

TIM S.A.  
CNPJ nº 02.421.421/0001-11TIMB LISTED NYSE ISE B3  
TIMS B3 LISTED NM

## RELATÓRIO DA ADMINISTRAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS DE 2020

## COMENTÁRIOS ÀS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS PARA O EXERCÍCIO FINDO EM 31 DE DEZEMBRO DE 2020

Prezados acionistas,  
A administração da TIM S.A. ("TIM S.A.", "Companhia" ou "TIM") apresenta o Relatório da Administração e Análise dos Resultados 2020, juntamente com as Demonstrações Financeiras Individuais e Consolidadas e com o Relatório dos Auditores Independentes para o exercício fiscal findo em 31 de dezembro de 2020.

As Demonstrações Financeiras foram preparadas de acordo com as normas brasileiras e internacionais de contabilidade IFRS (International Financial Reporting Standards), conforme definidas pela IASB.

As informações operacionais e financeiras de 2020, exceto quando indicado de outro modo, são apresentadas em Reais (R\$), com base nos valores consolidados, e em conformidade com a Lei das Sociedades por Ações.

Em função da incorporação reversa da TIM Participações S.A. pela TIM S.A. (antiga subsidiária integral da TIM Participações S.A.) no final do mês de agosto de 2020, os resultados apresentados para o ano completo de 2020 refletem os números da TIM S.A., em linha com os constantes nas Demonstrações Financeiras desta companhia. Com o intuito de mantermos uma comparação adequada do ponto de vista econômico, os números de 2019 refletem aqueles reportados pela TIM Participações em suas Demonstrações Financeiras com data 31 de dezembro de 2019.

## Perfil da Companhia

A TIM S.A. é uma sociedade de capital aberto, com ações listadas na Bolsa de Valores de São Paulo (B3) e ADRs (*American Depositary Receipts*) listadas na Bolsa de Valores de Nova Iorque (New York Stock Exchange - NYSE). Em 2020, a TIM confirmou a sua manutenção, pelo décimo terceiro ano consecutivo, no seleto grupo de companhias que integram o portfólio ISE (Índice de Sustentabilidade Empresarial), reforçando o seu compromisso com a sustentabilidade econômica, social e ambiental. Além disso, é a única do setor de telecomunicações listada do Novo Mercado, segmento reconhecido pelo mais alto nível de governança corporativa da B3.

A TIM S.A. é controlada pela TIM Brasil Serviços e Participações S.A., uma subsidiária do grupo Telecom Italia. Através da troca de experiências e adoção de uma política de boas práticas, a Companhia compartilha experiências com a sua controladora e acumula sinergias que beneficiam todos os seus clientes. A TIM opera nos mercados de telefonia móvel, fixa, longa distância e transmissão de dados, em todo território brasileiro, e no mercado de ultra banda larga abrangendo alguns estados do país.

## 1. Mensagem da Administração

O ano de 2020 foi marcado pela pandemia de COVID-19, que impôs grandes desafios à sociedade como um todo, com impactos para a saúde pública e econômicos. As medidas para o combate à pandemia através de isolamento e distanciamento social afetaram de maneira substancial o dia-a-dia de nossos clientes e das nossas operações, com reflexos na comercialização, no atendimento aos clientes e na gestão da nossa rede. Por mais desafiador que tenha sido esse contexto, a Companhia se mostrou antifragil, se reinventou e apresentou resultados sólidos ao final de 2020.

## Os Desafios da Pandemia e a Resposta da TIM

Os impactos da pandemia se concentraram principalmente ao final do primeiro trimestre e ao longo do segundo, e nós impusemos (i) fechamento de pontos de venda, com redução na nossa atividade comercial; (ii) transição para um modelo de trabalho 100% virtual; (iii) alteração do tráfego de voz e dados na nossa rede; (iv) mudança na relevância dos serviços de telecomunicações para a vida dos clientes; e (v) menor atividade econômica e disponibilidade de renda. Para administrar esta situação e reverter-la em uma evolução, para a TIM, foi necessário muito foco na execução, com agilidade na tomada de decisão, priorização e coragem digital.

A resposta da TIM, se pautou em suportar seus colaboradores, clientes e a sociedade em geral, executando, entre outras, as seguintes medidas:

- Para os colaboradores: 99,9% dos funcionários foram alocados sob o regime de teletrabalho, apoiado em ferramentas digitais que a Companhia já utilizava. Além disso, foram disponibilizados suportes médico e psicológico aos funcionários, junto com uma abordagem participativa na tomada de decisão quanto ao retorno aos escritórios;
- Para os clientes: foram realizados ajustes na nossa rede, priorizando a qualidade e continuidade dos serviços em áreas residenciais e com presença de instituições de saúde. Ampliamos os canais digitais, seja para a venda seja para o atendimento dos clientes, e completamos nosso suporte, com a flexibilização de regras de cobrança e condições de pagamento;
- Para a sociedade: em um esforço conjunto com as demais operadoras, a TIM disponibilizou ferramenta para acompanhamento do deslocamento da população pelas cidades, que possibilitou o monitoramento, por parte dos entes públicos, dos índices de isolamento social. Foram incentivados e priorizados os serviços prestados pelo Ministério da Saúde através do aplicativo do Sistema Único de Saúde – SUS e pela Caixa Econômica Federal, para o auxílio emergencial. Conjuntamente, as operadoras ainda fizeram campanhas nacionais para esclarecimento e incentivo a adoção de medidas de prevenção à doença.

## Antifragil: Transformando as Adversidade em Oportunidades

Se o primeiro semestre foi marcado pelos impactos mais graves da pandemia, o segundo demonstrou uma recuperação na taxa de crescimento anual da receita de serviços (+1,6% no 2S contra -0,9% no 1S) para fechar o ano com crescimento positivo de 0,4%, versus 2019. A migração rápida para um modelo de trabalho virtual para os quase 10 mil colaboradores apresentou ganhos de produtividade por toda a Companhia, que foram fundamentais para essa evolução no desempenho.

Entre as iniciativas implementadas em 2020, destacam-se: (i) a contínua evolução da abordagem de volume para valor; (ii) a introdução de novos conceitos de oferta como o TIM +Vantagens, o *Market Place* de Entretenimento e o combo com serviços financeiros do Banco C6; (iii) a redução do *churn* e recuperação da adição de clientes; (iv) a sólida execução na nossa operação e banda larga; (v) o contínuo avanço da nossa infraestrutura de rede e TI; e (vi) a busca incessante por eficiência de custos e investimentos.

Os impactos positivos dessas iniciativas ficaram evidentes nos resultados das diferentes linhas de negócio:

- Do ponto de vista dos Serviços Móveis, a receita se recuperou com boa dinâmica e terminou o ano em relativa estabilidade (-0,2%) contra o ano de 2019. Essa recuperação se refletiu tanto no segmento Pós-Pago quando no Pós-Pago:
  - Pré-pago: (i) recuperação do número de recarregadores, fechando o ano levemente abaixo do patamar de 2019; (ii) crescimento de 4,9% A/A do ARPU; e (iii) redução no nível de desconexões no quarto trimestre.
- Pós-Pago: (i) retorno a adições líquidas positivas no quarto trimestre; (ii) crescimento de 3,4% no ARPU (ex-M2M); (iii) redução em 1 p.p. de *churn* ao longo de 12 meses; e (iv) recuperação em "V" no crescimento anual da receita do Pós-Pago.
- A banda larga residencial foi um dos grandes destaques do ano, mantendo um crescimento forte de receita, enquanto ajustes na operação aceleraram o *rollout* de cobertura e a aquisição dos clientes (+80 mil clientes ao longo de 2020). A expansão geográfica iniciada em 2018 continuou, e terminamos o ano atendendo 33 municípios, sendo 27 em FTTH além de 7 regiões administrativas. O foco em uma oferta de valor aos clientes, oferecendo a banda larga em fibra ótica e conteúdo através de parcerias com aplicativos, possibilitou o crescimento de mais de 8% A/A do ARPU, enquanto a TIM Live ganhou, mais uma vez, o prêmio de melhor serviço de banda larga do país do jornal Estadão.

O desenvolvimento da nossa infraestrutura é pilar fundamental da estratégia de melhoria da experiência dos clientes. Portanto, em 2020 demos ênfase em garantir a conectividade de nossos clientes e a expandir o serviço de banda larga residencial. Por mais um ano, a TIM assegurou a liderança em 4G, tendo a maior e melhor cobertura nesta tecnologia. Fechamos 2020 com mais de 3.877 mil cidades e estabelecemos como meta cobrir todos os municípios do país até 2023. Nossa rede móvel foi atendida mais uma vez como líder em disponibilidade e experiência 4G pela OpenSignal. Na rede fixa, superamos a marca de 108 mil quilômetros de fibra ótica em *backbone* e *backhaul*, demonstrando o nosso compromisso com a melhoria da nossa rede de transporte. Expandimos também nossa cobertura do serviço de banda larga residencial da TIM Live, chegando a 3,2 milhões de domicílios em FTTH e 6,4 milhões de domicílios totais.

## Eficiência e Geração de Caixa

A abordagem de eficiência está cada vez mais na cultura de toda a Companhia, permeando os diferentes processos em todas as áreas. Além disso, o processo de transformação digital, que tem impacto tanto nos custos da Companhia quanto na satisfação dos clientes, segue em ótima velocidade, com resultados expressivos na adoção de canais digitais como o *app* Meu TIM (+12% no número de usuários únicos na plataforma), em pagamentos eletrônicos (75% de adoção, +10 p.p. versus 2019), nas faturas digitais (77% de adoção, +11 p.p. versus 2019), liderança nos pagamentos através da plataforma PIX, entre as operadoras de telecomunicações, dentre outros indicadores. Nos últimos dois anos, essa transformação contribuiu para uma redução média de custos de mais de 10% nas linhas afetadas pelos projetos.

Em 2020, contribuiu também para uma excelente performance nos gastos, a redução no nível de inadimplência (2,3% da Receita Bruta) que refletiu de maneira direta o aumento em relevância que o serviço de telecomunicações ganhou na visão dos clientes. Todas as curvas de arrecadação apresentaram melhoria ao longo dos 12 meses fechando o ano acima de 90%.

A combinação de todos esses fatores nas frentes operacional e financeira produziu, mais uma vez, o maior EBITDA da história da TIM, atingindo R\$8,4 bilhões, com uma margem de 48,5% no ano, e também um excelente nível de fluxo de caixa operacional em R\$4,6 bilhões. Com isso, fechamos o ano com sólida posição financeira, um caixa forte de mais de R\$4,6 bilhões e um endividamento baixo.

## Conclusão e Perspectivas

A capacidade de agir rapidamente e de maneira assertiva, aproveitando oportunidades trazidas pelas mudanças impostas pelo ambiente externo e mantendo o foco na execução da estratégia foram as marcas de 2020. Essa combinação tornou possível a entrega das principais metas definidas para o ano, mesmo em um cenário altamente desafiador e de muitas incertezas.

A expectativa para o ano de 2021 é de aceleração no processo de recuperação seja da economia em geral, quanto dos resultados da própria empresa. Esperamos capitalizar cada vez mais as iniciativas nas frentes de transformação digital e de novos negócios que, combinadas com a evolução do processo de consolidação do segmento móvel e definições sobre a tecnologia 5G, criará grandes oportunidades para TIM e para o setor de telecom.

## 2. Panorama Econômico e Industrial

## 2.1. Ambiente Macroeconômico

Apesar das expectativas positivas para o ano, 2020 foi significativamente impactado pela atípica e imprevisível pandemia do novo Coronavírus – COVID 19, que trouxe, além de um imensurável ônus humano, um expressivo ônus para atividade econômica do Brasil e do mundo. Tal impacto é verificado nas projeções de queda do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro, para o período de -4,36%, segundo o último relatório FOCUS<sup>1</sup> do ano, em comparação a uma previsão de crescimento de 2,30%, no primeiro relatório FOCUS<sup>2</sup> de 2020.

Contudo, após um primeiro semestre devastador, quando a pandemia levou ao fechamento de negócios, forte redução da mobilidade e grande saída de capitais, já iniciada no final de 2019, o cenário mudou ao longo do segundo semestre, com destaque para o forte crescimento do PIB no terceiro trimestre, puxado por recuperação desigual entre setores, com a indústria e o comércio em níveis médios acima do período pré-crise e os serviços ainda significativamente abaixo. O ano terminou sem recuperar o nível de atividade do final de 2019, mas a queda verificada foi menor do que se projetava em meados de 2020. A inflação, medida pelo Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), fechou o ano de 2020 em 4,52%<sup>3</sup>, maior valor anual desde 2016. O IPCA registrado foi superior ao centro da meta que era de 4,00% para o ano. A inflação foi impactada, principalmente, pelos grupos Alimentação e Bebidas, com alta de 14,09% no ano, e maior contribuição para inflação mensurada pelo indicador.

Na frente cambial, o dólar americano apresentou forte valorização em relação ao Real em 2020, fechando o ano em R\$5,19<sup>4</sup>, depois de ter atingido R\$5,93<sup>5</sup>, em maio deste ano, maior valor nominal desde a implementação do Plano Real tendo apresentado forte oscilação ao longo do ano, diante de um cenário de elevação do risco fiscal decorrente do agudo aumento dos gastos públicos decorrentes da pandemia, a paralisação das reformas fiscal e administrativa, bem como a mínima histórica da taxa SELIC, contribuindo para uma forte oscilação cambial ao longo do ano. A balança comercial fechou o ano com um superávit de US\$ 50,9 bilhões<sup>6</sup>, alta de 8,3% quando comparado ao ano de 2019, o desempenho dos setores pela média diária mostra crescimento de 6% na agropecuária, queda de 2,7% na indústria extrativa e queda de 11,3% em produtos da indústria de transformação.

Quanto ao cenário internacional, o início da vacinação contra a COVID-19 em grande parte dos países, o que é percebido como prelúdio de uma volta à normalidade, somado à eleição de Joe Biden para presidente dos EUA, possivelmente por uma perspectiva de redução das tensões internacionais, embora a expectativa de um acordo no Congresso para um novo pacote fiscal ainda não tenha se concretizado, são fatores que contribuem para uma elevação das projeções de crescimento da economia global, que apresentou forte recuperação no 3º trimestre de 2020. O PIB dos países da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) caiu 10,5% no segundo trimestre, mas cresceu 9% no terceiro. O FMI reviu sua projeção de crescimento da economia mundial em 2020 de -5,2% para -4,4%<sup>7</sup>.

## 2.2. Particularidades do Setor de Telecomunicações

O setor de telecomunicações do Brasil é marcado pela grande concorrência e pela efetiva regulação da Agência Nacional de Telecomunicações, ANATEL, que tem a missão de "promover o desenvolvimento das telecomunicações do país, de modo a dotá-lo de uma moderna e eficiente infraestrutura de telecomunicações, capaz de oferecer à sociedade serviços adequados, diversificados e a preços justos, em todo o território nacional".

Contudo, tal estratégia foi impactada por um acirramento da competição no mercado brasileiro, verificado pela presença de ofertas mais agressivas sob o ponto de vista do conteúdo disponibilizado aos clientes e de uma redução no patamar dos preços praticados pelas operadoras de um modo geral, o que, de certa forma, limitou a capacidade da Companhia de repassar aumentos de custos ou de propor a adesão a ofertas de maior valor. Apesar dos impactos oriundos da profunda crise causada pela epidemia do novo COVID-19, e todas as restrições destinadas a retardar sua propagação, o setor manteve uma tendência crescimento no consumo de dados, exigindo das operadoras a capacidade de adaptação de suas redes, enfrentando o desafio de entregar uma infraestrutura cada vez mais robusta, em ambiente de maior racionalidade nos investimentos, como projetos como a densificação de sites, o *refarming* de frequência e a agregação de portadoras em duas ou três frequências. Além disso, a TIM segue avançando nas iniciativas de compartilhamento focada no 4G e no transporte de rede. Essa evolução da rede da Companhia permite a ampliação significativa do tráfego na rede 4G, que propicia aos seus clientes melhor experiência de uso, tanto em termos de performance, com maior velocidade de *download* e *upload* e menor latência, como em cobertura *indoor* e maior penetração.

A expectativa pelo novo leilão da ANATEL referente à tecnologia do 5G tem gerado debates locais. A implantação dessa tecnologia vai trazer resultados muito expressivos, possibilitando a geração de novos modelos de negócio, incentivando uma sociedade cada vez mais conectada, além de abrir caminho para a implementação de avanços em pesquisa e desenvolvimento.

Por fim, a crescente demanda por Banda Larga Fixa consolidou a visão do acesso à internet como bem essencial à população, o que se confirmou pela evolução na base de clientes e nas adições líquidas da TIM Live.

## 3. Serviços TIM

## 3.1. Negócios

A TIM é reconhecida por sua forte marca e pela reputação de uma empresa inovadora e disruptiva, capaz de atender novos padrões de consumo ao mercado. A abordagem proativa permite à Companhia estar em uma posição de protagonismo na transformação do modelo de negócios nas telecomunicações. A mudança no perfil de uso dos clientes e o surgimento de novas tecnologias fomentam uma ruptura na indústria de telecomunicações, baseada no consumo de dados, conteúdos e serviços digitais.

O pioneirismo e a inovação nas ofertas são marcas da Companhia, que dispõe de um portfólio completo, tanto para clientes pessoas físicas como soluções corporativas para pequenas, médias e grandes empresas. Além dos tradicionais serviços de voz e dados, a TIM oferece o serviço de ultra banda larga fixa, TIM Live, e o serviço de banda larga fixa através da rede móvel, utilizando a tecnologia WTTX e 5GDDS (em caráter de testes), bem como segue em busca de novas fontes de receita, com iniciativas pioneiras em novas frentes de negócio, tais como serviços financeiro e monetização da base de clientes, *mobile advertising* e IoT.

Ainda no portfólio, a Companhia oferece uma série de conteúdos e serviços digitais em seus pacotes, aumentando as funcionalidades dos dispositivos móveis no cotidiano de seus clientes. A capacidade de gerar um portfólio completo e variado dá à TIM a possibilidade de ofertar pacotes customizados aos seus clientes e propor ofertas convergentes em determinadas regiões.

Demonstrando esse diferencial, em 2020, a TIM iniciou a primeira parceria entre uma empresa de telecomunicações e um banco digital. As ofertas lançadas em conjunto com o C6 Bank chegaram para agregar um diferencial ao portfólio, ao somar mais conveniência e adicionar novas experiências às ofertas dos planos Controle e Pós puro. Outra inovação relevante para o ano foi direcionada aos clientes do plano TIM Black Família que passaram a contar com o *marketplace* para serviços de OTT, uma maior flexibilidade na escolha do conteúdo de entretenimento incluído no plano e o atendimento diferenciado do TIM Conierge. A inovação em ofertas e a consistência na operação têm garantido o diferencial do portfólio e uma maior qualidade na aquisição de novos clientes.

## 3.2. Estratégia

A estratégia adotada pela TIM para 2020 foi baseada em cinco frentes indicadas abaixo, cada uma das quais focada nas principais partes interessadas da Empresa (clientes, colaboradores e acionistas) e, juntas, visam redesenhar a experiência do cliente e fazer da TIM a melhor escolha por valor no mercado, apoiada por sua posição como líder na ultra banda larga móvel e sua variedade de ofertas inovadoras:

- *Mover de volume para valor*: mudar de uma estratégia de volume para uma abordagem baseada em valor, sustentando um crescimento saudável dos negócios de telefonia móvel por meio da alavancagem da experiência do cliente;
- *Melhorar a eficiência*: passar para um modo operacional de troca a troca, ou E2E, a fim de melhorar os custos de caixa, a alavancagem digital, a automação e a avaliação dos modelos de negócios de produzir ou comprar, o que possibilita determinar se uma atividade deve ser realizada internamente ou terceirizada com base na produtividade;
- *Monetizar além do núcleo*: gerar novos fluxos de receita a partir de modelos de negócios alternativos, como serviços financeiros móveis e publicidade digital móvel, visando a monetização da nossa base de clientes;
- *Aprimorar tecnologia e operações*: abordar desafios estruturais e preparar nossa tecnologia e nossas operações para desenvolvimentos futuros (ou seja, monetização de rede e dados 5G), com foco na diferenciação e eficiência; e
- *Explorar oportunidades de banda larga fixa*: abordar, do ponto de vista financeiro, o crescimento e a demanda inexplorada no mercado de banda larga, alavancando não apenas a experiência do cliente, mas também o retorno sobre o capital investido.

Todos os cinco pilares estratégicos mencionados acima estão diretamente relacionados ao nosso compromisso com a experiência do usuário, que é um dos nossos três pilares de fundação da marca TIM (incluindo também a inovação e a qualidade). Este é o principal objetivo da estrutura proposta, na qual o cliente é o centro de tomada de decisão.

## 4. Recursos Humanos

A Diretoria de Recursos Humanos está estruturada com o propósito de assegurar as melhores práticas relativas à gestão de pessoas para suportar o processo de evolução da Companhia, alinhadas com as transformações tecnológicas e desafios de negócio, que incluem o compromisso com a sustentabilidade e a valorização da diversidade e inclusão.

Contar com um time engajado é fundamental para superar desafios e conquistar melhores resultados. Na TIM, a relação de transparência e respeito com todos os níveis fortalece o orgulho de pertencer e a clareza sobre nosso direcionamento. Esses fatores são diferenciais no desenvolvimento da nossa marca empregadora. Em 2020, conquistamos mais um recorde de adesão (97%) na Pesquisa de Clima e Engajamento. Esse crescimento reflete nosso compromisso em ouvir as pessoas e a credibilidade do processo de Gestão de Clima na TIM.

Algumas práticas foram destaques na Pesquisa de Clima e Engajamento anual, que apresentou resultados significativos, como o aumento da favorabilidade geral em 3 pontos percentuais, chegando a 84%, e colocando a TIM 12p.p. acima do Mercado de Telecom Global da Mercer, consultoria parceira responsável pela pesquisa. Entre as dimensões em destaque na comparação com 2019, as maiores evoluções (iguais ou maiores que 7p.p.) estão na Melhoria de Processo, Ambiente de Trabalho Saudável, Carreira e Capacidade de Atingir Objetivos. Isso confirma que as ações realizadas durante o ano de 2020 foram percebidas positivamente pelos nossos colaboradores.

Os resultados da Pesquisa de Clima e Engajamento da TIM em 2020 consolidam o alto engajamento do time e também indicam que em 2021 precisamos focar em áreas específicas que não estão no mesmo patamar da TIM e que há oportunidade de melhoria. Além disso, será preciso investigar as áreas mais críticas em reconhecimento e recompensa, de forma a atuar sobre a percepção das pessoas quanto a remuneração percebida.

A cultura de integridade e carreiras atrativas também se destacam entre os fatores mais reconhecidos pelo nosso time, refletindo o alto engajamento e o sucesso de ações como o TIM Talks Experience 2020 e campanhas de Diversidade e Inclusão.

## 4.1. Pessoas

A TIM encerrou o ano de 2020 com 9.421 funcionários em todo Brasil. Esses colaboradores, com suas histórias e conhecimento, representam o capital intelectual da Companhia e atuam como motores para o desenvolvimento do negócio. Aproximadamente 70,1% dos colaboradores possuem ensino superior completo ou frequentam a universidade e 10,0% possuem pós-graduação. Os números e resultados mostram que a TIM possui um quadro diversificado e altamente qualificado de colaboradores para atender os desafios da Companhia. A força de trabalho é complementada por 68 estagiários e 234 jovens aprendizes.

## 4.2. Desenvolvimento e Treinamento

Os colaboradores da TIM têm acesso a uma oferta de treinamento e desenvolvimento bem estruturada para evoluir dentro da companhia e construir uma carreira de sucesso. A TIM investiu mais de R\$10,8 milhões em treinamento e desenvolvimento dos seus colaboradores em 2020.

Para orientar as carreiras dos seus colaboradores, a TIM identifica e monitora o desempenho individual para guiar as atividades com mais assertividade. A Companhia avalia a dedicação e o desempenho diferenciado dos seus profissionais por meio de diferentes ferramentas de gestão de performance e encoraja e proporciona oportunidades de desenvolvimento e aprendizagem.

Aqui na TIM, ao longo do ano de 2020 tivemos como foco apoiar a evolução e a transformação da empresa rumo ao modelo de digital TELCO, com foco específico no desenvolvimento das *new capabilities*, necessárias para alcançar os objetivos do plano estratégico e industrial da companhia. O objetivo tem sido também o fortalecimento e a disseminação de abordagens de aprendizagem digital e social, coerentemente com as acelerações trazidas pela situação de pandemia bem como desenvolver programas específicos para públicos e temas selecionados. Assim, conseguimos oferecer aos nossos colaboradores as melhores iniciativas de capacitação e ensino à distância. Entre os programas que mais se destacaram, estão:

**TIM Talks**: Oferecemos a todos os colaboradores um programa de 4 semanas de experiências de aprendizagem inovadoras, abordando temas relacionados ao negócio, tecnologia, ambiente, saúde, diversidade e inclusão, competências do futuro, entre outros, possibilitando também a participação da sociedade com eventos abertos ao externo.

**Programa de Estágio**: Para atrair os melhores alunos do mercado e treinar nossos futuros profissionais, o Programa de Estágio traz para a TIM estudantes com energia, determinação, iniciativa, senso de equipe e, especialmente, interesse por desafios e inovação. O programa tem foco importante nas premissas de diversidade e inclusão, no contexto das ambições e dos Planos da TIM nos assuntos ESG, e é estruturado através de uma jornada dedicada de iniciativas de treinamento e desenvolvimento, incluindo iniciativas com *Job Rotation* e *Job Shadowing* entre outras.

**Plano de Apoio no contexto da Pandemia de COVID 19**: Ao longo do ano de 2020, em função da pandemia do novo coronavírus, a TIM realizou ações de treinamento voltadas à temas como saúde mental, emocional, autocuidado, bem-estar e também disponibilizamos os conteúdos de integração em formato digital. Além disso, transformamos 100% das nossas ações de treinamento para a metodologia à distância.

**Onboarding**: Levando em consideração os processos de transformação digital que a TIM iniciou há alguns anos, acelerados pelas necessidades da pandemia, um novo programa *Onboarding* foi projetado para engajar e preparar os novos funcionários para o dia a dia. As principais mudanças foram a criação de uma nova marca, a inclusão de novos targets, a digitalização de 100% dos conteúdos e um novo modelo de governança. O novo programa será totalmente implementado no primeiro trimestre de 2021.

Por acreditar que a diversidade e a inclusão são essenciais para a valorização e engajamento das pessoas, e desempenham um papel fundamental no processo de inovação, reforçamos nosso posicionamento e compromisso com o tema através da construção de políticas, programas e iniciativas de diversidade e inclusão, alinhadas à estratégia do negócio, cultura organizacional e valorização da contribuição de cada colaborador(a) na TIM.

Em 2020 o Programa de Diversidade e Inclusão contemplou um calendário anual de ações, baseado no calendário da ONU; criação do comitê de diversidade, formado pela alta liderança; lançamento dos grupos de afinidade, formado por colaboradores de todos os níveis, áreas e regiões; que atuam conjuntamente no desenho e implementação de ações inclusivas para os pilares de gênero, pessoas LGBTQBI+, raça, gerações e pessoas com deficiência. Também foi lançada uma Política de Diversidade com premissas e diretrizes para os processos de gestão de pessoas e reforço dos comportamentos e condutas esperadas de colaboradores, empresas parceiras, fornecedores e demais stakeholders da cadeia de valor. Por acreditar que a informação e o conhecimento é o primeiro passo para quebrar paradigmas e preconceitos, o programa de diversidade 2020 contemplou um plano integrado de comunicação e treinamento para líderes e profissionais TIM, com mais de 40 ações e 2.300 colaboradores treinados. Também foi lançado o TIM Convida, evento 100% digital e aberto à sociedade, com objetivo de conectar a TIM com empresas, meio acadêmico, especialistas e sociedade de forma geral em um ecossistema de diálogo e reflexão sobre o tema. Ao todo foram realizadas 6 edições do evento com mais de 50 mil visualizações Youtube.

## 4.3. Plano de Incentivo de Longo Prazo

O Plano de Incentivo de Longo Prazo visa conceder ações ou opções de compra de ações da TIM S.A. a colaboradores da Companhia e suas subsidiárias, buscando desse modo promover a expansão, conquista e sucesso dos objetivos corporativos e garantindo o alinhamento de interesses dos acionistas e da administração da TIM. Em 5 de agosto de 2011, 10 de abril de 2014 e 19 de abril de 2018, foram aprovados pela Assembleia Geral de Acionistas da TIM Participações S.A. (incorporada pela TIM S.A. em 31 de agosto de 2020) os planos de incentivo de longo prazo: "Plano 2011-2013", "Plano 2014-2016" e "Plano 2018-2020", respectivamente, concedidos a altos administradores e aqueles que ocupam posições chave na Companhia. Os Planos 2011-2013 e 2014-2016 tratam da outorga de opções de ações, enquanto o Plano 2018-2020 prevê a outorga de ações (*performance shares* e *restricted shares*). O exercício das opções do Plano 2011-2013 esteve condicionado ao atingimento de metas específicas de desempenho que poderiam impedir o exercício das opções, enquanto no exercício das opções do Plano 2014-2016 o atingimento de metas pode afetar apenas o preço de aquisição das ações. O Preço de Exercício é calculado aplicando-se um ajuste, para mais ou para menos, no Preço Base da Ação, em consequência do desempenho acionário, considerando os critérios previstos em cada Plano. Já o Plano 2018-2020 propõe conceder ações de emissão da Companhia, sujeitos à permanência do participante na Companhia e desempenho (atingimento de metas específicas). A quantidade de ações pode variar, para mais ou para menos, em consequência do desempenho e eventualmente da concessão de dividendos, considerando os critérios previstos em cada Outorga.

O prazo de vigência das opções dos Planos 2011-2013 e 2014-2016 é de 6 anos e a TIM S.A. não tem nenhuma obrigação legal ou não formalizada de recomprar ou liquidar as opções em dinheiro. Para o Plano 2018-2020 o prazo de vigência possui a mesma periodicidade de 3 anos relacionada à sua carência (*Vesting*).

Conforme aprovado pela Assembleia Geral da Companhia, a gestão dos Planos fica a cargo do Conselho de Administração, sujeito ao Estatuto Social da Companhia. Especificamente para o ano de 2017, em função da Companhia ter iniciado o processo de reestruturação do seu plano de incentivo de longo prazo, em caráter excepcional e devidamente aprovado pelo Conselho de Administração, o plano de incentivo de longo prazo ocorreu em forma de bônus, com o pagamento condicionado ao atingimento de determinados indicadores financeiros da TIM e dividido em três parcelas anuais.

<sup>1</sup> Estimado pelo relatório FOCUS emitido pelo Banco Central (BACEN) de 31 de dezembro de 2020.

<sup>2</sup> Estimado pelo relatório FOCUS emitido pelo Banco Central (BACEN) de 03 de janeiro de 2020.

<sup>3</sup> Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

<sup>4</sup> Fonte: Banco Central.

<sup>5</sup> Fonte: Banco Central.

<sup>6</sup> Fonte: Ministério da Economia.

<sup>7</sup> Fonte: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada.