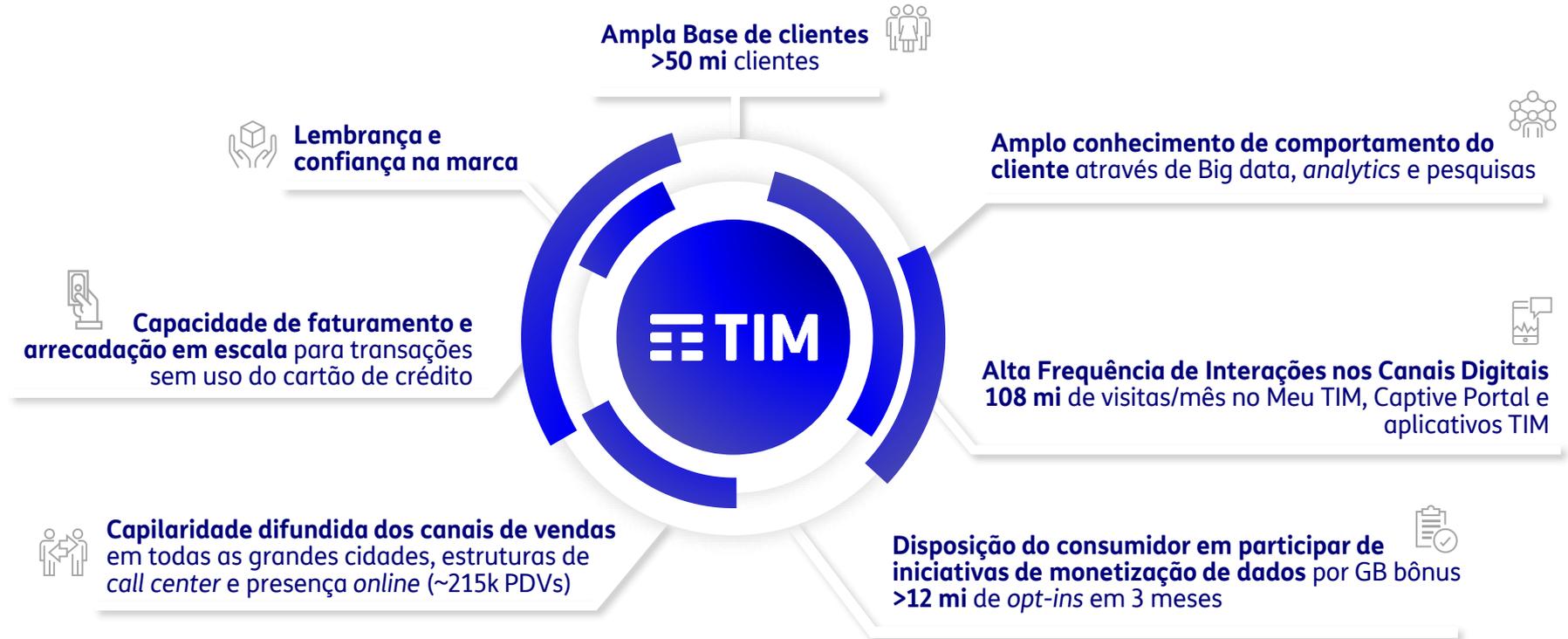
Diversificação de Equity

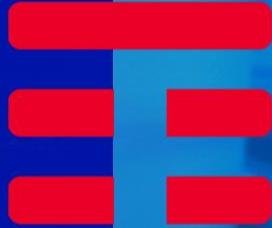


Participação em negócios de alto valor



A TIM possui ativos únicos e competências que habilitam a estratégia de Plataforma de Clientes





M&A



Perímetro da transação com a Oi

Base de clientes



+14,5 mi

40% da base de clientes da Oi Móvel

Mix da base de clientes adquirido

~40%

Pós-pago²

~60%

Pré-pago

Sites e torres

+7,2 mil



Overlap das torres adquiridas

~40%

Nova localização

~60%

Mesma/próxima localização

Espectro

+49 MHz



54% dos holdings de espectro da Oi

Bandas de espectro adquiridas

900 MHz

1.800 MHz

2.100 MHz

2.600 MHz

Preço dos ativos

44,3% do preço de compra dos ativos da Oi (R\$ 6,98 bilhões)

Acordo de Serviço de Transição

Contrato temporário para atender a base de clientes (por exemplo, atendimento suporte, *bill-to-cash*) e manutenção NOC durante a transição (a parte da TIM é de R\$ 318 milhões)

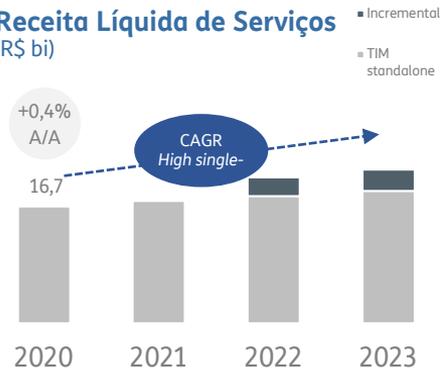
Contrato de capacidade de longo prazo

Contrato de longo prazo para fornecer capacidade de *backhaul/backbone*, com serviços de garantia de conectividade entre as redes *core* e de acesso (a parte da TIM tem um NPV de ~R\$ 476 milhões)²

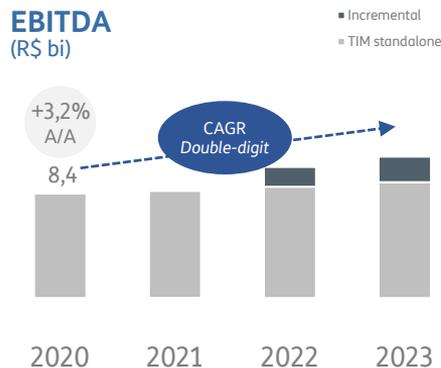


A integração dos ativos da Oi pode transformar a TIM Brasil até 2023

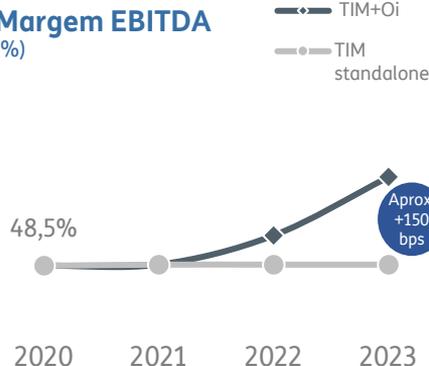
Receita Líquida de Serviços (R\$ bi)



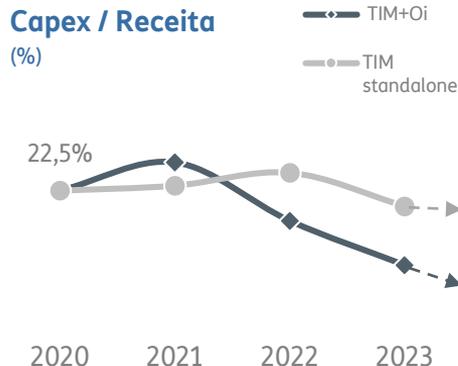
EBITDA (R\$ bi)



Margem EBITDA (%)



Capex / Receita (%)

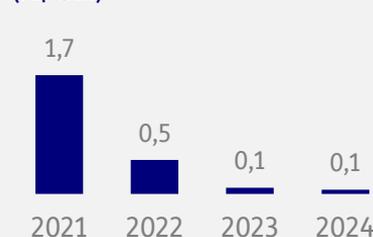


Saldo de caixa e cronograma de amortização da dívida da TIM

Posição de Caixa (R\$ bi)



Financiamentos pré-hedge (R\$ bln)



Financiamento do negócio

Fontes de financiamento

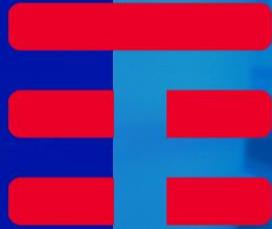
- ✓ Dívida local
- ✓ Posição atual de caixa
- ✓ Caixa gerado pelas operações

Mix de instrumentos a serem utilizados

- ✓ Debêntures
- ✓ Linhas de créditos já contratadas junto a grandes bancos de desenvolvimento brasileiros
- ✓ Acordos bilaterais com bancos estrangeiros (100% protegidos por hedge)

Dívida a ser captada em 2021

- ✓ ~R\$ 6 bi, incluindo refinanciamento da fração da dívida atual que vencerá em 2021



TRANSFORMAÇÃO DO PERFIL DA RECEITA

TIM está bem posicionada para servir a nova demanda, sem legado para defender



Base de Clientes Fixo (MM)

(MM)

Mercado
↓
-7,0%
CAGR



Base de Clientes TV por Assinatura (MM)

(MM)

Mercado
↓
-5,6%
CAGR



Base de Clientes Pós-pago Humano (ex-M2M) (MM)

(MM)

Mercado
↑
+6,3%
CAGR



Base de Clientes Banda Larga (MM)

(MM)

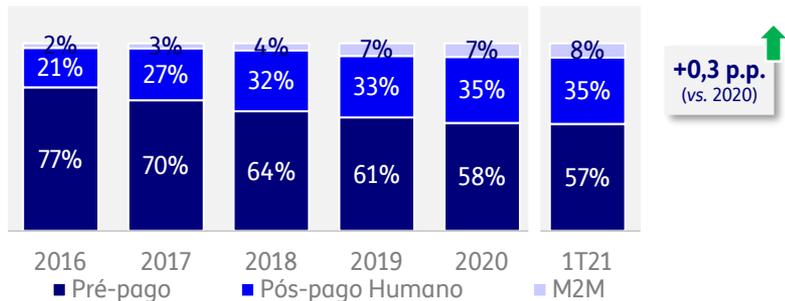
Mercado
↑
+5,1%
CAGR



Processo de transformação da base de clientes em busca de valor, na móvel e na ultra banda larga



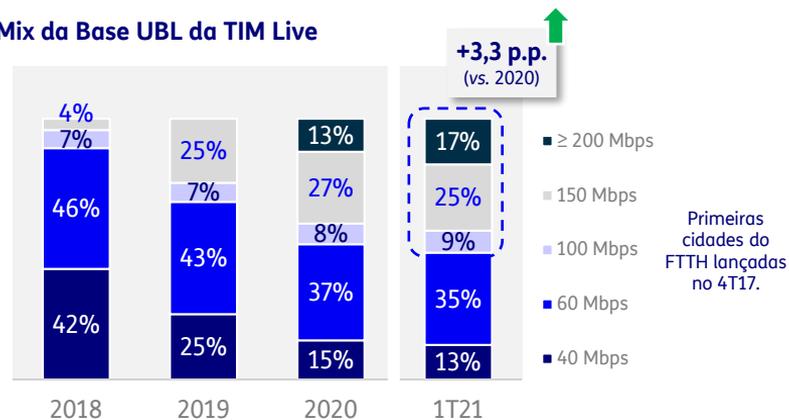
Mix da Base TIM



Mix da Receita de Serviço Móvel



Mix da Base UBL da TIM Live



ARPU TIM Live (R\$/mês)

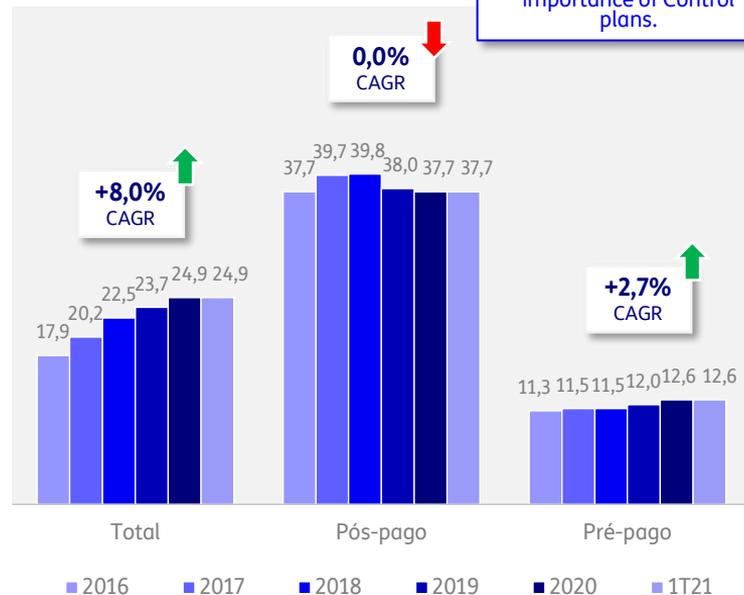


Abordagem para garantir maior captura de valor e sustentar o crescimento



ARPU Móvel

(R\$ / mês, Pro-forma¹)

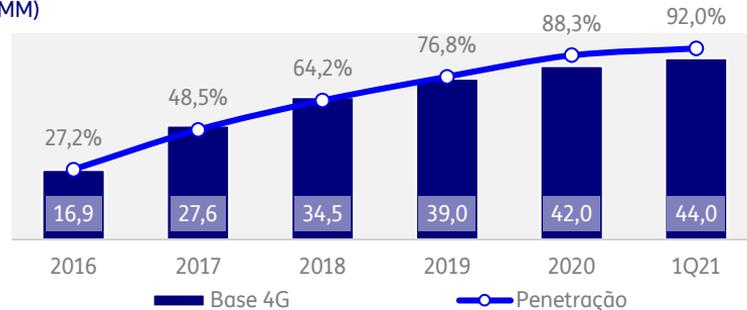


Reduction due to Postpaid mix, with greater importance of Control plans.

Mudança de mix da base, com maior relevância do Pós-pago, foi alavanca para crescimento do ARPU Total. Upgrade para planos de maior valor garantirá este aumento contínuo e de maneira robusta.

Base 4G

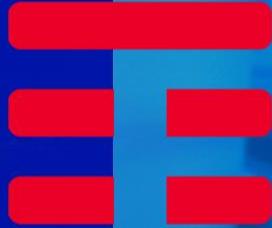
(MM)



BOU

(média MB / mês)





INFRAESTRUTURA

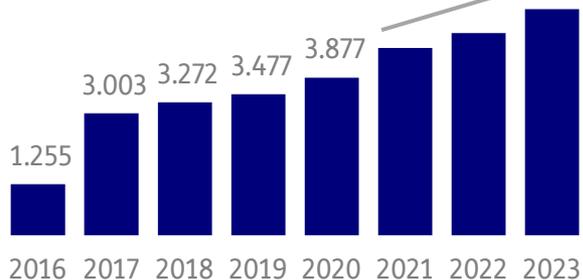


Nossos KPI's 21/23

Evolução 4G (# Cidades)

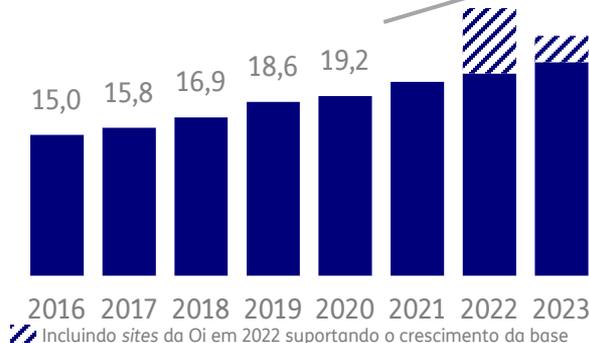
Alcançar 100% dos municípios do Brasil

+ 44%



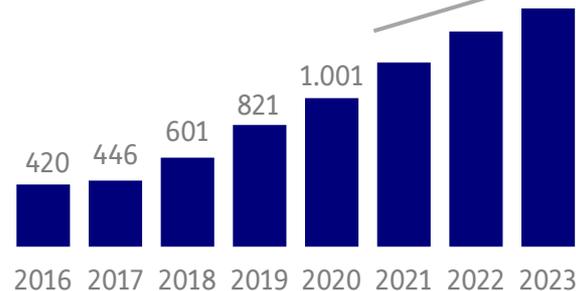
Sites de Acesso (# Sites x1.000)

+ 33%



Evolução FTTCity (# Cidades)

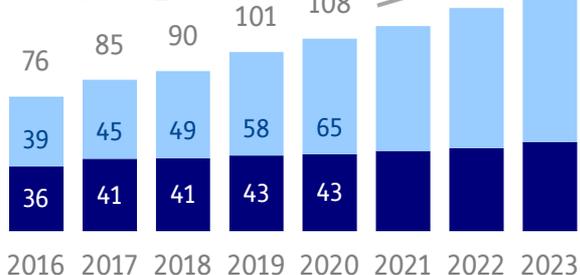
+ 61%



Backbone Fibra Ótica (# Km FO x1.000)

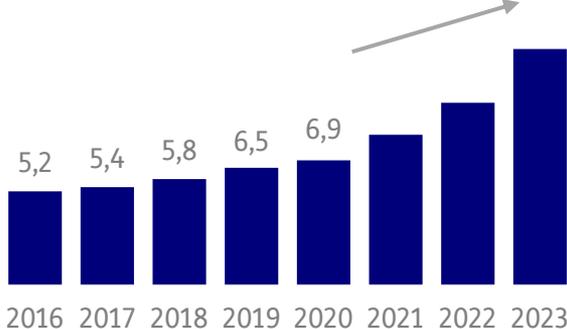
+ 24%

■ SWAP/IRU ■ OWN



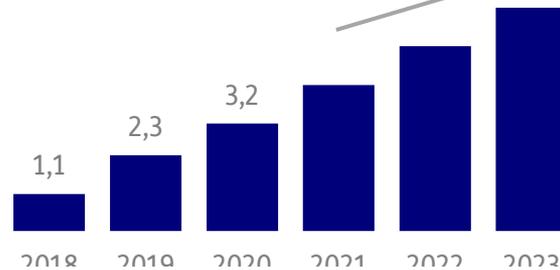
Evolução FTTS (# Sites x1.000)

+ 90%



Cobertura FTTH (# Domicílios x1MM)

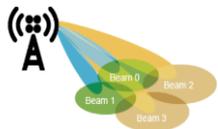
+ 108%



Inovação além do 4G: Massive MIMO e 5G DSS



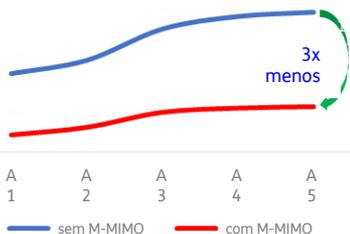
M-MIMO como um pilar da estratégia de Capacidade no 4G



- Ganho esperado no *massive deployment*: até **3x mais capacidade**
- *Avoidance* de novos sites: **2 mil sites de capacidade a menos necessários por ano, reduzindo o TCO¹**
- Os *sites* restantes necessários para densificação serão destinados para a **solução inovadora de Biosite**



Novos sites necessários para capacidade



Implementação do M-MIMO



5G DSS – Dynamic Spectrum Sharing

Investimentos em Rede para **ativar o 5G DSS**

- *Clusters* de 5G nas principais cidades, cobrindo mercados de negócios estratégicos, aproveitando o “Readiness” da TIM no 5G
- **7 clusters ativos:**
 - São Paulo (2)
 - Rio de Janeiro (2)
 - Curitiba (1)
 - Belo Horizonte (1)
 - Brasília (1)
- **3 cidades teste:** Itajubá-MG, B. Gonçalves-RS e Três Lagoas-MS
- Uso do recurso DSS permitindo a **rápida ativação** em sites 5G ready
- Sinergia total com **reforço de capacidade no 4G**, melhorando o CEX através da solução *Massive MIMO*



Cluster na Zona Sul do Rio de Janeiro

LTE-only Low Band



DSS between LTE & NR



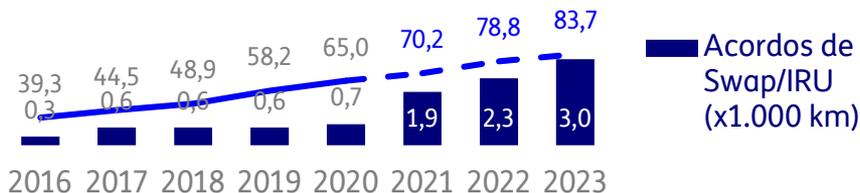
Refarming to NR





Eficiência – Abordagem de Smart Capex para ampliar a cobertura e aumentar a capacidade da rede móvel

INOVAÇÃO POR MEIO DE ACORDOS DE COMPARTILHAMENTO DESDE 2013 BUSCANDO OTIMIZAR O TCO1 E MELHORAR O CEX



COMPARTILHAMENTO DE ACESSOS

2013

RAN Sharing do 4G em 2,6 GHz
TIM e Oi
1º Acordo na América Latina

2015

RAN Sharing do 4G em 2,6 GHz
TIM, Oi e Vivo
Vivo entra em acordo

2019

Expansão da Cobertura e do Single Grid
Switch-off do 2G
TIM e Vivo
1º Acordo Consolid. p/ cidades <30 mil hab.

2021-'23

Expansão do Single Grid: +350 cid. (cada)
Consolid. Single Grid: +800 cid. potenciais (cada)
Switch-off 2G: +6.000 sites potenciais (cada)

COMPARTILHAMENTO DE FIBRA ÓPTICA

Acordos de longa distância, de fibra óptica metropolitana e de swap de dutos, expandindo a conectividade na fibra óptica

Sky Coverage – Eficiente e Unplugged

Novo modelo de negócio para alavancar a cobertura:

- ✓ Expansão da cobertura para locais anteriormente não viáveis economicamente
- ✓ Modelo de Negócio Disruptivo
- ✓ Soluções adequadas com ELC (Extreme Low Cost) e ESG



Metas de cobertura:

- ✓ Distritos e vilas ~1,4 mil
- ✓ Estradas ~6.000 Km
- ✓ Resorts e Pontos Turísticos >40

Biosites (Densidade e capacidade)

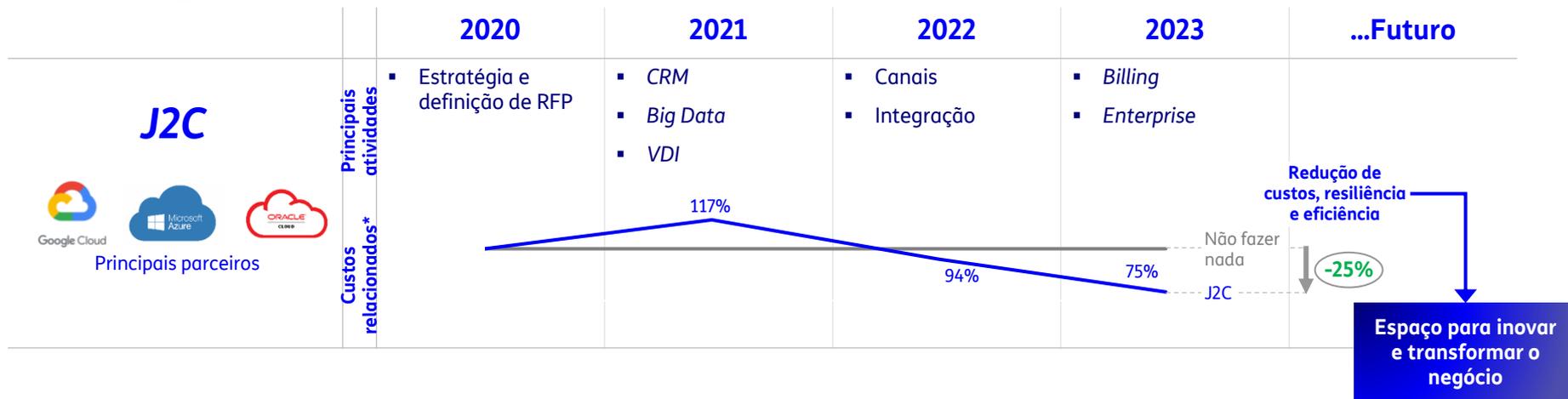
- ✓ Solução principal para densificação de sites de capacidade
- ✓ Menor footprint para implementação de infraestrutura
- ✓ Multifuncionalidade: torre de telecom, iluminação pública, câmeras de vigilância
- ✓ Menor impacto visual em harmonia com o meio ambiente
- ✓ Implementação rápida e eficiente economicamente

Número de Biosites implementados e planejados ('000)





Journey to Cloud: Benefícios



Benefícios do Negócio

- Entregar **disponibilidade best-in-class** para os clientes da TIM
- Minimizar time-to-market** para o nosso negócio
- Garantir o **melhor trade-off entre excelência do serviço e despesas**
- Definir/Otimizar** a atual estratégia de ativos de DC



Benefícios da Tecnologia

- Harmonizar a estratégia de evolução em todo o departamento de tecnologia**
- Maior alinhamento** à estratégia de tecnologia do grupo
- Padronização** de processos, ferramentas e tecnologias
- Garantir **agilidade, disponibilidade e segurança da infraestrutura**
- Voltar a focar na diferenciação nas **capacidades dos DCs e habilidades relacionadas**



EVOLUÇÃO FINANCEIRA

Ajustes na estratégia e execução recuperaram os resultados da TIM e puseram a empresa no caminho da sustentabilidade financeira

Receita Líquida Total

(R\$ Bi)



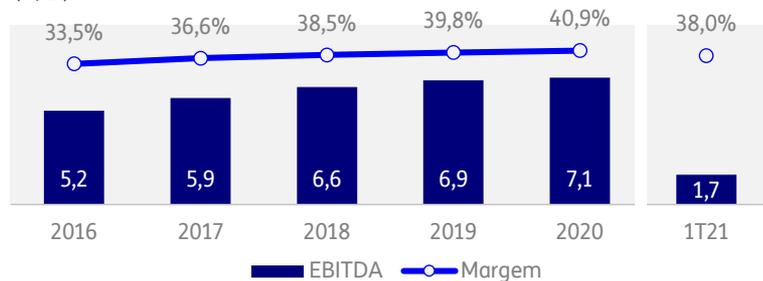
Receita Líquida de Serviços

(R\$ Bi)



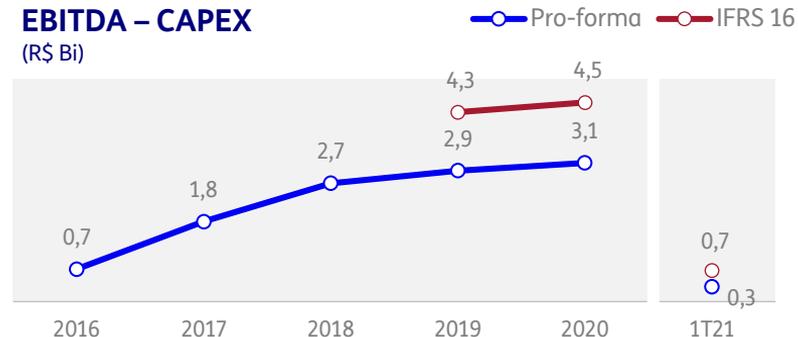
EBITDA e Margem EBITDA

(R\$ Bi)



EBITDA – CAPEX

(R\$ Bi)

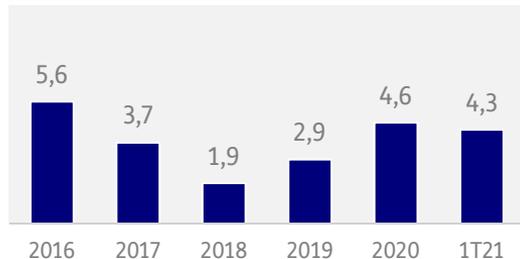


Sólida posição financeira, com manutenção de um balanço forte e aumento da distribuição aos acionistas



Posição de Caixa¹

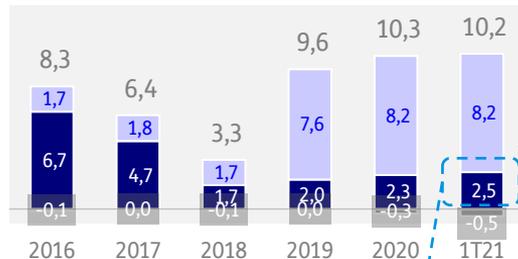
(R\$ bi)



Dívida Bruta²

(R\$ bi)

■ Posição em Derivativos ■ Bancos ■ Leasing



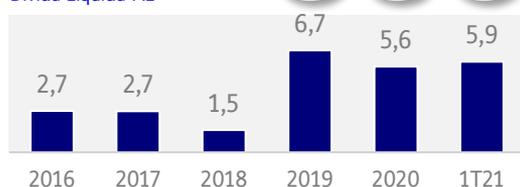
Custo de Financiamento vs Yield de Investimentos (média a.a.)



Dívida Líquida

(R\$ bi)

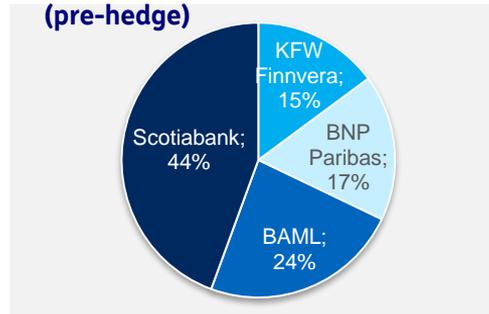
Dívida Líquida-AL³



Dívida Líquida / EBITDA 12M⁴

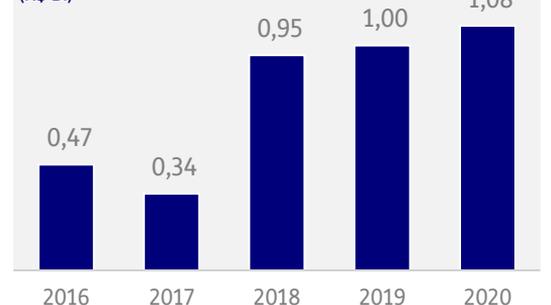
0,45x 0,22x 0,07x 0,82x 0,67x 0,70x

Dívida Bancária por Credor (pre-hedge)



Dividendos e JCP Declarados

(R\$ Bi)



(1) Caixa, equivalentes de caixa e investimentos de curto prazo; (2) A posição de derivativos exclui o bônus de subscrição no capital do Banco C6 (Nota Explicativa número 36 do ITR). Leasing relacionado à venda de torres, projeto LT Amazonas e contratos de arrendamento com prazos superiores a 12 meses, conforme estabelecido pelo IFRS 16; (3) A Dívida Líquida-Depois Leasing não considera quaisquer passivos de leasing circulantes e não circulantes; (4) EBITDA normalizado.

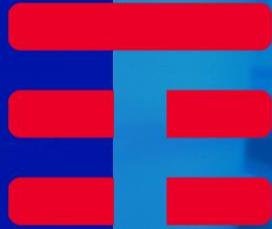
Investindo de maneira inteligente e eficiente, priorizando a infraestrutura móvel e de fibra ótica



Evolução do CAPEX

(R\$ bi, Pro-forma¹)





PERSPECTIVAS

Guidance de mercado 21-23 mostra crescimento da Receita e do EBITDA, e impacto positivo vindo do M&A



MÉTRICAS DO GUIDANCE

Sustentabilidade de do Crescimento da Receita

Melhora da Rentabilidade

Desenvolvimento da Infraestrutura

Expansão da Geração de Caixa

METAS DE CURTO PRAZO (2021)

Crescimento da Receita de Serviços:

Mid single digit (A/A)

Crescimento do EBITDA:

Mid single digit (A/A)

(incluindo custos de preparação)

Capex:

~R\$ 4,4 bi

(incluindo investimentos de preparação)

EBITDA-Capex sobre a Receita:

~24%

(incluindo custos de preparação e investimentos)

METAS DE LONGO PRAZO

Crescimento da Receita de Serviços (CAGR '20-'23):

Mid single digit standalone

High single digit, combinando os ativos da Oi

EBITDA Growth (CAGR '20-'23):

Mid single digit standalone

Double digit, combinando os ativos da Oi

Capex (acumulado 2021-'23):

~R\$ 13,0 bi standalone

~R\$ 13,5 bi, combinando os ativos da Oi

(Capex sobre as receitas declinando a partir de 2022, combinando os ativos da Oi)

EBITDA-Capex sobre a Receita:

≥ 29% em 2023, combinando os ativos da Oi

READY

- ✓ 5G: leilão e lançamento
- ✓ Carve-out dos ativos de Fibra

(elementos não incorporados em sua totalidade nos números do plano)

Potencializando iniciativas que ampliam nosso impacto ESG

Legenda
do
new*
↑ Novo compromisso
↑ Incremento de meta

Environmental
Queremos ser verdes

Habilitadores

- Aumentando a **eficiência** e aproveitando a redução de custos da **energia verde**
- Desenvolvendo **data centers em nuvem** para oferecer mais aos nossos clientes com menos impacto das operações
- Desmobilizando tecnologias obsoletas por meio de **inovação** e **compartilhamento de infraestrutura**
- Promovendo a gestão eficiente e responsável de **resíduos sólidos**

Social
Novos recursos são fator chave para manter a liderança

- Promovendo um **ambiente inclusivo**, com **igualdade** de oportunidades, valorização dos **talentos** e cuidado com a **saúde e integridade** dos colaboradores
- Desenvolvendo a **educação digital** para apoiar a demanda por conectividade
- Mantendo o **Instituto TIM** como referência em projetos de **ST&I e de educação**
- Estendendo o acesso à **conectividade** 4G a todos os municípios do Brasil

Governance
Mecanismos eficientes para equilibrar de maneira justa os interesses de todos stakeholders

- Mantendo os reconhecimentos de uma empresa com o **mais alto nível de comprometimento** com a transparência e governança corporativa
- Disseminando os princípios **ESG aos fornecedores de alto risco**
- Adotando as melhores práticas relacionadas à **compliance, segurança da informação, proteção e privacidade de dados**
- Promovendo o **empoderamento do cliente** através da **transformação digital**

Compromissos	Metas	
Carbono neutro (tCO2e, escopos 1 e 2)	-100%	2030
Ecoeficiência no tráfego de dados ¹ (bit/Joule)	+80%	2025
Energia renovável	≥90%	
Emissões indiretas ¹ (tCO2e, escopo 2)	-70%	2023
Reciclagem de resíduos sólidos	≥95%	
Engajamento (por ano)	≥80%	2023
Colaboradores negros	≥40%	
Mulheres na liderança	≥35%	2023
Colaboradores treinados na cultura ESG	≥99%	
Colaboradores treinados em capacidades digitais	+5.000	2023
Presença 4G	100%	
Reclamações de clientes ¹ (órgão regulador)	-50%	2022
ISE, Novo Mercado e Pró-Ética	Manter	
ISO 14001 e ISO 9001	Manter	2022
ISO 27001 e ISO 37001	Obter	



Para maiores informações

ri.tim.com.br

E-mail: ri@timbrasil.com.br

Telefone: +55 21 4109-4167

Vicente Ferreira

E-mail: vdferreira@timbrasil.com.br

Camila Assano

E-mail: cacruz@timbrasil.com.br

Guilherme Kopke

E-mail: gknascimento@timbrasil.com.br