



Você, sem fronteiras.

RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2014



A TIM

APRESENTAÇÃO

A TIM Participações S.A. é uma *holding* que presta serviços de telecomunicação – telefonia móvel, fixa local e de longa distância e transmissão de dados –, priorizando soluções diferenciadas e inovadoras para manter seus clientes sempre conectados. Em 2014, manteve-se como a operadora brasileira líder no segmento de celulares pré-pagos e continuou a ser a única empresa do setor presente no Novo Mercado, da BM&FBovespa, reconhecido como nível máximo de governança corporativa. O serviço de ultra banda larga Live TIM foi apontado (por pesquisas feitas por provedores internacionais de conteúdo, como Netflix e Steam) como o mais rápido e confiável do país. E, entre as principais empresas do setor, foi a companhia menos demandada pelo Procon, segundo a Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon). Essas e outras conquistas no ano refletem o ritmo constante de evolução e expansão da companhia, que prevê investimentos totais de R\$ 14 bilhões no triênio 2015-17 em sua infraestrutura, em seus serviços e em seus produtos, incremento de quase 30% em relação ao triênio 2014-16.

CONQUISTAS EM 2014 EXPANSÃO EM BANDA LARGA MÓVEL

No leilão do espectro de 700 MHz para a tecnologia móvel 4G, promovido pela Anatel em setembro, a TIM alcançou seu objetivo ao adquirir o direito de uso da radiofrequência sobre o Lote 2, que representará um investimento de R\$ 2,877 bilhões; R\$ 1,678 bilhões já pagos para uso do espectro e R\$ 1,199 bilhões a serem pagos entre 2015 e 2018 para a constituição, junto com as demais operadoras vencedoras do leilão, da Entidade Administradora do Processo de Redistribuição e Digitalização de Canais de TV e RTV – a EAD. A radiofrequência na faixa de 700 MHz será muito importante para a ampliação da rede de dados móveis no país, ao oferecer uma qualidade de navegação ainda melhor na quarta geração e permitir que o serviço chegue a um maior número de usuários.

BOM DESEMPENHO NA COPA DO MUNDO

O balanço de seu desempenho de rede durante a Copa do Mundo, em junho e julho de 2014, foi muito positivo. Durante as 64 partidas do mundial no Brasil, a operadora registrou um tráfego de 8,6 TB, cerca de um terço do total de dados trocados durante o evento. A maior parte do tráfego de dados da rede foi cursada

2014 em números

75,7 milhões

de clientes, dos quais 63,2 milhões são usuários pré-pagos



Presença em

3.433

cidades brasileiras



2,1 milhões

de novos usuários de celular pré-pago



12 milhões

de celulares vendidos, sendo líder na venda de *smartphones* entre as quatro maiores operadoras



117%

de crescimento na base de usuários do Live TIM



55 mil km

de cabos de fibra ótica instalados



13.565

colaboradores



no 3G (60%), seguido por Wi-Fi (26%), 4G (12%) e 2G (2%), levando-se em consideração o tráfego total da operadora nos 12 estádios das cidades-sede da Copa. Já nos seis estádios em que o Wi-Fi esteve funcionando, a tecnologia respondeu por 45% do tráfego.



TRANSPARÊNCIA

A transparência é um dos valores em destaque no Código de Ética e de Conduta da TIM, o que inclui o fortalecimento de relacionamentos internos e externos fundamentados em princípios de lealdade e troca de informações.

GOVERNANÇA CORPORATIVA

A TIM Participações S.A. é uma sociedade por ações, de capital aberto, administrada pelo Conselho de Administração e pela Diretoria e, ainda, supervisionada pelo Conselho Fiscal. O Conselho de Administração acompanha o desempenho da companhia em reuniões mensais e conta com o apoio de três comitês: Comitê de Remuneração, Comitê de Controle e Riscos e Comitê de Auditoria Estatutário.

PERENIDADE DOS NEGÓCIOS CERTIFICAÇÕES AMBIENTAL E DE QUALIDADE

Como resultado de nossos esforços contínuos na busca da melhoria dos processos internos e dos serviços prestados aos nossos clientes, mantivemos, em 2013 e 2014, três importantes certificações internacionais, das quais duas receberam ampliação em 2012. A certificação ISO

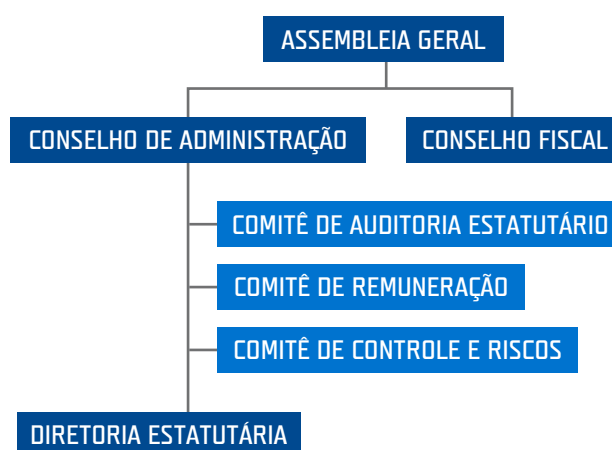
14001:2004 – Gestão Ambiental, voltada para as atividades de gerenciamento e operação de rede da TIM Celular, foi estendida para os estados do Rio de Janeiro, do Espírito Santo e de São Paulo.

A segunda certificação, ISO 9001:2008 – Gestão da Qualidade, referente ao gerenciamento de rede da TIM Celular, também foi ampliada em 2012 e mantida em 2013 e 2014. O escopo passou a cobrir todo o território nacional, integrando ainda mais

os processos internos da companhia com foco no cliente e na melhoria contínua.

No início de 2014, a empresa também apresentou a abrangência da ISO 9001:2008 nos processos de gestão do faturamento pré-pago GSM da operadora para telefonia móvel, além da certificação já existente para os processos de gestão do faturamento pós-pago. Essas ações reforçam o compromisso da TIM com a qualidade dos serviços prestados e a preocupação com o meio ambiente.

INSTÂNCIAS DA GOVERNANÇA CORPORATIVA





COMPROMETIMENTO

A busca do equilíbrio entre as três dimensões da responsabilidade corporativa (econômica, social e ambiental) ajuda a direcionar a TIM no cumprimento de seu Propósito.

NOSSO PROPÓSITO

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

Visando uma atuação mais focada e assertiva em todas as suas áreas de interesse, a TIM renovou em 2014 seu Propósito como empresa. Trata-se de um compromisso que propõe uma relação personalizada e colaborativa com nossos clientes, funcionários e demais segmentos da sociedade, com os seguintes valores:

Nossos Valores

- Cuidar do cliente
- Transparência
- Inovação
- Comprometimento
- Agilidade

NOSSAS POLÍTICAS

Para alinhar as ações internas com os preceitos de integridade e melhores práticas, a TIM Participações e suas

controladas contam com uma estrutura de políticas específicas. As íntegras de algumas das políticas destacadas abaixo podem ser acessadas no *site* de relações com investidores (<http://ri.tim.com.br/show.aspx?idCanal=5ZfVncWehunt36yZkGeKCw>).

- Política de Privacidade de Dados de Clientes
- Política de Responsabilidade Social
- Política de Saúde Ocupacional e Segurança no Trabalho
- Política Ambiental
- Política de Mudanças Climáticas
- Código de Conduta para os Negócios
- Política de Defesa da Concorrência
- Política de Contratação com Partes Relacionadas
- Política de Relacionamento com Fornecedores no Processo de Compras
- Política de Engajamento
- Política de Comunicação de Marketing
- Política de Gestão de Riscos Corporativos
- Política Anticorrupção
- Política para a Gestão de Conflito de Interesses

MODELO ORGANIZATIVO

O Modelo Organizativo da TIM, adotado com base no Decreto Legislativo da Itália

n.º 231/01, na Lei Anticorrupção (n.º 12.846/2013) e em normas internacionais como a Foreign Corrupt Practices Act (FCPA) e a UK Bribery Act, deve ser adotado por todos os integrantes da companhia, de forma a otimizar os sistemas de controle já existentes e 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.

COMPROMISSOS TIM

Além das políticas e dos códigos internos, a TIM ratifica o seu compromisso com demandas sociais, ambientais e éticas ao participar de diferentes iniciativas e tratados globais.

Pacto Global

Signatária desde 2008, a TIM internaliza os dez princípios do Pacto Global, iniciativa da Organização das Nações Unidas (ONU), em sua estratégia, em sua cultura e em suas operações diárias.



Pacto Global Rede Brasileira
WE SUPPORT

Direitos humanos

1 As empresas devem apoiar e respeitar a proteção dos direitos humanos reconhecidos internacionalmente; e

2 assegurar-se de sua não participação em violações desses direitos.

Trabalho

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

Meio ambiente

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

Corrupção

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

GRI

Desde 2008, a TIM utiliza a metodologia da Global Reporting Initiative (GRI), a mais difundida mundialmente para a elaboração de relatórios de sustentabilidade e que permite a comparação dos resultados econômicos, sociais e ambientais das companhias.

CDP

Desde 2007, a TIM responde aos questionários do CDP (maior base de dados sobre gases de efeito estufa do mundo) a respeito de suas emissões de gases de efeito estufa (GEE) e de sua estratégia com relação às mudanças climáticas.

Empresas Pelo Clima (EPC)

Participante desde 2010 da plataforma Empresas pelo Clima (EPC), ação que busca mobilizar lideranças empresariais para a gestão e a redução das emissões de GEE.

Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE)

Desde 2008, a TIM integra a carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), criado pela BM&FBovespa.

Índice Carbono Eficiente (ICO2)

Desde 2010, a TIM integra a carteira do Índice Carbono Eficiente (ICO2), da BM&FBovespa.

CONECTAR E CUIDAR DE CADA UM

A antiga Missão da TIM foi substituída por um novo Propósito: Conectar e cuidar de cada um para que todos possam fazer mais. Ao mencionar “cada um”, a empresa resume seu desempenho no tocante aos resultados econômicos, ao relacionamento com os clientes e à preocupação com o meio ambiente, a responsabilidade social, a gestão de pessoas e o desenvolvimento sustentável.

CUIDAR DO NEGÓCIO: DESEMPENHO ECONÔMICO

Diante de um cenário influenciado por diversos desafios macroeconômicos, que também têm reflexos no setor de telecomunicações, a TIM exhibe números muito positivos em relação ao desempenho de 2014. Registrou-se crescimento na base de usuários no pré-pago (na qual a empresa continuou na liderança nacional) e também no pós-pago. A aceleração também foi percebida entre a base de usuários de dados. Essa *performance* operacional alavancou o bom resultado financeiro, com o aumento da rentabilidade e a maior margem Ebitda desde 2010, favorecida pelo crescimento no serviço de dados e pelos esforços de controle de custos. A operação de *turnaround* do segmento de usuários fixos obteve um sucesso inegável, com um crescimento real de mais de 25% durante o ano.

CUIDAR DO CLIENTE

São vários os canais para recebimento de sugestões e críticas dos clientes. A Central de Relacionamento (CRC) conta com quatro *sites* próprios em capitais (Curitiba, São Paulo, Rio de Janeiro e Recife) e outros sete *sites* terceirizados. O sistema Customer Relationship Management (CRM) registra todos os contatos (em caso de atendimento telefônico), e as respostas são dadas *online* ou em até cinco dias, em casos que demandam análises mais detalhadas. Ainda por telefone, os clientes podem acessar o Portal *144# e – com o uso da tecnologia Unstructured Supplementary Service Data (USSD, ou serviço de dados suplementares não estruturado) – ativar diversos serviços de forma automatizada, no próprio celular. Por fim, ainda há o autoatendimento via Unidade

de Resposta Audível (URA), com opções como bloqueio e desbloqueio de linhas e solicitação de segunda via da fatura.

No portal www.tim.com.br, um *chat online* está à disposição para interação direta e em tempo real com atendentes. No Twitter, o perfil @TIMAjuda é outro canal para o esclarecimento de dúvidas. As lojas-conceito TIM Store têm suas portas abertas para fazer o atendimento de pós-venda aos usuários, oferecido por funcionários treinados. Os colaboradores da TIM também podem expor dúvidas e problemas relatados por clientes através do canal Fale pelo Cliente, que usa a intranet da empresa para remeter as questões diretamente ao CRM. É possível, ainda, receber contatos por *fax*, carta e *e-mail*.

CUIDAR DO MEIO AMBIENTE

A TIM estimula a conscientização ambiental de seus funcionários e clientes. E mantém um compromisso permanente pela minimização dos impactos ambientais de suas operações e pela otimização e economia no uso de recursos naturais e matérias-primas.

MELHORIA CONTÍNUA E PREVENÇÃO DA POLUIÇÃO

A TIM procura sempre a evolução em seus processos e atividades, visando não apenas a uma maior eficiência, mas também à consequente redução dos impactos no meio ambiente.

Mudanças climáticas e emissões de GEE

A TIM monitora suas emissões de gases do efeito estufa (GEE) anualmente, com o levantamento das informações de entrada e a estimativa de emissões calculadas com base nas referências vigentes. A mensuração é feita de acordo com as ferramentas do GHG Protocol (metodologia difundida mundialmente para contabilização de emissões de GEE) e é orientada também pelas diretrizes e fatores de emissão do International Panel for Climate Change (Painel Internacional sobre Mudanças Climáticas – IPCC). Os resultados do inventário de emissões GEE são divulgados em diversos meios, incluindo os *websites* do CDP e do Registro Público de Emissões e o portal da TIM na internet.



Para o ano-base 2014, o inventário de GEE da TIM foi assegurado, pelo quarto ano, por terceira parte independente, medida que garante mais transparência e confiabilidade às informações. Essa prática rendeu, pela terceira vez consecutiva, o selo Ouro GHG Protocol (referente ao inventário de GEE de 2013).

Impactos ambientais dos produtos e dos serviços

As estações radiobase (ERBs) da TIM geram impactos em duas fases: primeiramente, durante a construção de suas estruturas e, depois, quando em operação, com a emissão de ruídos e de radiação não ionizante. Todas as ERBs têm licença da Anatel para operar, mantida com a comprovação, via relatórios de conformidade teóricos e medições, de que a radiação não ionizante emitida está dentro dos limites permitidos pela Organização Mundial da Saúde (OMS), padrão adotado pela própria Anatel. Como diretriz básica, as ERBs são implantadas em locais permitidos pelo órgão competente local e autorizadas por meio de licenças urbanísticas e ambientais (quando aplicáveis).

GESTÃO DE RESÍDUOS

É compromisso da Política Ambiental da TIM a busca de minimização da produção de resíduos e o incentivo a

formas de reaproveitamento e reúso dos mesmos, por meio da coleta seletiva, da reciclagem e da recuperação de valor contido em materiais descartados. O Programa de Gerenciamento de Resíduos (PGR) orienta os esforços de racionalização de coleta e descarte de materiais em toda a empresa. A coleta seletiva de resíduos (recolhimento de papel, papelão, plástico, alumínio e não reciclável) é feita nas sedes administrativas e nos prédios industriais. O lixo orgânico é destinado à coleta pública (de responsabilidade dos municípios ou de fornecedores terceirizados). O material reaproveitável e/ou reciclável é destinado às cooperativas cadastradas ou a fornecedores habilitados para a prestação desse serviço. Também há um programa de descarte correto das lâmpadas queimadas, por meio de empresas habilitadas contratadas.

CONSUMO DE RECURSOS

Em 2014, a TIM continuou a investir em ações para reduzir o desperdício de recursos naturais e demais insumos, o que reduz os impactos de suas operações e contribui para a redução de custos, visando ao consumo consciente da água, da energia elétrica e de materiais diversos.

Diversas iniciativas de aumento da eficiência energética foram realizadas em 2014. Com a modernização da rede

de acesso (*swap 2G*), novos e modernos equipamentos substituíram as antigas estações-base *transceiver* (BTS 2G), com aumento de capacidade e redução de consumo. Mais de dois terços (68,3%) da rede 2G foram modernizados; o mesmo aconteceu com 92,3% da rede 3G. O projeto de implantação de *biosites*, modelo inovador de antena que propicia menor impacto ambiental e menos consumo de energia, contabilizou, ao fim de 2014, um total de 23 *biosites* ativados. O acordo de RAN *sharing* para a rede 4G, firmado com a Oi e aprovado pela Anatel no início de 2013, reduziu o esforço de manutenção e operação e ampliou a eficiência, com a responsabilidade da implantação dividida meio a meio entre a TIM e a Oi.

CUIDAR DA SOCIEDADE

Cuidar de cada um é também cuidar da sociedade como um todo. Em 2014, a TIM realizou várias iniciativas bem-sucedidas em campos como educação, ciência e transformação social, sempre buscando meios inovadores para promover o desenvolvimento humano. A Política de Responsabilidade Social Corporativa apresenta as diretrizes seguidas pela TIM em questões como saúde e segurança, valorização da diversidade, trabalho infantil e trabalho forçado ou compulsório, liberdade de associação e direito a negociação coletiva, discrimina-



ção e assédio moral e sexual, horário de trabalho e remuneração.

No âmbito do voluntariado, o programa Cidadão Sem Fronteiras incentivou o comprometimento individual dos colaboradores com ações que beneficiaram crianças, jovens, idosos e famílias inteiras, dando apoio a instituições de assistência social. Todos os funcionários ganham a liberação de um dia de trabalho por ano para se dedicar a atividades voluntárias.

INSTITUTO TIM EM 2014

Com a missão de criar e potencializar recursos e estratégias para a democratização da ciência, da tecnologia e da inovação, que promovam o desenvolvimento humano no Brasil tendo a tecnologia móvel entre os principais habilitadores, o Instituto TIM foi fundado, em 2013. Hoje, mantém mais de 60 parcerias com prefeituras municipais, secretarias estaduais de Educação, ministérios (Ciência e Tecnologia, Cultura e Educação) e outras organizações, com as quais colabora para viabilizar projetos de educação, cultura, promoção da cidadania e inclusão social. Os investimentos do Instituto TIM somaram mais de R\$ 15 milhões no ano, impactando positivamente cerca de 70 mil pessoas, em mais de 250 cidades do país. Conheça mais sobre a atuação do Instituto no *site* www.institutotim.com.br.

CUIDAR DAS PESSOAS

Ao fim de 2014, a TIM contava com 13.565 colaboradores. A empresa investe em programas permanentes de ensino e capacitação, incluindo graduação (apoiando 162 colaboradores no Ensino Superior), formação internacional e treinamentos técnicos e institucionais específicos, desenhados para a melhoria do desempenho operacional e uma plena adaptação a novos desafios e condições de trabalho. Em 2014, a empresa investiu um total de R\$ 14.300 mil em treinamentos para os colaboradores. Outros R\$ 961 mil foram aplicados em cursos de educação formal (como graduação, MBA e formação internacional).

ENGAJAMENTO DOS PÚBLICOS DE INTERESSE

Além das iniciativas de contato e relacionamento com clientes, colaboradores, comunidades locais e a sociedade em geral descritas neste capítulo, a TIM mantém contato permanente com seus *stakeholders*, seguindo os preceitos definidos em sua Política de Engajamento, que prevê o diálogo e maior envolvimento dos principais públicos de interesse.

Para os clientes, as principais formas de engajamento são: os canais de atendimento – Centro de Relacionamento com o Cliente (CRC), Meu TIM, Portal *144# e as Unidades de Resposta Audível (URA)

–, nos quais podem ser feitas solicitações, consultas, dúvidas, reclamações e alterações de dados; as redes sociais (Twitter – (@timimportim e @TIM_Ajuda); as pesquisas mensais de satisfação; e o Fale pelo Cliente, usado pelos funcionários para endereçar solicitações.

Além disso, um dos destaques no eixo de transparência com o cliente é o *site* Portas Abertas, (<http://portasabertas.tim.com.br>), portal de relacionamento no qual é possível acompanhar a progressão na instalação de antenas, a ampliação da rede e a expansão da cobertura.

Com relação aos acionistas, as principais formas de engajamento são o *site* de RI (<http://ri.tim.com.br>), com informações pertinentes e serviços integrados aos provedores de capital, e o canal Fale com RI, para esclarecimento de dúvidas e envio de informações.

A comunidade e as organizações da sociedade civil também são contempladas por diversas ações, incluindo os canais de contato via *e-mail* (respsocial-corp@timbrasil.com.br, projetosocial@timbrasil.com.br e ssma@timbrasil.com.br) e escritórios regionais, além de campanhas de doação, voluntariado e investimentos em causas e projetos de ação social, incluindo o apoio a iniciativas sociais, ambientais, culturais e educacionais.



INOVAÇÃO E AGILIDADE

A TIM busca continuamente as melhores tecnologias e soluções para garantir o melhor serviço aos seus clientes. Por meio de investimentos e parcerias estratégicas para pesquisa e desenvolvimento com foco na internet móvel, as ações da empresa no segmento já demonstraram resultados satisfatórios nos últimos anos.

Em 2014, os esforços foram orientados por quatro pilares básicos: ampliação (aumento da capacidade das antenas existentes, instalação de novas antenas e expansão de fibra ótica), otimização da rede (ajustes em equipamentos e processos para minimizar ruídos e interferências), resiliência (ações preventivas para evitar falhas e quedas de serviços) e atendimento (expansão e aperfeiçoamento dos canais de atendimento).

PRODUTOS E SERVIÇOS

Telefonia móvel

Duas plataformas distintas, que permitem que o cliente seja pré-pago (Infinity) ou pós-pago (Liberty). No primeiro, a cobrança não acontece por minuto, mas sim por chamada. Também há planos específicos para turistas que buscam o serviço apenas para sua estada no Brasil. A base de clientes dessa plataforma cresceu 3,4% em 2014. O plano Liberty também oferece ligações para qualquer TIM com um valor fixo mensal.

Ultra banda larga fixa (Live TIM)

Serviço oferecido desde 2012, o Live TIM alcançou 130 mil usuários em 2014, um crescimento de 117% na comparação com o ano anterior.

Internet móvel

Os planos de dados da internet móvel apresentaram um significativo aumento, com a expansão da tecnologia 4G para mais 15 cidades brasileiras.

Soluções corporativas

Lançado em 2013, o Live Tim Empresas conta com o diferencial de ser um serviço de internet banda larga com preços competitivos. Em 2014, a TIM entrou no mercado de segurança de dados, com o serviço anti-DDoS. O público é formado pelas empresas de grande porte que possuem alto tráfego de dados, de diversos setores.

Smartphones e tablets

Além de ser uma estratégia eficaz para expandir o uso de dados dos planos, a venda de celulares e tablets a preços competitivos é uma importante ferramenta para o aumento da base de clientes. Em 2014, as vendas se ampliaram em 6,3%. Os aparelhos comercializados não são bloqueados e não possuem contrato de fidelidade.

INVESTIMENTOS

O investimento focado em trazer inovações à cobertura de rede é um dos principais responsáveis pelos resultados operacionais positivos no ano – como a marca de 34 milhões de usuários de dados, atingida em 2014.

O número de *sites* 4G quase dobrou em relação a 2013, um salto de 1.900 pontos para 3.700 ao fim do ano. O crescimento da rede 3G foi proporcionalmente menor (14%) e atingiu 10.400 *sites*. Os investimentos em infraestrutura permitiram a ampliação da rede de fibra ótica (metropolitana e LD) para 55 mil km.

O projeto de implantação de *biosites*, nova geração de antenas multifuncionais e de menor impacto ambiental, foi iniciado em Curitiba e no Rio de Janeiro e está em expansão para Brasília, Manaus, São Luís e Natal. Já o Projeto Mobile Broadband (MBB), focado em melhorias na transmissão de dados, chegou a 125 cidades ao fim de 2014.

Líder do mercado de telefonia no DDD 11 (estado de São Paulo), a empresa também reforçou a cobertura 3G na faixa 900 MHz, atingindo 75% população da Grande São Paulo. Em oito meses, a operadora duplicou a quantidade de antenas que utilizam a banda na região.

Um objetivo importante do ano foi alcançado com a participação no leilão da faixa de 700 MHz, em linha com a estratégia de expandir o serviço de banda larga móvel no país. A operadora foi a vencedora do Lote 2 do pregão, de abrangência nacional, investindo R\$ 2,85 bilhões na aquisição, com ágio de 0,67% sobre o custo total inicial do lote.

Para 2015, estão previstos mais de 5 mil novos equipamentos de rede de acesso, para aprimorar a experiência de navegação dos clientes, por meio da entrega de mais velocidade e maior capacidade. Os investimentos em MBB estão estimados em torno de R\$ 3,2 bilhões entre 2015 e 2017; somados aos investimentos em fibra ótica, têm objetivo de alcançar mais de 66 mil quilômetros de fibra em todo o Brasil.

Um marco histórico para a TIM e para toda a telefonia brasileira foi atingido em dezembro de 2014. A empresa concluiu com sucesso a primeira chamada de alta definição de voz e de vídeo baseada em IP Multimedia Subsystem (IMS). A tecnologia permite a transmissão de voz sobre a rede 4G, de um smartphone até o outro. Em parceria com a Huawei, a TIM Brasil é pioneira no desenvolvimento da solução na América do Sul. É um passo importante para oferecer a melhor experiência de voz e chamada de vídeo. O VoLTE é baseado no serviço telefônico de multimídia (MMTel); isso significa que as chamadas de voz passam a ser tratadas como dados e circulam inteiramente dentro do padrão LTE. Poucas operadoras no mundo adotaram o VoLTE.