



Relato Integrado

Relatório de Sustentabilidade 2022





Sumário

Mensagem do CEO	3
Ano de 2022 em números	8
Sobre o relatório	10
Digitalizar para aproximar	16
Nosso propósito	17
Mapa de atuação no país	20
Governança corporativa	21
Valores, princípios e compromissos	26
Gestão de riscos	32
Governança da sustentabilidade	35
Contexto 2022	39
Resultados	40
Atuação tributária responsável	42
Principais reconhecimentos	43

#TemVivoPraTudo	44
Rede móvel	45
Rede fixa	47
#TemTudoNaVivo	49
Hub Digital	50
Canais de relacionamento	57
Cultura de inovação	61
#DNAVivoEmTudoQueFazemos	64
Programa DNA Vivo	65
Relacionamento com fornecedores	68
Segurança digital e proteção de dados	71
Proteção de dados e privacidade	73
#DNAVivoEmTudoQueSomos	77
Cultura Digital Colaborativa	78
Atração e retenção de talentos	81
Treinamento e desenvolvimento	82

Diversidade	85
Segurança do trabalho	89
Saúde e bem-estar	91
#VivoSustentável	93
Impacto no desenvolvimento sustentável do país	94
Responsabilidade social corporativa	97
Sistema de Gestão Ambiental (SGA)	105
Biodiversidade	106
Gestão de água	108
Energia	109
Mudanças climáticas	112
Economia Circular	118
ANEXOS	123
SUMÁRIO RGI	145



01

Mensagem do CEO

GRI 2-22





A conectividade consolidou o seu papel essencial da conectividade como um dos principais meios para impulsionar a transformação social e o desenvolvimento sustentável do país, auxiliando na minimização de impactos ambientais de outros setores da economia e facilitando o acesso das pessoas à serviços essenciais como educação, saúde, entre outros.

Nesse sentido, o propósito da Vivo de “**Digitalizar para Aproximar**” - e sua ação apoiando as empresas e o dia a dia das pessoas - foi fundamental para que aceitássemos o convite de copresidir a Força-Tarefa de Digitalização do B20, o grupo de líderes empresariais que desenvolve recomendações de políticas públicas para o G20 reunidos no fim do ano passado da Indonésia. A principal conclusão do relatório final foi que priorizar o setor de conectividade na agenda pública é imprescindível para garantir uma transformação digital inclusiva.

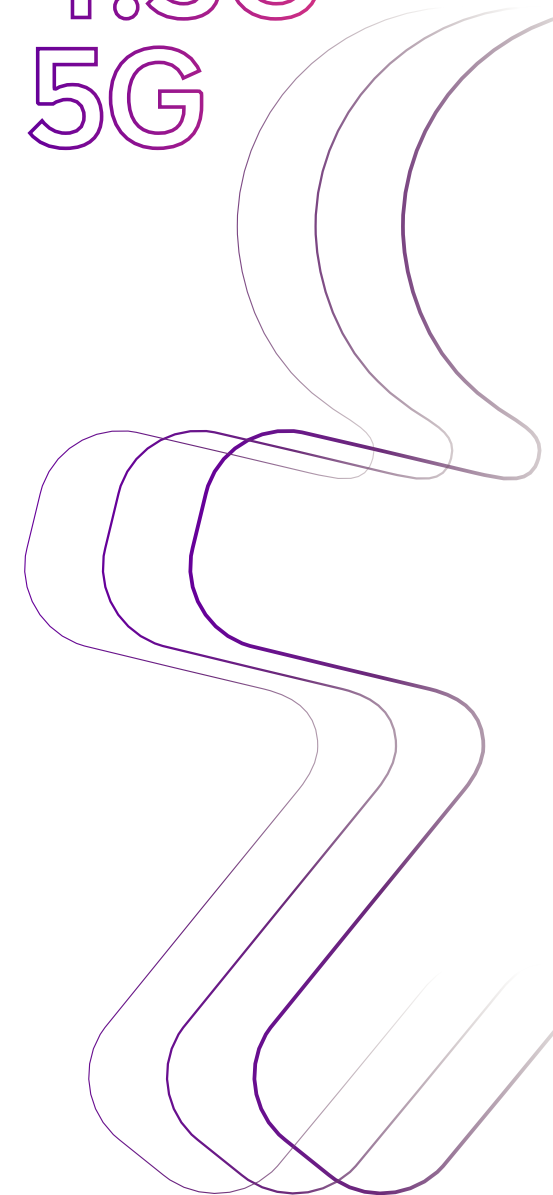
O ano também ganhou destaque pela **chegada efetiva do 5G ao país, o que nos torna protagonistas do futuro da tecnologia: a ativação da quinta geração, na frequência 3.5 GHz, para redes móveis já é realidade nas 27 capitais.** Em 2023, chegaremos a mais localidades, revolucionando diversos setores da indústria brasileira, como o agronegócio. Nossos clientes contam, ainda, com a maior cobertura móvel em 4.5G – além de 4G e 3G – e com a principal rede de fibra da América Latina. Encerramos 2022 em posição de liderança absoluta do mercado com mais de 23 milhões de domicílios cobertos em 409 cidades brasileiras. Tudo isso mostra que **#TemVivoPraTudo** – um dos pilares estratégicos da empresa – e que só aqui o cliente pode ter uma oferta total e convergente.

#TemVivoPraTudo

Esse foi um dos atrativos para aqueles clientes de telefonia celular que chegaram após a aquisição de parte dos ativos da Oi Móvel, além da melhor experiência e qualidade de conexão do país. **Absorvemos cerca de 9 milhões de acessos pós-pagos em 2022, consolidando o maior número do Brasil: 112 milhões de acessos totais. Destaque para a região Nordeste, onde alcançamos a liderança do mercado em Pernambuco, Alagoas e na Paraíba.** Esses clientes passaram a contar com uma infraestrutura 4G, 4.5G e 5G de qualidade e serviços digitais inovadores.

O último ano marcou a consolidação da Vivo como um ecossistema de tecnologia. Lançamos a Ovvi, marca própria de acessórios, com produtos para smartphones como capas, películas, cabos e carregadores, aliando design a um ótimo custo-benefício. Para os lares dos clientes, fortalecemos o segmento de casa inteligente, agregando a internet via fibra para aqueles que têm interesse em transformar suas residências em ambientes high tech. Tivemos forte desempenho na venda de dispositivos, entre lâmpadas e câmeras inteligentes, sensores e repetidores Wi-Fi. Além disso, seguimos crescendo em número de assinantes do Vivo Guru, marca utilizada nos serviços de instalação, configuração e orientação de itens de tecnologia. E, para proporcionar a melhor experiência em cerca de 1,8 mil lojas físicas, inauguramos novos espaços e levamos o nosso conceito arquitetônico com sala dedicada a clientes corporativos.

4G
4.5G
5G





2,7 bi

EM FATURAMENTO COM
O NOSSO PORTFÓLIO
DE SOLUÇÕES B2B

Anunciamos a criação do VivaE, que chegou ao mercado com uma estratégia direcionada a cursos livres de capacitação, com foco em educação continuada e empregabilidade. **Na área da saúde, reformulamos o Vida V. No setor financeiro, seguimos com o Vivo Money, que conta com uma carteira de R\$ 180 milhões em empréstimos pessoais.** No entretenimento, evoluímos nossas parcerias de conteúdo com planos com grandes players do mercado. Também ampliamos nossas opções ao lançar o Vivo Play App, serviço de assinatura que oferece uma grande variedade de conteúdo a um preço acessível. Nosso marketplace, o Vivo Shopping, segue apoiando os clientes na digitalização e conta, hoje, com mais de 70 mil itens.

A construção de uma nova cultura corporativa, como a adesão ao home office por muitas empresas e os novos hábitos de consumo tecnológico, ampliou os investimentos em soluções de Cibersegurança e Cloud. Esse cenário refletiu nos resultados da nossa divisão empresarial.

Consolidamos nossa atuação com a operação da Telefónica Tech – holding de serviços digitais e tecnologia do Grupo Telefónica. Levamos para o mercado um portfólio mais robusto de soluções, contemplando iniciativas em Cibersegurança, Cloud, IoT e Big Data, que já representa R\$ 2,7 bilhões do faturamento.

Avançamos em ações verticalizadas que contribuíram, por exemplo, para o aumento de produtividade no agronegócio por meio de um amplo ecossistema digital. Além da conectividade com redes públicas ou privadas, as iniciativas incluem itens que otimizam o dia a dia no campo com muito mais inteligência, tornando a operação mais eficiente. No segmento de soluções digitais empresariais, anunciamos a aquisição da Vita IT, integradora de tecnologia que atende a companhias de diferentes portes. Com esse movimento, fortalecemos ainda mais o posicionamento de referência nacional como integradora de soluções de rede e ampliamos o nosso ecossistema digital.

Também apostamos na inovação, com a criação do Vivo Ventures, fundo de CVC (Corporate Venture Capital) de R\$ 320 milhões para investir em startups brasileiras com soluções nas áreas de Entretenimento, Casa Inteligente, Marketplace, Saúde, Finanças e Educação – setores-chave para o posicionamento da Vivo que também demonstram nosso compromisso em impulsionar frentes que contribuem para o desenvolvimento sustentável do país. Investimos cerca de US\$ 3 milhões na Klavi, empresa focada em open finance e soluções B2B e B2C que têm a tecnologia como ponto de partida para diversos serviços, por exemplo, ajudar na modelagem de risco para concessão de crédito. Reforçamos, assim, nosso pilar **#TemTudoNaVivo**.

#TemTudoNaVivo

EM 2022, APOSTAMOS EM INOVAÇÃO,
COM A CRIAÇÃO DO VIVO VENTURES,
FUNDO DE CORPORATE VENTURE CAPITAL DE
R\$ 320 MILHÕES

O APP VIVO JÁ CONTA COM MAIS DE
80 MILHÕES
DE ACESSOS POR MÊS

Inovamos, também, com a marca Terra, ao anunciarmos o posicionamento do portal como uma mediatech. Além disso, aceleramos os investimentos em patrocínios, como a Parada do Orgulho LGBTQ+, a Brasil Game Show e a cobertura da Copa do Mundo de futebol, retomando, assim, o protagonismo do Terra em grandes coberturas e em editorias que abordam temas ligados à diversidade. Para garantir a melhor experiência dos nossos clientes, focamos a qualidade dos serviços e o relacionamento por meio de todos os pontos de contato, do presencial ao virtual.

Essa estratégia é desenvolvida no pilar **#DNAVivo**. Seguimos investindo e aprimorando o nosso principal canal de interação com os clientes, o app Vivo, que hoje conta com mais de 80 milhões de acessos por mês e 21 milhões de usuários únicos.

#DNAVivo



Em 2022, alcançamos um valor histórico de satisfação de Employee Net Promoter Score (eNPS). Isso foi possível porque a nossa cultura interna não é diferente da premissa do negócio: ter o digital combinado com o fator humano como a base de tudo, atuando sempre com ética e integridade em tudo que fazemos. Ao longo de 2022, trabalhamos a escuta e o diálogo, dando espaço para que nossos colaboradores contribuíssem na construção e na disseminação dos norteadores de nossa Cultura Digital Colaborativa. O resultado dessa transformação cultural já pode ser observado nos nossos relacionamentos, no dia a dia. O momento atual pede a evolução da cultura das empresas para uma versão justamente mais digital, inclusiva e colaborativa, assim como exige grupos plurais e diversos trabalhando juntos para construir um futuro mais sustentável.

Em 2022, integramos pela primeira vez o Top 100 do Refinitiv Global Diversity & Inclusion Index, que identifica as 100 principais empresas de capital aberto com os locais mais diversos e inclusivos.

Acreditamos que diversidade é um pilar primordial na cultura e a consideramos um diferencial para a inovação. Para fomentar a inclusão, investimos em programas de trainee e estágio com 50% das vagas focadas em talentos negros. Hoje, temos 34% de colaboradores negros trabalhando na Vivo, chegamos também a 22% deles na liderança e queremos ampliar essa presença na companhia, propondo atingir um indicador igual ou maior que 30% em cargos de liderança até 2027. Em 2022, nos tornamos a primeira do setor a aderir aos movimentos da Ambição 2030, liderada pela ONU Brasil, para impulsionar ações de impacto pelas empresas em contribuição à sociedade: “Ambição Net Zero”, “Elas Lideram”, “Raça é Prioridade”, “Mente em Foco”, “Salário Digno” e “Conexão Circular”. A adesão reitera nosso compromisso de avançar em iniciativas que contribuam no curto, médio e longo prazo, de modo efetivo, para as questões sociais e ambientais no Brasil.

Para ampliar a presença de mulheres em cargos de gestão, promovemos programas para formação e desenvolvimento de lideranças dedicados exclusivamente a elas, como o Women in Leadership (WIL). Temos o desafio, junto à ONU, de chegar a 30% de mulheres em cargos diretivos até 2025. Nosso Conselho Administrativo já conta com 33% de presença feminina, e o programa “Mulheres de Fibra” reúne mais de 300 profissionais nas funções de campo, como reparo e instalação. Em 2022, integramos pela primeira vez o Top 100 do Refinitiv Global Diversity & Inclusion Index, que classifica mais de 12 mil companhias em todo o mundo e identifica as 100 principais empresas de capital aberto com os locais de trabalho mais diversos e inclusivos, conforme aferição de 24 métricas separadas em quatro pilares principais.

Estamos pelo 2º ano consecutivo no Bloomberg Gender-Equality Index 2022 (GEI), um índice ponderado pela capitalização de mercado que tem como objetivo acompanhar o desempenho de empresas de capital aberto comprometidas com a transparência na geração de relatórios de dados sobre gênero. Ao todo, são 418 empresas, em 45 países e regiões, participantes do GEI.

Nos tornamos a primeira empresa do setor a aderir aos movimentos da Ambição 2030, liderada pela ONU Brasil, assumindo 6 compromissos: “Ambição Net Zero”, “Elas Lideram”, “Raça é Prioridade”, “Mente em Foco”, “Salário Digno” e “Conexão Circular”.



Ainda sobre os critérios ESG, avançamos positivamente em nosso Plano de Negócio Responsável, instrumento pela qual monitoramos metas para mais de 100 indicadores que tornam nossas atividades cada vez mais sustentáveis e ampliam a geração de impactos positivos, contribuindo com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), em linha com o nosso pilar **#VivoSustentável**. Em 2022, reforçamos, ainda mais, nosso compromisso com a emissão de R\$ 3,5 bilhões em debêntures. Para isso, utilizamos o instrumento Sustainability-Linked Bond (SLB), que vincula o recurso às metas ESG de redução de emissões de gases de efeito estufa e crescimento de negros em cargos de liderança até 2027. São compromissos que dialogam com nossas metas internas e reforçam a sustentabilidade em nossa estratégia de negócios, além de promover a digitalização pautada em uma economia de baixo carbono e um time diverso.

#VivoSustentável

Somos uma empresa com 100% de carbono neutro nas operações próprias e com energia renovável desde 2019, e, no âmbito do programa de Geração Distribuída, encerramos o ano com 48 usinas instaladas. Queremos engajar nossa cadeia de valor nessa jornada ESG e estamos atuando para reduzir as emis-

sões dos fornecedores por meio de um programa de desenvolvimento de fornecedores carbono intensivos. E, ainda, fechamos os últimos 12 meses com todas as metas atingidas no nosso programa de logística reversa de resíduos eletrônicos, o Vivo Recicle. São mais de 5 milhões de itens recolhidos desde 2006 e 11,3 toneladas de resíduos reciclados em 2022 (+22% a/a). Nossas soluções digitais para os clientes B2B, baseadas em Cloud, Cibersegurança, IoT e Big Data são certificadas com o selo de sustentabilidade Eco Smart, que avalia aspectos de eficiência energética, redução do consumo de água e das emissões de CO² e economia circular.

Adotamos, ainda, uma nova metodologia para o Eco Rating, que demonstra aos clientes o quão sustentável é o smartphone no momento da escolha do dispositivo, considerando seu processo de produção, uso e descarte. Por conta dessas e das demais iniciativas, somos uma das dez empresas mais sustentáveis de nosso setor no mundo e a mais sustentável na área de telecomunicações na América Latina, segundo o ranking realizado pela S&P - principal referência para a composição do Dow Jones Sustainability Index, o mais concorrido índice internacional de sustentabilidade. E estamos, também, na 2ª posição entre as mais sustentáveis do país no ISE B3.

No âmbito social, cerca de 2,2 milhões de pessoas foram beneficiadas por meio das iniciativas da Fundação Telefônica Vivo. Por meio da plataforma Escolas Conectadas, voltada para a formação continuada de professores da rede básica de ensino, oferecemos mais de 2,3 milhões de horas de conteúdo on-line e gratuito ao longo do ano. Cerca de 100 mil professores se cadastraram na plataforma e, aproximadamente, 58 mil participaram de algum dos mais de 40 cursos oferecidos, que tratam de temas como uso da tecnologia na prática pedagógica, ensino híbrido, defasagem de aprendizagem, educação antirracista e educação socioemocional, entre outros.

A plataforma foi premiada na categoria “E-Learning Innovation”, do Reimagine Education Awards 2022, um dos mais importantes prêmios do mundo para pedagogias inovadoras. Também avançamos com o projeto itinerário de formação técnica e profissional em Ciência de Dados para jovens do Ensino Médio, contribuindo para que os estudantes da rede pública de ensino estejam preparados não apenas para o mercado de trabalho, mas para um mundo em constante transformação e impactado pela presença das tecnologias digitais.

Em governança, desde 2019, 20% da remuneração variável dos executivos é também vinculada às metas de ESG. Anunciamos o Novo Plano de Incentivo de Longo Prazo, que inclui ações teóricas (phantom shares) da companhia (VIVT3) na remuneração dos executivos. Dessa forma, o incentivo de longo prazo é vinculado à criação de valor aos acionistas e ao alcance sustentável dos objetivos estratégicos com base em indicadores como TSR (Total Shareholders Return), FCF (Free Cash Flow) e Compensação e Redução de Emissões de CO₂. Além disso, aumentamos o percentual de membros independentes no Conselho de Administração de 66,7% para 83,3% e mantivemos uma estrutura com os mais elevados critérios de ética, transparência e compliance.

Agradeço a atitude, a dedicação e a colaboração dos mais de 32,5 mil talentos da nossa empresa, bem como a confiança dos acionistas, clientes e parceiros. Juntos, construímos uma marca mais sustentável, valiosa e sólida no último ano. Em 2023, nosso ecossistema de tecnologia será ainda mais completo e seguiremos com o papel primordial na transformação digital e socioambiental do nosso país.

Christian Mauad Gebara
Presidente da Vivo - Telefônica Brasil



02 Ano de 2022 em números

~33 Mil — **~1.800**
colaboradores

lojas (próprias e revendas)

EBITDA: **R\$ 48 Bi**
de receita

R\$19,3 bi
EBITDA recorrente

+95 Mil
aliados (terceiros)

+112 Mi
clientes (acessos)
(+13,74% a/a)

R\$ 9,5 Bi
de investimentos

R\$ 3,5 bi
captados em emissão
de DEBÊNTURES ESG
(Sustainability-Linked Bonds)

+25%
cidades **conectadas**
com **FTTH**

409 cidades
com **FTTH**
(+25,08% a/a)

+19,2%
cidades
com **4,5G**

27 cidades
com **5G**



ENERGIA

-3%
de intensidade
energética

100%
energia renovável

72 GWh
de economia em
projetos de eficiência
energética (15,4% a/a)

48
usinas de energia
renovável (+128% a/a)

62,5% solar
10,4% biogás
27,1% hídrica

MUDANÇAS CLIMÁTICAS

100%
carbono neutro
nas emissões
próprias

+100
fornecedores
carbono
intensivos
engajados



-51%
de intensidade
de carbono
(tCO2e/Pb)

ECONOMIA CIRCULAR

11,3 ton
coletadas por meio do
programa Vivo Recycle,
o equivalente a mais
de 50 mil itens

+98%
de resíduos
eletroeletrônicos
reciclados da
operação

PRODUTOS E SERVIÇOS

71% de celulares vendidos
com selo Eco Rating



SOCIAL

DIVERSIDADE

36,3%

mulheres em cargos de liderança executiva*

317

técnicas no Programa Mulheres de Fibra

22%

de pessoas negras em cargos de liderança

34%

de pessoas negras no quadro de colaboradores

EXPERIÊNCIA DO CLIENTE

-36%

nas reclamações

89%

de resolutividade no consumidor.gov

29,4%

de reclamações na Anatel

CADEIA DE VALOR

Cerca de **100** fornecedores participantes de ações de desenvolvimento em Direitos Humanos

FUNDAÇÃO TELEFÔNICA VIVO

2,2 mi

de pessoas impactadas pelos projetos de educação



R\$ 58 mi

investidos ao longo do ano

ATRAÇÃO E RETENÇÃO DE TALENTOS

+7 mil

novas contratações

60%

de crescimento nas vagas ocupadas por movimentações internas

~3 mil

horas de treinamento

~3%

de redução no turnover



GOVERNANÇA

INOVAÇÃO ABERTA

26

startups no portfólio da Wayra, 50% geraram negócios para Vivo

~R\$ 25 mi

investidos em fintechs pela Vivo Ventures (fundo de Corporate Venture Capital)

ÉTICA

94,8%

dos colaboradores treinados em Princípios de Negócio Responsável - Código de Ética

REMUNERAÇÃO

10%

da remuneração executiva de longo prazo está atrelada à metas climáticas.

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

41,7%

de renovação dos membros

33%

de mulheres no Conselho

83%

de membros independentes

* são considerados como cargos de liderança executiva: presidente, vice-presidente, diretor, gerente sênior e gerente.



03

Sobre o relatório

GRI 2-2, 2-3, 2-5, 2-14

Por mais um ano, publicamos nosso Relato Integrado (ano-base 2022), preparado em conformidade com o International Integrated Reporting Framework (IR), a Orientação Técnica CPC 09 (Relato Integrado) em conformidade com os requisitos regulatórios da CVM 14/2020 e as normas da Global Reporting Initiative (GRI) 2021/2016. Este material considera também os direcionamentos da Task Force on Climate related Financial Disclosures (TCFD), Sustainability Accounting Standards Board (SASB) e faz correlação com os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS).

Como forma de ampliar nossa política de transparência e comprometimento com o desenvolvimento sustentável de nosso negócio, este relato é avaliado e aprovado pela Diretoria Estatutária da companhia e leva em consideração informações relevantes aos índices e provedores de dados ESG, como o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da B3 e o Dow Jones Sustainability Index (DJSI). Os indicadores quantitativos atrelados à norma GRI e ao SASB estão compilados nos anexos, e também disponibilizamos a [Base de Preparação](#) do Relato Integrado 2022.





As informações aqui relatadas são referentes ao período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2022, exceto para dados específicos, que, dada a sua relevância, já estão atualizados e devidamente sinalizados ao longo do relato, quando aplicável. Abrangem nossas operações no Brasil e foram submetidas à asseguração independente da empresa de auditoria externa PricewaterhouseCoopers. As informações de governança, ambiental e social inseridas neste Relatório representam 95,9% do escopo das demonstrações financeiras¹.



Informações de negócios, sustentabilidade e ESG da companhia também podem ser acessadas em:

SITES OFICIAIS

[Site Institucional](#)[Site Comercial B2C \(Vivo\)](#)[Site Comercial B2B \(Vivo Empresas\)](#)[Relações Com Investidores](#)

PLATAFORMAS ESG

[Vivo Sustentável](#)[Centro de Privacidade](#)[Pegada de Carbono](#)[Dialogando](#)[Vivo Recicle](#)

HISTÓRICO DE REPORTES

[Relato Integrado/Destaques ESG](#)[Central De Resultados Financeiros](#)[Relatórios \(CVM/SEC\)](#)

Dupla Materialidade

GRI 2-14, 2-29, 3-1, 3-2, 3-3

Em 2021, realizamos a atualização de nosso estudo de materialidade, já considerando o conceito de dupla materialidade, avaliado o impacto da atuação da Vivo e seus aspectos de sustentabilidade sobre o desempenho financeiro de longo prazo da empresa, bem como sobre a sociedade e o meio ambiente. O estudo de materialidade da Vivo é revisado anualmente e está incluído no escopo da asseguração externa limitada do Relato Integrado.

Em 2022, revisamos esse estudo, totalizando mais de 4.500 consultas por meio de entrevistas qualitativas e pesquisas on-line com acionistas, investidores, colaboradores, clientes, fornecedores, associações ONGs e órgãos reguladores do setor no país. Além de ouvir nossos stakeholders, essa revisão também teve como objetivo identificar questões socioambientais relevantes para o negócio, contribuir com insumos para o planejamento estratégico de sustentabilidade, identificar oportunidades de temas para trabalhar, antecipando demandas, e estruturar processos de transparência, atendendo GRI, DJSI e ISE.

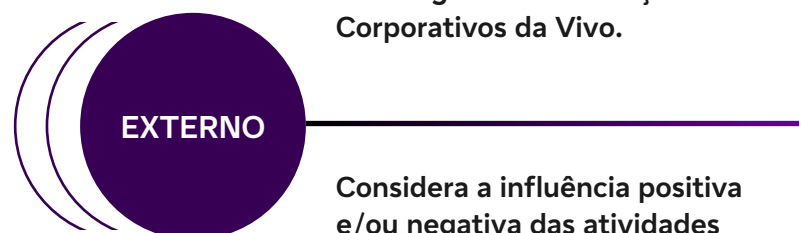
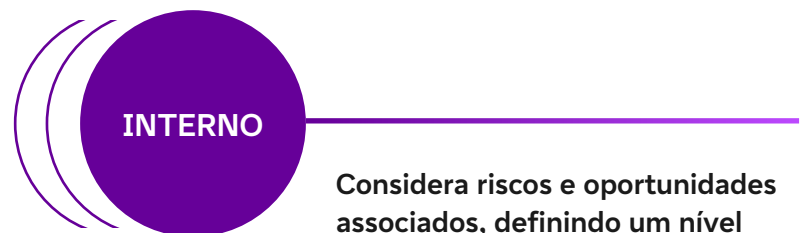
A materialidade tem se tornado um elemento cada vez mais tangível e essencial para os negócios, sendo aplicada em diversas frentes estratégicas para potencializar a atuação da empresa em sustentabilidade.

¹ Empresas consolidadas (Controladas diretas): Terra Networks Brasil Ltda; Telefônica Transportes e Logística Ltda; POP Internet Ltda; Vivo Money Fundo de Investimento em Direitos Creditórios; Galiarva RJ Infraestrutura e Redes de Telecomunicações S.A.; Vivo Ventures Fundo de Investimentos em Participações Multiestratégia, Telefônica Cloud e Tecnologia do Brasil S.A; e Telefônica IoT, Big Data e Tecnologia do Brasil S.A.

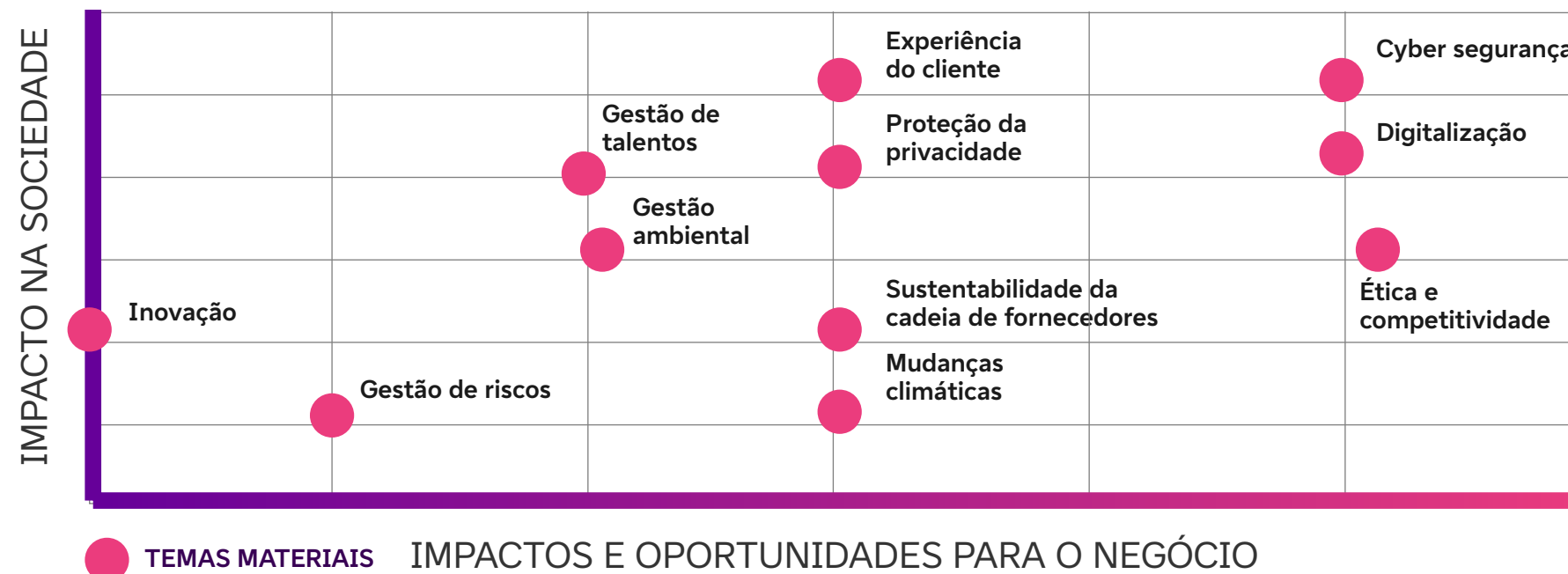
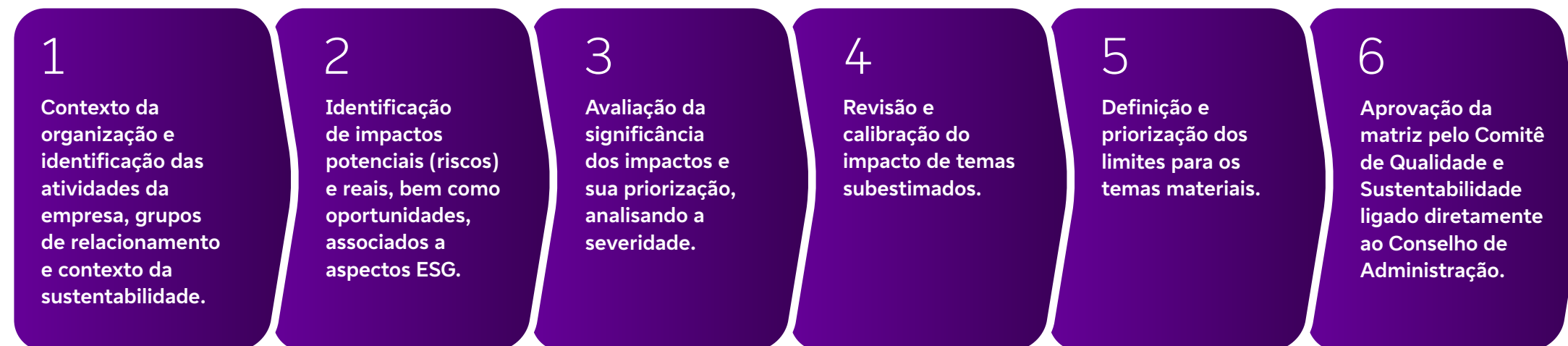


O estudo seguiu as orientações da GRI e levou em consideração 6 passos a serem percorridos para definição dos temas considerados mais relevantes:

IMPACTO AVALIADO

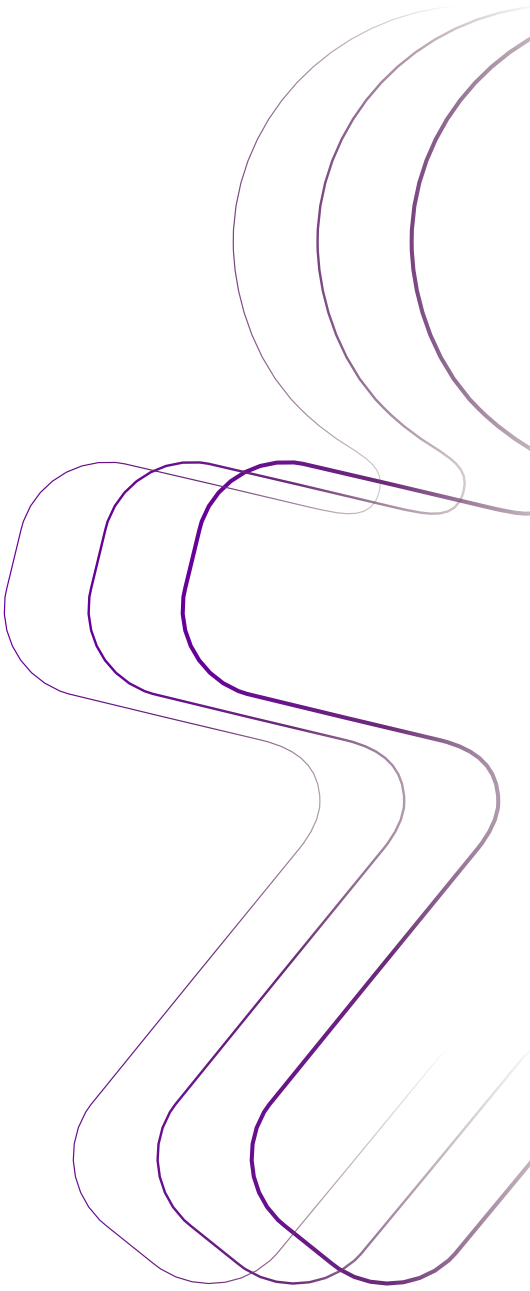


PROCESSO DE AVALIAÇÃO DA DUPLA MATERIALIDADE



Como resultado, foram identificados 11 temas prioritários, com impactos e oportunidades para o negócio e para a sociedade.

TEMAS MATERIAIS	ASPECTOS AVALIADOS	IMPACTO NOS NEGÓCIOS	IMPACTO NA SOCIEDADE	PRINCIPAIS STAKEHOLDERS RELACIONADOS	ODS
FRETE AMBIENTAL	GESTÃO AMBIENTAL			Clientes Fornecedores Associações/ONGs/Órgãos Sociedade	712 1315
	MUDANÇAS CLIMÁTICAS			Acionistas/Investidores Conselheiros Fornecedores Associações/ONGs/Órgãos Sociedade	1315
FRETE SOCIAL	EXPERIÊNCIA DO CLIENTE			Clientes Conselheiros Colaboradores Reguladores	1617
	GESTÃO DE TALENTOS			Colaboradores Fornecedores Associações/ONGs/Órgãos	345 810
	DIGITALIZAÇÃO			Todos	1910
	SUSTENTABILIDADE NA CADEIA DE VALOR			Acionistas/Investidores Clientes Fornecedores Associações/ONGs/Órgãos Sociedade	810 1217



TEMAS MATERIAIS	ASPECTOS AVALIADOS	IMPACTO NOS NEGÓCIOS	IMPACTO NA SOCIEDADE	PRINCIPAIS STAKEHOLDERS RELACIONADOS	ODS
FRENTE GOVERNANÇA	Inovação	Inovação e novos produtos		Clientes Colaboradores Fornecedores	9
	Proteção da privacidade	Lei Geral de Proteção de Dados		Clientes Colaboradores Fornecedores Reguladores	16
		Proteção de dados de clientes			
	Ética e Competitividade	Cumprimento dos Princípios de Negócio Responsável		Todos	16
		Comportamento anticompetitivo			
	Gestão de Riscos	Riscos críticos e sistêmicos		Acionistas/Investidores Clientes Conselheiros Fornecedores Sociedade	16
	Cibersegurança	Governança em segurança da informação		Clientes Conselheiros Colaboradores Fornecedores Reguladores	16
		Infraestrutura e sistema de gestão em TI			
		Garantia da segurança da informação			



Engajamento de Stakeholders GRI 2-25, 2-29

Temos um [Manual de Boas Práticas de Engajamento](#) que define métricas para identificar as partes interessadas e os diferentes níveis de interação que podem variar de acordo com cada grupo e a atividade a ser realizada. Com base nesse primeiro levantamento, realizamos um segundo mapeamento interno envolvendo diversas áreas da empresa, core e não core, para fortalecer o engajamento, e identificamos, entre as partes interessadas mapeadas, quais deveriam ser priorizadas para o acompanhamento mais abrangente e direcionadas com uma atuação estratégica com cada público.

Estamos cientes da importância para todos os grupos de interesse de compartilhar informações verdadeiras, completas, oportunas e claras, seja nos relatórios que arquivamos com os órgãos de supervisão relevantes dos mercados, seja em outras comunicações públicas da empresa, que incluem nossos portais institucionais.

Temos diversos canais de interação e atendimento com as partes, que vão desde grupos com direcionamentos mais específicos, como nossa Gerência de Relações Trabalhistas e Sindicais, que tem uma agenda especí-

fica de atenção aos colaboradores, às relações com os clientes e órgãos de proteção do consumidor, por meio do Conselho de Usuários em reuniões periódicas.

Além disso, disponibilizamos canais de atendimento diversificados que abrangem desde públicos específicos, como o Portal de Fornecedores, até canais mais abrangentes, como o contato sustentabilidade.br@telefonica.com, disponíveis para comunicação com todos os grupos, de acordo com as necessidades e os interesses de cada um. Dessa forma, garantimos que estamos abertos e atentos às demandas de todos os nossos públicos de interesse.

Disponibilizamos diversos canais de atendimento, tanto para públicos específicos como abrangentes.



04 Digitalizar para Aproximar

GRI 2-1, 2-2, 2-6



Capitais:

- Financeiro
- Social e de Relacionamento

Temas Materiais:

- Digitalização
- Ética e Competitividade
- Gestão de Riscos





Na Vivo, acreditamos no poder da digitalização para aproximar pessoas, desenvolver negócios e contribuir para um país cada vez mais conectado.

Hoje, somos a maior empresa de telecomunicações do país, um hub digital com mais de 32 mil colaboradores diretos e quase 100 mil aliados levando nossos serviços de telefonia móvel e fibra para a casa (FTTH) de milhões de brasileiros.

Queremos entregar uma experiência cada vez mais digital para nossos clientes, por meio de um crescimento com foco na inovação, no bem-estar de nossa equipe e na responsabilidade com o planeta e com a sociedade. Para isso, oferecemos um portfólio de produtos completo, incluindo telefonia fixa e móvel, dados móveis, banda larga fixa, ultrabanda larga, TV por assinatura, tecnologia da informação e serviços digitais (por exemplo, serviços financeiros, de nuvem, de entretenimento e segurança).

Nosso Propósito

Digitalizar para aproximar

A Vivo acredita que a revolução tecnológica deve ser parte da vida de todas e todos, não um privilégio de poucos. Queremos que as oportunidades que o mundo digital oferece sejam universais, contribuindo como uma força positiva para a transformação individual das empresas e da sociedade.

Por isso, levamos a digitalização a milhões de brasileiros, promovendo sua **aproximação a diferentes universos e realidades, reduzindo a distância entre as pessoas e o que importa para cada uma delas** – educação, cultura, entretenimento, saúde, negócios e, acima de tudo, outras pessoas.

Ao investirmos constantemente em infraestrutura, serviços e inteligência de dados, não apenas lideramos os avanços tecnológicos, mas **criamos soluções para que pessoas e empresas se digitalizem e estejam preparadas para as transformações que virão.**

PILARES

#DNAVivoEmTudoQueFazemos

Queremos oferecer a melhor experiência em digitalização e conectividade, com produtos e serviços inovadores para atender cada tipo de cliente.

#TemVivoPraTudo

Para qualquer conexão de que nossos clientes precisem, queremos que a Vivo seja sempre a melhor alternativa.

#DNAVivoEmTudoQueSomos

Promovemos a diversidade e a inclusão para fortalecer e valorizar a ética e os nossos valores em todas as decisões e no relacionamento com todos os públicos.

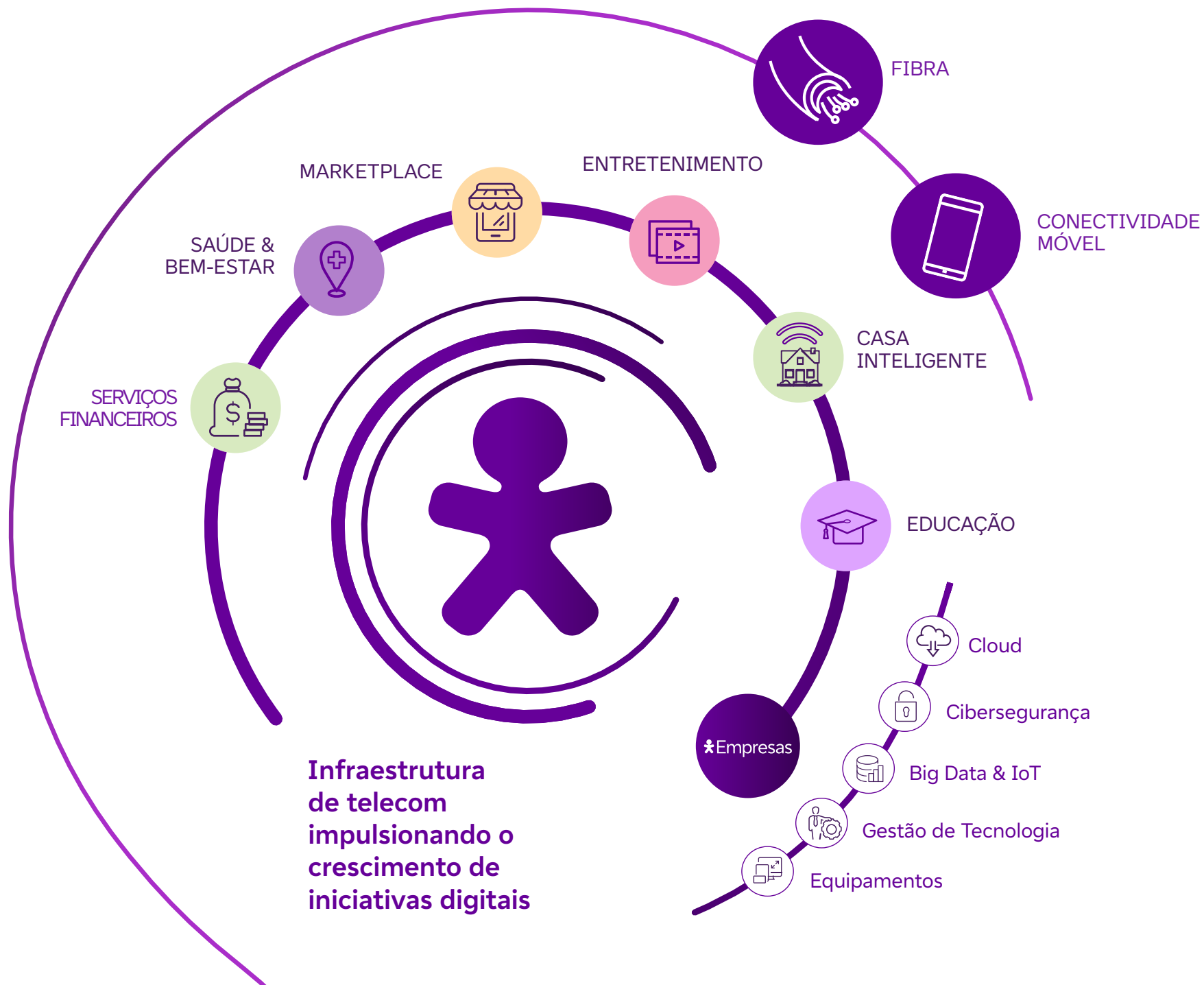
#VivoSustentável

Nosso compromisso com a sustentabilidade está presente em tudo o que fazemos e amplia o valor que geramos e compartilhamos com todos os públicos, com um olhar consciente para nossos impactos e para as consequências da hiperconectividade.

#TemTudoNaVivo

Garantir que tudo de tecnologia possa ser encontrado na Vivo, que é cada vez mais uma plataforma de distribuição de serviços digitais.





DIGITALIZAR ✓

O PAÍS, UM COMPROMISSO

Ser um Hub Digital para a vida das pessoas ✓

Entregar uma experiência cada vez mais digital ✓

NEGÓCIOS CORE



Móvel



Eletrônicos



FTTx



IPTV



Serviços Digitais



Dados e TIC



Voz Fixa



xDSL



DTH



Modelo de Negócios

PROCESSO DE CRIAÇÃO E PRESERVAÇÃO DE VALOR DA VIVO

CAPITAIS DE ENTRADA

Principais capítulos do relato:

FINANCEIRO

Contexto 2022
Resultados
Finanças Sustentáveis

MANUFATURADO

#TemVivoPraTudo
Canais de Relacionamento

INTELLECTUAL

Hub Digital
Cultura de Inovação

HUMANO

#DNAVivoemTudoqueSomos

SOCIAL E DE RELACIONAMENTO

#DNAVivoemTudoqueFazemos
Engajamento de Stakeholders
Governança da sustentabilidade
Responsabilidade Social Corporativa

NATURAL

Sistema de Gestão Ambiental (SGA)
Gestão de água
Energia

AMBIENTE EXTERNO

CONTEXTO
MACROECONÔMICO

ASPECTOS LEGAIS
E REGULATÓRIOS

CONTEXTO
PANDÊMICO

CONFLITOS
GEOPOLÍTICOS

RISCOS E
OPORTUNIDADES ESG

Modelo de Negócio / Estratégia de Atuação

Digitalizar para Aproximar | Hub de Serviços Digitais



PILARES ESTRATÉGICOS

#TemTudonaVivo

#TemVivoPraTudo

#DNAVivoemTudoqueFazemos

#DNAVivoemTudoqueSomos

#VivoSustentável

TECNOLOGIAS/PORTFÓLIO

NEGÓCIOS CORE



NEGÓCIOS NON-CORE



CANAIS E PLATAFORMAS

FÍSICOS

DIGITAIS

GOVERNANÇA E PERFORMANCE

Princípios de Negócios Responsável

Programa de Compliance
#VivodeAcordo

Chief of Audit Office

Planejamento Estratégico
(2021-2024)

Plano de Negócio Responsável

Sistema de Gestão Certificados

Programa Vivo Segura
DPO (Privacidade)

Programa DNA Vivo
(Experiência do Cliente)

Cultura Digital Colaborativa

CAPITAIS DE SAÍDA

Principais capítulos do relato:

FINANCEIRO

Resultados
Rede Fixa
Rede Móvel
Hub Digital

MANUFATURADO

#TemVivoPraTudo

INTELLECTUAL

#TemTudonaVivo

HUMANO

#DNAVivoemTudoqueSomos

SOCIAL E DE RELACIONAMENTO

Programa DNA Vivo
Impacto no desenvolvimento sustentável do país
Responsabilidade Social Corporativa
Relacionamento com fornecedores

NATURAL

Biodiversidade
Mudanças Climáticas
Economia circular

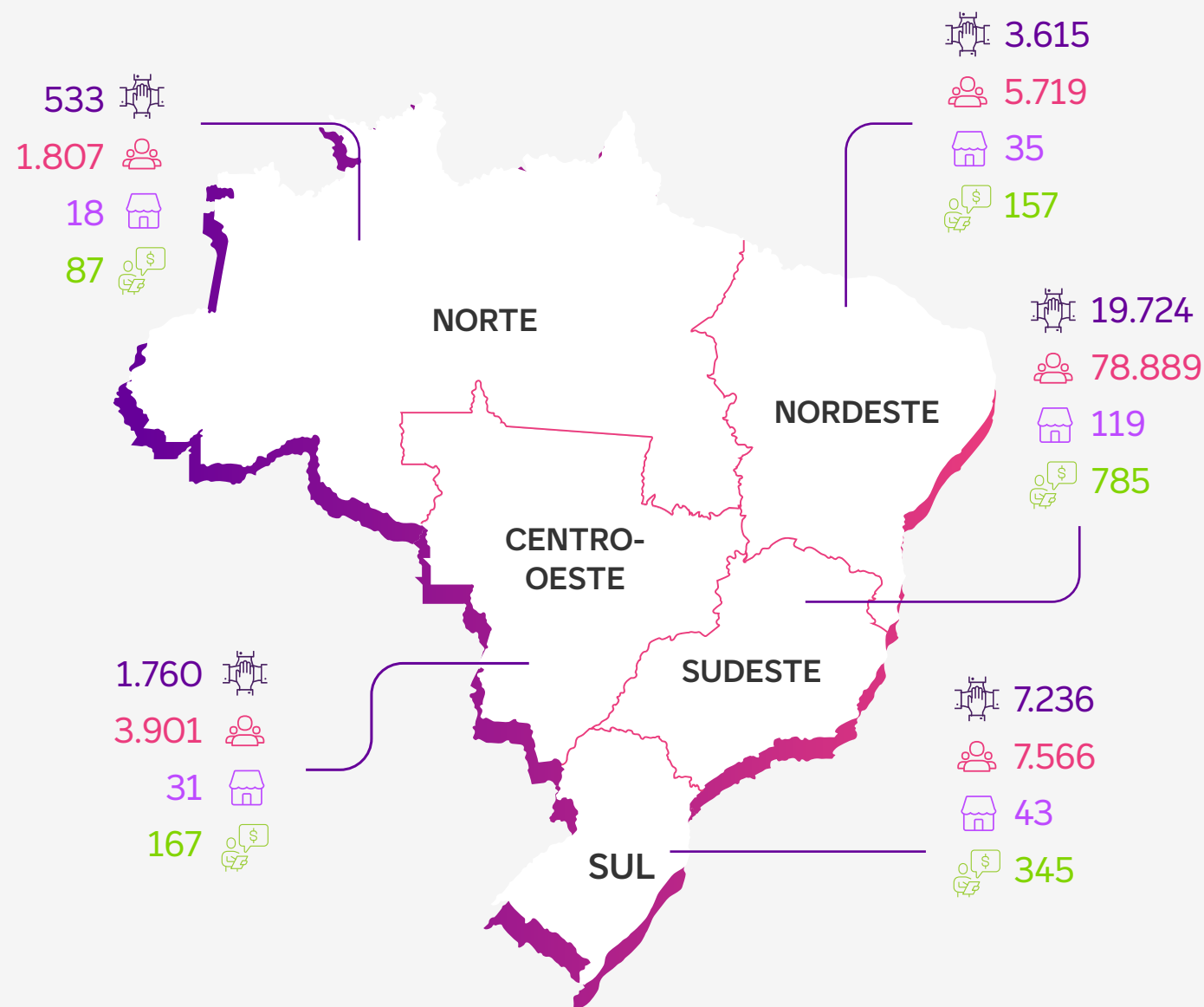
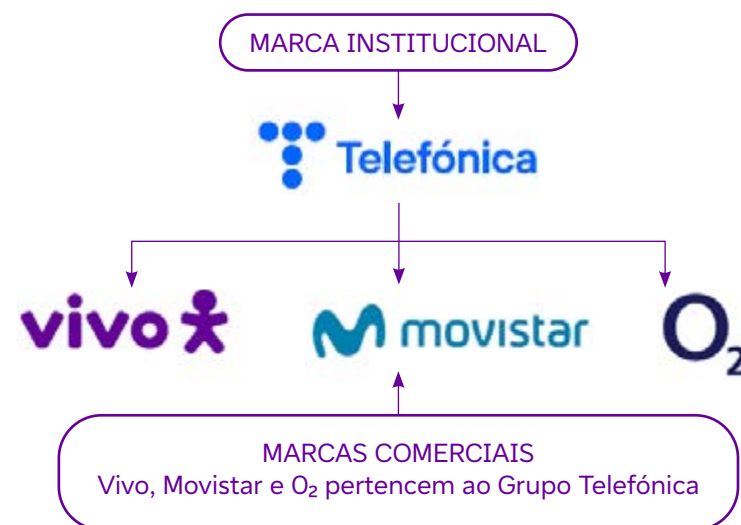


Mapa de atuação no país

GRI 2-1, 2-7, 2-8

Somos a Telefônica Brasil S.A., detentora da marca Vivo e líder do setor no Brasil – **um hub digital que facilita o acesso dos nossos clientes a serviços em diferentes áreas**, como entretenimento, esportes, segurança digital, finanças, saúde e educação, além de atuar na prestação de serviços de telecomunicações fixa e móvel em todo o território nacional e contar com um portfólio de produtos completo e convergente para clientes B2C e B2B.

De origem espanhola, a Telefônica é a marca institucional adotada mundialmente desde 1924. Globalmente, ela possui marcas comerciais como: Movistar, na Espanha e nos demais países da América Latina; e O₂, em toda a Europa. No Brasil, os produtos e serviços são comercializados sob a marca Vivo.



TOTAIS





Governança Corporativa

GRI 2-1, 2-10, 2-11, 2-12, 2-13, 2-14, 2-17

Somos uma companhia de capital aberto com valores mobiliários listados na B3 S.A. – Brasil, Bolsa, Balcão (B3) e na Bolsa de Valores de Nova Iorque (NYSE). **Nossa governança corporativa direciona nossa estratégia de atuação e a aplicação dos Princípios de Negócio Responsável com ética, transparência e respeito aos requisitos legais aplicáveis e à legislação pertinente ao mercado de capitais.**

Os princípios de nossa governança corporativa estão contemplados em nosso Estatuto Social e em normativas internas. Entre os principais objetivos desses princípios, que norteiam as atividades da Administração da companhia, destacam-se:

- A maximização do valor da companhia;
- A transparência na prestação das contas dos administradores na divulgação de informações relevantes aos acionistas e ao mercado e nas relações com os públicos de interesse;
- A igualdade no tratamento dos acionistas;
- A atuação do Conselho de Administração no que se refere à Responsabilidade Corporativa, garantindo a perenidade da organização.

[Clique aqui para saber mais sobre nossos regulamentos, políticas e normas.](#)



DEVERES FIDUCIÁRIOS, CONFLITOS DE INTERESSE E TRANSAÇÕES COM PARTES RELACIONADAS GRI 2-15

Todos os membros de nosso Conselho de Administração e Diretores Estatutários da companhia estão sujeitos aos deveres fiduciários, conforme determina a legislação societária aplicável.

Quando há interesse conflitante de um membro do Conselho de Administração ou Diretor Estatutário com o da companhia, é exigido que se abstenha de examinar os documentos e as informações dos itens da pauta objeto do conflito. Também deve se abster de discutir e votar tais itens na reunião, inclusive se afastando fisicamente das discussões e deliberações, cumprindo-lhe cientificar os demais membros do seu impedimento e fazer consignar a natureza e extensão do seu interesse em ata de reunião do Conselho ou Diretoria, conforme aplicável.

As transações com partes relacionadas são submetidas à apreciação do Comitê de Partes Relacionadas e, se necessário, à aprovação pela Diretoria, pelo Conselho de Administração e/ou pela Assembleia Geral de Acionistas, nos termos da Política de Transações com Partes Relacionadas, do Regimento Interno do Comitê de Contratação entre Partes Relacionadas e do Estatuto Social da companhia. No entendimento dos administradores da companhia, todas essas transações são realizadas de acordo com parâmetros, critérios e regras de mercado, contemplando as práticas recomendadas pelo Código Brasileiro de Governança Corporativa, a fim de proporcionar a devida transparência aos contratos entre as partes relacionadas.



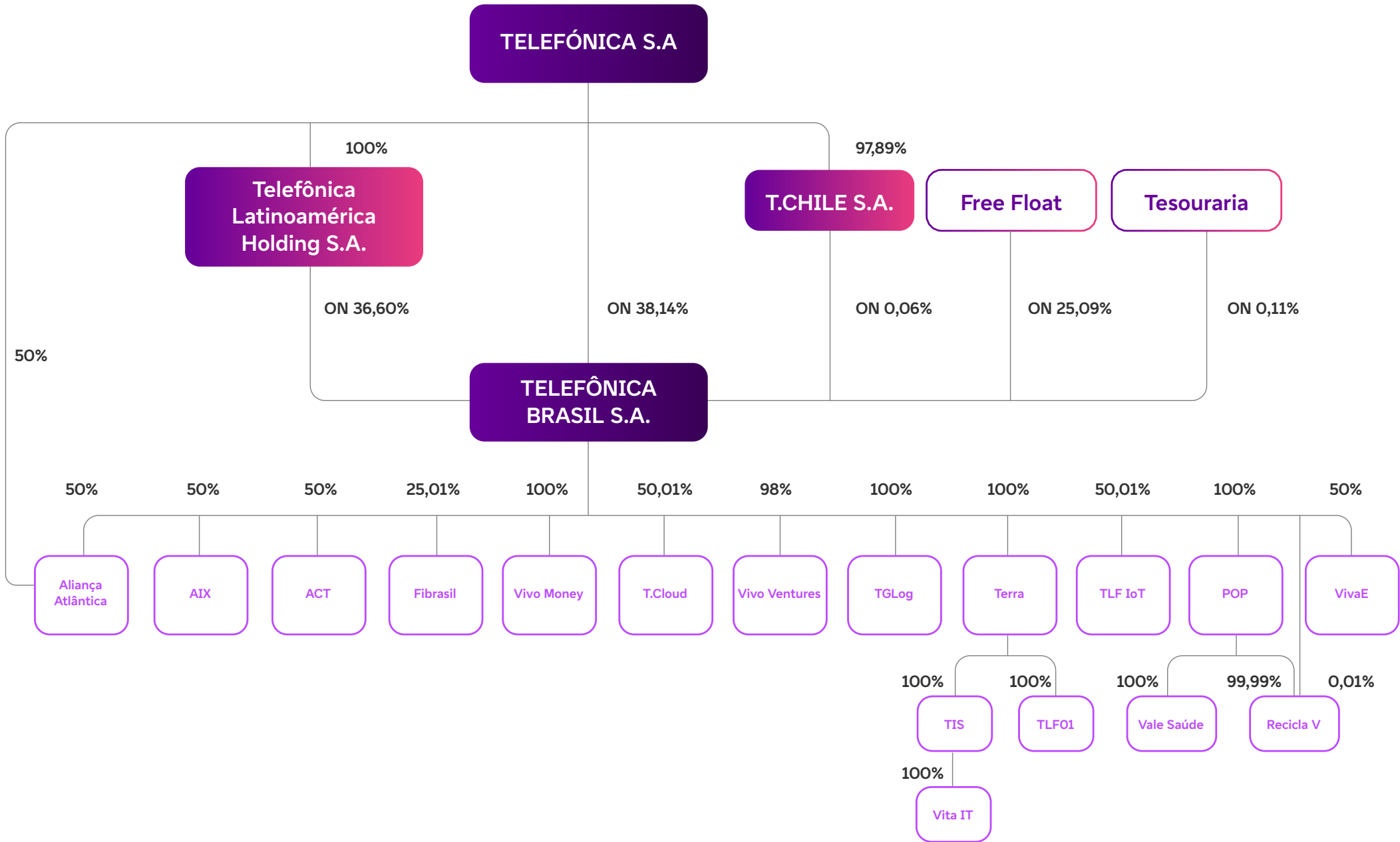
Estrutura Acionária

A companhia é controlada pelas acionistas Telefónica S.A., Telefônica Latinoamérica Holding S.A. e Telefónica Chile S.A., que possuem, em conjunto, 74,79% de seu capital social. O Grupo Telefónica é um dos maiores conglomerados de telecomunicações do mundo, com **presença em 12 países da Europa e América Latina**.

NOTA EXPLICATIVA:

Atualizado em 19 de abril de 2023.

- A seguir estão relacionadas as empresas subsidiárias integrais, controladas e coligada da companhia, bem como os fundos de investimento nos quais possui participação: Terra Networks Brasil Ltda. (Terra), POP Internet Ltda. (POP), Telefônica Transporte e Logística Ltda. (TGLog), Recicla V Comércio e Reciclagem de Sucatas e Metais Ltda. (Recicla V), Telefônica Infraestrutura e Segurança Ltda. (TIS), TLF01 Empreendimentos e Participações Ltda. (TLF01), Vita IT Comércio e Serviços de Soluções em TI Ltda. (Vita IT), Vale Saúde Administradora de Cartões S.A. (Vale Saúde), Aliança Atlântica Holding BV (Aliança), Companhia AIX de Participações (AIX), Companhia ACT de Participações (ACT), Telefônica Cloud e Tecnologia do Brasil S.A. (T. Cloud), Telefônica IoT, Big Data e Tecnologia do Brasil S.A. (TLF IoT), VivaE Educação Digital S.A. (VivaE), FiBrasil Infraestrutura e Fibra Ótica S.A. (FiBrasil), Fundo de Investimento em Direitos Creditórios Vivo Money (Vivo Money) e Vivo Ventures Fundo de Investimento em Participações Multiestratégia (Vivo Ventures).





Estrutura de Governança GRI 2-11, 2-9, 2-12, 2-25

Em 2022

41,7%

DOS MEMBROS
DO CONSELHO DE
ADMINISTRAÇÃO
FORAM RENOVADOS.

83%

SÃO MEMBROS
INDEPENDENTES.

33%

SÃO MULHERES.



Conselho de Administração

GRI 2-10

Nosso Conselho de Administração é composto por 12 (doze) membros, sendo 04 (quatro) mulheres e 10 (dez) conselheiros independentes¹, eleitos pela Assembleia Geral de Acionistas para um mandato de 03 (três) anos, sendo permitida a reeleição. Esse órgão é auxiliado por três comitês não estatutários. A tomada de decisões é realizada por maioria de votos, desde que a maioria dos seus membros em exercício esteja presente, tendo o Presidente da reunião do Conselho de Administração o voto de qualidade em caso de empate. Em 2022, o tempo médio de permanência dos membros no Conselho de Administração foi de 5,4 anos².

NOTAS EXPLICATIVAS:

1. Cada conselheiro realiza uma autodeclaração atestando seu enquadramento em relação aos critérios de independência em Sessão Exclusiva do Conselho de Administração, que, por sua vez, se manifesta, como órgão colegiado, com relação a tal enquadramento. Os atuais conselheiros de administração foram eleitos em Assembleia Geral Ordinária realizada em 26 de abril de 2022, sendo a alteração de um membro ratificada em Assembleia Geral Ordinária realizada em 13 de abril de 2023. Todos possuem prazo de mandato até a Assembleia Geral Ordinária a ser realizada no ano de 2025. Com relação aos critérios de independência, cumprimos os critérios fixados pela Resolução CVM nº 80/2022, que indica o percentual mínimo de 20% de conselheiros independentes.

2. Para o cálculo dessa métrica, contabilizamos o período total de todos os conselheiros, incluindo o mandato atual e os passados.

AVALIAÇÃO DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO GRI 2-18

A avaliação do Conselho de Administração ocorre de forma anual e individualizada, por meio de questionário eletrônico com 19 perguntas, com uma escala de 5 níveis de avaliação, divididos em 5 dimensões: Composição, Funcionamento e Competências do Conselho; Composição e Funcionamento dos Comitês; Desempenho do Presidente do Conselho; Direitos e Deveres dos Conselheiros; e uma pergunta aberta para sugestões e propostas de melhoria. Esse processo é elaborado por um time interno, formado por representantes da área de Pessoas da Companhia. O resultado da avaliação apresenta, para cada dimensão, a média da pontuação e a comparação da nota em relação ao ano anterior, as fortalezas por meio das perguntas com maior pontuação, as oportunidades por meio das perguntas com menor pontuação e as sugestões e propostas feitas na avaliação. Após a apresentação, os conselheiros debatem sobre resultados e oportunidades e junto com o Presidente do Conselho decidem sobre melhorias a serem trabalhadas ao longo do ano.



O Conselho de Administração é auxiliado por três comitês de assessoramento não estatutários.

COMITÊ DE AUDITORIA E CONTROLE:

O Comitê de Auditoria e Controle foi instituído por nosso Conselho de Administração em 10 de dezembro de 2002 e compreende um mínimo de 03 (três) e um máximo de 05 (cinco) membros eleitos pelo Conselho de Administração entre seus pares, com mandato unificado de três anos, permitida a reeleição.

COMITÊ DE NOMEAÇÕES, VENCIMENTOS E DE GOVERNANÇA CORPORATIVA:

O Comitê de Nomeações, Vencimentos e Governança Corporativa foi constituído em 12 de novembro de 1998 e reestruturado em 18 de outubro de 2004. É composto de, no mínimo, 03 (três) e, no máximo, 05 (cinco) membros eleitos pelo Conselho de Administração entre seus pares, com mandato unificado de 03 (três) anos, permitida a reeleição.

COMITÊ DE QUALIDADE E SUSTENTABILIDADE:

O Comitê de Qualidade e Sustentabilidade foi constituído em 16 de dezembro de 2004 e é composto de, no mínimo, 03 (três) e, no máximo, 05 (cinco) membros eleitos pelo Conselho de Administração entre seus pares, com mandato unificado de 03 (três) anos, permitida a reeleição.



Diretoria Estatutária

A Diretoria Estatutária é composta de, no mínimo, 03 (três) e, no máximo, 15 (quinze) membros, acionistas ou não, residentes no país, eleitos pelo Conselho de Administração para um mandato de 03 (três) anos, sendo permitida a reeleição. Atualmente, a Diretoria Estatutária é composta por 05 (cinco) membros, com os seguintes cargos: Diretor-Presidente, Diretor de Finanças e de Relações com Investidores, Secretário Geral e Diretor Jurídico, Diretor de Negócios e Diretor de Estratégia.

Conselho Fiscal

A companhia possui um Conselho Fiscal, de caráter permanente, formado por 03 (três) membros efetivos e 03 (três) membros suplentes, eleitos pela Assembleia Geral de Acionistas, para um mandato de 01 (um) ano, sendo permitida a reeleição.



Remuneração GRI 2-20

A companhia adota estratégias de remuneração compatíveis com as melhores práticas de mercado, de forma a atrair e reter os talentos, bem como reconhecer o desempenho individual. São realizadas pesquisas de mercado considerando empresas com porte comparáveis, a fim de manter a competitividade de mercado e a equidade interna. Nossos colaboradores da força de vendas, campo e call center, por sua vez, contam com uma remuneração variável por vendas ou comissão, proporcional aos resultados alcançados.

A evolução do salário ocorre pelo atendimento aos requisitos legais, ajuste em função de acordo coletivo, diretrizes orçamentárias e pela avaliação de desempenho. Para os incentivos de curto prazo, o modelo de Participação de Lucros e Resultados (PLR) é atrelado ao planejamento estratégico, que considera indicadores de desempenho financeiros e não financeiros, sendo que 20% da remuneração variável é atrelada à indicadores ESG.

Em benefícios, nossa estratégia é criar uma empresa ainda mais humana e conectada à vida das pessoas, o que nos inspira a adotar um modelo de benefícios flexível, que, em 2020, passou a se chamar VIBE.

O programa foi planejado para que colaboradores e suas famílias possam pensar no bem-estar de forma integral. O índice de satisfação com esse modelo para as escolhas de 2022 foi de 95,4%, medido por pesquisa respondida pelos colaboradores ao fim da jornada de escolhas na ferramenta.

Para o plano de previdência privada, oferecemos o modelo de contribuição definida em que a contrapartida de contribuição é de acordo com o tempo de empresa e pode atingir até 125% da contribuição do colaborador. Isso demonstra a preocupação da companhia por apoiar o colaborador em seu futuro e em sua educação financeira.

A companhia oferece planos de remuneração de longo prazo, baseados em ações (Telefónica S.A e/ou Telefônica Brasil, sendo estas na modalidade de Phantom shares) para os colaboradores não administradores, tais como: Performance Share Plan (PSP) para Diretores e Vice-Presidentes; o Talent for the Future Share Plan (TFSP) para Gerentes Sênior de Alta Performance; e o programa Plano de Compra de Ações Global Employee Share Plan (GESP) para qualquer colaborador que queira aderir.

NOVO PLANO DE REMUNERAÇÃO DE LONGO PRAZO

Adicionalmente, em 2022, aprovamos que 50% do Plano de Performance de longo prazo seja com referência em ações da Vivo (VIVT3) e liquidação em dinheiro, mantendo os 50% em entregas de ações do Grupo Telefónica.

A entrega do incentivo possui diretrizes de clawback e está condicionada a: (i) manter uma relação de trabalho ativa no Grupo Telefónica na data de consolidação do ciclo; e (ii) obtenção de resultados que representem o cumprimento dos objetivos estabelecidos para o plano que inclui os indicadores Total Shareholder Return (TSR), Free Cash Flow e a neutralização e redução das emissões de CO₂.

ESTRUTURA DE REMUNERAÇÃO DA ALTA ADMINISTRAÇÃO

GRI 2-19

METODOLOGIA DE CÁLCULO E REAJUSTE	REMUNERAÇÃO FIXA	BENEFÍCIOS DIRETOS E INDIRETOS	REMUNERAÇÃO VARIÁVEL DE CURTO PRAZO	INCENTIVOS DE LONGO PRAZO
Conselho de Administração, Comitê de Auditoria e Controle e Conselho Fiscal	Pagamento em 12 parcelas/ano, reajustadas anualmente conforme pesquisas salariais	n/a	n/a	n/a
Diretoria Estatutária				
Diretoria não Estatutária	Pagamento em 12 parcelas/ano acrescidas do 13º salário + 0,333 de férias e reajustadas periodicamente conforme pesquisas salariais, bem como evolução da experiência e responsabilidade do profissional	São oferecidos conforme práticas de mercado por intermédio de pesquisas salariais e avaliação de cargos, sendo alguns deles com processo de aprovação e reajuste via acordos coletivos com sindicatos	Constituída por um percentual da remuneração fixa, conforme grupo hierárquico. Esse percentual possui a avaliação conforme conjunto de metas corporativas e de avaliação individual. A metodologia é reajustada anualmente em função das metas, bem como de eventuais práticas de mercado	Conforme política corporativa de aplicação de incentivos do Grupo Telefônica, de acordo com cada programa

Valores, princípios e compromissos

GRI 2-27

Por meio dos valores e das diretrizes dos nossos **Princípios de Negócio Responsável**, o nosso código de ética e conduta, e também nossa política de sustentabilidade, cuja primeira versão foi criada em 2006, buscamos promover o crescimento responsável da Vivo por meio da transparência na prestação de contas, da divulgação de informações relevantes ao mercado e das relações idôneas com todos os nossos públicos de relacionamento.

Os Princípios de Negócio Responsável são aplicáveis a todos os nossos colaboradores, fornecedores, parceiros de negócio e demais partes interessadas e abrangem os compromissos com uma gestão ética e de longo prazo que promove um desenvolvimento social e ambiental mais ético, justo e sustentável, refletindo o tipo de empresa que queremos ser e como queremos que todos os que interagem conosco nos vejam.

Em 2022, **os Princípios de Negócio Responsável foram atualizados a fim de torná-los mais aderentes aos desafios e às necessidades da**

companhia e de nossas partes interessadas. Um novo treinamento global foi implementado para capacitar todos os profissionais nas normas e nos comportamentos éticos que regem nossas ações na empresa e definem a responsabilidade de cada um na Vivo. O curso, obrigatório para todos os colaboradores, foi pensado cuidadosamente para guiar nossa atuação de forma ética no dia a dia, evitando qualquer ação que possa ser interpretada como desonesta aos olhos do mercado e da sociedade.

Finalizamos o ano com **94,8%** de colaboradores treinados e com aceite formal nos novos Princípios de Negócio Responsável.



NOSSOS VALORES

INTEGRIDADE:

Nossa integridade significa agir de acordo com padrões éticos que são inegociáveis.

TRANSPARÊNCIA:

Nossa transparência significa que estamos comprometidos em assegurar que partes interessadas tenham informações claras, verdadeiras e acessíveis.

COMPROMISSO:

Nosso compromisso significa cumprir com o que prometemos.

PRINCÍPIOS DE NEGÓCIO RESPONSÁVEL

- 1 Gestão ética e responsável
- 2 Governança corporativa e controle interno
- 3 Respeito e promoção dos Direitos Humanos e dos Direitos Digitais
- 4 Nosso compromisso com o meio ambiente
- 5 Inovação, desenvolvimento e uso responsável da tecnologia
- 6 Comunicação responsável
- 7 Nosso compromisso com o cliente
- 8 Nosso compromisso com os colaboradores
- 9 Nosso compromisso com as sociedades nas quais operamos
- 10 Gestão responsável da cadeia de fornecimento



Ética e Integridade

GRI 2-15, 2-16, 205-2, 205-3, 3-3

A Vivo atua de forma ética, íntegra e transparente em todas as suas ações e com quem se relaciona ou realiza negócios, sejam clientes, parceiros comerciais, sociedade ou acionistas.

Temos como norteador cultural “Fazer Acontecer com Responsabilidade”, que faz parte da Cultura Digital Colaborativa e é disseminado para toda a companhia. Todos os colaboradores têm a responsabilidade de agir de acordo com essas premissas e com os Princípios de Negócio Responsável – nosso Código de Ética –, revisado periodicamente e aprovado pelo Conselho de Administração.

Suas diretrizes globais definem a forma como agimos diariamente, fazemos negócios com todas as partes interessadas e geramos valor em longo prazo. Além disso, estabelecem mecanismos para a tomada de decisões diante de dilemas éticos e situações que eventualmente possam ser consideradas em desacordo com a lei. Asseguramos que nossas atividades sejam realizadas de acordo com a legislação nacional e internacional aplicável em vigor. No Brasil, a Vivo

está sujeita à Lei nº 12.846/2013 e seu Decreto regulamentador nº 11.129/2022, bem como ao US Foreign Corrupt Act de 1977, nos Estados Unidos da América, país em que atuamos como emissor de títulos e valores mobiliários.

A Diretoria de Compliance da Vivo possui autonomia e independência para assegurar a execução das atividades do Programa de Compliance – o **#VivoDeAcordo**: (i) apoiando a companhia e os colaboradores no entendimento e na aplicação das legislações anticorrupção e normativas internas, por meio do acultramento e conscientização do comportamento responsável e da disseminação dos princípios corporativos de Integridade, Compromisso e Transparência, que fundamentam os Princípios de Negócio Responsável (Código de Ética e Conduta do Grupo Telefônica); (ii) fornecendo ferramentas e treinamentos para que todos saibam lidar com os dilemas éticos em matéria de integridade do dia a dia; (iii) utilizando-se de mecanismos e de controles que aportam eficiência em fluxos e processos da empresa; (iv) detectando e mitigando riscos em matéria de integridade, gerando valor a companhia, aos stakeholders e clientes; bem como, (v) atuando na remediação e monitoramento necessários à

recondução ao estado de conformidade com as leis, normas e regulamentos internos e externos.

Em conjunto com outras áreas da empresa, a Diretoria de Compliance busca manter na companhia as melhores práticas de negócios e fornece atualizações sobre o Programa de Compliance ao Comitê de Auditoria e Controle e à Reunião de Diretoria.

O **#VivoDeAcordo** é o Programa de Compliance da Vivo aplicado a todos os colaboradores e aos órgãos da administração, bem como a parceiros comerciais, erigido sobre os seguintes pilares:

- Comprometimento total da alta direção;
- Equipe de colaboradores qualificados, responsáveis pelas ações do programa;
- Constante análise e avaliação dos riscos do negócio na perspectiva de Compliance anticorrupção e integridade;
- Políticas e normativas internas devidamente comunicadas e acessíveis a todos os colaboradores, especialmente aquelas relativas ao relacionamento com entidades públicas;
- Comunicações e treinamentos amplos e frequentes em matéria de Compliance para todos os atuais e novos colaboradores, com linguagem de fácil compreensão;
- Canal de consultas acessível a todos os colaboradores, para ajudar no esclarecimento de dilemas éticos, reforçar as boas práticas de conduta e solucionar eventuais dúvidas sobre o programa;

- Gestão de terceiros sob a ótica de Compliance;
- Ferramentas de integridade para registro de presentes e convites; e autodeclaração de situações de conflito de interesses, sejam estas as potenciais, aparentes ou reais.

Por esses compromissos assumidos e cumpridos é que, em 2020, 2021 e 2022, a Vivo obteve a Certificação DSC 10.000 (Diretrizes para o Sistema de Compliance), que evidencia a excelência de seu Programa de Compliance (o #VivoDeAcordo) nos termos dos requisitos da normativa de certificação e da legislação brasileira em matéria de integridade (Anticorrupção).

Gestão de Terceiros

A atuação dos terceiros exerce impacto sobre a reputação e integridade da companhia. Por isso, com o objetivo de assegurar o cumprimento da legislação anticorrupção brasileira e internacional, temos iniciativas para que nossas relações comerciais com terceiros atendam às normas, tais como: Pesquisas reputacionais (Due Diligences de integridade), implementadas no âmbito do processo de contratação, de acordo com critérios internos, que incluem a verificação recorrentemente do



envolvimento dos terceiros em processos administrativos, judiciais, além das questões ligadas aos casos de não cumprimento das legislações anticorrupção; inserção de cláusulas contratuais e certificados específicos sobre o tema de ética e anticorrupção nos contratos em negociação com terceiros; Workshops e comunicações com relação aos princípios e diretrizes que norteiam o Programa de Compliance; Implementação de controles e processos relacionados ao cumprimento das normas anticorrupção durante o cadastro dos terceiros nos processos de Compras da empresa.

Comunicação e Treinamentos

As comunicações do Programa de Compliance são reforçadas por meio dos nossos canais internos, direcionados a 100% da companhia. **Para fortalecer a cultura de integridade, iniciativas de prevenção, detecção e remediação são constantemente divulgadas.** Engajamos e conscientizamos cada um dos membros do Conselho de Administração e Diretoria sobre os nossos Princípios de Negócio Responsável e nossa Política Anticorrupção, por meio da assinatura de certificado anticorrupção anual.

Assim como as comunicações, os treinamentos do Programa de Compliance são muito importantes para o fortalecimento de uma cultura organizacional de ética, integridade e transparência da Vivo. Os treinamentos acontecem de forma presencial e on-line. São desenvolvidos para garantir que todos obtenham o conhecimento necessário para exercer as suas respectivas funções e atividades. Além disso,

os treinamentos do Programa de Compliance têm o objetivo de comunicar, disseminar e reforçar as regras, a conduta esperada pela companhia, as responsabilidades legais e as normativas que devem ser seguidas por todos, sejam membros da alta direção, sejam gestores e colaboradores.

A conclusão do treinamento sobre os Princípios de Negócio Responsável (Código de Ética e Conduta) é obrigatória sob pena de aplicação de medida disciplinar. Entre os treinamentos de Compliance da Companhia também estão Foreign Corrupt Practices Act (FCPA), Conflito de Interesses, webaula sobre a Lei nº 12.846/13 (Lei Anticorrupção Brasileira), Gestão e Relacionamento com Terceiros, Prevenção à Lavagem de Dinheiro e um e-learning sobre o #VivoDeAcordo, desenvolvido especialmente para os líderes da companhia.

Além disso, desde 2017, anualmente, realizamos o Compliance Day. O evento tem o objetivo de **engajar os colaboradores e fortalecer a cultura de ética e integridade na empresa, promovendo a relevância do tema, trazendo conscientização sobre a importância dos conteúdos relacionados ao #VivoDeAcordo** e proporcionando também lembrar o valor dos Canais de Integridade como ferramentas importantes para o dia a dia dos colaboradores. Em 2022, o evento teve como tema: "ESG - Gerando valor para a empresa" e apresentou para a companhia a importância do assunto, focado, especialmente em Governança, apresentando como esse pilar se conecta com, fortalece e sustenta as dimensões social e ambiental.

CANAIS DE INTEGRIDADE GRI 2-26

O #VivodeAcordo possui diversas ferramentas que servem para que os colaboradores possam participar ativamente do fortalecimento da cultura organizacional de ética e integridade, na proteção da própria reputação e da empresa, dos riscos advindos dos descumprimentos normativos, dos desvios de condutas e das inconformidades:

FALE COM #VIVODEACORDO:
canal para esclarecer dúvidas e dilemas éticos.

FERRAMENTA CORPORATIVA DE CONFLITO DE INTERESSES:
canal para declarar possíveis situações de conflito de interesses.

PRESENTES E CONVITES: canal para registro prévio de toda e qualquer intenção de se relacionar com agentes e entidades públicas.

PÁGINA DE DOCUMENTOS NORMATIVOS: portal para acessar as políticas e normativas vigentes da Telefônica.

CANAL DE DENÚNCIAS:
canal para comunicar qualquer suposta irregularidade ou ato contrário à legislação, à lei anticorrupção (Lei nº 12.846/2013) ou às normas internas das quais tenham conhecimento.



A Companhia possui estrutura de Auditoria Interna, cujo titular (Chief of Audit Officer) se reporta ao Conselho de Administração, por intermédio do Comitê de Auditoria e Controle. GRI 2-16

Auditoria Interna

A companhia possui estrutura de Auditoria Interna, cujo titular (Chief of Audit Officer) se reporta ao Conselho de Administração, por intermédio do Comitê de Auditoria e Controle. A Auditoria Interna é responsável por apoiar a administração, de forma independente, na avaliação periódica e na eficácia dos controles internos junto aos processos operacionais e financeiros, apontando melhorias àquelas situações identificadas como deficientes ou desprovidas de controles, visando à conformidade com políticas, normas, procedimentos e regulamentações internas e externas.

A Metodologia de Auditoria da Vivo é focada em risco e fundamentada no Marco Integrado de Controle Interno do COSO (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission). As não conformidades ou debilidades de controle interno são discutidas com as áreas auditadas e registradas em relatório de auditoria para reporte à Diretoria-Executiva e apresentação ao Comitê de Auditoria e Conselho de Administração, de acordo com a sua relevância.

Controles Internos

A Administração da companhia é responsável por estabelecer e manter os controles internos e procedimentos de divulgação das demonstrações financeiras. Tais controles e procedimentos foram elaborados de forma a assegurar que as informações da companhia, de divulgação obrigatória nos relatórios arquivados junto à CVM, são registradas, processadas, sumarizadas e reportadas no prazo e no formato especificado nas normas da CVM.

Em 2003, o Conselho de Administração aprovou uma Normativa Sobre Registro, Comunicação e Controle de Informação Financeiro-Contábil que regula os procedimentos internos e os mecanismos de controle da preparação da informação financeiro-contábil da companhia, garantindo a aplicação de práticas e políticas contábeis adequadas. Tal normativa permite, também, cumprir exigências estabelecidas pela lei americana Sarbanes-Oxley.

A companhia possui um sistema de certificação por meio do qual as diversas áreas da companhia emitem pareceres se responsabilizando pelas informações financeiras e não financeiras divulgadas ao mercado. Com base nestes pareceres, o Diretor Presidente e o CFO emitem suas respectivas certificações atestando a veracidade e a qualidade das informações divulgadas ao mercado.



Práticas Concorrenciais

GRI 206-1, 3-3, SASB TC-TL-520A.1

Atuamos para garantir a integridade de nossos processos, a idoneidade de nossos gestores, assim como o funcionamento de todos os mecanismos adotados para o cumprimento da legislação concorrencial. Para tanto, possuímos treinamento sobre compliance concorrencial obrigatório para todos os colaboradores da empresa, bem como divulgamos internamente as 10 regras de ouro da concorrência, com destaque para:

- Concorrer de forma ativa no mercado, sempre respeitando as normas de defesa da concorrência;
- Nunca compartilhar informações comerciais e estratégicas da companhia com seus concorrentes;
- Tomar decisões comerciais de forma totalmente independente de seus concorrentes;
- Tratar igualmente todos os seus clientes, sem discriminação de preços, especialmente nos mercados em que a companhia tem maior participação;
- Basear sua política de preços para os produtos e serviços em critérios objetivos e justos, não sendo permitida a cobrança de preços excessivos ou predatórios;
- Realizar recusas de venda somente acompanhadas de suas justificativas comerciais e econômicas.

Em 2022, não houve nenhuma ação judicial referente à concorrência desleal ou não cumprimento à lei antitruste.

Clique aqui para acessar
nosso Canal de Denúncia.



Canal de Denúncias GRI 2-25

Nosso canal de denúncias está disponível a todos os públicos. Por meio dele são recebidos relatos sobre qualquer tipo de irregularidade, desvio de conduta ou descumprimento de políticas, normativas, instruções de trabalho, bem como à legislação vigente, abrangendo temáticas como: descumprimento legal, normativo ou contratual, assédio, discriminação, conflitos no entorno trabalhista, descumprimentos ao manifesto “Vivo Diversidade”, conflitos de interesses, suspeita de corrupção – Lei 12.846/2013, favorecimento, privacidade/segurança da informação, controle interno e reporte financeiro, entre outros.

Este canal pode ser acessado por qualquer público: colaboradores, clientes, fornecedores e sociedade em geral. Todas as denúncias recebidas são confidenciais e apuradas pela Diretoria de Inspeção, de forma sigilosa e com opção de anonimato do denunciado.

MEIOS DE CONTATO COM O CANAL DE DENÚNCIAS

O Canal de Denúncias funciona 24 horas, 7 dias por semana, podendo ser acessado pelos seguintes meios:

FORMULÁRIO ON-LINE:

https://canaldedenuncias.telefonica.com/#/alta_denuncia

E-MAIL:

alerta.vivo.br@telefonica.com

TELEFONE: 0800 650 1515

PRESENCIAL: De segunda à sexta, das 8h às 18h, com os colaboradores da Diretoria de Inspeção: em São Paulo, no Eco Berrini, e em Curitiba, no Jardim Botânico

CORRESPONDÊNCIA:

Diretoria de Inspeção | Av. Luis Carlos Berrini, 1.376, CEP: 04571-936 | São Paulo

DENÚNCIAS¹

	2020	2021	2022
Total de denúncias recebidas	582	646	487
Denúncias procedentes	237	250	228
Medidas de encerramento de contratos de trabalho adotadas como consequência de denúncias procedentes	95	77	88

1 Os números reportados se referem às denúncias registradas no canal oficial da companhia, que conta com um sistema global da Telefônica, no qual estão todas as denúncias recebidas, desde o seu registro até o encerramento da apuração, e respectivos planos de ação.

DENÚNCIAS PROCEDENTES¹

	2020	2021	2022
Assédio moral/sexual e discriminação	0,4%	0,0%	1,32%
Conduta inadequada e outros conflitos laborais	54,9%	55,6%	58,77%
Conflito de interesses	3,4%	1,2%	1,32%
Fraude	17,3%	14,8%	13,16%
Descumprimento normativo	11,8%	8,8%	17,54%
Privacidade/segurança da informação	1,7%	1,2%	2,19%
Outros	10,5%	18,4%	5,70%

Gestão de Riscos

A Vivo conta com um Modelo de Gestão de Riscos estruturado para identificar, mensurar e, possivelmente, mitigar os riscos aos quais está exposta. O modelo é baseado na metodologia COSO (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission), que prevê o alinhamento da Gestão de Riscos com a estratégia da companhia, facilitando a priorização e o desenvolvimento de ações coordenadas diante dos riscos identificados.

Conforme previsto em nossos Princípios de Negócio Responsável, “estabelecemos controles adequados para avaliar e gerir todos os riscos relevantes para a companhia”. Nesse sentido, dispomos de uma Política de Gestão de Riscos, aprovada pelo Conselho de Administração, e um Procedimento Corporativo de Gestão de Riscos, ambos baseados nas melhores práticas internacionais e de governança corporativa.

O processo de Gestão de Riscos acontece de forma homogênea em todas as áreas da companhia, cabendo aos responsáveis a identificação, a avaliação, o controle, a resposta e o acompanhamento dos principais riscos, facilitando a priorização e o desenvolvimento de ações coordenadas para mitigá-los.

Como desenvolvimento da cultura de gestão de riscos na organização, são realizadas ações de orientação visando fomentar a participação ativa de todos os colaboradores na identificação e nas respostas aos riscos.

Governança área de riscos

Os Princípios de Negócio Responsável e a Política de Gestão de Riscos estabelecem que toda a organização tem a responsabilidade de contribuir na identificação de riscos e sua gestão.

Supervisão do sistema de gestão de riscos GRI 2-16

O regulamento do Conselho de Administração estabelece que o Comitê de Auditoria e Controle tem como função primordial apoiar o Conselho de Administração em suas funções de supervisão, entre as quais, se inclui a supervisão do modelo de gestão de riscos.



Como suporte ao desenvolvimento dessas atividades pelo Comitê de Auditoria e Controle, na Auditoria Interna, foi estabelecida uma área independente da gestão, dedicada a impulsionar, suportar, coordenar e verificar a aplicação do que está estabelecido na Política de Gestão de Riscos.

Para garantir uma adequada governança por parte do Comitê de Auditoria e Controle, são realizadas reuniões recorrentes de reporte dos resultados dos trabalhos de Gestão de Riscos e apresentações específicas sobre os principais riscos aos quais a companhia está exposta. O Comitê de Auditoria e Controle informa periodicamente sobre essas questões ao Conselho de Administração.

Responsáveis pelos riscos

Os responsáveis pelos riscos participam ativamente da estratégia e das decisões importantes para assegurar a governança e mitigação dos riscos.

Processo de gestão de riscos



A avaliação do impacto dos riscos, conforme etapa 2, é realizada considerando três dimensões: econômica, cumprimento e reputacional/ESG.

Perspectivas do modelo de riscos

Para a avaliação dos riscos, são consideradas tanto a perspectiva bottom-up como a top-down.

BOTTOM-UP:

Baseada na perspectiva de autoavaliação, segundo a qual os gestores são os responsáveis por identificar os riscos específicos de sua área, assim como avaliar e definir a resposta a eles.

TOP-DOWN:

É realizada uma avaliação dos riscos específicos de forma transversal com o objetivo de agrupá-los em categorias que refletem os temas mais relevantes para a companhia.



CATEGORIAS DE RISCOS

O processo de identificação de riscos na Vivo dispõe de um catálogo geral que permite homogeneizar e consolidar a informação e atender aos requerimentos de reporte interno e externo. As categorias visam facilitar a identificação, avaliação e gestão dos riscos:

NEGÓCIO: Riscos relacionados com o setor e, principalmente, com a estratégia da companhia, como evolução da concorrência e da consolidação do mercado, marco regulatório, cadeia de suprimentos, inovação tecnológica, privacidade de dados, adaptação às demandas de clientes e/ou ao desenvolvimento de novos padrões éticos ou sociais.

OPERACIONAIS: Riscos relacionados com cibersegurança; mudanças climáticas, desastres naturais e outros fatores que possam causar danos físicos à nossa infraestrutura técnica que podem gerar falhas na rede, interrupções de serviços ou perda de qualidade e riscos relacionados aos clientes, às pessoas, bem como à gestão operacional.

FINANCEIROS: Riscos decorrentes de movimentos adversos do entorno econômico ou de variáveis financeiras, e da capacidade da empresa de honrar seus compromissos, tornar líquidos seus ativos e ter capacidade de financiamento para executar plano de negócios, incluindo questões fiscais.

LEGAIS E CUMPRIMENTO NORMATIVO: Riscos relacionados a litígios e conformidade legal, incluindo a legislação anticorrupção; assim como cumprimento das obrigações legais e dos objetivos da companhia em matéria ambiental, social e de governança (ESG).

Os principais riscos de negócios e ESG podem ser consultados através do link:



Cultura de riscos

Para educar e envolver os funcionários na cultura de gestão de riscos, incentivando-os a identificar riscos e a participar ativamente na sua mitigação, a Companhia promove as seguintes ações:

COMUNICAÇÃO:

com o objetivo de divulgar, por meio dos canais internos apropriados e workshops, os princípios e valores que regem o gerenciamento de riscos.

FORMAÇÃO:

para promover o conhecimento, o envolvimento nos valores mencionados e disseminar a cultura no modelo de gestão de risco.

Reconhecimento

A Auditoria Interna da Vivo possui o Certificado de Qualidade outorgado pelo Instituto de Auditores Internos de España e pelo Instituto dos Auditores Internos do Brasil.



Governança da Sustentabilidade

GRI 2-12, 2-13, 2-16, 2-17, 2-22

Temos consciência de que, para garantir a perenidade de nossos negócios, todas as decisões devem ser tomadas com base em parâmetros que considerem o desenvolvimento sustentável e os impactos – positivos e negativos – que temos a capacidade de gerar para nossos stakeholders, para a sociedade e para o planeta.

Dessa forma, trabalhamos com base em uma governança com pilares sólidos voltados para o cumprimento de metas relacionada aos temas prioritários para a estratégia da companhia, como experiência do cliente, redução das emissões de gases de efeito estufa, aprimoramento e manutenção de reputação e políticas de diversidade.

Para fortalecer o comprometimento de todos com o alcance dessas metas, **desde 2019, atrelamos 20% do bônus individual dos executivos e colaboradores aos temas relacionados a ESG.** A gestão de sustentabilidade está sob a coordenação da Vice-Presidência de Relações Institucionais e Sustentabilidade, que, além do seu reporte direto ao CEO, também possui três instâncias de monitoramento e tomada de decisão sobre a agenda ESG da Vivo:

COMITÊ DE NEGÓCIO RESPONSÁVEL E REPUTAÇÃO

Em funcionamento desde 2018, é composto pelo CEO, vice-presidentes e executivos responsáveis pelas respectivas pautas ESG.

COMITÊ DE QUALIDADE E SUSTENTABILIDADE

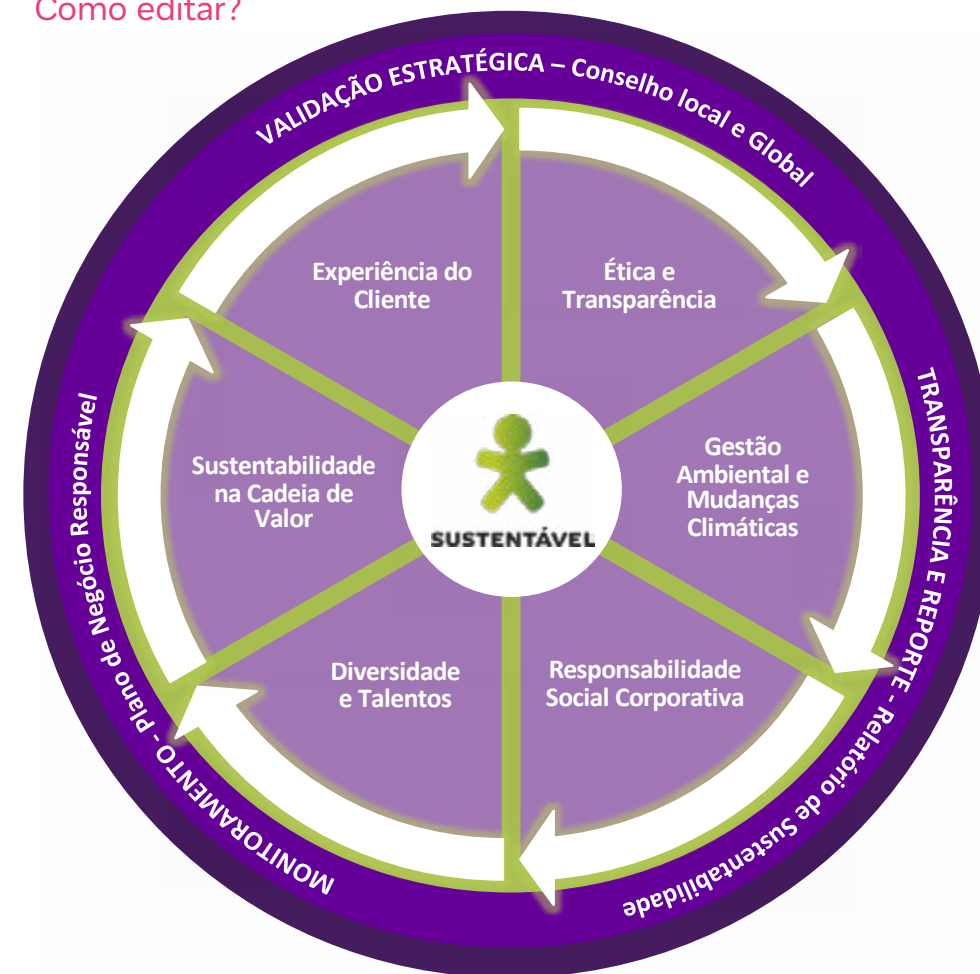
Criado em 2004, no ano de 2020 teve a incorporação da competência de sustentabilidade. Composto por três conselheiros que se reúnem trimestralmente para assessorar o Conselho de Administração nas temáticas ESG.

COMISSIÓN DE SOSTENIBILIDAD Y CALIDAD

Ligado diretamente ao Conselho de Administração do Grupo Telefónica, tem o CEO da Vivo como principal sponsor do reporte dos principais avanços e desafios ESG da companhia ao grupo.

O **Plano de Negócio Responsável (PNR)** é instrumento estratégico que viabiliza essa gestão e que estabelece iniciativas e metas (2021-2024) com base em seis pilares de atuação e mais de 100 indicadores que contribuem com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)/Agenda 2030 e demais compromissos legais e voluntários assumidos pela Vivo.

Como editar?





PILARES DE ATUAÇÃO

EXPERIÊNCIA DO CLIENTE:

Queremos ser protagonistas e desempenhar um papel ativo de conscientização e promoção do consumo responsável.

GESTÃO AMBIENTAL E MUDANÇAS CLIMÁTICAS:

Reduzimos os impactos ambientais de nossa operação e ajudamos outros setores da economia, por meio da digitalização, a desenvolver suas atividades de maneira mais eficiente e sustentável.

RESPONSABILIDADE CORPORATIVA:

Somos comprometidos com a sociedade, promovendo os direitos fundamentais de todos os públicos, com impacto social cada vez mais positivo.

ÉTICA E TRANSPARÊNCIA:

A integridade, o compromisso e o respeito são nossos principais valores, pois constroem e reforçam as relações de confiança.

SUSTENTABILIDADE NA CADEIA DE VALOR:

Atuamos para reduzir riscos e impactos nas operações e valorizamos as relações éticas com nossos fornecedores e parceiros comerciais.

DIVERSIDADE E TALENTOS:

Associamos a tecnologia e a inovação a um ambiente de trabalho respeitoso, diverso e inclusivo. Valorizamos as pessoas e queremos sempre atrair e reter os melhores talentos.

Além disso, seguimos importantes padrões e certificações que aprimoram nossa gestão das diferentes dimensões ESG: ISO 26000 (Responsabilidade Social); ISO 27001 (Seg. da Informação) para o processo GVUL (gestão de vulnerabilidades) e MDR (Managed Detection and Response) do programa de segurança digital; DSC 10000 (Compliance); ISO 14001 (Ambiental); ISO 45001 (Saúde e Segurança Ocupacional) e ISO 50001 (Energia).



Jornada em Sustentabilidade





Finanças Sustentáveis

Em 2022, realizamos nossa 1ª emissão, de R\$3,5 bilhões, em Sustainability-Linked Bonds (SLBs), instrumento de dívida vinculado ao atingimento de metas ESG. A última emissão de debêntures da Vivo ocorreu no fim de 2017, sendo esta a 7ª emissão de títulos de dívida da companhia.

Atrêlamos essa emissão ao selo ESG, formalizando o compromisso da companhia com a sustentabilidade dos seus negócios, incluindo sua estratégia financeira. Para a seleção de KPIs e metas, realizamos um estudo para avaliar os temas com maior potencial para a sociedade e com importância estratégica para a empresa em duas dimensões: ambiental e social.

Nesse contexto, a Vivo optou por selecionar KPIs e metas que transmitam aos stakeholders o comprometimento de alcançar os seus objetivos por meio de uma equipe diversificada e inclusiva, baseados em uma economia de baixo carbono. Nossos compromissos, até 2027, preveem:

A Vivo realizou a emissão de
R\$3,5 bilhões
em Sustainability-Linked Bonds (SLBs)
vinculada ao atingimento de metas de
carbono e diversidade racial

NO PILAR AMBIENTAL,
A REDUÇÃO DE

40%

DAS EMISSÕES DIRETAS DE
GASES DE EFEITO ESTUFA
(ESCOPO 1) EM RELAÇÃO A 2021.

NA ESFERA SOCIAL,
DEVEMOS ATINGIR UM
INDICADOR MAIOR OU IGUAL A

30%

DE NEGROS EM CARGOS
DE LIDERANÇA.

Essa emissão também contou com a publicação do nosso primeiro [Sustainability-Linked Financing Framework](#), com avaliação independente realizada pela Bureau Veritas (Second Party Opinion), incluindo as diretrizes adotadas pela Vivo para emissões de títulos de dívida e está alinhado aos Sustainability-Linked Bond Principles 2021 da International Capital Market Association e Sustainability-Linked Loan Principles 2021 da Loan Markets Association (“LMA”).

Além disso, todos os indicadores propostos do ano-base (2021) foram verificados por empresas de auditoria independente, AENOR e PwC, para as metas ambiental e diversidade racial, respectivamente.



Sustainability-Linked Financing Framework

June, 2022



Contexto 2022

Cenário Macroeconômico

O ano de 2022 foi caracterizado pelo crescimento econômico acima do esperado e pelas incertezas em torno da política fiscal a ser adotada para os próximos anos, em um contexto de eleições presidenciais. A flexibilização das medidas restritivas beneficiou o setor de serviços, que, por sua vez, impulsionou o mercado de trabalho, com a taxa de desemprego atingindo seu menor nível desde 2015.

O aumento das transferências de renda também favoreceu a expansão do consumo no período. Diante disso, o PIB brasileiro cresceu 2,9% em 2022, de acordo com o IBGE, após alta de 5,0% em 2021 e contração de 3,3% em 2020. A normalização das cadeias produtivas pós-pandemia e a redução da alíquota de impostos sobre os preços de combustíveis, energia elétrica e telecomunicações contribuíram para desaceleração da inflação em 2022, aliadas ao aquecimento da economia.

Assim, os preços ao consumidor, medidos pelo IPCA, passaram de 10,06% para 5,79% entre 2021 e 2022. Nesse ambiente de inflação ainda superior à meta estabelecida pelo Banco Central, o Copom elevou a taxa Selic para 13,75% ao fim de 2022, ante

9,25% ao fim de 2021. Do lado fiscal, o déficit do setor público caiu novamente em 2022, refletindo principalmente o avanço da receita pública em meio ao forte crescimento econômico. Como resultado, o superávit foi de 1,8% do PIB em 2022 (ante superávit de 0,7% em 2021).

Para 2023, espera-se que a taxa Selic permaneça em patamares elevados ao longo do ano, diante dos riscos inflacionários ainda presentes, contribuindo para a convergência gradual da inflação à meta. A política monetária restritiva e o menor crescimento da atividade econômica global sugerem desaceleração do PIB brasileiro para aproximadamente 1,2%, segundo a pesquisa Focus.

Concorrência

A concorrência nos mercados fixo e móvel continuou intensa. Diante da alta demanda por conectividade no Brasil, as telecomunicações têm apostado na modernização e na inovação como alavancas para se manterem competitivas no mercado. As empresas líderes foram direcionar esforços e investimentos para a transformação digital das operações de negócios, visando melhorar o equilíbrio entre crescimento e fidelidade do cliente, crescimento da receita e margens. Além disso, as empresas de telecomunicações co-

meçaram a alavancar sua base de clientes, faturamento e outros ativos importantes para se engajar em outros fluxos de receita, isoladamente ou em parceria com empresas de outros setores. As iniciativas ainda estão em seus estágios iniciais e vão desde serviços financeiros até saúde, educação e soluções B2B.

Desenvolvimentos geopolíticos

O conflito entre a Rússia e a Ucrânia levou a perturbações na economia global. Embora os efeitos precisos da guerra em curso permaneçam incertos, eles já resultaram em volatilidade significativa nos mercados financeiros e em aumento nos preços de energia e commodities globalmente. Se o conflito continuar a aumentar, os mercados podem enfrentar volatilidade contínua, bem como consequências econômicas e de segurança, incluindo escassez de oferta, novos aumentos nos preços das commodities, entre outros. Embora não tenha materializado nenhum impacto em nossos negócios, estamos monitorando continuamente os desenvolvimentos para avaliar possíveis impactos futuros que possam surgir como resultado da guerra em andamento.



Efeitos da Pandemia de COVID-19

A pandemia criou volatilidade, incerteza e perturbações econômicas significativas. Continuamos acompanhando de perto a evolução da COVID-19 no Brasil e no mundo, a fim de tomar medidas preventivas para minimizar a propagação do vírus, garantir a continuidade das operações e salvaguardar a saúde e a segurança de nosso pessoal. Entre os principais efeitos da pandemia em nossos negócios e resultados de operações:

- Nossas lojas enfrentaram pouca ou nenhuma restrição em suas operações em 2022, pois o número de casos de COVID-19 caiu, e as taxas de vacinação aumentaram no Brasil, removendo as limitações que tivemos durante 2020 e 2021;
- O impacto nas receitas também foi pouco relevante, não só pela recuperação macroeconômica, mas também pela maior relevância percebida da conectividade, que se tornou absolutamente essencial, gerando maior consumo de dados e maior sensibilidade à qualidade da rede.



Resultados GRI 2-6, 3-3

O ano de 2022 foi caracterizado pelo crescimento econômico acima do esperado e pela flexibilização das medidas restritivas, o que beneficiou o setor de serviços e impulsionou o mercado de trabalho, fazendo com que com a taxa de desemprego tenha atingido seu menor nível desde 2015.

Somadas a esse cenário a maior relevância da conectividade em um período pós-pandemia e a maior sensibilidade à qualidade da rede, **nossos acessos móveis aumentaram em 14,1 milhões**. Esses acessos também foram impulsionados pela aquisição dos ativos da Oi Móvel, atingindo um **recorde histórico de 98,0 milhões, enquanto nossas adições de FTTH no período atingiram 874 mil**, elevando nossa base de assinantes FTTH para 5,5 milhões para o exercício encerrado em 31 de dezembro de 2022.

Reforçamos nossa liderança com um crescimento de duplo dígito na base de clientes, chegando a mais de 112 milhões de acessos totais. A receita móvel aumentou 12,6% em relação ao ano anterior, já a receita fixa cresceu 2,1% quando comparada a 2021.

Receita líquida de **R\$ 48.041,2 milhões** em 2022, crescendo +9,1% a/a. Resultado alavancado pelo crescimento da receita móvel, seguida pelos serviços de fibra, como FTTH e IPTV, Dados Corporativos, TIC e outros.

EBITDA recorrente totalizou **R\$ 19.281,5 milhões** em 2022, um aumento de 7,0% em relação a 2021.

RECEITA OPERACIONAL BRUTA

Nossa receita operacional bruta aumentou 4,9%, de R\$ 64.611,5 milhões, em 2021, para R\$ 67.761,0 milhões, em 2022. A receita de venda de aparelhos aumentou 11,9% a/a, de R\$ 5.817,5 milhões, em 2021, para R\$ R\$ 6.507,1 milhões, em 2022, impulsionada pela venda de smartphones 5G e e pela ampla gama de acessórios vendidos em nossas lojas.

RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA

A receita operacional líquida aumentou 9,1%, de R\$ 44.032,6 milhões, em 2021, para R\$ 48.041,2 milhões, em 2022, pois a receita de serviços core cresceu acima da inflação registrada no período (IPCA de 5,8% em 2022), expandindo 12,3% em relação a 2021, respectivamente.

EBITDA RECORRENTE*

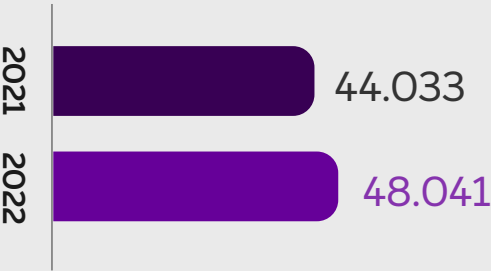
O EBITDA recorrente totalizou R\$ 19.281,5 milhões em 2022, um aumento de 7,0% a/a (R\$ 18.024,8 milhões em 2021). A Margem EBITDA recorrente alcançou 40,9% em 2022, redução de 0,8 p.p. em relação a 2021.

Exclui os seguintes efeitos não-recorrentes: 2T21: efeito líquido positivo de R\$ 563 milhões, correspondente a temas tributários extraordinários (R\$ 1.549 milhões referente à decisão do STF do direito da exclusão do ICMS da base de cálculo da contribuição de PIS/COFINS; despesa de R\$ 415 milhões devido às contingências tributárias) e a contingências regulatórias, que representam uma despesa de R\$ 571 milhões. 3T21: efeito positivo de R\$ 416,6 milhões referente ao closing da operação da FiBrasil.

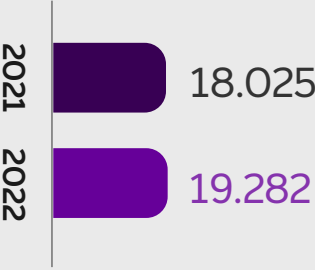
RECEITA OPERACIONAL BRUTA (R\$ BILHÕES)



RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA (R\$ BILHÕES)



EBITDA RECORRENTE (R\$ BILHÕES)



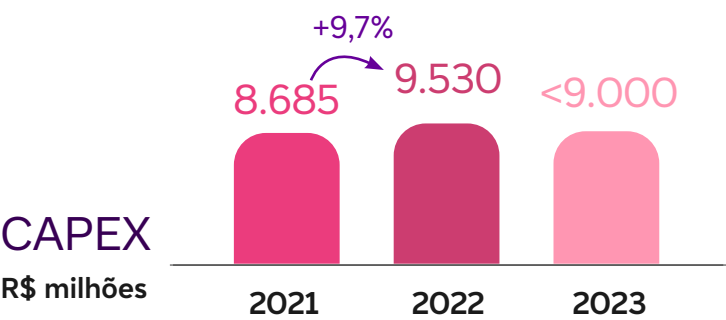
LUCRO LÍQUIDO

O Lucro Líquido de 2022 atingiu R\$ 4.057,9 milhões (R\$ 6.229,4 milhões em 2021), redução de 34,9% a/a. A margem líquida da Vivo em 2022 foi de 8,4% (14,1% em 2021). O resultado reflete o efeito do reconhecimento de créditos fiscais em 2021, além do incremento da despesa financeira em 2022, em função do maior endividamento e da subida da taxa de juros no comparativo anual.

INVESTIMENTOS

Em 2022, a Companhia investiu R\$ 9.530 milhões (não incluindo valores relativos a licenças e IFRS 16), valor 9,7% superior ao montante investido em 2021 (R\$ 8.684,7 milhões), o que representa 19,8% da Receita Operacional Líquida do ano.

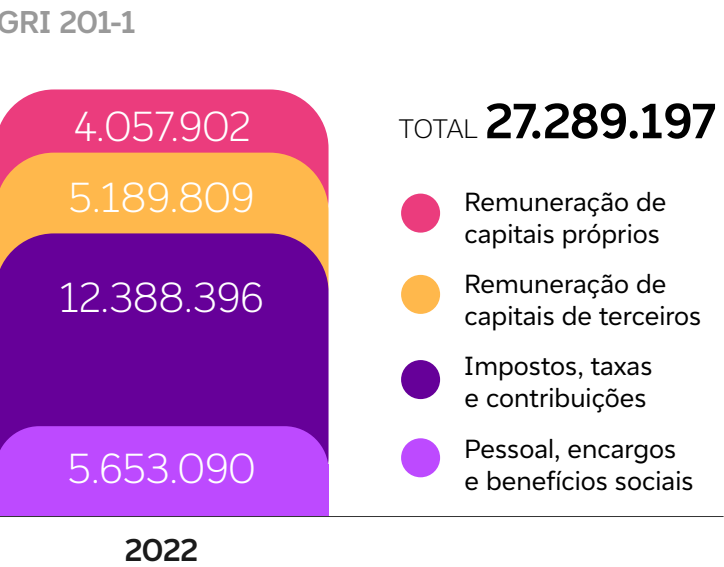
Para 2023, a Companhia projeta que realizará Investimentos, excluindo licenças e leasing (IFRS 16), de até R\$ 9 bilhões no ano.



RETORNO AO ACIONISTA

A remuneração total ao acionista em 2022 equivale a um dividend payout de 96% e shareholder yield de 8,9%, consolidando a companhia como uma das maiores pagadoras de proventos do Brasil.

DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO (DVA) EM R\$ MIL



Para saber mais sobre nossos resultados e a evolução de nossos negócios, clique aqui e acesse o site de Relações com Investidores.



Atuação Tributária Responsável

Na Vivo, agimos com transparência e respeito à lei na gestão dos nossos assuntos tributários. Estamos comprometidos com nossa obrigação de pagar os tributos, respeitando o contexto legal em que estamos inseridos, contribuindo, assim, para o progresso econômico e social dos locais onde atuamos. Ressaltamos que as operações com partes relacionadas respeitam as normas de preço de transferência e são realizadas observando termos e condições que seriam estabelecidos entre partes não relacionadas em transações comparáveis (Arm's Length Principle).

Em 2022, em linha com os Princípios de Negócio Responsável, aprovamos as Diretrizes de Conduta Tributária. Elas estabelecem princípios e preceitos de atuação norteadores da nossa conduta em matéria tributária e têm como finalidade garantir a confiança das partes interessadas, internas

e externas, de que as questões tributárias são devidamente identificadas, geridas e levadas em consideração tanto nas declarações tributárias como nas demonstrações financeiras.

Em junho de 2022, foi aprovada a lei nacional que reconheceu os serviços de telecomunicações como serviços essenciais, reduzindo as alíquotas do ICMS. Com essa mudança, os preços dos serviços passam a ser mais acessíveis a todos os consumidores, facilitando o acesso da população e das empresas à conectividade e aos benefícios da digitalização.

Desde o conhecimento das novas alíquotas informadas pelos estados, a Vivo atuou no desenvolvimento e ajustamento técnico dos múltiplos sistemas, com processamento plano a plano, para que os valores fossem atualizados e repassados para os seus clientes. O processo teve início em 2022 e está em fase de finalização no primeiro semestre de 2023. Além disso, a Vivo criou uma página dedicada em seu site para que os clientes acompanhem as mudanças e reduções nos preços em seus planos.

Em 2022, as atividades da Vivo geraram **R\$ 12,39 Bilhões** em tributos federais, estaduais e municipais.

TRANSPARÊNCIA FISCAL – ALÍQUOTA EFETIVA TRIBUTÁRIA SOBRE A RENDA

INDICADORES (R\$ MIL)	2020	2021	2022
Lucro antes dos tributos	6.008.234	5.959.529	4.831.591
Despesa IRPJ e CSLL a alíquota de 34%	- 2.042.800	- 2.026.240	- 1.624.741
Diferenças permanentes	805.903	2.296.068	869.052
Crédito (débito) tributário	-1.237.707	269.828	-773.689
Taxa efetiva	20,6%	-4,5%	16%
IRPJ e CSLL recolhidos	95.156	97.378	1.113.889
Alíquota efetiva de caixa	1,6%	1,6%	23,1%



Principais Reconhecimentos

2ª EMPRESA MAIS SUSTENTÁVEL DO BRASIL (ISE B3), única do setor no Top 10 e presente no índice pelo 11º ano consecutivo.

9ª EMPRESA DO SETOR MAIS SUSTENTÁVEL do mundo pelo ranking da S&P (CSA) e 3º ano consecutivo entre as empresas líderes em sustentabilidade no The Sustainability Yearbook da S&P.

Top 10 marca brasileira mais valiosa entre as **50 MARCAS MAIS VALIOSAS DO BRASIL**.

1º Lugar do setor no **VALOR INOVAÇÃO BRASIL**.

1º lugar do setor na pesquisa **MARCA MAIS ADMIRADA DO BRASIL**.

1º lugar do setor nos prêmios **ÉPOCA 360º, EMPRESAS MAIS E TOP OF MIND**.



Única empresa do setor no Brasil pelo 2º ano como **“A LIST” DO CDP (CARBON DISCLOSURE PROJECT) CLIMA**.

Líderes em **ENGAJAMENTO COM FORNECEDORES** pelo CDP.

Presente no **ÍNDICE DE CARBONO EFICIENTE (ICO₂ B3)**.

Empresa do setor com melhor avaliação no **ÍNDICE CDP BRASIL DE RESILIÊNCIA CLIMÁTICA (ICDPR70)**.

EMPRESA LÍDER EM RESPONSABILIDADE ESG (Ranking Merco Reputação Corporativa) do setor no Brasil.

Selo Ouro no **GHG PROTOCOL DESDE 2012**.



2º ano no **BLOOMBERG GENDER-QUALITY INDEX (GEI)** e **TOP 100 DO REFINITIV GLOBAL DIVERSITY & INCLUSION INDEX**.

2º ano presente no **ÍNDICE GPTW B3** e Top 10 no ranking **MELHORES EMPRESAS PARA TRABALHAR DO GPTW 2022**.

Entre as 25 melhores empresas para desenvolver a carreira no Brasil, segundo o **LINKEDIN TOP COMPANIES**.

1º lugar na categoria Encantamento no Prêmio **100 RHS QUE INSPIRAM**.

3º Lugar no resultado geral do **ÍNDICE DE EQUIDADE RACIAL EMPRESARIAL**.

Categoria Complaint Handling no **CUSTOMER CENTRICITY AWARDS WORLD SERIES**.

Categoria “Council’s Choice Brazil” no **CX INNOVATION AWARD**.



Empresa com **MELHOR REPUTAÇÃO DO SETOR** (Ranking Merco Reputação Corporativa).

CEO entre os **100 LÍDERES COM MELHOR REPUTAÇÃO** no nosso país (Ranking Merco Reputação Corporativa).

Líder do setor no **ÍNDICE CALIBER DE REPUTAÇÃO CORPORATIVA**.

1º lugar em 3 categorias do Prêmio **LATIN AMERICA EXECUTIVE DA INSTITUCIONAL INVESTOR**.

1ª posição no ranking telecom e 9º no **RANKING GERAL NO RANKING OPEN 100 STARTUPS**.



Mensagem do CEO

2022 em números

Sobre o Relatório

Digitalizar para Aproximar

#TemVivoPraTudo

#TemTudoNaVivo

#DNAVivoEmTudoQueFazemos

#DNAVivoEmTudoQueSomos

#VivoSustentável

Anexos

Sumário GRI

< 44 >



05

#TemVivoPraTudo

GRI 203-1, 203-2, 3-3



Capitais:

- Financeiro
- Manufaturado

Temas Materiais:

- Digitalização





O ano de 2022 foi marcado pela nossa consolidação como hub digital. A Vivo é hoje muito mais que uma empresa do setor de telecomunicações e oferece produtos e serviços em um ecossistema de tecnologia que apoia pessoas e empresas em suas transformações sociais e digitais.

Atuamos com foco em nossa estratégia de **Digitalizar para Aproximar** em todas as frentes de negócio – fixos ou móveis –, buscando cada vez mais novas possibilidades por meio de parcerias e inovação. Com a expansão de nossa capilaridade em fibra, em 4G, 4.5G, 5G e em todas as futuras tecnologias, queremos facilitar cada vez mais o acesso de nossos públicos a serviços de educação, saúde e soluções financeiras. Tudo isso sempre levando em conta a qualidade, a rapidez e o custo-benefício de nossas entregas.

Rede Móvel TC-TL_520A.3

Nosso portfólio móvel inclui acesso de voz e internet banda larga por meio de 3G, 4G, 4,5G e 5G (este último em processo de implantação), além de serviços de valor agregado (como Atma, VivaE, Vida V, Vivo HomeFix, entre outros). planos pré-pagos e pós-pagos, entre outros.

Em 2022, continuamos a expandir a capacidade e a cobertura de nossas redes móveis para absorver o crescimento contínuo do tráfego de voz e dados, cobrindo mais de 5 mil municípios no Brasil usando diferentes tecnologias, cerca de 91% do total de municípios no Brasil e 98% da população brasileira. Nós temos a maior cobertura 4.5G (LTE Advanced Pro), com 3.402 municípios e mais de

85% da população coberta. No mesmo período, cobrimos todas as 27 capitais do Brasil com 5G SA/NSA (essas cidades juntas representam 24% da população brasileira).

Ultrapassamos 112 milhões de acessos totais (fixos e móveis), sendo 98 milhões de acessos móveis (pré-pago e pós-pago). Em dezembro de 2022, a nossa participação nos acessos móveis do país era de 38,9%, já considerando os novos clientes migrados da Oi Móvel. Com o fechamento da compra de parte dos ativos da Oi, a Vivo recebeu aproximadamente 12,5 milhões de clientes, desconectando 3,4 milhões que estavam inativos até o fim de 2022.

Desde dezembro de 2021, iniciamos a expansão da rede 5G nas tecnologias SA/NSA na frequência de 2,3 GHz. Em julho de 2022, foi iniciada a expansão da rede de cobertura na frequência de 3,5 GHz para todas as capitais do Brasil (considerada chave para a ampla aplicação do 5G e a mais usada e aprovada no mundo), seguindo assim o cronograma de liberação do espectro em cada localidade.

Com a aquisição dessas frequências, garantimos o espectro necessário à prestação do serviço de 5G a partir de 2022, reforçando nossa liderança no serviço móvel ao oferecer aos clientes as soluções mais avançadas em termos de velocidade, qualidade e estabilidade. Dessa forma, também atenderemos à crescente demanda por conectividade, acelerando o ecossistema digital.

Estamos usando toda a nossa experiência e liderança de mercado para entregar soluções para as pessoas e as empresas, com todo o potencial que só o 5G permitirá. Assim como os outros vencedores do leilão, a Vivo deverá cumprir contrapartidas sociais, como prover acesso 5G em todas as cidades do país com mais de 30 mil habitantes até 2029.

#TemVivoPraTudo

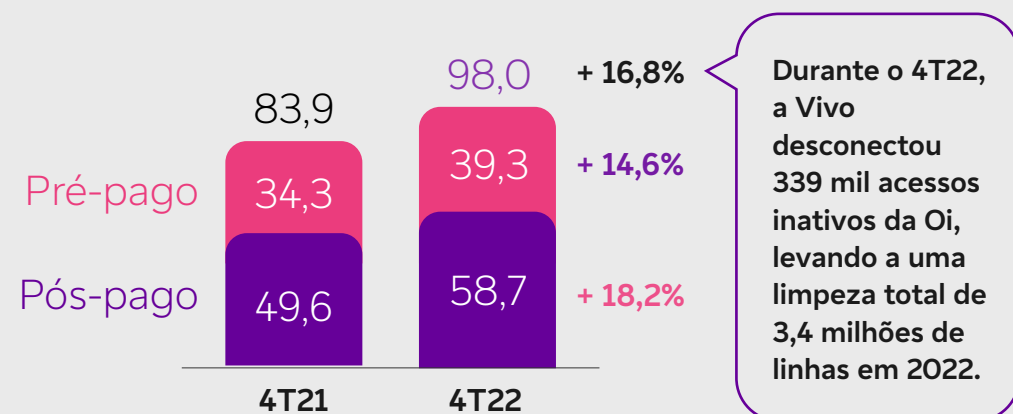
Queremos entregar uma experiência cada vez mais digital.





DADOS OPERACIONAIS MÓVEIS

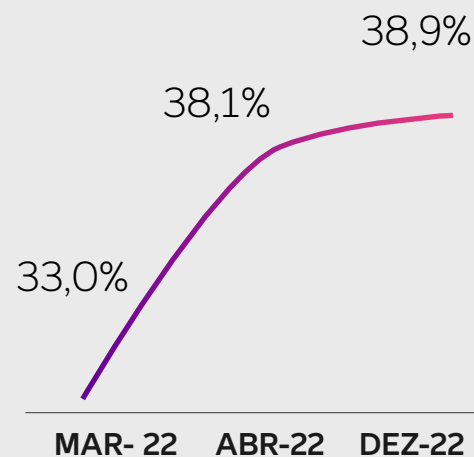
BASE DE CLIENTE MÓVEIS - MILHÕES



CHURN PÓS-PAGO¹



PARTICIPAÇÃO TOTAL NO MERCADO MÓVEL - %



Aquisição dos Ativos do Grupo Oi

Em 2022, ocorreu o fechamento da operação referente à compra de parte da UPI Ativos Móveis. Adquirimos a totalidade das ações da Garliava RJ Infraestrutura e Redes de Telecomunicações S.A., sociedade de propósito específico incorporada à Telefônica Brasil em fevereiro de 2023, após deliberação da Assembleia Geral Extraordinária da Companhia, para a qual foram aportados parte dos ativos móveis do Grupo Oi.

- **Clientes:** aproximadamente 12,5 milhões de clientes (37% em pós-pago e 63% em pré-pago).
- **Espectro:** 43 MHz como média nacional ponderada com base na população nas frequências de 1.800 MHz, 2.100 MHz e 900 MHz, com cobertura nacional.
- **Infraestrutura:** contratos para uso de aproximadamente 2,7 mil sites de acesso móvel nas regiões Sudeste (estado de São Paulo), Sul (Paraná), Nordeste (Pernambuco, Alagoas, Paraíba, Rio Grande do Norte, Ceará e Piauí) e Norte (Maranhão), reforçando a capacidade e capilaridade de nossa rede.

A transação promove benefícios para o setor de telecomunicações brasileiro, ampliando sua capacidade de realizar investimentos e fomentar tecnologias inovadoras de forma sustentável e racional. Também contribui para a digitalização

do país, por meio da construção e expansão de redes com tecnologias de ponta, como 5G e fibra, que levam serviços com melhor cobertura e qualidade aos usuários. Além disso, tem potencial para gerar sinergias para a companhia, por meio da otimização dos custos operacionais de R\$ 5,4 bilhões e alocação eficiente dos investimentos por meio da integração dos ativos.

No segundo semestre de 2022, iniciamos o procedimento arbitral, em conjunto com as demais empresas compradoras, a respeito da determinação de Ajuste de Preço Pós-Fechamento, conforme previsto em contrato. Adicionalmente, após decisão do Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro, a Companhia realizou o depósito judicial do valor estipulado até que seja decidida sua destinação final.

COPRESIDÊNCIA DA FORÇA-TAREFA DE DIGITALIZAÇÃO DO B20

Além dos avanços na expansão da rede, a Vivo também atua em diversas frentes em prol da digitalização. Em 2022, Christian Gebara, presidente da Vivo, foi o primeiro brasileiro a copresidir a Força-Tarefa de Digitalização do B20, fórum de lideranças empresariais globais que produz recomendações de políticas públicas ao G20.

¹ Exclui a limpeza dos clientes inativos da Oi.



Rede Fixa

GRI 203-1, 203-2, 3-3

O ano de 2022 representou o maior crescimento dos negócios fixos da Vivo desde 2015, com um aumento de 25% de cidades com FTTH (fiber to the home), chegando a 23,3 milhões de casas passadas e 5,5 milhões de casas conectadas, num total de 409 cidades em todo o país. Além disso, lançamos um portfólio com novas velocidades de 300, 500, 700 Mbps e 1 Gbps.



Fibra

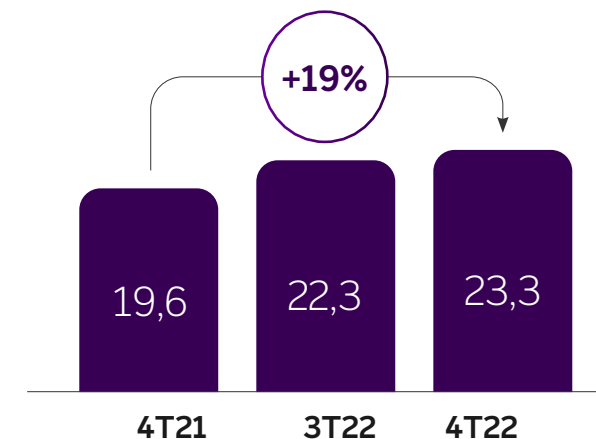
Fornecemos banda larga fixa por meio de tecnologias de fibra (FTTH – fiber-to-the-home e FTTC – fiber-to-the-curb) e xDSL, com velocidades que variam de 1 Mbps a 1 Gbps. Em 2022, cobrimos 100% dos municípios de nossa área de concessão no estado de São Paulo e centenas de outros em todo o Brasil, alcançando mais de 6,4 milhões de clientes de banda larga fixa no total, e expandimos nossa rede nacional de fibra para aproximadamente 28,6 milhões de lares, dos quais 23,3 milhões só com tecnologia FTTH.

Em 2022, expandimos nossa rede de FTTH para 3,7 milhões de novos domicílios, conectamos 874 mil novos clientes e chegamos a 82 novas cidades, totalizando a cobertura de FTTH em 409 municípios. Também houve **forte performance da Receita de Dados Corporativos, TIC e outros, de 16,1% a/a, resultado do portfólio completo de produtos e serviços oferecidos pela companhia**, que inclui, além da conectividade, soluções de cloud, TI, equipamentos e cibersegurança, entre outros, nos permitindo auxiliar empresas de diversos portes a digitalizarem suas operações.

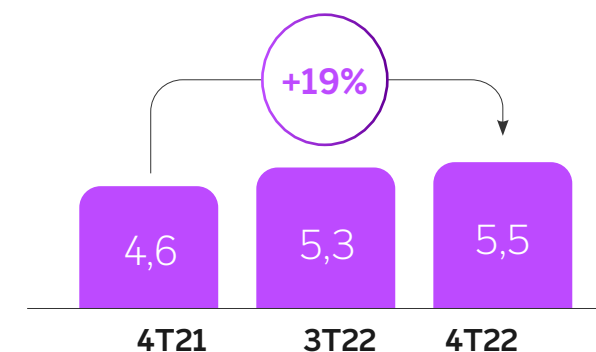
EVOLUÇÃO DE HOME PASSED - milhões

FTTH

CASAS
PASSADAS



CASAS
CONECTADAS



A Vivo atingiu **5,5 mi**
de acessos FTTH em 2022.

409
cidades
+82 a/a.

Lançamento de
novo portfólio com
velocidades de

**300,
500,
700
Mbps
e 1 Gbps.**

232
Mbps
de velocidade
média¹
+44 Mbps YoY.

1 Velocidade Média
da base de clientes.



A Vivo alcançará **29 milhões** de residências brasileiras até o fim de 2024

A FiBrasil é uma vertente importante para expansão da nossa rede de fibra e encerrou o ano de 2022 com 3,3 milhões de homes passed.

Como parte de seu modelo de negócios, a FiBrasil permite que empresas que são clientes façam menores investimentos e tenham mais agilidade para entrar no mercado, substituindo o risco de um alto investimento inicial por um modelo menos intensivo de capital. Dessa forma, irá acelerar a cobertura de fibra em um país de dimensões continentais, representando uma oportunidade concreta para acelerar o acesso da população à internet de ultravelocidade em todas as localidades do Brasil.

A Vivo foi o primeiro cliente de atacado com contrato de 10 anos e conta com a infraestrutura da FiBrasil para aumentar o plano de expansão da rede nos próximos anos. Com a nova empresa, a Vivo alcançará 29 milhões de residências brasileiras até o fim de 2024.

Serviços de TV

Oferecemos serviços de IPTV através de nossa rede FTTH para mais de 350 cidades em todo o Brasil usando uma plataforma aberta, que foi criada para revolucionar a forma como entregamos serviços de IPTV. Em 2022, tínhamos 1 milhão de clientes de TV por assinatura, incluindo 0,9 milhão de clientes de IPTV.

Em janeiro de 2023, encerramos nossa operação de DTH, desligando os últimos transponders que tínhamos com provedores de serviços de satélite. Promovemos um amplo plano de comunicação ao longo do ano, oferecendo aos clientes a opção de migrar para nosso serviço de IPTV ou OTT, dependendo da disponibilidade técnica de cada localidade. Foi um marco importante em nosso roteiro de evolução, permitindo que nos concentrássemos exclusivamente na evolução de nosso portfólio de TV baseada em IP.



Mensagem do CEO

2022 em números

Sobre o Relatório

Digitalizar para Aproximar

#TemVivoPraTudo

#TemTudoNaVivo

#DNAVivoEmTudoQueFazemos

#DNAVivoEmTudoQueSomos

#VivoSustentável

Anexos

Sumário GRI

< 49 >



06

#TemTudoNaVivo



1 ERRADICAR A POBREZA



9 INDÚSTRIA, INOVAÇÃO E INFRAESTRUTURAS



10 REDUZIR AS DESIGUALDADES

Capitais:

- Inovação
- Digitalização

Temas Materiais:

- Intelectual
- Financeiro
- Manufaturado





Hub Digital

Somos um ecossistema de **serviços digitais** que oferece, em um só lugar, a tecnologia da conexão, aparelhos, acessórios, serviços de entretenimento, saúde, segurança, cloud, IoT; que combina fixo e móvel para clientes B2B e B2C e que alia o presencial e o digital para estar em todos os canais.

Com isso, **queremos promover uma transformação tecnológica** que amplie o acesso de pessoas e empresas aos melhores produtos e serviços ao mesmo tempo em que inovamos nossa forma de fazer negócio.

UMA COMBINAÇÃO ÚNICA ENTRE O PRESENCIAL E O DIGITAL

PRESENCIAL



~1,8 mil

lojas com modelos que atendem às necessidades de cada local.



+10 mil

pontos de venda de redes de varejo.



+300 mil

pontos de recarga.



+3 mil

vendedores externos (PaP).

DIGITAL

LOJA ON-LINE VIVO:

PRINCIPAL CANAL DE DISTRIBUIÇÃO NOS PRÓXIMOS ANOS, HOJE RESPONSÁVEL POR APROXIMADAMENTE 20% DAS VENDAS.

VIVO SHOPPING:

+ DE 11 MILHÕES DE VISITAS EM 2022, COM LOJAS QUE OFERECEM AOS CLIENTES TUDO O QUE PRECISAM.

Hub de serviços

ENTRETENIMENTO



EDUCAÇÃO



SAÚDE & BEM-ESTAR



SERVIÇOS FINANCEIROS



CASA INTELIGENTE



EMPRESAS (HW, SW E SERVIÇOS)





Somos uma empresa digital preparada para atender a todas as necessidades de nossos clientes

Vida 
> a assistência ideal para a sua saúde.

– sejam eles grandes ou pequenas empresas, usuários da telefonia móvel, da fibra e até aqueles que ainda não são clientes diretos da Vivo. **Geramos impacto positivo e impulsionamos o crescimento e a digitalização do país por meio de nossas soluções** e apoiados em uma infraestrutura capaz de conectar pessoas, serviços e intensificar a conexão de qualidade em todos os cantos do Brasil. Com isso, queremos ampliar nossas possibilidades de negócio, ao mesmo tempo em que **contribuímos para promover uma transformação tecnológica que traga mais acesso à educação, à saúde e ao crescimento econômico inclusivo e sustentável.**

Nos últimos anos, trabalhamos para ampliar nossos serviços, nos transformando em um ecossistema digital que vai além da conectividade móvel e da fibra. Desenvolvemos internamente e em parcerias com startups serviços de entretenimento, de acesso à saúde, de educação e soluções financeiras para uma grande parcela da população desbancarizada. **Para nós, a tecnologia e o conhecimento são pontes para o desenvolvimento pessoal e social, e, ao fomentar o acesso, criamos oportunidades de transformação que antes eram distantes sem o auxílio da tecnologia.**

B2C

SAUDE & BEM-ESTAR

Na área de saúde, relançamos, em 2022, o **Vida V**, uma plataforma de saúde em parceria com a empresa Vale Saúde Sempre, que dá acesso a uma ampla rede de serviços de saúde por meio de um cartão pré-pago. O Vida V pode ser contratado por qualquer consumidor – inclusive por aqueles que ainda não são clientes da Vivo – e foi criado para facilitar e ampliar o acesso à saúde. O serviço pode ser contratado pelo site do Vida V ou pelos canais internos Vivo (App Store, Hub de Serviços, SMS, entre outros).

Na frente de meditação e mindfulness, a decisão-chave foi modificar o produto da Vivo para **Atma**, com o objetivo de posicionar a marca de forma mais independente. Alinhados com a nova marca, lançamos um novo app, uma experiência melhor e um posicionamento estratégico, além de fechar o ano com mais de 1,5 milhão de downloads, mais de 300 mil usuários ativos e excelentes avaliações nas lojas de aplicativos (4,5 na Apple Store e 4,2 no Google Play).



EDUCAÇÃO

A área de educação é um dos pilares centrais para a estratégia da Vivo. Queremos contribuir com o conhecimento e com a preparação para o mercado de trabalho de cada vez mais pessoas, aproveitando o alcance dos dispositivos móveis como ferramenta de inclusão social para oferecer cursos exclusivos e de qualidade e com valores acessíveis aos brasileiros.

Em 2022, lançamos a **Vivae**, uma plataforma de educação com foco em empregabilidade, com 37 cursos focados na profissionalização e capacitação para o mercado de trabalho. É uma joint venture da Vivo formada em parceria com uma das maiores organizações educacionais privadas de ensino do Brasil, em um modelo de coparticipação, no qual cada sócio detém 50% do controle da nova empresa.

A Vivae foi idealizada para contribuir com a educação e profissionalização dos brasileiros que estão começando suas jornadas no mercado de trabalho, por meio de uma plataforma 100% digital. O aplicativo da Vivae possui diferentes trilhas de cursos

que podem ser percorridas pelo usuário, com base em habilidades e formações que deseja adquirir.

A plataforma oferece profissionalização em Vendas, Marketing, Design, Empreendedorismo, Negócios, Turismo e Eventos – áreas com forte empregabilidade e com rápida inserção no mercado de trabalho. As aulas são realizadas em formatos intermediários, utilizando diferentes recursos. Além das formações, o aplicativo também apresenta vagas de emprego nas diferentes áreas profissionais, conectando os estudantes às oportunidades do mercado em uma única plataforma.

SERVIÇOS FINANCEIROS

A pandemia também acelerou a inclusão financeira da população, mas ainda há uma grande parcela de brasileiros desbancarizados ou pouco bancarizados, além de uma crescente procura por soluções de crédito. Muitos são clientes Vivo, têm proximidade com a nossa marca e fazem recargas de crédito pré-pago todos os meses e compra de produtos. Por isso, a companhia tem desenvolvido soluções para contribuir com

a inclusão financeira e fomentar o ecossistema da Vivo com novas oportunidades de negócio.

Na frente de crédito, atualmente, o **Vivo Money** concede crédito a clientes na faixa de R\$ 500 a R\$ 50 mil, oferecendo taxas competitivas – sempre levando em consideração o comportamento de crédito de cada cliente. Esse serviço também possui um serviço de financiamento de aparelhos, em uma estratégia de criar sinergia com nossos principais negócios. O Vivo Money encerrou 2022 com R\$ 183 milhões em carteira, valor 6,8 vezes maior em relação a dezembro de 2021, com incremento de 5,3 vezes o número de novos contratos no mesmo período.

Nosso portfólio de serviços financeiros vai além do crédito e consolida soluções para nossos clientes. O **Vivo Pay**, nossa conta bancária digital, é outro marco importante para nossa estratégia de serviços financeiros. Lançado em 2021, o Vivo Pay é a conta digital gratuita e disponível para todos os nossos clientes. Apoia a inclusão financeira no Brasil ao oferecer, entre outras funcionalida-

des, um cartão pré-pago gratuito para compras on-line, pagamento de contas, transferência via PIX e recarga de celular.

Outro produto no segmento financeiro é o cartão Vivo Itaú, com o qual os clientes têm acesso a diferenciais nas compras realizadas na Vivo, como o parcelamento em até 21x sem juros nos canais de venda de aparelho e cashback de até 10%. Há ainda a possibilidade nas lojas físicas de contratar o cartão no momento da compra do celular com limite em dobro para a primeira compra, ampliando o poder de compra dos nossos clientes.





Na linha de seguros, o **Vivo Seguro Celular** é o carro-chefe e oferece proteção contra roubo, furto simples e qualificado, além de danos acidentais. O produto de seguro móvel, em parceria com uma seguradora, é oferecido a todos os clientes para proteger seus smartphones e aparelhos eletrônicos como laptops, smartwatches e tablets – confirmando a parceria consolidada e o alto potencial de melhoria de atendimento a todos os nossos clientes.



ENTRETENIMENTO

A frente de entretenimento da Vivo é hoje um dos pilares da proposta de valor para nosso cliente. Por meio dela, facilitamos sua experiência, oferecendo ampla variedade de assinaturas de conteúdo com parcerias estratégicas com as maiores empresas de streaming do mundo e integrando ainda o consumo em um só lugar por meio do **Vivo Play App**.

Com ofertas individuais dos serviços, empacotados com os nossos planos de conectividade ou por meio da nossa plataforma, já são mais de 100 mil novas assinaturas mensalmente. Além disso, com o Vivo Play, proporcionamos uma experiência integrada, agregando diversos parceiros para levar sempre o melhor do conteúdo aos nossos clientes.

Ao todo, o Vivo Play é responsável por 62% de todas as vendas das ofertas autônomas dos players mais relevantes. Com o Vivo Play, os serviços digitais ganharam mais exposição, com vários novos espaços para comunicar as ofertas, com banners, posições de aplicativos recomendados e posições premium para comunicar condições especiais. Encerramos dezembro de 2022 com 2 milhões de assinantes de plataformas de conteúdo, com crescimento de 49,3% a/a.

LOJA ON-LINE VIVO

Na loja on-line, hoje denominada store.vivo, oferecemos aos clientes Vivo a possibilidade de comprar produtos eletrônicos que são core da empresa e em que somos referência no mercado em termos de conectividade, acessórios tecnológicos e em sinergia com os serviços da companhia. Nosso portfólio reforça a estratégia omnichannel da Vivo e oferece, além dos Smartphones e Eletrônicos presentes nas lojas físicas próprias e de parceiros, um sortimento adicional em variedades, cores e modelos, permitindo para a empresa testar e fortalecer a sua presença nacional. A atuação da loja on-line está alinhada de forma responsiva na solução web, mobile e no app Vivo, com condições diferenciadas e benefícios exclusivos para a base de clientes, combinando ofertas e serviços já fornecidos pela Vivo como um diferencial competitivo por segmento de valor e serviço móvel vigente.

88 mil

Pedidos.

29,2 mi

Visitas totais.

Categorias vendidas:

**Smartphones,
Eletrônicos,
Casa Inteligente,
Acessórios,
Informática,
Games e Ovvi.**

Produtos cadastrados:

+ de 4 mil

produtos de tecnologia.



+40 mil

Pedidos.

+11 mi

Visitas totais.

+de 25

Categorias
vendidas.

+30 mil

Produtos
cadastrados.

≈70

Parceiros (lojistas).

VIVO SHOPPING: O MARKETPLACE DA VIVO

Reforçando nossa estratégia de **#TemTudoNaVivo**, temos o Vivo Shopping, cuja ideia central é oferecer aos clientes a possibilidade de encontrar na Vivo tudo de que precisam em termos de conectividade, utensílios tecnológicos, domésticos e de estilo de vida. A atuação one stop shop conecta grandes varejistas e indústrias diversas do mercado para fornecer condições diferenciadas e benefícios exclusivos para a base de clientes, além do Core Telecom, como um diferencial competitivo e integrado ao ecossistema de Hub de Soluções digitais da companhia.

 Shopping

#TemTudoNaVivo



Novo posicionamento da proposta de valor dos serviços com base em pilares relevantes da jornada do cliente (consultoria, instalação, configuração de dispositivos e suporte especializado), complementando o posicionamento **#TemTudoNaVivo** na venda de dispositivos inteligentes. Ações no programa de grande audiência “Pantanal” e “Travessia” e nos canais Vivo impulsionaram o crescimento do Vivo Guru com atendimento remoto, encerrando o ano com aproximadamente 38 mil clientes.

OVVi

Em sinergia com o propósito “Digitalizar para Aproximar” e alinhada ao posicionamento estratégico de ser um hub de tecnologia, a Vivo lançou a Ovvi, uma marca premium de acessórios de tecnologia. Lançada em novembro de 2022, comercializa capas protetoras para celulares, películas, carregadores de bateria, powerbanks, adaptadores para carros, entre outros.

A Vivo é a primeira empresa de telecomunicações brasileira a lançar uma marca própria de acessórios periféricos para smartphones e eletrônicos. Por meio da Ovvi, entrega uma solução ainda mais completa para a vida digital de seus clientes e de usuários de smartphones.

Como uma forma inédita de diversificação dos negócios, a nova marca própria é complementar a um dos negócios principais da Vivo: a comercialização de produtos eletrônicos como smartphones, tablets, notebooks, acessórios de informática e itens para casa inteligente, em cerca de 1.800 pontos de venda e no e-commerce. Além disso, conta com uma linha de produtos sustentáveis, feitos de materiais orgânicos de rápida decomposição, 100% biodegradáveis e que não agredem o meio ambiente.



OFERTAS E CONDIÇÕES EXCLUSIVAS PARA OS CLIENTES

Em 2022, continuamos aprimorando a experiência de nossos produtos e serviços digitais:

- A proposta de valor dos planos tradicionais com serviços digitais, como as grandes plataformas de streaming e vários outros nos Planos Vivo Selfie (que incluem a assinatura de um dos serviços, com pacote de dados adicional e muitos outros benefícios dos planos pós-pagos) são grandes diferenciais;
- Implementamos pacotes semelhantes em Banda Larga Fixa, entregando ao público a proposta de valor de entretenimento associada à nossa conexão rápida em Fibra (FTTH);
- Adicionamos novos produtos aos planos pós-pagos de entrada e também lançamos diversas ofertas stand-alone em nosso portfólio, dando aos nossos clientes a opção de assinar serviços digitais pagando diretamente com a conta da Vivo.

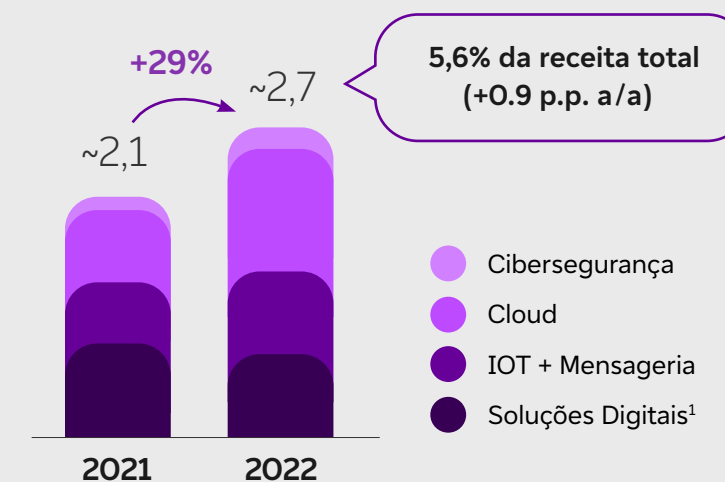
B2B

As empresas do Brasil estão caminhando em direção à digitalização, e a Vivo oferece serviços que vão além da conectividade, formando um **ecossistema de serviços digitais** composto de serviços de cloud, cibersegurança, IoT, big data, mensageria, venda e aluguel de equipamentos de TI.

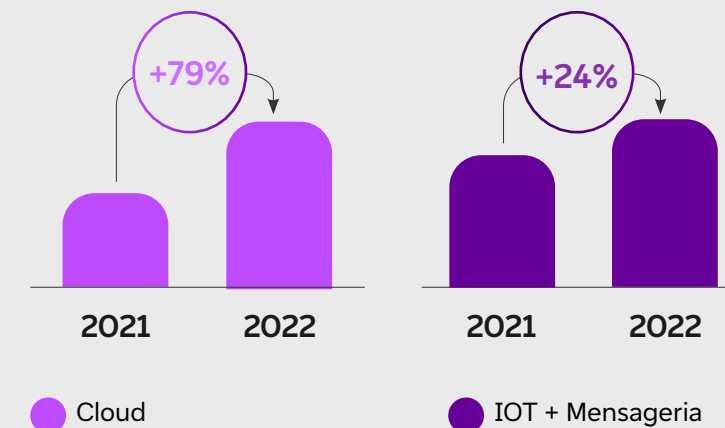
Em 2022, os serviços digitais para empresas geraram cerca de R\$ 2,7 bilhões em receitas para a companhia (+29% a/a), representando 5,6% da receita total da Vivo no ano. Destaque para o crescimento das receitas de cloud, de +79% a/a, e de IoT + Mensageria, de +24% a/a.

RECEITAS B2B DIGITAIS

R\$ BILHÕES



CRESCIMENTO DA RECEITA - % a/a



1 inclui equipamentos.



DESTAQUES B2B

VIVO APROXIMA

O Vivo Aproxima 2022 reuniu especialistas para discutir tendências e desafios que vão transformar a forma como você pensa a tecnologia e os negócios, mostrando todas as novas oportunidades possibilitadas pela tecnologia #5G. O evento passou por seis capitais brasileiras com painéis que abordaram o panorama brasileiro em IoT, desafios de CiberSegurança nas empresas, potencial das soluções MultiCloud e aplicações de rede com SDWAN.

PODCAST APROXIMANDO IDEIAS

Com foco em ampliar seus canais de conteúdo com os clientes e o mercado B2B, foi lançado o podcast Aproximando Ideias, um programa focado no debate sobre como as tecnologias digitais estão pavimentando futuros possíveis, tendo a rede 5G como fio condutor, mostrando como podem remodelar setores tradicionais, como educação e saúde, ao criar soluções que impactarão a forma como as pessoas vivem e como as organizações fazem negócios.

PARCERIAS

Além disso, devido à formação de especialistas em tecnologia ainda ser um dos principais desafios para a digitalização do nosso país, a Vivo Empresas apoiou o #MSConecta+, iniciativa que oferece certificação gratuita em tecnologias.

DIGITALIZAÇÃO DE PMES

Buscando ampliar seu portfólio e se tornar a principal fornecedora de tecnologia digital para o mercado nacional de pequenas e médias empresas (PMEs), a Vivo Empresas lançou uma ferramenta que facilita a presença das PMEs no universo on-line, visando apoiar e ser o principal parceiro de pequenas e médias empresas (PMEs) em sua transformação digital. A ferramenta inclui e-mail corporativo, serviços para construção e hospedagem de sites/domínio, entre outras ferramentas que permitem estabelecer a presença na internet de forma fácil e intuitiva e impulsionar a entrada e presença de PMEs no mundo digital.

E-SIM

A Vivo Empresas foi a primeira a oferecer a migração para a tecnologia eSIM de forma totalmente remota. Entre os benefícios da tecnologia, vale destacar a praticidade ao ativar ou transferir as linhas melhorando a experiência da jornada do cliente com uma forma mais segura, ágil e sustentável, haja vista que, sem a necessidade de chip físico, reduzimos a utilização de plástico das embalagens e também a emissão de carbono no deslocamento desses materiais.

IoT: AUTOMÓVEL CONECTADO

A Vivo Empresas é parceira tecnológica de uma empresa do setor automobilístico para seu recém-lançado carro com a conexão #M2M (machine to machine) do sistema de conectividade veicular Bluelink. Essa tecnologia possibilita a transmissão de dados entre múltiplos equipamentos, sem interferência humana. Com isso, o SIM IoT embarcado permite a fabricação e os testes do sistema de qualquer lugar do mundo, dando total liberdade à montadora sobre sua cadeia produtiva.



FORTALECENDO NOSSA ATUAÇÃO COMO INTEGRADORA DIGITAL

Em 2022, seguimos com nossa estratégia no mercado corporativo de soluções digitais com a aquisição da Vita IT. Trata-se de uma empresa integradora de tecnologia que atende companhias de diferentes portes, provendo serviços profissionais e gerenciados de networking, com soluções que melhoram o desempenho e a confiabilidade da rede, além de revender hardware e software. Com isso, a Vivo reforça seu posicionamento e seu portfólio que já conta com atuação especializada em serviços de cloud, IoT e cibersegurança.

A união fortalece a Vivo como integradora de tecnologias e amplia nosso ecossistema digital. O plano de integração será gradual e irá preservar o valor de mercado e a continuidade do negócio da Vita IT no ecossistema de negócios da Vivo, que se torna um importante ativo à estratégia da companhia para atendimento ao mercado B2B.

A experiência em serviços de networking e a integração das demais soluções provenientes da Vita IT com o portfólio da Vivo terão sinergia com as demais empresas de cibersegurança, cloud, IoT e big data criadas em 2021, sob a marca de Telefónica Tech – holding de tecnologia do Grupo Telefónica.

Canais de Relacionamento

Temos fortalecido uma atuação conjunta e integrada com todos os nosso canais de atendimento. A Vivo possui uma combinação única de canal físico com digital, oferecendo uma experiência rica e completa aos clientes. **Nossa visão omnichannel está se expandindo cada vez mais, e não apenas no que diz respeito aos segmentos.** Também desenvolvemos uma força de vendas com mentalidade consultiva, que entenda o cliente e seja capaz de digitalizá-lo e transformá-lo.

A Vivo possui uma combinação única de canal físico com digital, oferecendo uma experiência rica e completa aos clientes.

CANAIS E PLATAFORMAS DE RELACIONAMENTO COM OS CLIENTES

CANAIS FÍSICOS

Lojas Vivo
Vivo em Casa
Revendas exclusivas
Canal varejo
Canal de distribuição
Vendas Porta a Porta (PAP)
Televentas outbound

CANAIS DIGITAIS/ OUTROS

App Vivo
Vivo Valoriza
WhatsApp da Vivo
Call Center
Aura



Canais Físicos

Em 2022, nossa rede de distribuição comercial tinha 246 pontos de venda próprios em todo o Brasil. Contamos também com aproximadamente 1.541 pontos de venda geridos por revendedores autorizados exclusivos, mantendo **uma sólida estratégia de capilaridade que contribuiu para nossa posição de liderança no mercado brasileiro**. Levamos nossas soluções aos nossos clientes por meio dos seguintes canais físicos de venda:

LOJAS VIVO

Hoje, as 246 unidades oferecem exposição e demonstração do portfólio de produtos como smartphones, smartwatches, notebooks, acessórios, dispositivos para casa conectada, equipamentos de áudio, acessórios gamers dentre outros. Além disso, podem ser realizadas contratações dos serviços da Vivo de telefonia móvel e fixa com TV por assinatura, Banda Larga e Vivo Fibra. As lojas contam ainda com o Vivo Guru, o consultor da Companhia que oferece, de forma gratuita, atendimento especializado em tecnologia para os consumidores.

A Vivo aumentou sua presença em pontos de experiência, com 67 lojas físicas. Também investimos na modernização daquelas já existentes, reformando mais de 69 lojas em 2022. Entre as novas lojas que chegaram aos consumidores, 8 são no formato lojas-conceito, com projeto arquitetônico e conceitos únicos que proporcionam uma experiência diferenciada a todos os visitantes. O espaço Casa Inteligente, por exemplo, reproduz uma sala de estar e convida à degustação de dispositivos como assistentes virtuais, lâmpadas, câmeras e sensores inteligentes, dos serviços do Vivo TV, além da experiência de jogar on-line e utilizar a internet de ultravelocidade com a Vivo Fibra. As lojas contam ainda com o Guru.

Em 2022, foi implementada em mais de 180 lojas uma experiência sensorial diferente com a Rádio Vivo, utilizando uma nova identidade sonora, carregando características que se unem com os principais atributos da marca, que é democrática, diversa e inclusiva. A curadoria musical, feita pela Tecla Music Agency, reflete um perfil eclético que possibilita a clientes, funcionários e visitantes uma experiência única, aconchegante e que reforça nossa identidade. Além de tocar as faixas podem ser ouvidas no perfil da Vivo no Spotify, no qual estão divididas em playlists exclusivas.



Todas as nossas lojas de rua e 98% das lojas nos shoppings são pet friendly, ou seja, nossos clientes podem visitar o estabelecimento acompanhados de seu bichinho de estimação. O Vivo Pets também contempla, em 170 lojas, o Espaço Pets, que oferece totens com facilidades como água filtrada, saco descartável e até lenço umedecido. Além disso, 48 lojas físicas e nossa loja on-line oferecem um alimentador inteligente Wi-Fi, no qual é possível programar os horários e as quantidades das porções de ração.





VIVO EM CASA

Mesmo após a flexibilização das restrições da pandemia em 2022, mantivemos nosso programa Vivo em Casa, ferramenta com a qual qualquer pessoa pode entrar em contato com consultores para atendimento, fortalecendo a digitalização de nossas lojas. Por meio do canal, é possível acessar praticamente todos os serviços e produtos da companhia de forma 100% remota, dando total flexibilidade ao cliente. O Vivo em Casa também permite realizar os procedimentos presentes nas lojas físicas da Vivo com total segurança, por meio de biometria remota e aceite digital, pelos quais é possível, inclusive, comprar produtos optando por retirá-los diretamente nas lojas ou recebê-los diretamente no endereço escolhido.

RE VENDAS EXCLUSIVAS

Este canal é formado por empresas selecionadas e certificadas para fornecer nosso portfólio completo de produtos. Esses parceiros compõem uma extensa rede

de distribuição em todo o país. Em 2022, esses revendedores aumentaram nosso alcance de lojas com 64 novas aberturas, o que significa que estávamos presentes no Brasil por meio de 1.541 lojas.

CANAL VAREJO

O canal comercializa chip pré-pago, controle no cartão de crédito e serviços de recarga pelas próprias equipes de vendas de nossos parceiros. Com o projeto Distribuidor de Serviços, o atendimento ao varejo será o principal beneficiado, devido ao aumento do portfólio de serviços (pós-pago e fibra), além de maior presença em campo e investimento para impulsionar o negócio.

CANAL DE DISTRIBUIÇÃO

Abrange agentes autorizados, casas lotéricas, correios, agências bancárias e pequenos comércios, como farmácias, entre outros. Atualmente, é responsável por mais de 90% de nossas vendas de pré-pago e recargas de celular. O canal

está desenvolvendo novos modelos de negócios, que possibilitarão o aumento do portfólio a ser oferecido aos clientes, como a inclusão do pós-pago e fibra, fazendo com que capturemos novas receitas.

VENDAS PORTA A PORTA (PAP)

Este canal segue sendo fortalecido com o crescimento da rede Fibra em todo o país, ampliando a força de vendas, focando a qualidade e agora buscando a totalização de nossos clientes. É o nosso principal canal de vendas de fibra, representando quase 31% de todas as vendas no segmento B2C.

TELEVENDAS OUTBOUND

Caracterizado pela ausência de limitações geográficas, nosso canal de televendas outbound pode atingir clientes existentes e potenciais em todo o país, oferecendo nosso portfólio completo de produtos. Este canal contribuiu para mais de 200.000 unidades vendidas por mês.



Canais e Plataformas Digitais

APP VIVO

O App Vivo foi reformulado em 2022 e passa a ser o aplicativo único de relacionamento digital para todos os clientes pessoa física de serviços residenciais e de telefonia celular da empresa, o que se traduz em jornadas mais simples e resolutivas. Mais do que oferecer funcionalidades de autoatendimento, o App Vivo facilita o acesso de todos os clientes a ofertas e benefícios exclusivos, de maneira mais simples e direta, facilitando o acesso aos demais digitais da Vivo, como serviços financeiros, de saúde e educação. O App Vivo é resultado da evolução do Meu Vivo, lançado em 2013 com foco em autoatendimento e que era oferecido em duas versões: Meu Vivo Fixo e Meu Vivo Móvel. O App Vivo conta com aproximadamente 22 milhões de usuários únicos, mais de 86 milhões de acessos por mês, com média de 4,7 acessos por cliente, sendo o principal canal de atendimento da Vivo – em média, **82% dos atendimentos mensais da Vivo são realizados por meio do app.**

AURA

A Aura foi desenvolvida com o objetivo de transformar a forma de interação com os clientes e com a missão de facilitar a vida digital de cada um deles. Para gerar valor aos usuários, a nossa inteligência artificial tem o princípio de criar jornadas com foco no cliente, de forma simples, empática e objetiva. Nossos sistemas são pensados para garantir a segurança das informações dos usuários e proteger a confidencialidade desses dados que nos foram confiados. A Aura pode ser utilizada em 9 canais de contato como: App Vivo, WhatsApp, Portal Vivo, Facebook Messenger, entre outros. **Temos 27 milhões de interações por mês na Aura com acuracidade de +90%, sendo 24MM das interações no WhatsApp.**

VIVO VALORIZA

O Vivo Valoriza é o programa de relacionamento da Vivo, por meio do qual você pode resgatar benefícios em mais de 300 parceiros a qualquer momento. São diversas categorias, como gastronomia, bem-estar, gaming & e-sports, sustentabilidade, entre outras. São cortesias e descontos em diversos eventos,

produtos, serviços e até gratuidade em pacote de internet. Os resgates são ilimitados e nada é cobrado. Os benefícios disponíveis dependem da classificação de perfil de cada cliente, que varia de acordo com os produtos e serviços contratados da Vivo. As classificações são Púrpura, Silver, Gold, Platinum e V. O cliente encontra essa informação na página do Vivo Valoriza, do App Vivo, em "Meu perfil".

Hoje, temos mais de 33 milhões de acessos ao Vivo Valoriza, com 2,5 milhões de clientes únicos com resgate de benefícios.

INOVAÇÃO NO CENTRO DA ESTRATÉGIA

Somos líderes no mercado móvel e em fibra no Brasil e buscamos impulsionar cada vez mais nosso processo de inovação no país para abastecer um mercado que traz oportunidades valiosas em telecomunicações e serviços, além de fomentar a transformação tecnológica para a geração de oportunidades e a inclusão digital. Esses esforços colocaram a Vivo entre as **Top 10 no Prêmio 100 Open Corps**, que destaca as corporações líderes em open innovation com startups.





Cultura de Inovação

Para que a inovação seja uma prática integrante do cotidiano de todos os nossos mais de 32 mil colaboradores, promovemos ações que reforçam a promoção da cultura digital colaborativa: Curiosidade, Atitude Digital, Abertura e Fazer Acontecer com Responsabilidade. O objetivo é criar uma cultura mais aberta para estimular a inovação e promover a digitalização completa do negócio. Temos como exemplo o Norteador Abertura, essa é uma característica fundamental para alimentar a experimentação e para a tolerância ao erro.

Além disso, de forma estruturada e estratégica, a Vivo possui programas voltados diretamente à captura e geração de ideias e novos projetos entre colaboradores, em consonância com a Cultura Digital Colaborativa.

INNOVATION BELT

O Innovation Belt é uma nova jornada de certificação do Programa Lean Six Sigma, com o principal objetivo de estimular a cultura de criatividade e inovação por meio do desenvolvimento de novas ideias e soluções de problemas que não se enquadram nos requisitos de eficiência. A jornada é dividida em duas etapas, sendo a primeira etapa de nivelamento de conhecimento de inovação, e a segunda de desenvolvimento dos projetos selecionados. Ao todo, foram 680 participantes de 1.000 colaboradores inscritos, resultando em: 264 ideias enviadas, 56 ideias pré-selecionadas, 13 ideias prototipadas e 5 projetos selecionados por meio de uma banca avaliadora de executivos da Vivo. Além disso, o saving estimado com os projetos foi de mais de R\$ 12 milhões por ano.

VIVO DISCOVER

Trata-se de um programa corporativo de inovação aberta, com foco em geração de novos negócios com startups e com objetivo de posicionar a companhia como uma empresa inovadora, disseminando a cultura e a mentalidade de inovação para todos os colaboradores. É composto das seguintes frentes:

- **Shapers:** Em 2022, capacitou a sua quarta turma. Foram selecionados 30 executivos que realizaram uma jornada de aprendizado ao longo do ano, executando projetos inovadores em suas áreas, que culminam na contratação de startups para solucionar os problemas mapeados ao longo do programa. Eles também são “embaixadores da inovação”, levando práticas, ideias e comportamentos inovadores para seus times e sua área.
- **Missão Wayra:** Aproximação dos times das áreas de negócio da Vivo à Wayra, em visita ao escritório localizado no Cubo Itaú.
- **Meetup de Inovação:** Eventos mensais para disseminação dos projetos inovadores dentro da Vivo, troca de insights, ideias e conteúdo, com participação livre e tradução simultânea de Libras. Em 2022, tivemos recordes de participação, com uma audiência que cresce a cada encontro e um eNPS de 9,8.

VIVO DATA EXPERIENCE

Iniciativa criada em 2022, com o objetivo de reunir os entusiastas do tema de Ciência de Dados, por meio de workshops com parceiros e comunidade no Workplace. O projeto trouxe temas relacionados à aplicação de IA para eficiência e novos negócios, e da Adobe, explorando oportunidades de personalização com o uso da Plataforma Martech CDP (Customer Data Platform).

Além dos programas diretamente voltados à geração de novas ideias, a Vivo investe para que todos os colaboradores possam ter cada vez mais um perfil inovador, disponibilizando capacitações, vivências e incentivos para aderir aos comportamentos propostos para a evolução de mentalidade necessária.

TECHMINDS

Programa de desenvolvimento destinado a 120 Vice-Presidências e Diretores da Vivo, visando acelerar conhecimentos e habilidades em tecnologias disruptivas, transformando os executivos da Vivo em Tech Savvys, para que estejam atualizados com as tendências em inovação e conheçam elementos fundamentais para o negócio da Vivo, para a vida e para a sociedade no presente e no futuro.



*Reconhece

No âmbito de engajamento e reconhecimento, a Vivo tem um prêmio anual chamado Vivo Reconhece, que enaltece os melhores projetos internos que produziram entregas inovadoras, relevantes ao negócio e alinhadas ao propósito da empresa. Em 2022, o Vivo Reconhece contou com 482 projetos inscritos, envolvendo 2177 participantes.

Wayra Brasil – O hub de Inovação aberta da Vivo

Nossa inovação surge também da abertura para todo um ecossistema digital que cresce fora da Vivo. A Wayra tem um papel relevante como veículo de inovação aberta no Brasil. Wayra significa “Vento Fresco” e sua missão é impulsionar a inovação corporativa pesquisando, escalando e investindo em startups de tecnologia e abrindo caminho para uma colaboração mutuamente benéfica. Entre as áreas prioritárias estão empresas de educação, saúde, finanças, inteligência

artificial (IA), internet das coisas (IoT), 5G, big data, análise avançada de dados, cibersegurança, greentechs, entre outras tecnologias.

Presente no país desde 2012, a Wayra já investiu em 83 startups, totalizando mais de R\$ 25 milhões em investimentos diretos. Atualmente, seu portfólio conta com 26 startups, que, juntas, têm valor de mercado superior a R\$ 2,3 bilhões, e mais da metade fazem negócios com a Vivo.

Em 2022, a Wayra lançou uma chamada global para startups do metaverso, o Open2Metaverse. A iniciativa proporciona aos empreendedores acesso ao conhecimento de experts de negócio do Grupo Telefónica, suporte técnico e de infraestruturas para desenvolvimento do produto e escala global. A chamada #Open2Metaverse resultou em mais de 170 startups inscritas globalmente, em mais de 50 países, sendo analisados pelo time cerca de 2.000 projetos nas áreas de interesse do Grupo Telefónica.. No Brasil, foram selecionadas 20 startups para participar da iniciativa.



[Clique aqui para saber mais sobre a Wayra.](#)



Presente no país desde 2012, a Wayra já investiu em 83 startups, totalizando mais de **R\$ 25 milhões** em investimentos diretos.

BNDES GARAGEM

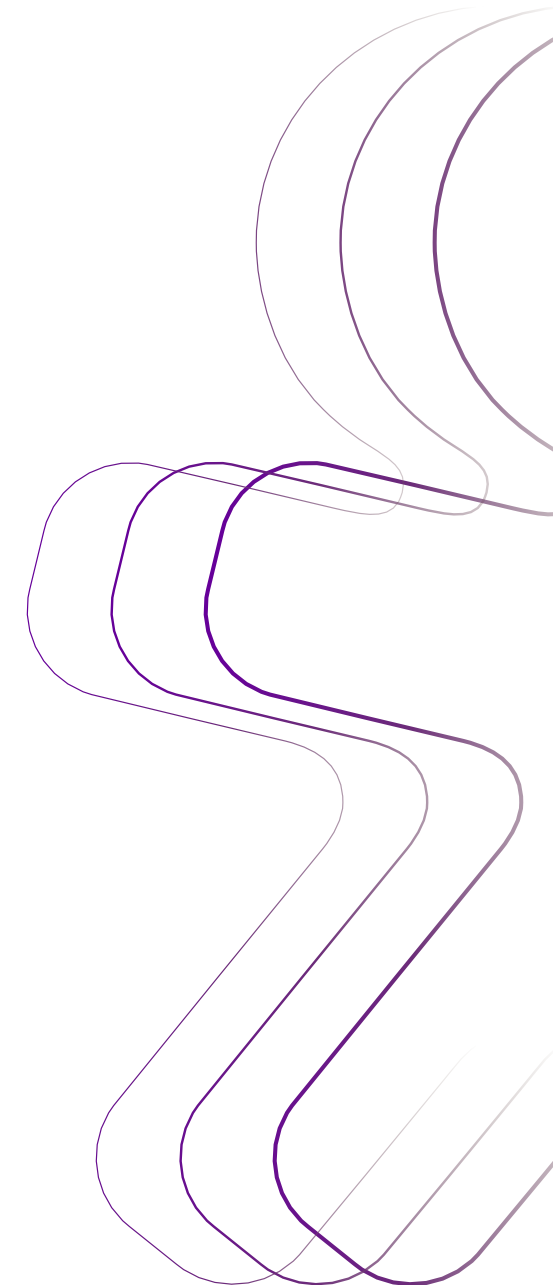
Desde 2018, a Wayra Brasil apoia o BNDES Garagem. A iniciativa contribui com startups brasileiras, com foco em desenvolver e fomentar o empreendedorismo no Brasil, bem como impulsionar negócios de impacto que contribuirão para a resolução de desafios sociais ou ambientais em 5 eixos de atuação: saúde, educação, sustentabilidade, gov-tech e cidades sustentáveis, todos os eixos alinhados com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). O programa está sendo executado por um consórcio formado pela Wayra, Artemisia e Liga Ventures. Em 2022, foram criadas 44 startups, e 30 foram aceleradas entre 1.366 inscrições de todas as regiões do Brasil, sendo 600 para o estágio de tração e 766 para o de criação.



Ventures

Em 2022, a Vivo lançou seu Fundo de Corporate Venture Capital para investimentos estratégicos, com objetivo de impulsionar e aportar valor no ecossistema B2C e B2B2C da Vivo como parte da estratégia de Inovação Aberta da companhia. O Vivo Ventures é um fundo de R\$ 320 milhões que atua em três horizontes de inovação: fortalecer o negócio atual, evoluir para novos modelos de negócios e descobrir negócios disruptivos. Além disso, possui foco nas seguintes frentes: **Saúde e Bem-Estar, Educação, Serviços Financeiros, Casa Inteligente, B2C Marketplace, Energia e Entretenimento.**

Os dois primeiros aportes foram realizados com a Klavi, companhia de Software as a Service (SaaS) com foco em open finance e soluções para B2B e B2C, no valor US\$ 3 milhões (cerca de R\$ 15,1 milhões), e de R\$ 10 milhões na Klubi, única fintech brasileira autorizada pelo BACEN a operar como administradora de consórcios no país.





Mensagem do CEO

2022 em números

Sobre o Relatório

Digitalizar para Aproximar

#TemVivoPraTudo

#TemTudoNaVivo

#DNAVivoEmTudoQueFazemos

#DNAVivoEmTudoQueSomos

#VivoSustentável

Anexos

Sumário GRI

< 64 >



07

#DNAVivoEmTudoQueFazemos



8 TRABALHO DIGNO E CRESCIMENTO ECONÔMICO



10 REDUZIR AS DESIGUALDADES



12 PRODUÇÃO E CONSUMO SUSTENTÁVEIS



16 PAZ, JUSTIÇA E INSTITUIÇÕES EFICAZES



17 PARCERIAS PARA A IMPLEMENTAÇÃO DOS OBJETIVOS

Capitais:

- Social e de Relacionamento

Temas Materiais:

- Experiência do Cliente
- Cyber Segurança
- Proteção da Privacidade
- Sustentabilidade na Cadeia de Valor





A cada ano, fortalecemos nosso propósito de “Digitalizar para Aproximar”, tornando a Vivo uma empresa mais forte, mais potente e mais plural. Esse é um movimento que nos aproxima de nossos clientes – sejam eles B2B, sejam B2C – e leva para cada um deles possibilidades que vão muito além da comunicação. A cada ponto de contato ou necessidade de nossos clientes, garantimos tratamento diferenciado e suporte completo, desde a resolução de temas mais simples por meio de canais digitais até a resolução de questões complexas com atendimento individualizado e personalizado.

Para a Vivo, não basta ser apenas uma excelente empresa de tecnologia, precisamos ser também uma excelente empresa no que diz respeito à experiência do cliente (CX). Para isso, continuamos trazendo também o digital para o centro do nosso relacionamento, aprimorando nossos canais com o uso da inteligência artificial e conhecendo os clientes de modo mais individualizado, por meio do monitoramento de dados.

A Vivo possui uma grande área que se preocupa com a experiência do cliente em toda a sua jornada e em todos os canais (lojas, aplicativos, chatbot, site, telefone, entre outros), visando identificar novas necessidades, oportunidades de melhoria e correção de rotas. Utiliza-se, para isso, de tecnologias como Speech Analytics, datalake de big data, machine learning e inteligência artificial para gerar insights qualificados.



Há mais de cinco anos, definimos nosso programa de transformação da experiência do cliente em quatro princípios de atuação:

Desde então, esses valores guiam nossa atuação e apoiam o programa **#DNAVivoemtudoquefazemos**.

O DNA Vivo, nosso programa de CX, tem sido a principal força motriz de transformação da experiência dos nossos clientes e de uma cultura de centralidade no consumidor. Ele permeia toda a companhia, sendo o protagonismo de cada colaborador a chave para transformar a experiência dos clientes nos diversos momentos da sua jornada. Guiado pelos quatro princípios, o programa DNA Vivo se ancora em dois principais pilares:

“ser confiável”,
“ser eficiente”,
“ser fácil” e
“ser encantador”.





Formação da Jornada do Cliente

- Visão 360° da voz do cliente, com medição completa em cada ponto de contato do cliente com a Vivo, por meio de mais de 3 milhões de pesquisas de satisfação integradas a menções em redes sociais e reclamações em órgãos de defesa do consumidor, com demonstração dos resultados em tempo real para todos os colaboradores, da linha de frente ao C-Level, e geração de insights para a transformação dessas experiências.
- Cuidado em responder clientes insatisfeitos com a missão de reverter o cenário de detração e torná-los promotores da marca.
- Acelerar a transformação por meio de Squads de Satisfação, com equipes multidisciplinares e multi-hierárquicas formadas para identificar e resolver oportunidades estruturantes que tocam diversas áreas da empresa, impactando milhões de clientes ao longo dos últimos anos.

Cultura com Centralidade no Cliente

- Programas que mobilizam e incentivam os mais de 32 mil colaboradores diretos da Vivo e outros mais de cem mil indiretos a serem responsáveis pela experiência de nossos clientes e geram resultados por meio de iniciativas descentralizadas.
- Multiplicar os Squads de Satisfação e a cultura ágil em diversas áreas da empresa, por meio de talentos da companhia.
- Sessões de engajamento envolvendo a participação de milhares de colaboradores para inspirar a transformação da experiência do cliente.
- Vivência real de contato direto dos nossos colaboradores com nossos clientes nos diversos pontos de contato, fortalecendo o “walking the customer experience talk”.

Principais Iniciativas

A Vivo possui um dos maiores sistemas de medição de satisfação da América Latina, com pesquisas relacionais atingindo 100% dos pontos de contato com os clientes. Os mais de 230 **Termômetros DNA** fornecem informações importantíssimas que permitem o mapeamento de oportunidades e direcionamento estratégico da companhia por meio de análises quantitativas, qualitativas e modelos estatísticos.

DNA VIVO VOZ

Mudou a maneira como a Vivo estrutura os feedbacks dos clientes e se tornou um ambiente completo, integrado e amigável, que permite a captura completa e única da voz do cliente em 100% dos touchpoints, possibilitando a identificação em tempo real das dores dos clientes, gerando insights detalhados sobre a sua jornada e canais.

LIVE TDNA

Uma plataforma única que visa ampliar as fontes de insights por meio de pesquisas de vídeo muito mais ricas em detalhes. Atingiu 170 Pesquisas realizadas e mais de 40 colaboradores de diversas áreas treinados como multiplicadores do programa em 2022.





Sistema de Autorregulação de Telecomunicações

Em março de 2020, nós e os principais provedores de serviços de telecomunicações no Brasil lançamos uma iniciativa conjunta com o objetivo de estabelecer o primeiro programa abrangente de autorregulação do setor. O Sistema de Autorregulação das Telecomunicações (SART) estabelece regras e procedimentos comuns que devem ser seguidos por todas as empresas participantes em relação aos temas mais relevantes no relacionamento entre provedores e clientes, como telemarketing, ofertas, faturamento e atendimento ao cliente. Além disso, também foi criada a Plataforma Não Perturbe, que, em operação desde julho de 2019, fechou o ano de 2022 com 11 milhões de números de telefone cadastrados para não receber chamadas de telemarketing de empresas de telecom e de oferta de crédito consignado. O número de cadastros representa 3,8% da base de 288,6 milhões de telefones fixos e móveis existentes no Brasil, segundo a Associação de Provedores de Telecomunicações (CONEXIS).

RECONHECIMENTOS

Essa cultura, unida à nossa estratégia de negócio, também nos garantiu mais um ano marcante e o reconhecimento do mercado e de nossos clientes com mais de 20 prêmios nacionais e internacionais.

- Fomos reconhecidos por júris especializados com o programa “DNA Solves”, eleito o melhor programa de CX na categoria “Resolution Negotiations” mundial no prêmio global Customer Centricity World Series Awards.
- Nosso programa CX também foi reconhecido pelo International CX Awards (ICXA) na categoria “Best Culture Centricity Awards”.
- Fomos reconhecidos pelo público em três categorias do prêmio “Folha Top of Mind”.

Relacionamento com Fornecedores

GRI 2-6, 3-3

Nossa cadeia de fornecedores é formada por diversos segmentos, como Telecomunicações, Call Center, Transporte, Mobiliário, Energia Elétrica e Treinamentos, abrangendo, em sua maioria, empresas brasileiras.

Para melhor gerenciar cada um de nossos parceiros, usamos uma classificação em que os mais estratégicos são gerenciados globalmente e, para cada um deles, são atribuídos um risco e um valor mínimo para contratação de um Seguro de Responsabilidade Civil. Esses riscos variam de acordo com volume financeiro e impacto no modelo de negócios da companhia. Entre os principais fatores de risco identificados estão: confiabilidade, insumos, questões trabalhistas e concorrenciais.

- **CONFIABILIDADE:** Temos fornecedores-chave de equipamentos e serviços, especialmente de equipamentos de redes de telecomunicações e aparelhos, para execução e desenvolvimento de nossos negócios. No caso de falhas no fornecimento, podemos enfrentar problemas com a continuidade de nossas atividades comerciais.
- **INSUMOS:** O alto crescimento dos mercados de dados em geral e de banda larga em particular podem resultar no fornecimento limitado de equipamentos essenciais à prestação de tais serviços. Restrições quanto ao número e à localização geográfica de fabricantes estrangeiros representam riscos como vulnerabilidade e flutuações cambiais, nos casos de insumos importados e pagos em moedas estrangeiras.

- **QUESTÕES TRABALHISTAS:** Para disponibilizar nossos produtos e serviços com qualidade, eficiência e agilidade, contamos com uma série de fornecedores, e por isso, como tomadores de serviços estamos expostos a riscos de acionamento, de forma subsidiária, por eventuais passivos trabalhistas não quitados pelo fornecedor/empregador principal.
- **CONCORRÊNCIA:** Fusões e aquisições podem modificar a dinâmica do mercado, criar pressões competitivas, forçar os pequenos concorrentes a encontrar parceiros e impactar nossa situação financeira, além de exigir que ajustemos operações, estratégias de comercialização e portfólio de produto.

Nossos princípios para o gerenciamento de fornecedores direcionam qualquer tipo de conflito de interesses, prezando a igualdade e a imparcialidade. E, para assegurar uma atuação de acordo com nossos Princípios de Negócio Responsável, também consideramos em nossos processos de avaliação pesquisas reputacionais implantadas durante o processo de contratação, que incluem a verificação da aderência às legislações,

anticorrupção, processos administrativos e judiciais e da existência de programas de integridade implementados. Além disso, os contratos possuem a inserção de cláusulas específicas sobre o tema de ética e anticorrupção.

Nossas ações também incluem programas de engajamento e comunicações com relação aos princípios e às diretrizes que norteiam os Princípios de Negócio Responsável – nosso código de ética.

FORNECEDORES GRI 2-6, 204-1

	2022
Total de fornecedores adjudicados (Tier-1)	1.175
Número de fornecedores significativos em sustentabilidade (Tier-1)	151
Total de gastos com fornecedores adjudicados (bilhões euros)	4,92
Total de gastos com fornecedores significativos (bilhões euros)	3,69
% gastos com fornecedores significativos (Tier-1)	75%
Número de fornecedores significativos (Non-Tier-1)	4
Total de fornecedores significativos (Tier-1 + Tier-1)	155

Todos os fornecedores da Vivo atuam de acordo com nossos Princípios de Negócio Responsável.

Gestão de Sustentabilidade na Cadeia de Suprimentos

Nossa cadeia de suprimentos é composta de diversos parceiros essenciais para a manutenção de nossos negócios e da excelência de nossos serviços. Dessa forma, atuamos proativamente para garantir que não haja qualquer tipo de risco socioambiental que possa afetar nosso relacionamento com esses fornecedores.

A gestão sustentável da cadeia de fornecimento faz parte do **Plano de Negócio Responsável**, liderado pelo Comitê de Sustentabilidade e Qualidade, que acompanha a sua implementação e o cumprimento desses objetivos.

Os principais riscos de sustentabilidade em nossa cadeia de suprimentos são condições de trabalho, impactos ambientais, privacidade e segurança de dados. A falha em lidar adequadamente com esses riscos pode levar a impactos negativos não apenas para a sociedade e o planeta, mas também em termos de interrupções de negócios em toda a nossa cadeia de suprimentos.

Estimulamos nossos fornecedores a inserirem suas informações relativas à gestão de temas críticos socioambientais na plataforma EcoVadis¹, além de trabalharmos também com auditorias presenciais. Nos casos em que são identificados desempenhos abaixo do esperado nesses temas, realizamos um bloqueio preventivo do fornecedor em nossa plataforma de compras. Para que seja feito o desbloqueio, o fornecedor deve se comprometer formalmente com o desenvolvimento de um plano de ação de melhoria para os temas e indicadores que ficaram abaixo do mínimo determinado.

Além disso, seguindo as diretrizes do Grupo Telefônica, realizamos a integração de nossos fornecedores críticos (responsáveis por componentes estratégicos para Banda Larga, Fibra e Rede Móvel) por meio do projeto Marco Polo. Essa iniciativa permite maior alinhamento com a nossa estratégia de negócio e com nossos compromissos relacionados ao desenvolvimento sustentável.

1 Plataforma que reúne reportes e avaliações realizados pelas próprias empresas que formam a cadeia de fornecimento de diversas companhias. <https://ecovadis.com/pt/>.

2 As quantidades de auditorias (administrativas e presenciais) foram calculadas com base na média mensal de auditorias solicitadas para as áreas responsáveis.

TOTAL DE NOVOS FORNECEDORES GRI 414-1

2020	2021	2022
1.229	1.230	1.175

Em 2022, como em todos os anos, exigimos que todos os nossos fornecedores assinem a **Política de Sustentabilidade na Cadeia de Fornecimento**, que estabelece critérios mínimos para comprometimento do fornecedor com requisitos sociais e ambientais. Também incluímos uma nova cláusula no contrato-padrão, que especifica obrigações relativas aos Direitos Humanos, em que o fornecedor se compromete a atender os itens contemplados na **Política Global de Direitos Humanos**. Além disso, realizamos uma análise de risco para identificar aqueles fornecedores que podem representar um alto risco em termos de sustentabilidade, em geral, e Direitos Humanos, em particular, e são submetidos a uma avaliação detalhada.

No segundo semestre de 2022, foi implementado o novo sistema chamado **IntegrityNext**, solução que permite o monitoramento de 100% dos fornecedores em termos de sustentabilidade. O sistema está em fase de implementação, e entre os tópicos de conformidade e sustentabilidade abrangidos no processo de verificação estão inclusos os módulos de monitoramento relacionados a Direitos Humanos e Trabalho, e Responsabilidade da Cadeia de Suprimentos.

Além disso, verificamos a conformidade dos fornecedores por meio de auditorias. Em 2022, foram realizadas aproximadamente 1.970 auditorias administrativas e 395 auditorias presenciais². A auditoria presencial tem o objetivo de autenticar as conclusões da auditoria documental, além de buscar identificações adicionais de questões que não possam ser detectadas por meio do processo de monitoria documental, assim como assédio moral e trabalho escravo. Apesar da queda na quantidade de fornecedores em 2022, aumentamos a porcentagem de monitoramentos com base em critérios socioambientais de 25% para 30% do total.





Segurança Digital e Proteção de Dados

GRI 418-1, 3-3, SASB TC-TL_220A.1, TC-TL_230A.2, TC-TL-550A.2

Para fortalecer nossa estratégia de atuação como um ecossistema digital, é essencial que nossos processos envolvam uma robusta proteção de nosso ambiente de tecnologia e informações. Para isso, atuamos com base nos pilares de tecnologia, processo e pessoas, seguindo as diretrizes da Política Global de Segurança do Grupo Telefônica, e temos uma jornada de Segurança Digital dirigida por um Plano Diretor de longo prazo.

Nossa missão é fortalecer a estratégia digital da Vivo, protegendo o ecossistema e nossos clientes e habilitando negócios seguros. Atuamos nos pilares de tecnologia, processos e pessoas, seguindo as diretrizes da Política Global de Segurança do Grupo Telefônica, que abrangem as operações em todos os países nos quais o grupo atua. A estratégia é acompanhada pela alta administração, com um dos conselheiros de administração nomeado como responsável pela revisão dessa estratégia.

A estrutura hierárquica no Brasil é composta de um **Chief Security Officer (CSO)**, responsável pela Estrutura Normativa de segurança da companhia. Ele zela pela integridade física dos colaboradores, pela segurança do nosso patrimônio, pela Gestão de Continuidade do Negócio e, principalmente, pela proteção dos dados da empresa, de clientes e de colaboradores, garantindo maior confiabilidade ao nosso negócio. Também faz parte dessa estrutura hierárquica o **Chief Information Security Officer (CISO)**, responsável pela Diretoria de Segurança Digital, tratando de assuntos relacionados à Segurança da Informação e Cybersegurança na organização.

A jornada de Segurança Corporativa e Digital da Vivo é dirigida por um Plano Diretor com visão até 2025. Todas as ações são baseadas em três princípios-chaves, cuja abordagem é focada na gestão proativa dos riscos:

DISPONIBILIDADE

Proteger os ativos digitais de forma resiliente, garantir a satisfação do cliente e mitigar riscos de descontinuidade, por meio da manutenção de planos de continuidade e recuperação de desastres com testes periódicos.

INTEGRIDADE

Proteger nossas aplicações e identidades digitais e mitigar riscos de fraudes.

CONFIDENCIALIDADE

Proteger os dados dos nossos clientes e da Vivo e mitigar riscos de vazamentos de dados.



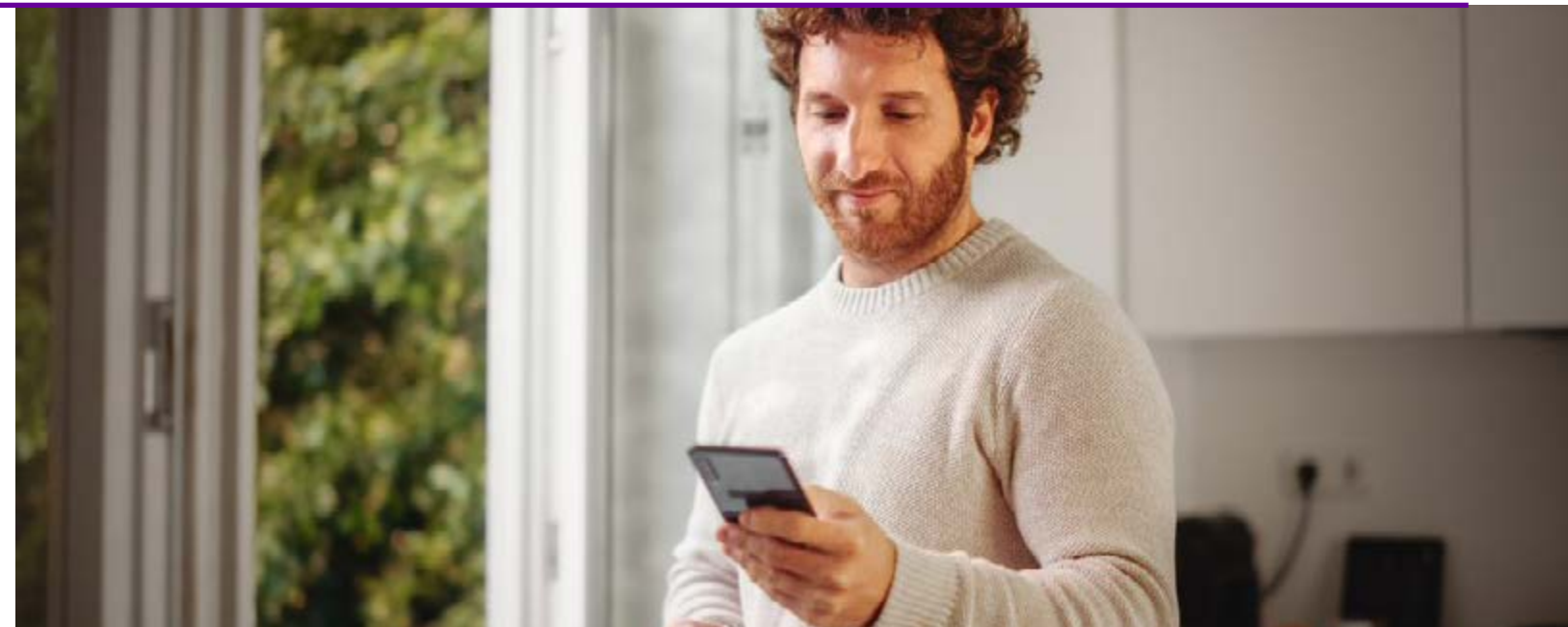
Na disciplina de Gestão de Riscos Cibernéticos, atuamos responsavelmente e de forma engajada com todos os níveis executivos da empresa e adaptamos nossa estratégia de defesa perante a evolução das ameaças. Nosso apetite de risco evolui constantemente e é calibrado com menor tolerância quando relacionado a temas de proteção de dados, proteção dos nossos ambientes críticos, segurança do ecossistema e segurança dos nossos negócios.

No programa de segurança do ecossistema, realizamos workshops anuais com os fornecedores contratados para fomentar a conscientização e importância do tema de segurança digital. Além disso, há interações com os fornecedores constantemente ao longo do ciclo de avaliação de fornecedores, permitindo, assim, que entendam a importância do tema Segurança Cibernética e o quanto a Vivo se preocupa com ele. Realizamos um trabalho anual para fornecedores críticos, durante o qual os gestores de contrato e executivos são mobilizados para endereçar itens de risco aos parceiros e fornecedores.

Temos também a execução anual de **Cyber War Games** (Exercícios de Guerra Cibernética), em que

a equipe de Red Team realiza cenários de ataques cibernéticos simulados para que a equipe de Blue Team possa identificar e realizar todas as defesas necessárias, para avaliar a maturidade de Segurança Digital, testar os processos estabelecidos, reforçar procedimentos de detecção e respostas a incidentes e proteger ainda mais o ambiente da Vivo.

Outro tema de destaque são as iniciativas de treinamento e conscientização que melhoram a cultura de risco da Vivo. Também disponibilizamos os cursos de Privacidade e Segurança, obrigatórios para todos os colaboradores durante o processo de integração. Além disso, ao longo do ano, são realizados diversos Workshops dos mais diversos temas de Segurança Digital aos colaboradores, bem como cursos no modelo e-learning de segurança cibernética e educação executiva para os Diretores da Companhia. Parte do Comitê Executivo de Riscos Cibernéticos também é direcionada à conscientização de executivos sobre os principais riscos da companhia. Com relação aos clientes, a Vivo fornece portais (Dialogando e Centro de Transparência e Privacidade) que disseminam boas práticas de segurança digital, incluindo um guia exclusivo para conteúdo de Segurança da Informação.



Estamos comprometidos com a segurança das informações e a confidencialidade dos dados. Seguimos uma série de processos e diretrizes com base nos requisitos de segurança da companhia e frameworks de mercado, como a **ISO 27.001, ISO 22.301, NIST e PCI/DSS**. Além disso, estamos preparados para atender às regulamentações vigentes, como a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) e a Resolução nº 740 da Anatel (Regulamento de Segurança Cibernética Aplicada ao Setor de Telecomunicações), entre outras.

Em 2021, recebemos a certificação ISO 27.001 para o escopo do Processos de Gestão de Vulnerabili-

dades Tecnológicas. O processo avalia de forma ampla o ambiente, identificando as vulnerabilidades e compartilhando-as com os times responsáveis para sua correção. Isso assegura que os padrões de segurança cibernética dos produtos, serviços e canais de atendimento estejam de acordo com os requisitos de Segurança Digital, garantindo, assim, uma certificação que permeia toda a infraestrutura da empresa. Já em 2022, **ampliamos o escopo para o Processo de MDR (Managed Detection and Response)**, que visa um monitoramento 24x7 do nosso ambiente contra ataques cibernéticos, ameaças e invasões, de maneira preditiva.



Todas as nossas políticas, nossos normativos e processos estão publicados na intranet, canal que abrange todos os colaboradores e traz para a empresa os princípios da área, a governança e o monitoramento, bem como os canais disponíveis para formalização dos riscos e acompanhamentos dos planos de ação.

Também realizamos a **Governança do Sistema de Gestão de Continuidade de Negócios (SGCN)**, com a elaboração de análise de impacto e planos de continuidade de negócio (PGC, PGI, PRD e PCO), que são testados minimamente a cada seis meses. A metodologia de Gestão de Continuidade de Negócios utilizada segue o Regulamento Global de Gestão de Continuidade de Negócios e está alinhada às melhores práticas da norma ISO NBR 22.301 – Sistema de Gestão de Continuidade de Negócios.

A metodologia de Gestão de Continuidade de Negócios está alinhada às melhores práticas da norma ISO NBR 22.301.

O papel de GCN é garantir a resiliência da organização em situações de crise ou interrupção nas seguintes frentes de atuação:

- Continuidade dos serviços básicos aos clientes, reduzindo os impactos das interrupções;
- Continuidade dos sistemas e das infraestruturas tecnológicas, garantindo a manutenção das operações e dos serviços críticos;
- Contingência dos processos críticos, identificando as necessidades das áreas de negócio;
- Continuidade na cadeia de fornecimento.

Comitê de Crise ou de Incidente Crítico Corporativo

O Comitê é formado pelo líder (CSO), pelos executivos, pelas áreas de monitoramento, pelas pessoas-chave das áreas e pela equipe de GCN. Seu objetivo é reunir os responsáveis pela tomada de decisão e os principais membros das áreas afetadas para esclarecer a ocorrência, sua abrangência e as decisões estratégicas que serão colocadas em prática para o reestabelecimento da operação o mais rápido possível, minimizando os impactos à empresa e aos clientes.

Proteção de Dados e Privacidade

Por meio de uma gestão transparente, segura e confiável dos dados compartilhados pelos consumidores e pelas empresas que utilizam nossos produtos e serviços digitais, trabalhamos continuamente para garantir a segurança e privacidade dos nossos clientes. A Vivo, seus parceiros e fornecedores são responsáveis pelo tratamento dos dados pessoais, adotando medidas de preservação da privacidade.

Para isso, possuímos um modelo de governança com políticas e normas internas que direcionam como essas informações são tratadas e protegidas em nosso ecossistema. O tema sobre privacidade de dados faz parte da Gestão de Riscos Corporativos, sendo gerido pela Diretoria de Intervenção e acompanhado pela Diretoria de Compliance. **O Escritório de Privacidade, ou Data Protection Office (DPO)**, é responsável pela governança das questões relacionadas à privacidade de dados pessoais na empresa. Desse modo, a área também assessora as unidades de negócios da empresa em questões relacionadas à privacidade de dados.

Realçamos que, entre os Princípios contidos em nosso Código de Conduta, dois tratam da questão de privacidade e segurança: Princípio 3 (Respeito e promoção dos Direitos Humanos e dos Direitos Digitais) e Princípio 5 (Inovação, desenvolvimento e uso responsável da tecnologia). Em caso de descumprimento, a empresa adotará as medidas disciplinares cabíveis. A Vivo possui um regulamento específico que fornece orientações sobre o fluxo de medidas disciplinares para colaboradores que violam as diretrizes de segurança.

Desde 2021, foi disponibilizada a Política de Privacidade para Colaboradores, desenvolvida por nossa equipe global e aplicável a todas as empresas do Grupo Telefônica. O documento define diretrizes para o tratamento de dados pessoais dos nossos colaboradores. Ademais, implementamos o comitê de Privacidade, com áreas estratégicas, para temas relevantes relacionados à privacidade e proteção de dados.



Nossa atuação é norteada pela Política de Privacidade do Grupo Telefônica e pela Política de Privacidade e Proteção de Dados de Clientes e Titulares da Vivo. Essas diretrizes, em consonância com as Políticas e Regulamentos de Segurança, definem as ações que realizamos para proteger os dados contra acessos indevidos e vazamentos. Para dar ainda mais transparência à nossa gestão, disponibilizamos no [Centro de Transparência e Privacidade](#) todas as informações sobre o tratamento e a proteção dos dados pessoais, de forma acessível e facilitada.

Para oferecer mais acessibilidade, em 2021, adaptamos e remodelamos nosso **Centro de Transparência e Privacidade da Vivo**, por meio de um projeto realizado em conjunto com outras empresas do Grupo Telefônica, buscando padronizar o canal de comunicação com os titulares dos dados pessoais, que já existia desde 2016. O Centro de Transparência e Privacidade da Vivo está disponível para a realização do exercício dos direitos dos titulares, estabelecidos pela LGPD. Por meio dele, é possível consultar seus dados, esclarecer dúvidas, obter informações de segurança e entender melhor como são tratados seus dados pela companhia.

Sob a organização da Conexis Brasil e em conjunto com outras empresas de telecomunicações que operam no país, em 2022, foi lançado o Código de Melhores Práticas de Proteção de Dados para o Setor de Telecomunicações no Brasil. O documento reúne os protocolos que devem ser adotados para garantir o cumprimento da LGPD, resultado do conhecimento acumulado pelas empresas desde a publicação da lei e as iniciativas por elas adotadas para cumprir a lei e, ao mesmo tempo, assegurar a continuidade da prestação de serviços de conectividade.

Participamos ativamente das discussões sobre proteção de dados e privacidade no Brasil, de forma associativa com empresas do setor. Também participamos de todas as consultas públicas promovidas pela Agência Nacional de Proteção de Dados - ANPD, enviando nossas contribuições à ANPD, de acordo com a agenda regulatória, por meio dos grupos de trabalho empresariais e de forma independente.

Em 2022, atualizamos novamente nossa Política de Privacidade, tornando-a mais completa e fornecendo informações mais claras e precisas sobre nossas práticas de tratamento de dados para os titulares dos dados.

Com base em nosso Programa de Governança em Privacidade e proteção de dados, mapeamos as atividades de negócio que tratam dados pessoais, possibilitando que os times DPO, Jurídico e Segurança Digital avaliem, respectivamente, a conformidade com as melhores práticas em privacidade e proteção de dados pessoais, as bases legais da LGPD adequadas às suas finalidades e se estão em linha com as orientações de segurança da informação.

Além disso, adotamos os conceitos de **Security by Design e Privacy by Design**, desde a ideação dos nossos produtos e serviços, visando reduzir riscos associados à segurança das informações, assim entendidas sua confidencialidade, integridade e disponibilidade, bem como a privacidade dos dados pessoais, possibilitando correções preventivamente.





LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS (LGPD)

O Programa de Governança em Privacidade e Proteção de Dados da Vivo é conduzido pela equipe DPO e foi estruturado com base em frentes de trabalho derivadas do projeto de adequação à Lei Geral de Proteção de Dados – LGPD (Lei nº 13.709/2018), que entrou em vigor em setembro de 2020. Esse programa busca garantir a conformidade com as diretrizes da LGPD dos processos e da cultura de proteção à privacidade de dados pessoais.

ESCRITÓRIO DE PRIVACIDADE

Compõe a área responsável pela governança do tema de privacidade de dados pessoais, sob a gestão do Encarregado (Data Protection Officer) da Vivo. Entre suas atribuições, funciona como canal de comunicação entre a empresa, os titulares de dados e a ANPD.

GOVERNANÇA

Institui um processo de workflow com o envolvimento das áreas de negócio, do Escritório de Privacidade, da Segurança Digital e do Jurídico, para avaliação dos processos que tratam dados pessoais.

Frentes de Trabalho:

EMBASAMENTO DE USOS DE DADOS

Identifica as atividades de negócio que realizam tratamento de dados pessoais, suas finalidades e hipótese legal correspondente.

SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO

Avalia os sistemas sob o ponto de vista de segurança dos dados, e as vulnerabilidades são encaminhadas para um Roadmap de ações.

CONTRATOS

Analisa as minutas contratuais de fornecedores e parceiros, incluindo os termos de tratamento de dados pessoais, e os termos de uso de serviços a clientes.

ATENDIMENTO AO TITULAR

Por meio do Centro de Transparência e Privacidade da Vivo, os titulares podem exercer seus direitos e entender como seus dados são tratados e protegidos. O espaço disponibiliza um canal direto com o Encarregado e o Escritório de Privacidade, por meio do e-mail DPO.br@telefonica.com.

CONSCIENTIZAÇÃO E TREINAMENTO

Estrutura de treinamentos e planos de comunicação para disseminar os conceitos da LGPD, aculturar e capacitar os colaboradores para o compromisso no tratamento de dados pessoais em conformidade com a lei.



Ainda em 2022, realizamos algumas ações internas importantes no pilar de Conscientização do Programa de Governança em Privacidade e Proteção de Dados, como o depoimento de experiências de colaboradores da Companhia, em celebração ao **Privacy Day**. Para disseminação do tema de privacidade, realizamos Workshops com áreas específicas, e desenvolvemos também um novo e-learning, aplicável a toda companhia, em substituição ao anterior, lançado em 2019, trazendo conceitos e procedimentos adotados pelo programa. Por fim, em parceria com a área de Patrimônio, participamos de um PodCast para sensibilização dos cuidados com informações físicas e digitais.

Importante ressaltar também que a revisão periódica de Políticas e Normativas de Privacidade, a elaboração anual do Relatório de Conformidade em Privacidade de Dados e o aprimoramento e aplicação do Reporte de Incidentes de Dados em conjunto com a área de Segurança Digital permanecem como atuações recorrentes dentro do programa.

INFORME DE TRANSPARÊNCIA

O Informe de Transparência retrata o cumprimento das nossas obrigações, nas requisições de autoridades competentes, em todos os países em que o Grupo Telefónica atua. Para isso, seguimos um procedimento rígido que garante o cumprimento das nossas obrigações na colaboração com as autoridades e a proteção dos direitos fundamentais dos usuários. Mantemos nosso compromisso com a transparência e trazemos as informações de forma acessível em nosso [Centro de Transparência](#).





Mensagem do CEO

2022 em números

Sobre o Relatório

Digitalizar para Aproximar

#TemVivoPraTudo

#TemTudoNaVivo

#DNAVivoEmTudoQueFazemos

#DNAVivoEmTudoQueSomos

#VivoSustentável

Anexos

Sumário GRI

< 77 >



08 #DNAVivoEmTudoQueSomos



Capitais:

- Capital Humano

Temas Materiais:

- Gestão de Talentos





Nosso propósito de Digitalizar para Aproximar pessoas, negócios e toda sociedade começa dentro de casa com nossos mais de 32 mil colaboradores.

Partindo desse propósito, a Vivo existe na intersecção de duas forças indissociáveis: o olhar digital e o olhar humano. De um lado, a tecnologia, com todas as possibilidades que ela oferece. De outro, a capacidade de ser, de comunicar, de realizar, de inovar.

Cultura Digital Colaborativa

Em 2021, implementamos a Cultura Digital Colaborativa que, por meio de 4 norteadores (Curiosidade, Atitude Digital, Abertura e Fazer Acontecer com Responsabilidade) apresenta o que é esperado de cada colaborador Vivo.

Em 2022, foi criado o programa Eu+Vivo, por meio do qual os colaboradores puderam enviar e receber reconhecimentos entre os colegas que vivenciam a prática dos norteadores culturais no dia a dia. Foram 58 mil reconhecimentos distribuídos para mais de 8,8 mil colaboradores em mais de 100 diretorias participantes.

A Vivo trabalha com o conceito de Empatia Assertiva para desenvolver sua liderança. O objetivo é aproximar líderes e liderados ao propor um equilíbrio entre interesse genuíno pelas pessoas com os desafios profissionais. Através da realização de práticas constantes que estimulam tanto a empatia como a assertividade, esse equilíbrio promove transparência e confiança, estimula feedbacks consistentes e fomenta a segurança psicológica, servindo como motor para a inovação.

Na Vivo, temos o olhar digital e o olhar humano em tudo o que fazemos.





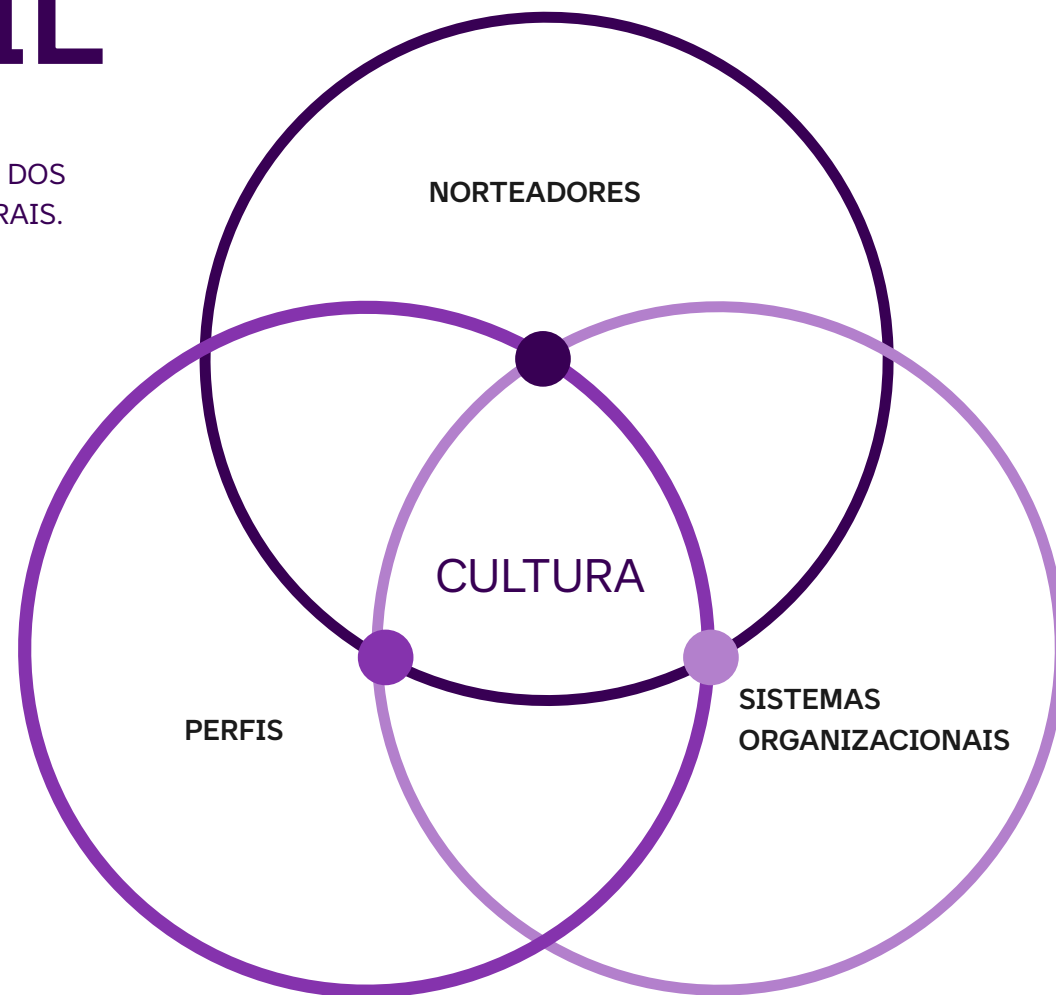
SOBRE MUDANÇA CULTURAL

7,5 MIL

COLABORADORES PARTICIPARAM DE AO MENOS UMA VIVÊNCIA DOS NORTEADORES CULTURAIS.

85%

DOS COLABORADORES DA VIVO CONHECEM A CULTURA DIGITAL COLABORATIVA E ACREDITAM QUE OS NORTEADORES CULTURAIS DIRECIONAM A EMPRESA PARA UM FUTURO DE SUCESSO.



Fonte: Reinventing Organizations, Frederic Laloux.

CULTURA DIGITAL COLABORATIVA

Sempre com propósito





Além disso, em 2022, também reforçamos nossas ferramentas de comunicação e aprendizado com o Workplace by Facebook, um espaço interativo e de trocas no qual podemos aproveitar toda a diversidade e todo talento do nosso grupo para o fortalecimento de uma cultura cada vez mais centrada no cliente.

Indicadores de engajamento (eNPS)

Nosso principal indicador de engajamento dos colaboradores é o eNPS (Employee Net Promoter Score). Em 2022, a pesquisa teve recorde de participação com 92% de adesão, equivalente a mais de 27.500 colaboradores compartilhando suas percepções sobre a Vivo. Com base na pergunta “Qual a probabilidade de você recomendar a empresa como um bom lugar para trabalhar para as pessoas próximas a você em uma escala de 1 a 10?”, alcançamos um resultado de 84 pontos, contra os 80 do ano anterior.

eNPS DE

84

PONTOS, CONTRA OS 80 DO ANO ANTERIOR.

92%

DE ADESÃO À PESQUISA.

96%

DAS PESSOAS SE SENTEM INCLUÍDAS.

91%

DAS PESSOAS VEEM A APRENDIZAGEM CONTÍNUA COMO UMA DAS NOSSAS FORTALEZAS.

A pesquisa aponta que as nossas principais forças são: a nossa atuação de forma ética e responsável, a inclusão no ambiente de trabalho, a inclusão por meio de oportunidades iguais para todos, o aprendizado contínuo como parte da rotina, o trabalho tendo um propósito (individual ou para a sociedade) e as iniciativas de bem-estar. Além disso, a maioria acredita que seu trabalho tem um propósito pessoal ou para a sociedade, a aprendizagem contínua como uma das principais fortalezas da Vivo, assim como o sentimento de que todas as ideias e opiniões são consideradas, independentemente de cargo, gênero, identidade de gênero, idade, orientação sexual, deficiência ou raça.

Para compor o resultado do eNPS, tivemos **87%** de promotores (colaboradores que atribuíram uma nota 9 ou 10), **2 p.p.** a mais do que em 2021. Os detratores foram **4%** dos respondentes, mantendo o mesmo resultado de 2021.





Atração e Retenção de Talentos

GRI 3-3

Para atrair e reter os melhores talentos, ao longo dos últimos anos, implantamos novas metodologias e digitalizamos a jornada de Atração e Seleção da Vivo, que transformou e descomplicou a experiência e inovou o processo no mercado. Superamos 15 mil vagas publicadas e mais de 792 mil de inscrições completas na ferramenta Gupy (ATS de Recrutamento e Seleção), cuja inteligência artificial contribui com o indicador de 71% dos candidatos aprovados no primeiro quartil de inscritos.

Nosso Programa de Estágio foi estruturado com objetivos de curto, médio e longo prazo, segundos os quais, até 2024, teremos 4,5% do nosso headcount composto de estagiários (1.500). A primeira parte foi implementada em 2022, com o lançamento do programa, contratamos 750 estagiários (600% a mais que o volume de 2021), e desses, 50% foram contratações exclusivas de pessoas negras, o que reforça o nosso compromisso com a diversidade.

Para concluir, nossas equipes estão sempre atentas às melhores práticas de mercado e às experiências dos candidatos, gestores e recrutadores, buscando incrementar soluções que facilitem a operação, melhorem a jornada de todos e fortaleçam as áreas de negócios da companhia.

Em 2022,
contratamos
750
estagiários.
Desses,
50%
foram contratações
exclusivas para
pessoas negras,
reforçando
nosso compromisso
com a diversidade.

Principais Programas e Iniciativas

VEM PRA VIVO:

contamos com diversos projetos e ações que apresentam nossa empresa para atrairmos os melhores talentos do mercado e torná-los verdadeiros #VivoLovers.

PROGRAMA DE INDICAÇÃO:

incentivos para promoção de indicação interna de novos talentos para a Vivo.

BLOG DE CARREIRAS:

plataforma on-line na qual capacitamos os nossos talentos por meio de artigos e matérias sobre tecnologia, diversidade, avanços do mercado e habilidades fundamentais.

PROGRAMAS PARA JOVENS TALENTOS:

iniciativa para a inserção de jovens no mercado de trabalho, como o Programa de Jovem Aprendiz, o Programa de Estágio e o Programa de Trainee.

VIVO MINHA CARREIRA:

plataforma de divulgação de oportunidades internas para movimentação horizontal e vertical na Vivo.

VAGAS INTERNACIONAIS:

plataforma de divulgação de oportunidades internacionais em empresas do Grupo Telefónica.



PROGRAMA JOVEM APRENDIZ TECH

O programa, realizado em parceria com a Fundação Telefônica Vivo, oferece uma nova trilha de aprendizagem focada no desenvolvimento das competências digitais dos jovens. O projeto-piloto conta com 40 participantes que iniciaram sua jornada nas Vice-Presidências de Chief Information Officer, Engenharia e Serviços ao Cliente, e Estratégias e Novos Negócios.



2º ano presente no **ÍNDICE GPTW B3** e Top 10 no ranking **MELHORES EMPRESAS PARA TRABALHAR DO GPTW 2022**.

Entre as 25 melhores empresas para desenvolver a **CARREIRA NO BRASIL, SEGUNDO O LINKEDIN TOP COMPANIES**.

1º lugar na categoria **ENCANTAMENTO NO PRÊMIO 100 RHS QUE INSPIRAM**.

Treinamento e Desenvolvimento GRI 404-1, 3-3

Em 2022, demos continuidade às ações planejadas para Capacitação e Desenvolvimento dos colaboradores, seguindo com a digitalização de processos e metodologia de ensino por meio de ambientes e recursos on-line e virtuais. Isso resultou na redução de cargas horárias extensas, otimizando conteúdos de treinamento, sem perder a qualidade ou impactar a jornada de aprendizado dos profissionais.

Em 2022, foram investidos cerca de **R\$ 44,2 milhões** em educação, valor aplicado na estratégia de capacitações presenciais e on-line. Tivemos aproximadamente **2,9 milhões de horas** de treinamento para o público próprio e **4,7 milhões para terceiros**.

Além disso, conseguimos chegar a mais de **7,5 milhões de horas treinadas**, com mais de **2,5 milhões de participações** e **98.109 mil pessoas** (de áreas administrativas ou áreas de negócio como call center, lojas e operações técnicas) que passaram por algum tipo de treinamento no ano.

No programa Lean Six Sigma, em 2022, tivemos a participação de **mais de 3.200** colaboradores, e foram certificados **1.936** profissionais. Hoje, temos mais de **13.200** colaboradores capacitados em Yellow, Green e Black Belt, e mais de **9.000** certificados. Não há registro no Brasil de outra empresa, além da Vivo, que tenha alcançado essa marca.

Seguimos com a promoção de certificações técnicas importantes para o negócio e subsídios a cursos de especialização profissional e idiomas. Isso inclui subsídios de até 100% dos cursos de primeira graduação, pós-graduação, extensões, idiomas, de certificação técnica e bootcamps. Oferecemos ainda convênio com mais de 50 instituições de ensino, entre universidades e escolas de idiomas, que concedem descontos de até 80% para colaboradores que buscam o desenvolvimento pessoal e profissional.

YELLOW BELT AFIRMATIVO

Em 2022, lançamos o programa Yellow Belt afirmativo, com foco em pessoas negras e mulheres (cis e trans), uma oportunidade para alavancar o conhecimento e protagonismo de carreira desses profissionais na Vivo. Foram 80 vagas destinadas a essa capacitação, divididas em duas turmas on-line e com acessibilidade, para que todos possam participar e desenvolver habilidades como identificação e solução de problemas e melhoria contínua.



Um importante processo da empresa para apoiar a gestão das equipes e direcionar os planos de desenvolvimento individual e profissional é a Avaliação de Performance. Aplicada anualmente a 100% dos colaboradores e gestores, com base no alinhamento dos objetivos organizacionais aos desafios das áreas, aproxima líderes e liderados, gera produtividade, eficiência e desenvolvimento profissional. No ciclo de 2022, tivemos a participação de 23.864 colaboradores elegíveis e atingimos 83,5% de conclusão desse processo.

Academia de Líderes

A Academia de Líderes consiste no desenvolvimento da liderança para os desafios da gestão, permitindo que tenha acesso a conteúdo de escolas renomadas e esteja atendida com a tendência de mercado. Em 2022, ofertamos novas trilhas de aprendizagem, associadas aos pilares do Vivo Explore, e tivemos mais de 7.500 participações, impactando 2.748 líderes, com mais de 14.000 horas de desenvolvimento.

No pilar de liderança, também temos o programa Liderar para Aproximar. O Programa visa desenvolver a Empatia Assertiva na liderança, por meio de conceituação, conteúdos e, principalmente, da realização de diferentes práticas de gestão com os times, para fomentar a aproximação e a criação de um ambiente propício ao feedback contínuo, à experimentação e à inovação. Tivemos a participação de aproximadamente 1.500 líderes no rollout que ocorreu entre fevereiro e março, e nas ações subsequentes, de sustentação, que ocorreram ao longo do ano, tivemos uma média de 40% de adesão. Criamos um onboarding do Liderar para Aproximar. Ao ingressar na companhia, o novo líder já recebe esse conteúdo.

Em 2022, também lançamos o Tech Mind, um programa de desenvolvimento para Vice-Presidentes e Diretores, com o objetivo de acelerar conhecimentos e habilidades em tecnologias disruptivas, para que estejam atentos às tendências em inovação. Foram 5 módulos com conteúdos altamente tecnológicos, como realidades estendidas, universo cripto, negócio sustentável, entre outras tendências.

Queremos melhorar as competências, reforçar a cultura digital colaborativa, estimular a criatividade e inovação para a geração de novos negócios e soluções, para que a liderança Vivo seja capaz de inspirar suas equipes.

Vivo Acelera

O Vivo Acelera é um programa focado no desenvolvimento de carreira de executivos e tem como principal objetivo compreender, acelerar e sustentar o pipeline de talentos da companhia a fim de desenvolver e fortalecer ainda mais o desempenho e potencial desses profissionais.

O Vivo Acelera é composto por 3 categorias: Pit Stop, Acelera e Pole Position, a fim de garantir o processo de aceleração da maturidade dos executivos para posições futuras. Cada categoria possui um pool de ações de desenvolvimento, tais como: academia de líderes, bolsa de estudos, coaching, mentoring, idiomas, explore+, Universitas, entre outros.





Explore

O Vivo Explore é o hub de desenvolvimento da Vivo que proporciona experiências de aprendizagem capazes de permitir que as pessoas explorem a si mesmas e ao mundo. É dividido em 4 pilares:

Em 2022, o Vivo Explore seguiu consolidando sua marca como Programa de Desenvolvimento da Vivo: foram mais de 85.000 participações em cursos e mais de 104.000 horas dedicadas ao aprendizado.

EU + DIGITAL:

Pessoas interessadas por tecnologia e pelas possibilidades que ela abre. Com foco em produtos e serviços Vivo, novas tecnologias (5G, inteligência artificial [IA], cloud, virtualização), user experience (UX), design de experiência, programação e dados.

EU + CRIATIVO:

Pessoas capazes de colocar seu conhecimento em movimento, gerando ideias e valor para o mundo. Com foco em curiosidade, criatividade, colaboração, comunicação, execução, agilidade, entre outros.

EU + PROTAGONISTA:

Pessoas que assumem responsabilidades e fazem a diferença nas suas relações. Com ênfase em pensamento sistêmico, foco, tomada de decisão, modo criação versus modo execução, inteligência, emocional, empatia assertiva e empoderamento e paradoxos das culturas inovadoras.

EU + HUMANO:

Pessoas saudáveis e engajadas com foco em consciência corporal (atividades físicas, sono, alimentação), saúde mental (meditação), propósito social e ambiental (consciência e impacto nos negócios).

Análise de perfil e potencial

O Management Review é um processo que nos auxilia a realizar o mapeamento dos nossos talentos, identificar potenciais sucessores e risco de saída e oferecer inputs para ações de desenvolvimento; também possibilita conversas de carreira, nas quais abordamos tendências e movimentos de negócio que impactam novas skills e a perspectiva de ampliação de atuação. No ciclo 2022, tivemos a participação de 1.895 executivos elegíveis e 100% de adesão.

POWER OF CONNECTION

Em 2022, o Programa Power of Connection foi realizado para atingir, inspirar, conectar e alinhar todos os colaboradores do Grupo Telefônica em torno do mesmo propósito e da mesma visão e cultura. O Programa abordou conteúdos sobre liderança e discussões estratégicas.



Diversidade

GRI 405-1, 405-2, 3-3

Pilar fundamental da cultura da Vivo, acreditamos que existe inovação por meio da diversidade de pessoas, vivências, comportamentos, habilidades e atitudes. Para termos esse ambiente seguro, diverso e com equidade, trabalhamos para termos uma Vivo livre de preconceitos.

Por esse motivo, temos realizado o desenvolvimento de líderes, jornadas com temas que alavancam a reflexão, mentorias e processos de contratação afirmativos desenhados para garantir a diversidade dentro da companhia. Contamos com uma Política de Diversidade e Inclusão que estabelece a busca pela diversidade nas seguintes dimensões: cultural, gênero, raça, orientação sexual/afetiva, geração, religião, habilidade e deficiência.

Nossa aspiração é:

1

Promover a cultura inclusiva, ampliando nossa capacidade de compreender, valorizar e incluir o diverso, para que possamos conviver com um número cada vez maior de ideias, valores, identidades, orientações e origens.

2

Garantir a participação de diferentes públicos, ampliando, inicialmente, a representatividade de mulheres, negros, pessoas com deficiência, LGBTI+ e pessoas do grupo 50+, em todos os níveis da empresa.

Estamos presentes, pelo 2º ano, no Bloomberg Gender-Quality Index (GEI) e TOP 100 do Refinitiv Global Diversity & Inclusion Index.

AMBIÇÃO VIVO
SER UMA DAS EMPRESAS
MAIS DIVERSAS DO PAÍS.

SER REFERÊNCIA EM
EQUIDADE RACIAL.

NOSSA ATUAÇÃO

No pilar #DNAVivoEmTudoQueSomos, assumimos a responsabilidade.

SOCIEDADE

Ter um posicionamento com as melhores práticas de mercado, influenciando toda a cadeia de valor e propondo discussões e avanços genuínos no tema.

CLIENTES

Garantir uma experiência inclusiva e acessível em qualquer ponto de contato com a marca Vivo. Inovar trazendo produtos e serviços que atendam às necessidades de todos os públicos que atendemos e suas especificidades.

COLABORADORES

Construir uma cultura aberta e inclusiva, aumentando a representatividade de grupos minorizados, atraindo, desenvolvendo e retendo os melhores talentos e fomentando a inovação em todos os níveis e áreas.





3º Lugar no resultado geral do Índice de Equidade Racial Empresarial

A fim de promover avanços relevantes em Diversidade e Inclusão, desde 2018, a companhia desenvolve o Programa Vivo Diversidade com ações focadas em 4 pilares principais (Raça, Gênero, Pessoas com Deficiência e LGBTI+ de maneira transversal também abordamos questões geracionais, regionais e demais pautas relevantes). O tema de diversidade na Vivo é: 1) conduzido por uma área de Diversidade na Vice-Presidência de Pessoas que é responsável pela governança, 2) conta com um Comitê de Diversidade que é liderado pela Sponsor que responde no Global pelo Brasil, 3) Subcomitês de Diversidade conduzidos por sponsors diretivos e seus respectivos co-sponsor e 4) líderes dos grupos de afinidades para cada um dos nossos 4 principais pilares. Todos com o mesmo objetivo de atingir a ambição da Vivo em ser uma das empresas mais diversas do país e ser referência em equidade racial. Para garantirmos os avanços nos pilares prioritários, nosso programa de diversidade é acompanhado mensalmente pelo CEO, pelo Comitê Executivo e em fóruns específicos com a liderança da companhia.

A Vivo possui Cursos (Vieses Inconscientes e Websérie Diversidade) aplicáveis a 100% dos colaboradores ao ingressarem na Vivo. Para a liderança, são realizadas iniciativas específicas, estimulando a busca constante por times mais diversos. Adicionalmente, associadas aos pilares do programa, são realizadas ações específicas de desenvolvimento, como lives e workshops.



Uma empresa ainda
+ diversa
até 2025.

38%
de mulheres em
cargos de liderança.

30%
de negros em cargos
de liderança.

8%
de colaboradores
autodeclarados
LGBTI+.

Dobrar o número de
**pessoas com
deficiência**
na companhia.

COMPROMISSOS VOLUNTÁRIOS

Somos signatários dos Padrões de Conduta para Empresas, documento elaborado pelo movimento Free & Equal, da ONU. Também participamos de movimentos como Coalizão Empresarial para Equidade Racial e de Gênero, Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+, Movimento + Mulher 360, Rede Empresarial de Inclusão Social, além de sermos signatários dos Princípios de Empoderamento das Mulheres (WEPs, na sigla em inglês), uma iniciativa da ONU Mulheres. Em 2022, aderimos aos movimentos “Elas Lideram” e “Raça é Prioridade”, da Ambição 2030 do Pacto Global.



GÊNERO

35,1% DE MULHERES EM CARGOS DE LIDERANÇA INTERMEDIÁRIA.

44,3% DE MULHERES NO QUADRO DE COLABORADORES.

AÇÕES AFIRMATIVAS DE RECRUTAMENTO:

- Shortlist: pelo menos uma finalista mulher nos cargos diretivos.
- Programa Mulheres de Fibra: a Vivo seleciona e treina mulheres para atuação em áreas técnicas (como reparo e instalação na casa dos clientes), antes majoritariamente ocupadas por homens.
- Feiras de Recrutamento para áreas técnicas.

DESENVOLVIMENTO E CARREIRA:

- Ações de mentoring e coaching.
- Idiomas e cursos técnicos para desenvolvimento de habilidades.
- Programa #MulheresEmTech, com ações voltadas a estimular a presença feminina em áreas de Engenharia e Tech.
- Ações de Desenvolvimento do Vivo Mulheres.

CARREIRA E MATERNIDADE:

- Licença Parental de 6 meses, tanto em casos de adoção como gestacionais.
- Cuidado com Retorno.
- Conexão Materna (espaço de amamentação).



RAÇA

22,4% DE NEGROS EM CARGOS DE LIDERANÇA.

33,6% DE NEGROS NO QUADRO DE COLABORADORES.

AÇÕES AFIRMATIVAS DE RECRUTAMENTO:

- Programa de Trainee e Programa de Estágio com 50% das vagas para estudantes negros.
- Parceria Empregue Afro: consultoria de recursos humanos focada na diversidade étnico-racial.
- Feira de Recrutamento Afro na Liderança.
- Vagas afirmativas para a comunidade negra.

DESENVOLVIMENTO DE TALENTOS NEGROS:

Programa de Desenvolvimento de Carreira conta com encontros e palestras com referências negras de mercado. Também traz Reflexão sobre Autoimagem e Valorização da Historia de Vida, além de temas corporativos.

- Oficinas de Desenvolvimento do Vivo Afro.
- Mentoria para mulheres negras.

POSICIONAMENTO ANTIRRACISTA:

- Apoio tecnológico da Plataforma Acolhe para a desconstrução do racismo (plataforma criada em parceria com a Universidade Zumbi dos Palmares).

MARCA, CULTURA E ARTE NEGRA:

- Foco na representatividade, discussão e evolução da expressão e da cultura afro.



LGBTI+

6% DOS NOSSOS COLABORADORES SE IDENTIFICAM COMO LGBTI+.

70 PROFISSIONAIS SÃO PESSOAS TRANS.

AÇÕES AFIRMATIVAS DE RECRUTAMENTO:

- Programa Jovem Aprendiz Trans.
- Abertura de vagas exclusivas em lojas e call center.

AÇÕES DE INCLUSÃO:

- Uso do nome social no e-mail e crachá.
- Squad para ampliação do uso do nome social em outros sistemas legados.
- Vivo Retifica: um auxílio financeiro para colaboradores trans atualizarem sua documentação pessoal.
- Acolhimento T: sensibilização de gestores e colaboradores.
- Adesivo de identificação nos banheiros (uso do banheiro com o qual a pessoa se identifica).
- Censo anual para promover a autodeclaração e identificar a percepção dos colaboradores quanto a um ambiente seguro para ser quem são.
- Licença Parental incluindo diferentes o composições familiares.

POSICIONAMENTO ALIADO:

- Patrocínio da Parada LGBT+ de São Paulo e ações públicas em apoio ao mês do orgulho.
- Antena e luzes dos principais prédios representando o símbolo do Arco-íris em apoio à causa.
- Publicidade externa com posicionamento aliado direcionada na mídia e em nossas redes sociais.



PESSOAS COM DEFICIÊNCIA

2,3% DOS NOSSOS FUNCIONÁRIOS SÃO PESSOAS COM DEFICIÊNCIA.

AÇÕES AFIRMATIVAS DE RECRUTAMENTO:

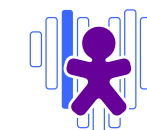
- Feira de Recrutamento para pessoas com deficiência.
- Emprego Apoiado para profissionais com deficiência intelectual, síndrome de down e autismo.
- Case Experiência Cliente: aprendizado e mudança de processos de treinamento e sistemas, visando à acessibilidade e inclusão.

ACESSIBILIDADE ESTRUTURAL:

- Intérprete de Libras para reuniões e em todos os eventos internos.
- Softwares de Leitura e equipamentos de apoio.
- Desenvolvimento acessível – Certificação Yellow Belt.
- Revisão gradual de nossos espaços para torná-los para mais acessíveis.
- Acessibilidade na experiência do Cliente.
- Squad para revisar e tornar atendimento nos canais referência em acessibilidade.

ACESSIBILIDADE ATITUDINAL:

- Treinamento para gestores e equipe, promovendo inclusão genuína e revisão de processos e práticas.





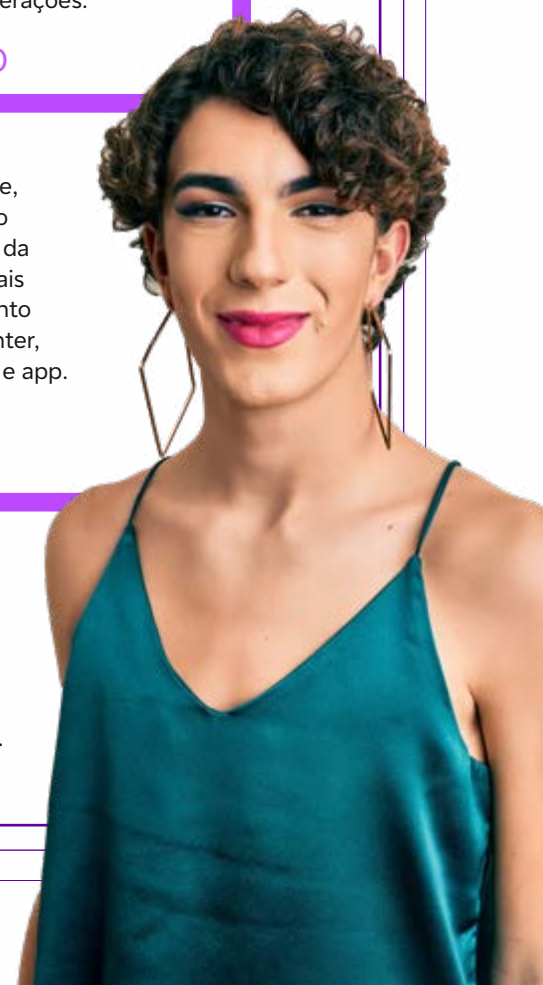
PLATAFORMA ACOLHE

Em 2022, a Universidade Zumbi dos Palmares, em parceria com a Vivo, inaugurou a plataforma Acolhe, o primeiro canal de acolhimento psicossocial e de assistência jurídica para vítimas de racismo. A plataforma usa a infraestrutura de SMS da VIVO na divulgação do canal de desconstrução do racismo, um serviço desenvolvido e operado pela startup de equidade racial da instituição, a HelpZ.

www.acolhe.black

JORNADA DA DIVERSIDADE 2022

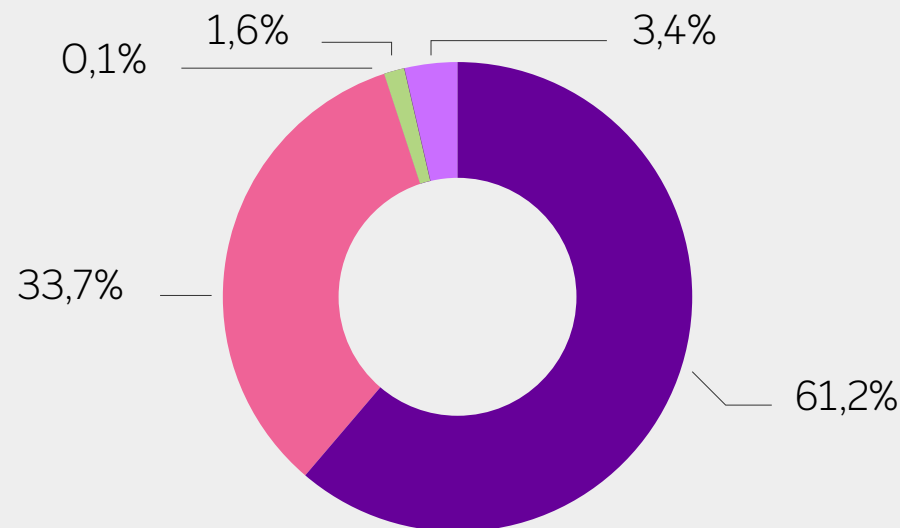
A Jornada anual Vivo Diversidade apresenta temas discutidos ao longo do ano, mobilizando toda a empresa com objetivo de provocar reflexão, empatia e conectar diversos olhares para mudança de ideias e comportamentos de nossos colaboradores e gestores, propiciando uma cultura mais diversa e inclusiva. A Jornada Vivo Diversidade sugere um tema, que é comunicado e discutido entre os colaboradores, com a presença de grupos de afinidade e especialistas do mercado (aberta a todos os colaboradores e executivos), e promove marcos desde novas políticas, benefícios ou ações que fortaleçam/ratifiquem o tema abordado. Exemplos de iniciativas e assuntos abordados na Jornada Vivo Diversidade de 2022:





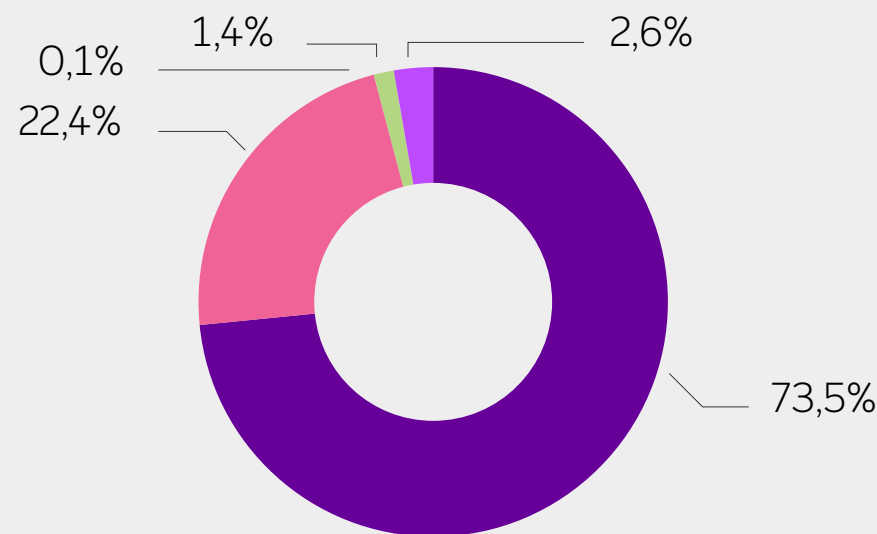
DIVERSIDADE NO QUADRO DE COLABORADORES

- Brancos
- Negros
- Amarelos
- Outros
- Não declarados



LIDERANÇA

- Brancos
- Negros
- Amarelos
- Outros
- Não declarados



Segurança do Trabalho

GRI 403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 2-25, 3-3

Nosso sistema de gestão de segurança do trabalho foi implantado e auditado pelo órgão certificador espanhol AENOR em 2021. O certificado foi emitido no início de 2022, em conformidade com as diretrizes da ISO 45.001, uma norma internacional desenvolvida com base em dados coletados pela Organização Internacional do Trabalho (OIT). A certificação tem como foco a melhoria contínua do desempenho da companhia em seu Sistema de Gestão de Saúde e Segurança Ocupacional, para a redução de doenças e acidentes relacionados ao trabalho.

Sua gestão é realizada por meio de uma ferramenta que monitora todos os indicadores referentes ao tema, tanto em operações internas como externas de nossa equipe, incluindo atividades técnicas de rua, transmissão, manutenção e operação de dados, atividades de apoio à manutenção e infraestrutura de planta interna, data center, centro de operação, lojas e atividades administrativas e de suporte.

Para auxiliar na disseminação da cultura de segurança e no acompanhamento das normas, tam-

bém contamos com uma Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (CIPA), constituída por representantes indicados pela Vivo e por membros eleitos pelos colaboradores (hoje, são 50 CIPAs vigentes, com um total de 378 participantes). Esse grupo é a interface para todos os assuntos relacionados à segurança e saúde do trabalho e também é responsável pela realização de fóruns anuais para construir e avaliar os monitoramentos com as empresas terceirizadas.

Contamos com um canal direto de comunicação com os representantes dos colaboradores (CIPA e Pontos Focais), como forma de consulta e participação dos processos do sistema de gestão, por meio de reuniões periódicas, planos de comunicação direcionados, grupos no Teams e no Workplace, entre outros. Temos também controle de ações das CIPAs e Acidentes no Teams, uma ferramenta que nos permite visualizar as ações de todo Brasil. Os indicadores de segurança do trabalho passaram a ser visualizados no PowerBI, o que permite o acompanhamento de todas as áreas.



Toda a divulgação de assuntos referentes à Segurança do Trabalho, como prevenção de acidentes, promoção à segurança, orientações para um ambiente mais seguro, lives, palestras, treinamentos, Diálogos Semanais de Segurança (DSS) e novidades sobre as melhores práticas de prevenção de acidentes, é validada pela equipe de Comunicação Interna e distribuída nos variados canais de comunicação.

Em cada tipo de divulgação, há abertura para comentários, dúvidas e sugestões. A equipe de Segurança do Trabalho participa da CIPA, fornece relatórios e apresenta o Programa de Gerenciamento de Riscos (PGR) anualmente. Devido à Certificação da ISO 45.001, pontos focais das áreas correlatas ao Sistema de Gestão e a alta direção participam de grupos específicos e de reuniões periódicas.

A Vivo também conta com o Líder em Ação, um programa para a liderança de campo da área de Experiência de Serviço ao Cliente. Nesse programa, realizamos encontros mensais e abordamos temas pertinentes à prática segura das atividades, atualizações e ações a serem tomadas em Saúde e Segurança do Trabalho.

Seguimos trabalhando e desenvolvendo novas funcionalidades no sistema de inspeção digital com o aplicativo AUDIT. Com isso, atingimos a marca de 4.675 inspeções de Segurança do Trabalho em diversas áreas e ampliamos a rede de inspeção, incluindo supervisores de campo de norte a sul do país. A Gestão de EPI e EPC – Equipamento de Proteção Individual e Coletiva – é realizada de forma digital, utilizando o AppEPI, que envolve todo o fluxo, desde a solicitação até o registro de entrega, substituindo integralmente as fichas físicas pelo formato digital.

Além disso, seguimos inovando com outros processos de digitalização, como appERGO, em que as análises ergonômicas dos colaboradores de regime de Teletrabalho são realizadas de forma digital e totalmente controladas. Outro fator de inovação no último ano foi o desenvolvimento de um aplicativo para AutoCheck de segurança do trabalho para os colaboradores de campo, que confere maior controle das condições de trabalho em cenários de risco.

O Sistema de Gestão de Saúde e Segurança também contempla o controle de terceiros, considerando controles e monitoramentos de requisitos legais aplicáveis, auditorias, inspeções, gestão de indicadores, avaliação documental e outros.

Capacitação em Segurança 403-5

Os treinamentos são realizados para colaboradores próprios e estabelecidos conforme elegibilidade. São ministradas normas básicas de segurança, condução preventiva, eletricidade, noções básicas de risco elétrico, ergonomia, trabalho em altura, entre outros.

Como forma de prevenir e mitigar impactos de saúde e segurança do trabalho diretamente vinculados com relações de negócios, temos procedimentos para atividades rotineiras e não rotineiras. Além disso, por meio de levantamentos em campo e desenvolvimento com os pontos focais, foram avaliadas as áreas, os processos e as atividades, identificados os perigos e riscos associados a essas etapas e construída uma matriz de riscos com a probabilidade e severidade de possíveis acidentes.

Em 2022, realizamos treinamentos e reciclagens obrigatórios para atividades em altura NR 35, totalizando mais de 22.600 horas, para atividade com proximidade a energia elétrica NR 10 foram mais de 32.630 horas de treinamento, além do público de Call Center, para atendimento a NR 17 que receberam aproximadamente 4.043 mil horas de treinamento. Seguimos avançando e desenvolvendo novos conteúdos de treinamentos. Em 2023, foram desenvolvidos treinamentos para trabalho em altura para nosso público de Técnico de Telecom com foco nas atividades realizadas para diferentes tipos de clientes B2B.





Saúde e Bem-estar

GRI 403-3, 3-3

O foco no bem-estar, na saúde e na segurança das pessoas sempre esteve presente em nossa companhia. Em 2022, continuamos com as ações de prevenção e priorizamos ainda mais o bem-estar dos nossos colaboradores, considerando a saúde física e mental, além de garantir um ambiente de trabalho cada vez melhor. Também realizamos a Semana do Bem-Estar, promovendo uma série de iniciativas on-line, híbridas e presenciais, disponíveis

para todos os públicos, e em diferentes regionais em todo Brasil, que incluíram: 14 ativações, 06 filiais com ações presenciais e 52.166 visualizações no workplace e na intranet da companhia.

Nosso programa está em linha com o compromisso da Vivo de ajudar a sociedade a alcançar um futuro mais sustentável, igualitário e justo, de acordo com a agenda ESG da ONU 2030, impulsionando o Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) 3: Assegurar uma vida saudável e promover o bem-estar para todas as pessoas, em todas as idades.



PILARES DO BEM-ESTAR

CORPO

Prevenção e Protagonismo: aliados à longevidade e ao bem-estar.

MENTE

Autoconhecimento para gestão das emoções.

Construção de um ambiente de Segurança Psicológica.

AMBIENTE

Promoção de ambientes que tragam conexão, colaboração, criação e celebração.

O Vivo Bem-Estar reúne, em um único programa, todas as iniciativas de saúde física e mental já disponibilizadas para os colaboradores da companhia. Neste ambiente, possuímos iniciativas dedicadas ao cuidado integral dos nossos colaboradores, que podem ser utilizadas de forma presencial e remota para promover a saúde física e mental. Também realizamos campanhas de conscientização, como Janeiro Branco (Saúde Mental), Setembro Amarelo (Prevenção ao Suicídio), Outubro Rosa (Prevenção ao Câncer de Mama), Novembro Azul (Prevenção ao Câncer de Próstata) e a SIPAT (Semana Interna de Prevenção de Acidentes).

SERVIÇO SOCIAL:

1.707

atendimentos | NPS 91.

NUTRIÇÃO:

3.349

atendimentos | NPS 99.

ACUPUNTURA:

604

atendimentos | NPS 92.

CONTE COMIGO:

8.651

atendimentos | NPS 92.

VIVO MAIS FAMÍLIA:

392

Ativos | NPS 98.

CLÍNICA EINSTEIN:

11.065

Consultas.



PRINCIPAIS INICIATIVAS E BENEFÍCIOS:

FAMÍLIA

LICENÇA PARENTAL

As colaboradoras tiram 6 meses de licença, e os colaboradores têm direito a 30 dias sem perder remuneração. A licença também é estendida para casais homoafetivos e em casos de adoção.

CONEXÃO MATERNA

Esse espaço com condições adequadas para o armazenamento do leite materno foi criado pensando no bem-estar das mães.

AUXÍLIO-BABÁ

Auxílio com uma participação de 3% do empregado.

CRECHE

Reembolsamos as despesas de nossos colaboradores em creches cadastradas e livremente escolhidas, até que os filhos completem sete anos.

PROGRAMA VIVO MAIS FAMÍLIA

Foco na valorização da parentalidade, inclui ações para: monitoramento da saúde da mãe e do bebê, acompanhamento psicológico e jurídico, visita domiciliar, sensibilização da liderança, Reboarding da licença parental, entre outros.

ASSISTÊNCIA A DEPENDENTES COM DEFICIÊNCIA

Disponibilizado aos colaboradores com filhos ou dependentes com deficiência comprovada por laudo médico e pelo serviço de saúde da empresa, sem qualquer custo para o empregado.

LICENÇA-PETernidade

Colaboradores que adotam animais de estimação têm dois dias para se dedicarem à adaptação do novo melhor amigo.

SAÚDE E BEM-ESTAR

NUTRIÇÃO/ACUPUNTURA

Prática de atendimento de primeira consulta e consultas de acompanhamento com valores acessíveis.

FISIOTERAPIA

O Programa Movimento Sem Dor tem o objetivo de tratar nossos colaboradores com queixas de dor, alterações posturais ou histórico de lesões osteoarticulares prévias.

PROGRAMA BEM VIVER

Acompanhamento de saúde dos colaboradores e seus dependentes com doenças crônicas ou osteomusculares.

MEDITAÇÃO GUIADA

Sessões de meditação guiada presenciais e virtuais. O app Atma é gratuito para todos os colaboradores.

TELEMEDICINA

Oferecemos para todos os colaboradores e seus dependentes a telemedicina em parceria com o Hospital Albert Einstein.

ACADEMIA

Planos do Gympass subsidiados pela Vivo com base na escolha do colaborador no programa VIBE.

CONTE COMIGO

Atendimentos relacionados a aspectos sociais, psicológicos, psicopedagógicos, jurídicos e financeiros, por meio de atendimento presencial e online com 6 sessões de terapia.

SERVIÇO SOCIAL CORPORATIVO

Suporte a questões pessoais e corporativas, por meio de acolhimento, amparo e aconselhamento, contribuindo com o bem-estar social.

ENTRETENIMENTO

GAMING HOUSE

Espaço criado pensando no bem-estar e na diversão dos colaboradores, é exclusivo para jogos, com equipamentos de ponta como Notebook Gamer, Cockpit e Xbox.

NOVAS FORMAS DE TRABALHO

HORÁRIO FLEXÍVEL

Possibilidade de antecipar ou adiar o horário de entrada no escritório, com a consequente antecipação ou postergação do horário de saída.

TRABALHO FLEXÍVEL (MOBILITY)

Permite que o colaborador exerça suas atividades fora do escritório, três vezes por semana.

DAY OFF

Dia de folga no mês de aniversário. Além disso, dentro das ações de bem-estar, são oferecidas horas livres em celebrações especiais (ex. Dia das Mães).

VEM DE VOCÊ

Ação implantada que estimula menos regras de dress code dos funcionários, incentivando a liberdade de expressão de suas personalidades.

VIBE

O programa de benefícios que dá autonomia para decidir o que funciona para o seu estilo de vida e da sua família.

ESPAÇO BEM-ESTAR

Um ambiente dedicado integralmente à saúde do colaborador e atendido por uma equipe multidisciplinar de acupunturistas, psicólogos, nutricionistas, fisioterapeutas, além de possuir uma sala para meditação e yoga. O local é composto por três andares distribuídos em mais de 600m² dentro do prédio da companhia, em São Paulo.



09

#VivoSustentável



Capitais:

- Social e de Relacionamento
- Natural

Temas Materiais:

- Digitalização
- Experiência do Cliente
- Gestão Ambiental
- Mudanças Climáticas



Queremos ser parte da construção de um mundo mais humano e consciente.

Para isso, cada vez mais alicerçamos nossa estratégia de negócio e nosso planejamento de médio e longo prazo em metas conectadas à Agenda ESG (Environmental, Social and Governance – em português, Ambiental, Social e Governança).

Na Vivo, esses temas fazem parte do pilar estratégico **#VivoSustentável**, são transversais a toda a companhia e fazem parte da forma como pensamos e como agimos. Também trabalhamos para dialogar sobre importantes temas desta nova era digital – como direitos humanos, diversidade e inclusão, proteção ao meio ambiente e uso responsável da tecnologia.

Impacto no Desenvolvimento Sustentável do País

Nosso modelo de negócio proporciona duas formas principais de gerar valor para a sociedade brasileira. A primeira é resultado do porte de nossa companhia, que abrange todas as regiões do país. Por meio de nossa atuação responsável nas comunidades onde estamos inseridos, aquecemos as economias locais, criamos empregos em nossa própria operação e na cadeia de valor e geramos receitas que impactam a economia brasileira.

A segunda forma é consequência direta e indireta da própria natureza de nosso negócio, que é focado em digitalizar o Brasil. Abrimos, assim, um leque de novas oportunidades de negócios e acesso ao conhecimento para nossos clientes, parceiros de negócio e toda a cadeia de valor, que geram desenvolvimento econômico e tecnológico em todo território brasileiro.

Como Grupo, realizamos ações para quantificar nossa contribuição para o PIB e a geração de emprego no Brasil. Em 2022, estimamos que nossa atuação tenha contribuído com 0,9% do PIB brasileiro e 0,5% dos empregos gerados no país.

Impacto sobre a geração de empregos:

497.771
empregos
(0,5% dos empregos gerados no país)

NOTA EXPLICATIVA:

Impacto direto: impacto gerado diretamente por nossas operações. Impacto indireto: impacto gerado pelas despesas e pelos investimentos da nossa cadeia de suprimentos.

Impacto induzido: impacto produzido pelo aumento do consumo decorrente do aumento da renda do trabalho gerada pelos empregos diretos e indiretos.

Impacto PIB:

EUR
13,4
bilhões
(0,9% do PIB brasileiro)

NOTA EXPLICATIVA:

Impacto direto: impacto gerado diretamente por nossas operações.

Impacto indireto: impacto gerado pelas despesas e investimentos da nossa cadeia de suprimentos.

Impacto induzido: impacto gerado pelo aumento do consumo decorrente do aumento da renda do trabalho gerada pelo emprego direto e indireto.



NOSSAS AMBIÇÕES

Somos integrantes do Pacto Global da ONU desde 2010 e, em 2022, firmamos compromissos públicos com cinco

Movimentos da Ambição 2030:

"Raça é Prioridade", "Elas Lideram", "Ambição Net Zero", "Salário Digno", "Mente em Foco" e, no início de 2023, nos comprometemos com um sexto Movimento, o "Conexão Circular".

Esses Movimentos são um chamado do Pacto Global da ONU às empresas brasileiras para reconhecerem a urgência e a necessidade de promover ações concretas, com metas e compromissos, a fim de impulsionarem a busca pelos ODS da Agenda 2030 da ONU.

Além desses compromissos firmados, a Vivo também integrou o Conselho Orientador da Rede Brasil (CORB), que oferece recomendações ao planejamento estratégico do pacto.

AMBIÇÃO
2030

MOVIMENTO
AMBIÇÃO NET ZERO

MOVIMENTO
MENTE EM FOCO

MOVIMENTO
ELAS LIDERAM 2030

MOVIMENTO
RAÇA É PRIORIDADE

MOVIMENTO
SALÁRIO DIGNO

MOVIMENTO
CONEXÃO CIRCULAR

Avançamos em nossa estratégia diante da Agenda 2030 da ONU por meio da realização de uma análise de impacto do negócio para os ODS. O estudo foi orientado para o impacto que a Vivo causa e pode vir a causar sob quatro aspectos, além de considerar as oportunidades e os riscos que a nossa atuação tem sobre o crescimento econômico, a redução das desigualdades, o respeito aos direitos humanos e a proteção ao meio ambiente no Brasil.

O Grupo Telefônica também divulgou estudo que identifica onde e como a companhia contribui de forma mais significativa para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, usando uma metodologia baseada na Impact Weighted Account Initiative (IWAI), da Universidade de Harvard, e no True Value, da KPMG. Os resultados apontam que, no Brasil, nosso esforços equivalem a € 15 bilhões em 2022 (15,3% da contribuição total do Grupo com os ODS).



Estudo



PRINCIPAIS CONCLUSÕES DO ESTUDO:

1

O maior impacto positivo da Vivo está em levar prosperidade para a sociedade. Com base, principalmente, nos ODS 8, 9 e 10, entregamos cobertura e acesso à internet, novas tecnologias e serviços para o mundo digital, fortalecemos a economia e a geração de empregos no setor e agimos para reduzir as desigualdades no país.

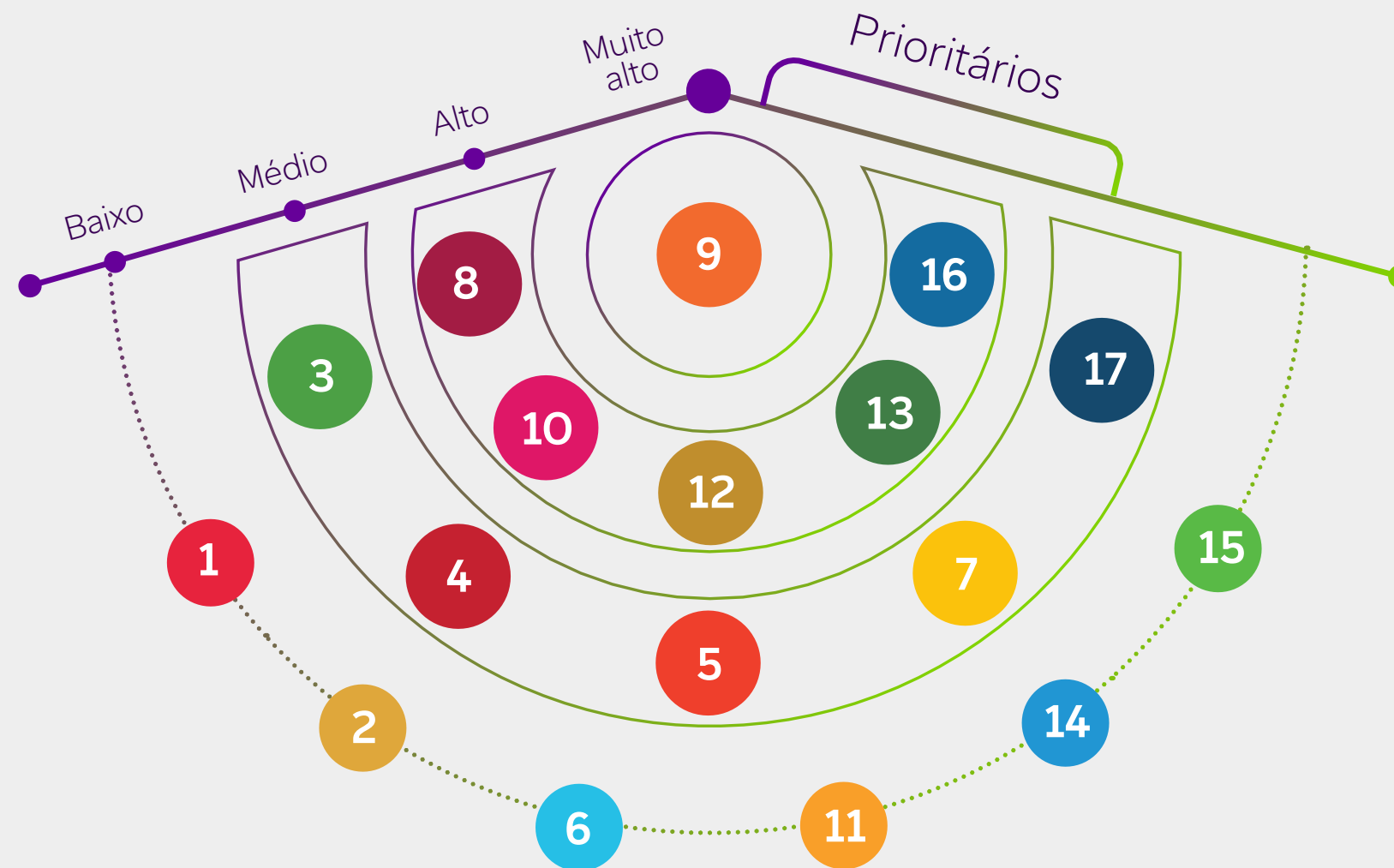
2

Causamos um grande impacto na proteção e conservação do planeta. Por meio dos ODS 12 e 13, demonstramos um compromisso contínuo com os principais desafios globais de mitigação e adaptação climática e de transição para uma economia circular.

3

Temos uma contribuição relevante para o ODS 16. A promoção de instituições pacíficas, justas e inclusivas faz parte do nosso modelo de governança corporativa, além de entendermos que somos um dos principais agentes capazes de proteger e assegurar o ambiente digital.

MATRIZ DE ODS PRIORITÁRIOS





Responsabilidade Social Corporativa

GRI 2-25

Minimizamos os riscos do nosso negócio, garantindo uma atuação cada vez mais sustentável com um comportamento ético e transparente, que contribui para o desenvolvimento sustentável e o bem-estar da sociedade.

Desde 2020, incorporamos o modelo de gestão proposto pela Norma ISO 26.000 – Diretrizes sobre Responsabilidade Social – à nossa estratégia, de maneira que o desempenho da companhia nessa frente fosse mensurado e percebido na prática por todos. Por meio das diretrizes e dos princípios dessa norma, impulsionamos melhorias em nossa cultura organizacional e minimizamos os riscos do nosso negócio. Em 2023, estamos reavaliando nossa aderência a essas diretrizes, incluindo processos de avaliação documentais e in loco, com o apoio de uma avaliadora independente.

GOVERNANÇA ORGANIZACIONAL GRI 2-23, 2-24

OS SETE TEMAS CENTRAIS ABORDADOS PELA ISO 26.000 INTEGRAM AS DECISÕES E ATIVIDADES, E DIRECIONAM A VIVO PARA A CONSTRUÇÃO DE UMA ATUAÇÃO CADA VEZ MAIS RESPONSÁVEL

DIREITOS HUMANOS

- Due diligence
- Situações de risco para os direitos humanos
- Evitar cumplicidade
- Resolução de queixas
- Discriminação e grupos vulneráveis
- Direitos civis, políticos, econômicos, sociais e culturais
- Princípios e direitos fundamentais no trabalho

PRÁTICAS DE TRABALHO

- Emprego e relações de trabalho
- Condições de trabalho e proteção social
- Diálogo social
- Saúde e segurança no trabalho
- Desenvolvimento humano e treinamento no local de trabalho

MEIO AMBIENTE

- Prevenção da poluição
- Uso sustentável de recursos
- Mitigação e adaptação às mudanças climáticas
- Proteção do meio ambiente e da biodiversidade e restauração de habitats naturais

RESPEITO AO INTERESSE DO CONSUMIDOR

- Marketing leal, informações factuais e não tendenciosas e práticas contratuais justas
- Proteção à saúde e segurança do consumidor
- Consumo sustentável
- Atendimento e suporte ao consumidor e solução de reclamações e controvérsias
- Proteção e privacidade dos dados do consumidor
- Acesso a serviços essenciais
- Educação e conscientização

ENVOLVIMENTO E DESENVOLVIMENTO DA COMUNIDADE

- Envolvimento da comunidade
- Educação e cultura
- Geração de emprego e capacitação
- Desenvolvimento tecnológico e acesso às tecnologias
- Geração de riqueza e renda
- Saúde
- Investimento social

PRÁTICAS LEAIS DE OPERAÇÃO

- Práticas anticorrupção
- Envolvimento político responsável
- Concorrência leal
- Promoção da responsabilidade social na cadeia de valor
- Respeito ao direito de propriedade





Direitos Humanos GRI 2-25

O tema direitos humanos é uma das diretrizes dos Princípios de Negócio Responsável e está refletido em nossa Política Global de Direitos Humanos – alinhada aos Princípios Orientadores para Empresas de Direitos Humanos das Nações Unidas – e em diversos regulamentos e procedimentos internos.

Entre nossas ações para evitar qualquer tipo de não-conformidade relacionada ao tema em nossa cadeia de valor, realizamos avaliações semestrais sobre riscos relacionados aos direitos humanos, de acordo com o processo de Gestão de Riscos Corporativos (Enterprise Risk Management) do Grupo Telefónica e mantemos processo de due diligence aplicado a nossos fornecedores ou prestadores de serviços, a fim de verificar, prevenir, mitigar e remediar possíveis impactos aos direitos humanos.

Em 2022, também inserimos em nosso padrão contratual um item específico de direitos humanos, visando formalizar o comprometimento desse tema com os nossos fornecedores e parceiros de negócio.

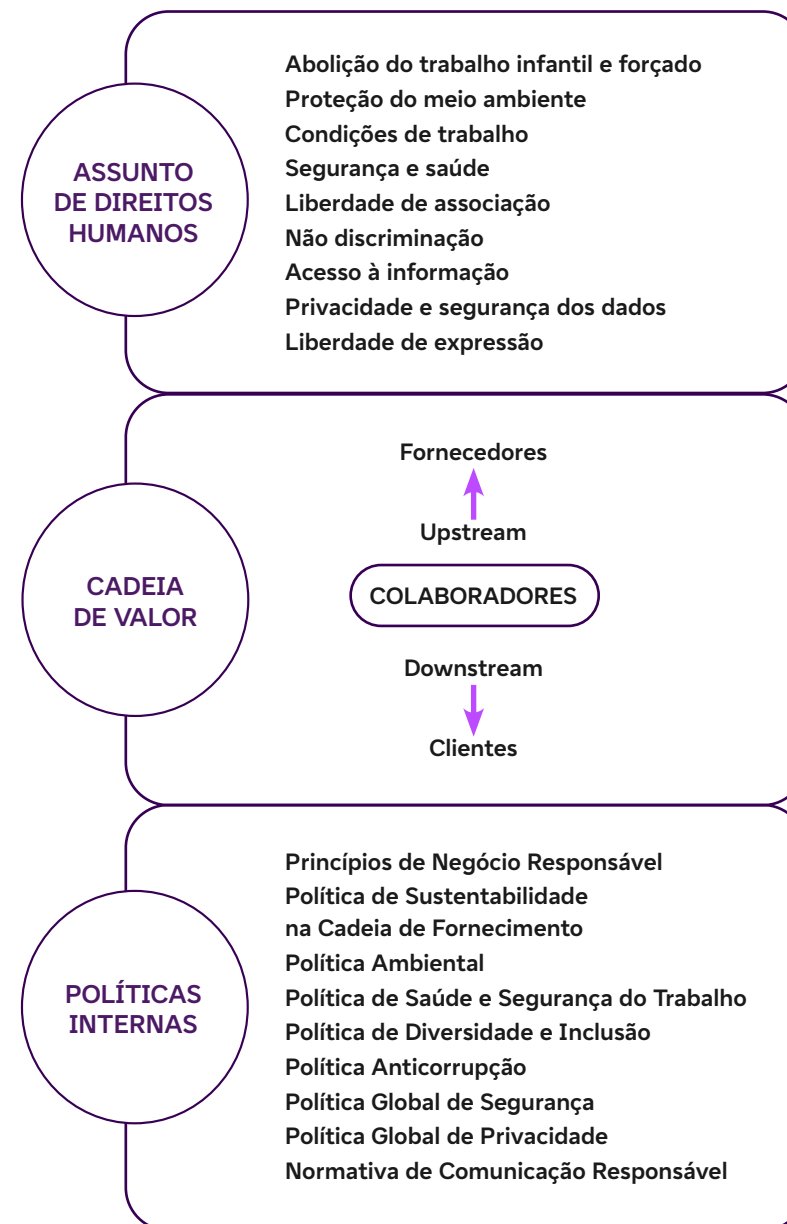
Para consolidar ainda mais o tema entre nossos colaboradores, em 2022, projetamos um curso on-line para disseminar o conceito, o histórico e os compromissos presentes na Política Global de Direitos Humanos e como nossos serviços e produtos impactam positivamente sociedade. Com o objetivo de aprimorarmos a gestão, no fim de 2022, iniciamos o projeto de Avaliação de Impacto em Direitos Humanos com o apoio de uma consultoria externa. Esse trabalho tem o objetivo de avaliar os impactos de direitos humanos na Vivo como parte da estratégia de sustentabilidade.

O escopo desse trabalho envolve o mapeamento e a avaliação de impacto de direitos humanos que resultarão em recomendações de melhorias de políticas e normas corporativas relacionadas à gestão do tema, possíveis adequações e na concepção de plano de ação para disseminação e integração do tema na empresa. O projeto tem seu encerramento previsto para o primeiro semestre de 2023.

Trabalhamos para evitar, de forma proativa, qualquer tipo de abuso, assim como qualquer cumplicidade derivada de situações de abuso de nossos parceiros comerciais. Como principais ações, destacamos:

- Temos um compromisso firme com o respeito e a promoção dos direitos humanos, monitorados no mais alto nível e com responsabilidades claras.
- Do ponto de vista da gestão interna, o Grupo Telefónica realiza Avaliações Globais de Impacto dos Direitos Humanos aplicadas a 100% dos países em que opera, a cada três ou quatro anos. Com a ajuda de especialistas externos e em consulta aos nossos stakeholders, essas avaliações compreendem como nossas atividades comerciais e nossos relacionamentos, produtos e serviços impactam nos direitos humanos. Com base nisso, identificamos questões materiais em que devemos trabalhar.
- Realizamos avaliações semestrais sobre riscos relacionados aos direitos humanos, de acordo com o processo de Gestão de Riscos Corporativos (Enterprise Risk Management) do Grupo Telefónica.
- Divulgamos amplamente a existência de Canal de Denúncias e reforçamos que, em caso de identificação de ocorrências que possam ferir qualquer direito fundamental, incentivamos o reporte.
- Mantemos processo de due diligence aplicado a nossos fornecedores ou prestadores de serviços a fim de verificar, prevenir, mitigar e remediar possíveis impactos aos direitos humanos.

VISÃO GERAL DA GESTÃO DE DIREITOS HUMANOS





Uso Consciente e Responsável da Tecnologia

Digitalizar para aproximar também significa atuarmos como protagonistas na discussão com a sociedade sobre o uso consciente e responsável da tecnologia, com iniciativas que contribuem para promover o equilíbrio entre as relações físicas e digitais, a conexão verdadeira on-line e off-line.

Lançada em 2016, esta iniciativa pioneira está presente em 10 países. No portal Dialogando, falamos, de forma educativa, sobre temas relacionados ao uso responsável da tecnologia e seus impactos na vida das pessoas e da sociedade, abordando assuntos delicados e necessários. Com uma linguagem universal, o Dialogando produz conteúdos em diversos formatos, como artigos, cartilhas, webcasts e podcasts, com a participação de especialistas e influenciadores. Com versões em português e espanhol, seus conteúdos estão baseados em cinco pilares principais: comportamento, inovação, segurança, educação e sustentabilidade.

Em 2022, com 105 matérias publicadas e 8 podcasts, tivemos crescimento expressivo em acessos de modo orgânico do conteúdo da página, quando comparado ao de 2021; além disso, o portal não utiliza nenhum mecanismo impulsionador e não contém nenhum tipo de publicidade.

Fomos referência de conteúdo em mecanismos de buscas

19,7 milhões

de vezes.

250,3 mil

visitas (orgânicas e outros acessos).

900

matérias já foram acessadas mais de 5,5 milhões de vezes desde o lançamento.



O ano de 2022 foi marcado pelo desafio da recomposição de aprendizagem, após a retomada das aulas presenciais. Nesse cenário, priorizar uma educação pública de qualidade passa por garantir que todos os estudantes tenham as mesmas oportunidades de desenvolvimento na escola.

Há 24 anos no Brasil, a Fundação Telefônica Vivo integra o pilar social da estratégia ESG da Vivo com o propósito de “Digitalizar para Aproximar, Educar para Transformar”, confiante que a digitalização do Brasil é um importante viabilizador para uma sociedade mais justa, empática e inclusiva. Seu foco de atuação está em apoiar secretarias de educação na ampliação de políticas e programas de adoção qualificada de tecnologia para o desenvolvimento de competências digitais de educadores e estudantes das escolas públicas.

Em 2022, investimos

R\$ 58 milhões

e beneficiamos 2,2 milhões de pessoas entre crianças, jovens e educadores.

A Fundação oferece cursos à distância por meio de ensino a distância (EAD) e gratuitos de formação continuada para qualificar os educadores a desenvolverem práticas pedagógicas inovadoras, alinhadas à Base Nacional Comum Curricular (BNCC) e a reforma do ensino médio, além de recursos qualificados de aprendizagem. Além disso, é integrante de movimentos e coalizões que discutem e impulsionam estratégias e agendas sistêmicas, com o poder público, para a inclusão das tecnologias digitais na educação. A instituição trabalha, ainda, o voluntariado corporativo, que tem como objetivo sensibilizar e engajar colaboradores da Vivo em ações que geram impacto social, tanto no formato presencial quanto digital.



DESTAQUES 2022

69,5 mil

PROFESSORES formados (EAD e presencial).

1,4 milhão

de CRIANÇAS beneficiadas.

506 mil

JOVENS formados.

928,5 mil

usuários em plataformas de aprendizagem da Fundação.

3 milhões

de horas de formação para cerca de 100 mil professores na Plataforma Escolas Conectadas.

PRÊMIO BRONZE REIMAGINE EDUCATION GRANT (WHARTON UNIVERSITY, USA) na categoria e-learning innovation, com a plataforma Escolas Conectadas.

SEGUNDA EDIÇÃO DO ENLIGHTED, evento global de educação, tecnologia e inovação que reuniu cerca de 20 palestrantes e especialistas e alcançou mais de 580 mil pessoas no YouTube da Fundação e no portal Terra.

PENSE GRANDE TECH

O programa PENSE GRANDE TECH tem como objetivo contribuir com o desenvolvimento de competências digitais dos professores e estudantes, por meio de formações e conteúdos alinhados à Base Nacional Comum Curricular (BNCC) e aos pressupostos do Ensino Médio. O intuito é garantir que os jovens estejam preparados não apenas para o mercado de trabalho, mas para um mundo impactado pela presença de tecnologias digitais e em constante transformação.

Acesse o Informe Social da Fundação Telefônica Vivo e saiba mais sobre as contribuições e o impacto da sua atuação na educação pública brasileira.



FRENTES DO PROGRAMA

ITINERÁRIO FORMATIVO TÉCNICO E PROFISSIONAL – CIÊNCIA DE DADOS:

Com o objetivo de democratizar a formação em dados para os estudantes da rede pública de ensino, a Fundação idealizou o 1º itinerário de formação técnica e profissional em Ciência de Dados para os jovens do Ensino Médio.

ELETIVAS EM TECNOLOGIAS DIGITAIS

Esta frente realiza parcerias com Secretarias de Educação para apoiar as redes de ensino na disseminação da Cultura Digital por meio da formação de educadores, oferecendo Eletivas com sequências didáticas e conteúdos relacionados às Tecnologias Digitais, todos alinhados às competências gerais da Base Nacional Comum Curricular (BNCC). Em 2022, foram 1.806 professores formados e 53.626 estudantes impactados nos Estados de Alagoas, Espírito Santos, Mato Grosso do Sul e Santa Catarina.





Voluntariado

O Programa de Voluntariado é a forma pela qual exercemos a cidadania e reforçamos valores de solidariedade e empatia, buscando um mundo melhor, mais justo e igualitário. Dessa forma, incentivamos os colaboradores a se envolver em atividades nas quais possam vivenciar esses valores. Esse programa conta com 58 Embaixadores responsáveis pelos Comitês espalhados em 49 cidades brasileiras, compostos de quase 500 colaboradores voluntários.

DIA DOS VOLUNTÁRIOS TELEFÔNICA (DVT)

Em 2022, realizamos a 18ª Edição do Dia dos Voluntários Telefônica Vivo. De volta ao modelo presencial, **cerca de 8 mil colaboradores se mobilizaram em ações de voluntariado realizadas em 61 entidades, beneficiando cerca de 37 600 pessoas de 49 cidades brasileiras**, sendo 70% dos projetos realizados em instituições focadas em educação.

Além disso, com a aceleração da transformação digital, principalmente em razão da pandemia, o Voluntariado Digital se manteve como grande alternativa para continuar praticando a solidariedade. As ações digitais facilitaram a prática social e as tornaram viável a qualquer hora e em qualquer lugar.

DESTAQUES 2022:

231.959

pessoas beneficiadas pelo programa de voluntariado.

20.595

colaboradores participantes do programa de voluntariado.

261

ações locais realizadas durante o ano.



PRINCIPAIS INICIATIVAS DO PROGRAMA DE VOLUNTARIADO

Ao longo de 2022, a maior parte das ações foi direcionada para apoiar a educação, mas também impulsionamos diversas iniciativas como:

- Campanhas de crowdfunding e matchfunding para atender às comunidades atingidas pelas graves enchentes que marcaram o começo de 2022 nas regiões da Bahia (BA), de Belo Horizonte (MG), Marabá (PA) e Sergipe. Os recursos arrecadados foram utilizados, principalmente, na compra de itens de primeira necessidade (alimento, água e roupas).
- Incentivo à participação dos colaboradores na doação de resíduos eletrônicos por meio da parceria entre a iniciativa Vivo Recicle e o Game do Bem, garantindo a doação de R\$ 40.000,00 para o Instituto Limpa Brasil, impactando mais de 1.000 pessoas.
- Ações sociais para atender às instituições apoiadas pelo Programa de Voluntariado ao longo do ano com a realização de: Campanhas de Páscoa, de Agasalho, Dia das crianças e Natal.
- Engajamento de clientes Vivo Valoriza no resgate de vouchers solidários em prol de causas apoiadas pela Fundação. Em 2022, contamos com três edições: Dia das Mães, Dia dos Estudantes e Natal.
- Ação solidária para Petrópolis, contribuindo com a doação de equipamentos de informática e eletrônicos – danificados durante as fortes chuvas na cidade – para a Secretaria de Educação, totalizando 8.184 pessoas impactadas.



Patrocínios e Outros Investimentos Sociais

A Vivo acredita na digitalização como uma importante forma de aproximar os brasileiros da arte, da educação, do esporte e do entretenimento. Há mais de 18 anos, investimos na cultura como elemento de transformação da sociedade, fomentando patrocínios no âmbito das artes cênicas e visuais em todo o território nacional. Em 2022, foram mais de 40 patrocínios com investimento de R\$ 83 milhões, que impactaram mais de 100 milhões de pessoas em todo o Brasil. As Leis Federais e Estaduais de Incentivo à Cultura e ao Esporte são utilizadas pela empresa para a realização de projetos relacionados aos seus territórios de atuação em âmbito nacional.

ESPORTE – INCENTIVANDO A EMOÇÃO E O ESPÍRITO COLETIVO

Somos movidos pelo propósito de Digitalizar para Aproximar e acreditamos no poder da tecnologia para transformar a vida das pessoas e aproximá-las daquilo que realmente importa. Para nós, o esporte é uma importante ferramenta de transformação social e conexão entre as pessoas, assim como a tecnologia.

Por acreditar nessa potência que é o esporte na vida das pessoas, investimos há 17 anos no futebol por meio do patrocínio à Seleção Brasileira masculina, feminina e categorias de base. Em 2022, anunciamos o projeto Professores Pretos, iniciativa que incentiva a equidade racial no esporte e reforça o seu compromisso com a construção de um futuro mais diverso dentro do futebol e fora dele.

Somos a operadora oficial do serviço NBA League Pass. Além disso, patrocinamos por dois anos consecutivos o ITF Beach Tennis World Cup (Rio de Janeiro), renovamos o patrocínio ao L'Étape, maior evento de ciclismo amador da América Latina, e anunciamos a parceria com o Rally dos Sertões.

Desde 2014, estamos presentes no território gamer com o patrocínio de um dos mais importantes e tradicionais clubes de esportes eletrônicos profissionais do Brasil – Vivo Keyd Stars –, além do patrocínio à SPQR Brasil Team e ao Brasil Game Show, maior feira de games da América Latina.





CULTURA – AMPLIANDO A CONEXÃO ENTRE A CULTURA E O PÚBLICO

A Vivo acredita na arte como ferramenta de aproximação a um futuro mais diverso, plural e potente, dando voz e visibilidade aos artistas e temas que representam a nossa sociedade.

Patrocinamos importantes espaços multiculturais, como o Museu de Arte de São Paulo (MASP), Museu de Arte Moderna de São Paulo (MAM São Paulo), Pinacoteca, Museu da Imagem

e do Som (MIS) e MIS Experience, Instituto Inhotim (Minas Gerais) e Palácio da Artes (Minas Gerais). No Rio de Janeiro, mantemos o patrocínio desde 2015 à casa de espetáculos Vivo Rio, ao Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro (MAM Rio) e ao Museu do Futebol (localizado na sede da CBF). No Paraná, patrocinamos também o Museu Oscar Niemeyer. Estivemos presentes nas últimas edições da SP-Arte e SP-Arte-Foto.

TEATRO VIVO

Palco de diferentes espetáculos que levam o público a refletir sobre temas relevantes para a sociedade, o Teatro Vivo oferece o Teatro Vivo oferece conectividade, conforto e acessibilidade a todos os espectadores. São oferecidos espetáculos de qualidade capazes de trazer à tona reflexões pertinentes ao momento em que vivemos. Só em 2022, o Teatro Vivo exibiu 10 espetáculos que foram vistos por mais de 33 mil pessoas.



VIVO.CULTURA – A CULTURA NOS APROXIMA



A plataforma de cultura da Vivo.

TAMBÉM ATUAMOS EM DIFERENTES INICIATIVAS CULTURAIS E ARTÍSTICAS COMO:

RADAR SP-ARTE

A Vivo esteve presente na SP-Arte na Bienal com o Radar SP-Arte, novo espaço do Festival Internacional de Arte de São Paulo. A iniciativa inédita teve como objetivo dar visibilidade a novos talentos, coletivos independentes e espaços autônomos que ainda não têm representação comercial no mercado das artes visuais.



ROTAS INDÍGENAS BRASILEIRAS – ARTE EM TEMPO PRESENTE

Ainda em 2022, na edição do evento realizado na Arca, lançamos “Rotas Indígenas Brasileiras – Arte em Tempo Presente” com reflexões sobre povos indígenas na intersecção entre arte e tecnologia.

Como patrocinadora da feira, incluímos um espaço imersivo, denominado Aity (que significa “ninho” em nheengatu, derivado do antigo tupinambá). Além disso, no Dia Internacional dos Povos Indígenas, lançamos o filme “Rotas Indígenas Brasileiras – Arte em Tempo Presente”, assinado por Danilo Arenas, cineasta que aborda questões indígenas em suas obras.

SEMANAS DIVERSAS

Na semana em que se comemorou os 100 anos da “Semana de Arte Moderna de 1922”, a Vivo reuniu artistas plurais e, com olhar para um futuro mais diverso, promoveu uma série de debates chamada “Semanas Diversas”. A proposta visou estabelecer diálogos sobre o movimento modernista que sacudiu a sociedade na época e relacioná-lo ao momento atual, como forma de valorizar e promover a diversidade.

PRESENÇA PRETA LOLLAPALOOZA

Em 2022, A Vivo – Patrocinadora Oficial do Festival e do Lolla Lounge – promoveu a iniciativa “Presença Preta”, que destinou toda a cota de convites do patrocínio para pessoas negras, com o objetivo de promover mais inclusão e representatividade nos espaços de música e entretenimento.

Com o mote “Nossos holofotes estão na plateia. Nosso olhar, no futuro”, a ação abordou uma estética Afrofuturista e provocou discussões sobre representatividade negra no line-up e no público do festival e sobre o papel transformador da tecnologia 5G na construção de um futuro mais plural e diverso.





Sistema de Gestão Ambiental (SGA) GRI 2-25

Para gerenciar os possíveis riscos e impactos ambientais da nossa operação, temos um SGA baseado na ISO 14.001:2015, nos requisitos ambientais legais e nas diretrizes estabelecidas na Política Ambiental. As atividades que compõem os processos do Grupo Telefônica são todas desenvolvidas e controladas em conformidade com a norma citada e se desdobram em controles operacionais, tais como procedimentos e instruções de trabalho, com o objetivo de evitar danos e passivos ambientais.

O escopo abrange nossos processos de planejamento, implantação, manutenção, operação e desativação de redes móvel e fixa em 51 municípios brasileiros distribuídos em 23 estados e selecionados com base em critérios técnicos.

Os principais impactos ambientais relativos às nossas operações são: geração de resíduos sólidos, emissões atmosféricas, emissão de ruído e emissão de radiação não ionizante, entre outros, todos monitorados periodicamente. Somente no último ano, foram investidos mais de R\$ 1,8 milhão em laudos para monitoramento e gestão desses impactos ambientais.

Realizamos, anualmente, de maneira amostral, auditorias internas e externas, que verificam a eficácia dos controles operacionais dos impactos ambientais da nossa operação e do atendimento aos requisitos legais. Os processos de auditoria são essenciais para proposição de novas medidas de prevenção e mitigação de riscos. Desde a implantação do SGA, 100% dos municípios do escopo já passaram por auditorias internas.

A fim de monitorar nosso desempenho ambiental e promover a melhoria contínua nos processos, anualmente, estabelecemos indicadores relacionados aos possíveis impactos de nossas operações e metas relacionadas a eles. Os indicadores são avaliados pela alta direção, que disponibiliza recursos humanos e materiais para o atingimento dessas metas.

Todos os nossos prestadores de serviços de atividades relacionadas à operação, manutenção e implantação de sites possuem em seus contratos cláusulas ambientais em que se comprometem com o atendimento da Política Ambiental Telefônica e com a implementação dos nossos procedimentos ambientais. Para garantir essa aderência, contamos com o monitoramento da evolução do indicador de atendimento legal de nossos fornecedores críticos para critérios ambientais.



DESTAQUES 2022:

AUDITORIAS EXTERNAS:

05 Regionais Auditadas
e 10 Municípios visitados.

AUDITORIAS INTERNAS:

07 Regionais Auditadas
e 9 Municípios Visitados

AUDITORIA CONFORMIDADE

LEGAL: 07 Regionais Auditadas
e 16 Municípios auditados

+ R\$ 50 milhões

foram investidos em gestão ambiental desde 2016, sendo R\$ 2,77 milhões somente em 2022.

+ 250

colaboradores foram capacitados em Gestão Ambiental, totalizando 986 horas de treinamento.

+ 50

colaboradores foram capacitados como Auditores Internos no ano de 2022.

126

contratos monitorados referentes a 54 fornecedores críticos do SGA.



Biodiversidade

GRI 2-25

Em nossa Política Ambiental, temos como compromisso a proteção da biodiversidade e dos ecossistemas, bem como a potencialização da digitalização para evitar perdas da biodiversidade. Esse compromisso também se estende à nossa cadeia de valor. Qualquer pessoa, empresa ou organização que queira ser considerada fornecedora da Vivo deve se comprometer a cumprir os Critérios Mínimos de Atuação Responsável e garantir sempre que seus subcontratados cumpram essa obrigação.

Os fornecedores devem ter uma política ambiental documentada, que inclua o compromisso com a proteção ambiental, a biodiversidade, o cumprimento das leis aplicáveis e a melhoria contínua. Todas essas diretrizes se traduzem em nossa Política de Sustentabilidade da Cadeia de Suprimentos.

Como forma de mensurar nosso impacto, conduzimos estudos para identificar as implicações dos nossos sites na biodiversidade local. Esses levantamentos permitem estabelecermos a qualidade dos ambientes em que se situam as infraestruturas da companhia e avaliar o potencial impacto na destruição de vegetação ou perturbação de habitats em áreas de influência. Os resultados até o momento mostram que nosso impacto potencial sobre a biodiversidade é reduzido. Em 2023, iremos realizar um novo estudo, ainda

mais aprofundado, que nos apoiará na construção do nosso plano estratégico de gestão de aspectos da biodiversidade.

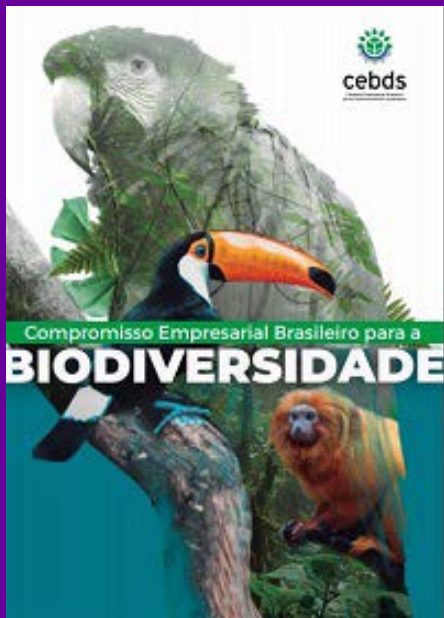
Seguimos controlando nossas unidades e monitorando o avanço das Estações Rádio Base (ERBs) localizadas em unidades de conservação, que representam em torno de 5% do total de ERBs. Esse monitoramento é realizado para que seja possível controlar o aumento das operações sobre áreas protegidas.

No âmbito do nosso Sistema de Gestão Ambiental, temos procedimentos e instruções de trabalho que norteiam nosso objetivo de evitar danos e passivos ambientais, atuando dentro do contexto da legislação ambiental nas áreas em que estamos inseridos.

Para realizar o levantamento dos principais aspectos e impactos ambientais das fases de implantação e operação dos sites, utilizamos o “Gerenciamento de aspectos e impactos ambientais” – GAIA. Além disso, nossos controles operacionais consideram a hierarquia de mitigação, segundo a qual se deve, sempre que possível, evitar, minimizar, restaurar e, por último, compensar os danos causados pelo impacto ambiental.

Na elaboração de projetos para instalar as ERBs são priorizados locais onde não seja necessária intervenção em áreas naturais protegidas. Também temos uma Instrução de Trabalho para orientar a abertura e manutenção de estradas, que estabelece diretrizes de controle ambiental adequadas para que as atividades iniciais das obras tenham seus impactos mitigados.





Em 2022, nos tornamos signatários do Compromisso Empresarial Brasileiro para a Biodiversidade do Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS). Isso reforça o comprometimento da Vivo em atuar na proteção das florestas brasileiras e da biodiversidade.

Sabendo da importância da conservação das florestas brasileiras para combater o aquecimento global e como parte do nosso compromisso com o não desmatamento e proteção da biodiversidade, desde 2019, investimos em projetos de crédito de carbono que evitam o desmatamento, impactando positivamente vários dos ODS (Objetivos de Desenvolvimento Sustentável). Em 2022, também começamos a apoiar projetos que restauram as florestas nativas brasileiras. Entre os projetos que apoiamos, estão:

REDD+ VALE DO JARI: desenvolvido pela Fundação Jari e Biofílica S.A., a iniciativa capacita agricultores locais em técnicas de manejo sustentável e produção agroextrativista no Pará e no Amapá, promovendo o bem-estar das comunidades e tornando-as mantenedoras dos recursos florestais. O projeto abrange uma área que inclui 340 espécies da flora, das quais 54 estão ameaçadas de extinção, e 2.070 espécies da fauna, das quais 133 estão ameaçadas de extinção. Além dos benefícios dos créditos de carbono, o projeto conta com a certificação adicional CCB (Climate, Community & Biodiversity Standard), beneficiando mais de 60 famílias de 8 comunidades.

REDD+ EVERGREEN: protege as florestas localizadas em uma das regiões com maior índice de desmatamento do Bioma Amazônico, o município de Apuí, no Amazonas. O projeto promove o desenvolvimento de alternativas de renda para as comunidades extrativistas e ajuda a proteger 250 espécies de aves, 40 de mamíferos e 15 de répteis, além de proteger espécies da flora como Mogno, Cedro, Copaíba, Andiroba, Castanheiro e Pau-rosa.

REFLORESTAMENTO MULTIESPÉCIES NO MATO GROSSO: projeto de reflorestamento de 50 espécies nativas em uma área de 8 mil hectares, envolvendo o replantio e manejo florestal natural. Além do impacto ambiental positivo, o projeto também desenvolve atividades educativas, constrói parcerias econômicas e sociais com a população para que ela possa viver da floresta, e garante a preservação e o fortalecimento da biodiversidade. A fazenda onde o projeto é desenvolvido abriga pesquisas nacionais e internacionais sobre fauna e flora, e serve como modelo de boas práticas agroflorestais na Amazônia e também como viveiro de mudas para outras plantações da região.

Além do apoio aos projetos listados, em 2022, o Grupo Telefônica aderiu à iniciativa 1t.org do Fórum Econômico Mundial, que busca acelerar soluções baseadas na natureza e mobilizar empresas para conservar, restaurar e cultivar um trilhão de árvores até 2030. Alinhado a nossa meta de alcançar emissões líquidas zero até 2040, bem como neutralizar emissões residuais de Escopo 1 e 2 em 2025, o grupo se comprometeu a cultivar e conservar 1,5 milhão de árvores entre 2020 e 2030. Esse compromisso não apenas evitará e absorverá 700 mil toneladas de CO₂ da atmosfera em 10 anos, mas também ajudará a conservar ecossistemas florestais, reduzindo a perda de biodiversidade.

Para mais informações sobre a iniciativa, [acesse aqui.](#)



Gestão de Água

GRI 303-1, 3-3

A Política Ambiental da Vivo aborda o uso eficiente do recurso hídrico, promovendo a eficiência na gestão integral da água e a redução da pegada hídrica das operações. Também tem como princípio potencializar a inovação de serviços e produtos digitais que contribuam para a solução dos desafios ambientais globais e locais, como a escassez de água.

O consumo de água em nossas operações está atrelado ao abastecimento de escritórios e prédios técnicos (principalmente para a refrigeração de equipamentos). Adotamos práticas para aumentar a eficiência de consumo nesses locais, como torneiras de acionamento automático e avaliações periódicas nas instalações para corrigir eventuais vazamentos, promovendo o uso consciente e a redução do impacto ambiental sobre os recursos hídricos.

Nossos esforços de gestão incluem a articulação multidisciplinar para identificar oportunidades de melhoria que podem aumentar nossa ecoeficiência, em especial nos edifícios com maior número de colaboradores. Hoje, participamos de duas iniciativas externas de discussão que promovem o uso eficiente da água com promoção de alternativas de redução: CT Água do CEBDS e Ação pela Água e Oceano do Pacto Global da ONU. As principais ações realizadas são:

- Comitê de crise, no qual monitoramos os níveis das represas para ações preventivas em caso de escassez hídrica.
- Projeto específico para avaliação da variação e tendência de consumo.
- Alinhamento com as concessionárias sobre possíveis vazamentos e falta de água devido à manutenção na rede, para atuação preventiva e corretiva.
- Ações voltadas a engajar os colaboradores com o uso consciente da água, por meio de campanhas de conscientização interna, como o Dia Mundial da Água e Consumo Consciente.
- Atualmente, na sede, em São Paulo, localizada no Edifício Eco Berrini, contamos com um sistema de tratamento de águas cinzas para reaproveitamento nos sistemas de descargas sanitárias, além de equipamentos hidrossanitários eficientes e de baixo consumo quando comparados com dispositivos convencionais.

CAPTAÇÃO TOTAL DE ÁGUA (M³) GRI 303-5	2021	2022
Consumo de água total – com reúso	935.693,08	971.934,02 ¹
CAPTAÇÃO TOTAL DE ÁGUA DE TODAS AS ÁREAS COM ESTRESSE HÍDRICO (M³)	2021	2022
Consumo de água total – com reúso	– ³	499.793,65 ²

1 O aumento no consumo é devido ao retorno das pessoas ao trabalho presencial. Em 2020 e 2021, devido à pandemia da COVID-19, os colaboradores administrativos trabalharam em suas residências, o que fez com que a utilização de água nos escritórios reduzisse. Comparando 2022 com 2019 (ano antes da pandemia), reduzimos nosso consumo em 18%.

2 Avaliamos os sites com mais de 1.000 m³ de consumo por ano, que correspondem a 78% da captação da empresa.

3 Os dados relacionado a consumo de água em áreas de estresse hídrico começaram a ser calculados a partir do ano de 2022.





Como parte do Grupo Telefónica, somos signatários do RE100, iniciativa que reúne companhias do mundo todo comprometidas a atingir 100% de consumo de energia renovável em suas operações.

Energia

GRI 302-1, 3-3, SASB TC-TL_130A.1

A energia é um recurso vital para manter nossa rede em funcionamento. Dessa forma, alinhada às nossas práticas de desenvolvimento sustentável, desde novembro de 2018, somos a primeira empresa de telecomunicações do Brasil e a primeira empresa do Grupo Telefónica fora da Europa a ter energia 100% renovável, antecipando em 12 anos a nossa meta inicialmente estabelecida. Contamos com os Planos de Energias Renováveis e os Programas de Eficiência Energética para alcançar nossos objetivos referentes às mudanças climáticas, e nossa atuação está embasada na Política Energética, que nos orienta para uma gestão mais sustentável.

GRI 302-1	2020	2021	2022
Consumo total de energia elétrica (GJ)	6.501.234	6.147.592	6.180.585
Consumo total de energia elétrica (MWh)	1.805.898	1.707.664	1.716.829
% proveniente do Mercado Livre (renovável)	28%	37%	33,4%
% certificado com I-REC	68%	56%	56,5%
% de geração distribuída	4%	7%	10,1%
% total de eletricidade proveniente de fontes renováveis	100%	100%	100%
Gastos com energia elétrica (R\$ milhões)	935	1.093	1.121

FONTES RENOVÁVEIS	2020	2021	2022
Etanol (GJ)	110.840	102.314	176.466
Etanol (MWh)	30.698	28.322	48.848

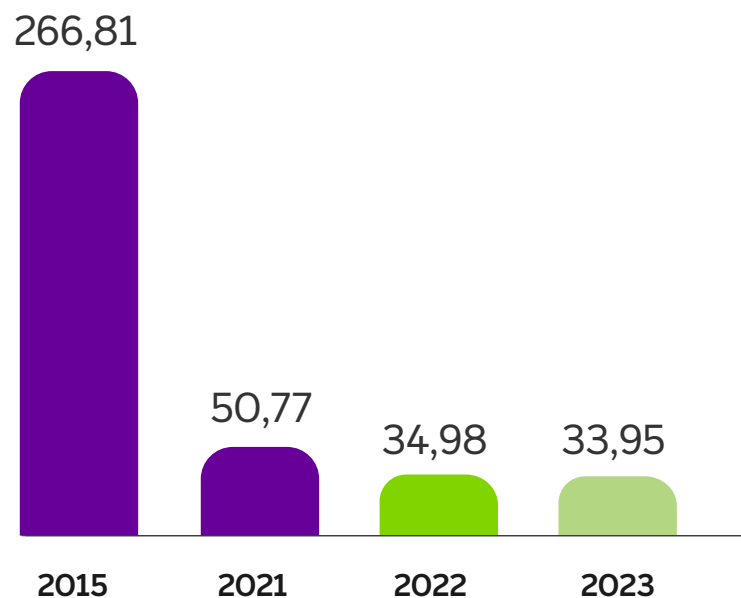
FONTES NÃO-RENOVÁVEIS			
Diesel (GJ)	47.930	44.479	45.381
Diesel (MWh)	47.930	12.567	12.822
Gasolina (GJ)	128.922	116.347	44.613
Gasolina (MWh)	36.429	32.876	12.606
Gás natural (GJ)	-	2.032	1.170
Gás natural (MWh)	-	500	288



Intensidade Energética

Nossa avaliação de intensidade energética considera o consumo de energia dentro da organização (combustíveis em frota e operações, além de eletricidade) versus o tráfego em nossa rede. Em 2022, houve uma redução de 3% em nossa intensidade energética (MWh/Pb), e, desde 2015, já reduzimos 87%.

INTENSIDADE ENERGÉTICA (MWh/PB)
(Combustíveis e eletricidade) **GRI 302-3**



Redução do Consumo de Energia **GRI 302-4**

Em 2020, conquistamos a certificação ISO 50.001 (sistema de gestão de energia) em nossa sede, em São Paulo (Eco Berrini). A certificação foi mantida em 2021, e, em 2022, aumentamos o escopo para mais um site técnico no estado de São Paulo (Americanópolis). **O objetivo com o sistema de gestão é promover a redução das emissões de gases de efeito estufa e do custo de energia, aprimorar a eficiência energética em nossas operações, priorizar fontes renováveis e mitigar outros impactos ambientais por meio da gestão sistemática da energia.**

Além da certificação ISO 50.001, contamos com diversas iniciativas em nosso Plano de Eficiência Energética, como a desativação de equipamentos que faziam parte da infraestrutura da tecnologia 3G (Refarming Portadora LTE 2100), tecnologia que já está obsoleta em nosso país. Além disso, centrais da rede fixa também foram desligadas ou compactadas. Em 2022, os projetos de eficiência energética alcançaram uma economia de 72 GWh, um aumento de 15,4% em relação ao ano anterior.

Programa de Geração Distribuída

Desde 2018, produzimos parte de nossa própria energia por meio do modelo de geração distribuída, utilizando fontes renováveis de origem solar (61%), hídrica (27%) e de biogás (12%). Em 2022, chegamos a um total de 48 usinas de energia renovável (+128% a/a) em funcionamento.

Os investimentos no modelo de geração distribuída são realizados pelas empresas contratadas, por meio da contrapartida de uma parceria de longo prazo com a Vivo, de até 20 anos. Após a inauguração de todas as usinas, a Vivo produzirá cerca de 711 mil MWh de energia por ano, o suficiente para abastecer todo o consumo de uma cidade de até 300 mil habitantes. Quando concluído, o projeto responderá por aproximadamente 90% do consumo da Vivo em baixa tensão, atendendo a cerca de 30 mil unidades, entre lojas, torres, antenas, equipamentos de telecomunicações e escritórios. Além do benefício ambiental por utilizar fontes renováveis e de baixo impacto, a medida também contribui para a redução dos custos de energia.

Os ganhos com esse modelo são amplos. Destinados ao abastecimento regional de energia, os sistemas de geração de **energia descentralizada** garantem a otimização da área do projeto. Como são instalações compactas, não é necessário adaptar uma grande área para a sua construção. Por fim, contribuem para diminuir as perdas técnicas e são um ótimo complemento das grandes usinas hidroelétricas.

A geração de energia por meio de fontes renováveis é essencial para combater o aquecimento global, minimizando as emissões de gases de efeito estufa associadas à produção de eletricidade. No aspecto social, o projeto favorece o desenvolvimento do entorno ao gerar empregos diretos e indiretos nas fases de construção e operação das usinas.



TOTAIS 48

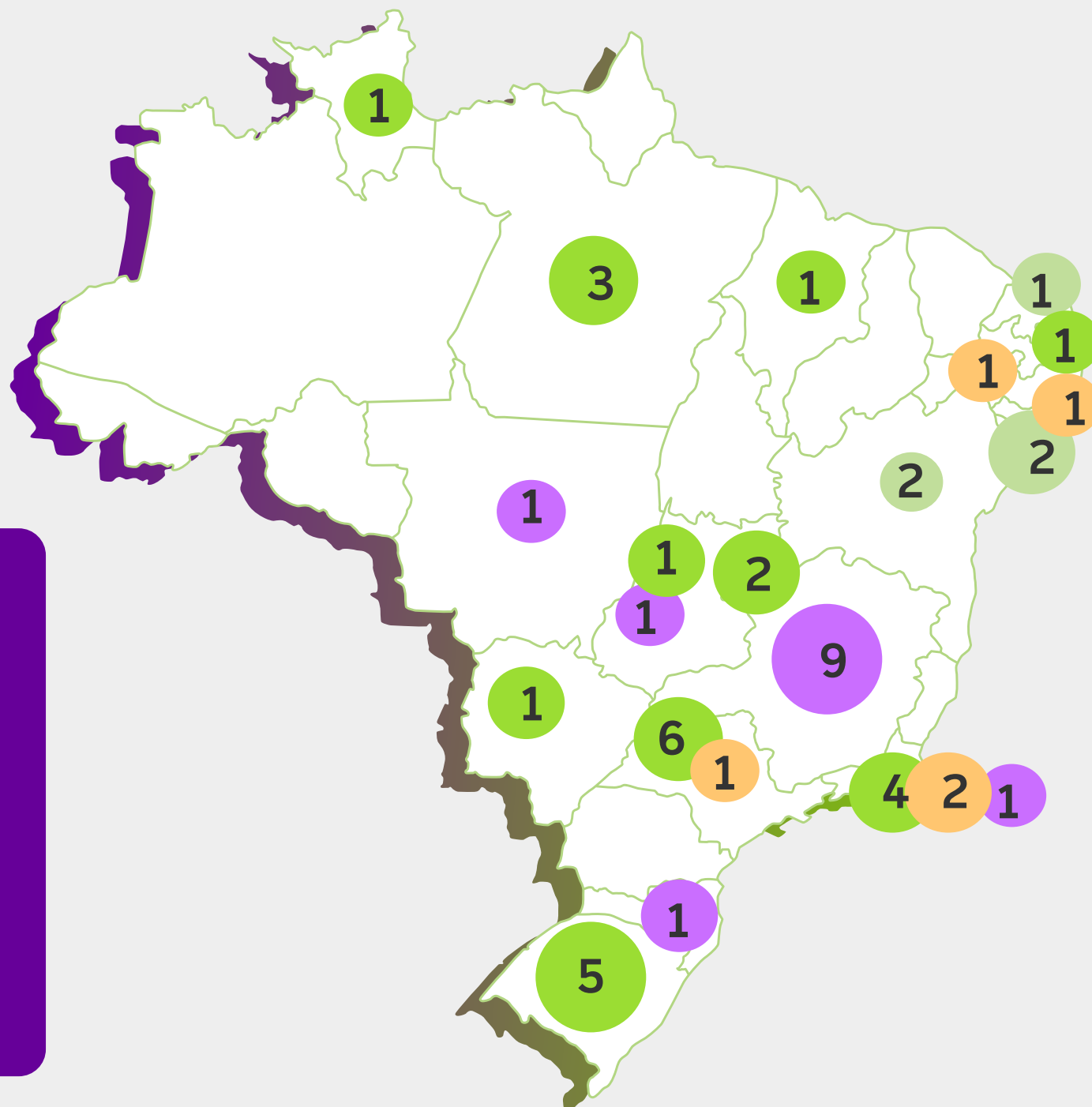
BIOGÁS 5

SOLAR 30

HÍDRICA 13

17
ESTADOS DA
FEDERAÇÃO.

20
ÁREAS DE
CONCESSÃO
Distribuidoras
de Energia.



Usina Solar –
Campinas/SP

Usina Biogás –
Santos/SP





Mudanças Climáticas

GRI 305-1 305-2 305-3, 3-3

Apesar de não estarmos em um setor intensivo em carbono, a Vivo está comprometida com o combate às mudanças climáticas e seus impactos. Para avaliar nossos impactos e definir estratégias de mitigação, desde 2010, monitoramos as emissões de CO₂ geradas em nossas operações, de acordo com as diretrizes do GHG Protocol, da ISO 14.064 e do Programa Brasileiro GHG Protocol (desde 2012, nosso inventário de emissões é qualificado na categoria ouro no Registro Público Brasileiro de Emissões – a melhor classificação da plataforma brasileira). Além disso, também divulgamos nossas estratégias e nossos resultados sobre gestão de mudanças climáticas anualmente no questionário de Clima do CDP, no qual alcançamos a nota A em 2022.

Acompanhamos mensalmente nossas emissões de gases de efeito estufa dos mais de 30 mil equipamentos da nossa planta em todo o Brasil. Trimestralmente, os resultados das emissões são encaminhados à Diretoria-Executiva para acompanhamento do progresso e cumprimento da meta anual de redução de emissões pelo Comitê de Qualidade e Sustentabilidade (Q&S), que representa 5% no bônus de todos os colaboradores e executivos da Vivo.

Diante do desafio global e coletivo de impedir o avanço das mudanças climáticas, a companhia aderiu aos seguintes compromissos públicos voluntários do Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS):

Neutralidade Climática

Líderes Empresariais pelo Clima

Além disso, também temos a assinatura do nosso CEO na Carta de Apoio do Setor Empresarial ao Mercado Compulsório de Carbono Brasileiro.



METAS DE CURTO E LONGO PRAZO RUMO A ZERO EMISSÕES LÍQUIDAS

A Telefônica Brasil está ciente da urgência em reduzir as emissões de CO₂, e reforçamos nossos compromissos para ajudar a conter o aumento da temperatura global. Como parte do Grupo Telefônica, trabalhamos em estreita colaboração para enfrentar os desafios de redução de emissões. As metas do Grupo Telefônica para o período 2015 – 2025/2040 não só são compatíveis com a expansão da rede e qualidade de serviço, mas também nos ajudam a ser mais competitivos. Com essas metas – validadas pela iniciativa Science Based Targets (SBTi) – buscamos reduzir as emissões e contribuir com o cenário de 1,5 °C em toda a operação e cadeia de valor:

1

Atingir emissões líquidas zero até 2040, que considera:

- Reduzir as emissões dos Escopos 1 e 2 em 70% até 2025 (72% especificamente para a Vivo¹), 80% até 2030 (90% especificamente para a Vivo) e 90% até 2040, em relação a 2015;
- Reduzir as emissões do Escopo 3 em 39% até 2025, 56% até 2030 e 90% até 2040, em relação a 2016;
- Neutralizar as emissões residuais dos Escopos 1 e 2 até 2025 e do Escopo 3 até 2040.

2

Continuar utilizando energia elétrica 100% gerada por meio de fontes renováveis, fomentando o desenvolvimento de contratos de compra de energia de longo prazo e autogeração.

3

Reduzir o consumo de energia por unidade de tráfego (MWh/PB) em 90% até 2025, em relação a 2015.

¹ Em 2021, já atingimos a meta estabelecida para 2025, alcançando uma redução de 76% em nossas emissões, em relação a 2015. Em 2022, alcançamos a redução de 88%.

Devido à grande importância do tema dentro da companhia, o Grupo Telefónica desenvolveu um Plano de Ação Climática compartilhado e adaptado pela Vivo, que demonstra como alinhamos nosso modelo de negócios com as recomendações científicas climáticas mais ambiciosas.

No que tange à Governança do tema, o Comitê de Qualidade e Sustentabilidade é o responsável por revisar a estratégia de sustentabilidade na forma do Plano de Negócio Responsável (PNR), do qual os objetivos de energia e clima fazem parte, sendo revisados e validados anualmente. No âmbito executivo, a Vice-Presidência de Relações Institucionais e Sustentabilidade conta com uma diretoria de Sustentabilidade, cuja gestão tem o papel multifuncional de interagir com todas as áreas operacionais com atividades que tenham impacto nas emissões de carbono ou sejam impactadas pelas mudanças climáticas.

Desde 2019, compensamos **100%** das nossas emissões diretas por meio de projetos de créditos de carbono com benefícios socioambientais.

Com relação aos nossos resultados, em 2022, alcançamos 88% de redução em nossos escopos 1 e 2 (com base na escolha de compra) quando comparada ao ano-base de 2015, resultado alcançado pela evolução do consumo de energia elétrica para 100% renovável. No último ano, tivemos avanços significativos na redução das nossas emissões de Escopo 1, que apresentaram 49% de queda quando comparadas ao ano anterior, resultado da ampliação do uso de biocombustível para 100% da nossa frota flex, além da prática de processos mais eficientes e melhorias operacionais em ares-condicionados em centrais, prédios e estruturas de transmissão.

Essa eficiência operacional só foi possível graças ao desenvolvimento de um novo sistema de controle, que proporcionou uma maior visibilidade dos vazamentos de gás refrigerante por máquina, possibilitando a implantação de planos de ação para redução de emissões ao longo de 2022.

INVENTÁRIO DE GASES DO EFEITO ESTUFA (tCO₂e)

ESCOPO 1	2020	2021	2022
Emissões diretas (Escopo 1)	78.101	63.018	32.190
Protocolo de Quioto – CO ₂ , CH ₄ , N ₂ O, HFC	30.948	26.550	12.781
Protocolo de Montreal – HCFC	47.153	36.468	19.409
Emissões biogênicas de CO ₂	9.668	8.907	12.922
ESCOPO 2			
Abordagem de localização	112.706	230.945	74.682
Abordagem de escolha de compra	0	0	0
ESCOPO 3			
Emissões indiretas (Escopo 3)	358.123	346.715	281.581
Compra de produtos ou serviços	226.380	179.145	177.770
Bens de capital	58.352	48.334	52.933
Atividades relacionadas ao consumo de energia	7.325	6.439	4.979
Viagens de negócios	1.591	106	3.352
Uso de produtos vendidos	64.475	112.691	42.547

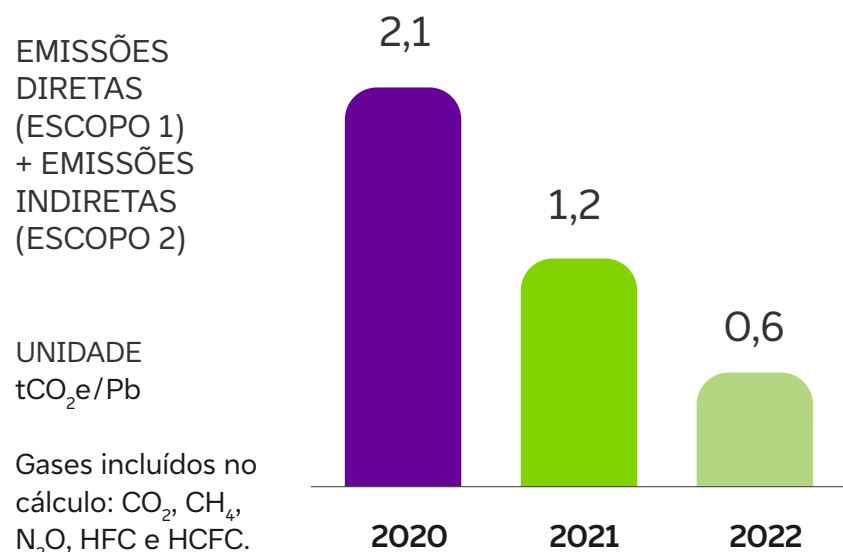


Intensidade de Emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE)

GRI 305-4

Consideramos nossas emissões de escopos 1 e 2 (com base na escolha de compra) comparadas com o tráfego que passa em nossa rede. Em 2022, tivemos uma redução de 50% devido à queda das emissões de escopo 1 e um pequeno aumento em nosso tráfego. Isso mostra que estamos desacoplando o crescimento da empresa do crescimento de emissões – ou seja, estamos sendo mais eficientes, pois, apesar do tráfego crescer, as emissões tendem a diminuir.

INTENSIDADE DE EMISSÕES DE GEE



Riscos e oportunidades das Mudanças Climáticas

Identificamos e monitoramos fatores internos e externos com potencial para afetar significativamente nossos negócios. Os riscos associados ao contexto das mudanças climáticas estão incluídos na avaliação geral de risco corporativos da companhia. Periodicamente, realizamos a avaliação de forma qualitativa e quantitativa, medindo o impacto potencial de eventos adversos no fluxo de caixa operacional, considerando os riscos físicos e de transição.

Seguimos as diretrizes da **TCFD (Task Force on Climate related Financial Disclosures)** para analisar e gerenciar esses riscos e implementamos suas recomendações para atender às demandas de nossos principais públicos de relacionamento. Os principais riscos identificados para a Vivo são: (a) risco de mercado associado ao aumento do preço da eletricidade; (b) risco físico crônico associado ao aumento da temperatura, levando a maiores custos de refrigeração, além de falhas de equipamentos e redução de sua vida útil; (c) risco físico agudo associado a eventos extremos, como inundações e ventos fortes, que podem danificar nossas infraestruturas e levar a interrupções nos serviços.

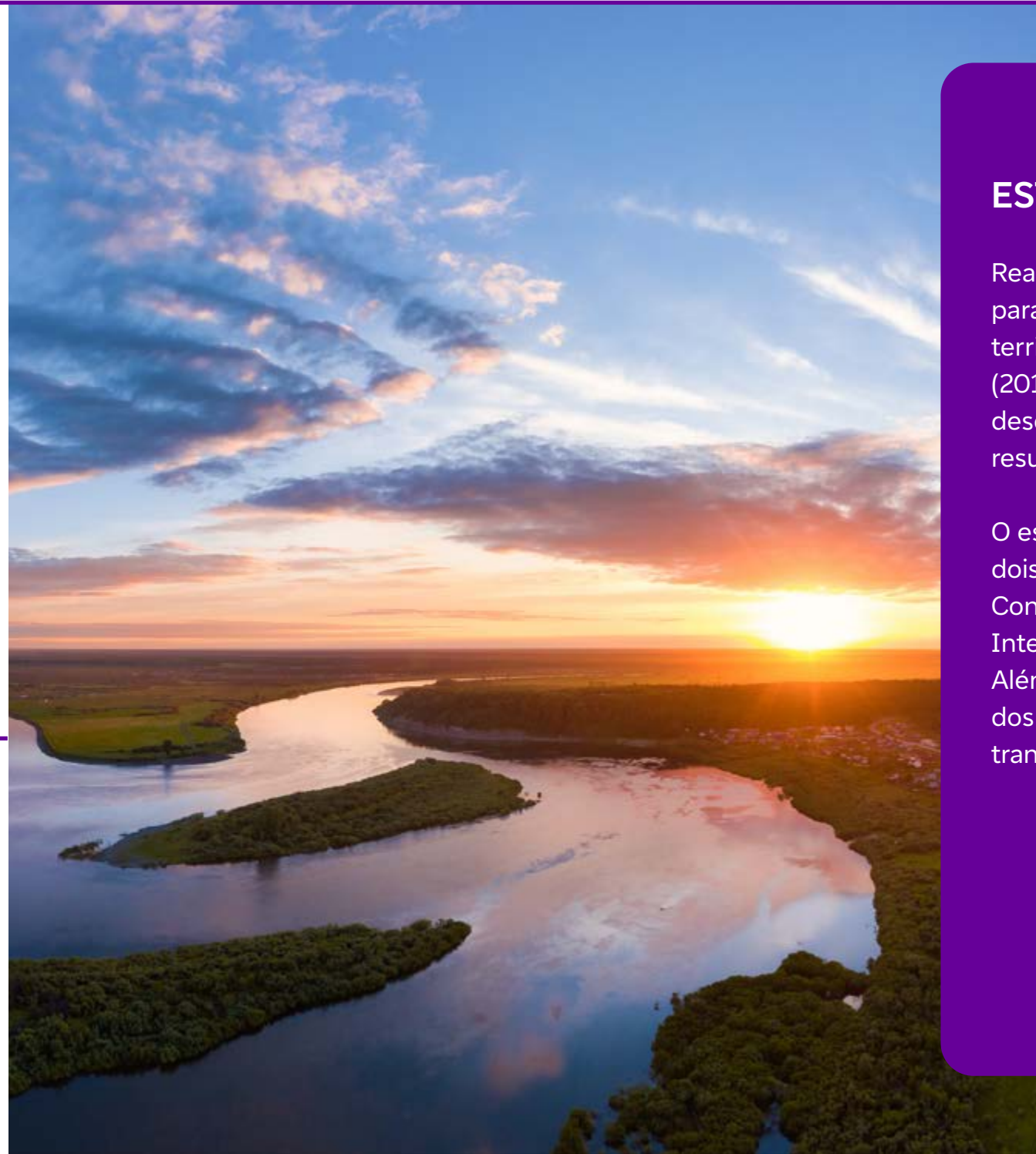
Para gerenciar os principais riscos levantados, contamos com um Plano de Adaptação que inclui Programas de Eficiência Energética e Plano de Energia Renovável e Geração Distribuída de Energia.

Além disso, contamos com uma área dedicada de Continuidade do Negócio, orientada pelo Regulamento de Continuidade Global de Negócios (GBC), que prescreve a gestão preventiva dos riscos, garantindo a máxima resiliência de nossas operações diante de qualquer eventual interrupção.

Além dos riscos, também identificamos oportunidades para o crescimento dos negócios, como a venda de produtos que reduzem as emissões de carbono de nossos clientes, impulsionando-os para a descarbonização por meio da tecnologia e da conexão. Acreditamos que a digitalização será fundamental para enfrentar a transição para uma economia de baixo carbono e estamos alinhando nossas estratégias comerciais e ambientais para encontrar oportunidades relacionadas a esses novos tipos de soluções, que tem o potencial de otimizar o consumo de recursos e, portanto, reduzir impactos no meio ambiente.



Avaliamos tanto os riscos físicos como os de transição e seguimos as recomendações da TCFD para atender às demandas de nossos principais públicos de relacionamento.



ESTUDO DE RISCOS CLIMÁTICOS

Realizamos um estudo aprofundado dos riscos climáticos para nossa companhia, avaliando a nossa operação em todo território nacional em cenários de curto, médio e longo prazo (2015–2025, 2015–2030, 2015–2050). O estudo contou com o desenvolvimento de uma ferramenta para facilitar a análise dos resultados por região, tipo de site, tipo de ameaça e cenários.

O estudo considerou a análise dos riscos para dois cenários de concentração de CO₂ (Representative Concentration Pathways – RCP), o 2.6 e o 8.5 do IPCC (Painel Intergovernamental da ONU sobre Mudanças Climáticas). Além disso, envolveu a avaliação de todas as categorias, tanto dos riscos físicos (agudos e crônicos) quanto de riscos de transição (regulatório, legal, tecnológico, mercado, reputacional).

Mais informações sobre a estratégia climática da Vivo, o estudo e nosso Plano de Adaptação podem ser consultadas em nosso questionário de Mudanças Climáticas do CDP.





Programa Carbono na Cadeia de Fornecedores

Desde 2019, intensificamos o engajamento dos nossos principais fornecedores, trabalhando diretamente no desenvolvimento de planos de ação para aprimorar a gestão das emissões de gases de efeito estufa com o objetivo de reduzir 56% as emissões de nossa cadeia até 2030 e zerar essas emissões até 2040.

Com o programa, conseguimos coletar informações para entender o nível de maturidade dos fornecedores referente às mudanças climáticas. Além disso, promovemos capacitação por meio de webinars, compartilhando as melhores práticas e incentivando a inovação para a redução das emissões de carbono com foco nos 125 fornecedores carbono intensivos. Ao longo de 2022, trabalhamos com esses fornecedores para construir compromissos voluntários em prol do combate às mudanças climáticas. Como resultado, constatamos que 60% dos fornecedores participantes do programa estão comprometidos com a questão climática, que representam 82% das nossas emissões provenientes de fornecedores. Além disso, atuamos em um processo contínuo de desenvolvimento desses fornecedores.



COMPRAS DE BAIXO CARBONO

Temos a Instrução de Compras de Baixo Carbono, a qual orienta sobre a necessidade de aplicação dos princípios de eficiência energética e baixo carbono nas compras de equipamentos que são grandes consumidores de energia e gases refrigerantes. Essa instrução está alinhada com a Normativa de Sustentabilidade na Cadeia de Fornecimento e com a Política Energética. Por meio dela, incorporamos o conceito de Custo Total de Propriedade (TCO) no processo de aquisição, considerando a quantidade de energia que o equipamento irá consumir durante a sua utilização, não apenas o custo de compra.

Em 2022, o custo interno do carbono foi incorporado à Instrução de Compras de Baixo Carbono como forma de aprimorar nossa gestão e direcionar as escolhas. Nosso principal objetivo ao implementar um preço interno de carbono é gerenciar os riscos e as oportunidades associados à nossa pegada de carbono e, assim, internalizar os custos derivados das emissões de GEE.



Produtos e Serviços Sustentáveis

Incentivamos a redução das emissões que são geradas por nossos clientes, estimulando o consumo responsável e consciente durante sua jornada com a Vivo. Em nossas lojas on-line e físicas, oferecemos o selo Eco Rating, que funciona como orientação para que os clientes tomem uma decisão sustentável na hora de comprar seus smartphones.

Os dispositivos com **selo Eco Rating** recebem uma pontuação com base em uma metodologia baseada na avaliação do ciclo de vida do produto, que mede os impactos ambientais desde a extração de matérias-primas, fabricação, transporte e a eficiência energética na fase de uso do aparelho. Outros aspectos envolvem questões de economia circular, como a durabilidade e o potencial de reparabilidade e reciclabilidade após o descarte. **Em 2022, tivemos 71% de celulares vendidos com o selo Eco Rating.**

Com relação ao uso de nossos serviços, uma calculadora on-line está disponível para nossos clientes descobrirem as emissões de gases de efeito estufa geradas devido ao consumo de serviços de dados, voz e TV por assinatura. Os resultados de emissões que embasam os cálculos foram obtidos por meio de um estudo de pegada de carbono realizado para nossos principais serviços e certificados pela ABNT. A calculadora está disponível em um [site especial](#) que também promove a conscientização climática para nossos clientes.

Além do selo Eco Rating e da nossa calculadora, também destacamos o **selo EcoSmart**. A iniciativa mostra aos nossos clientes B2B os benefícios ambientais que as soluções digitais baseadas em cloud, IoT e Big Data ofertadas poderão gerar em sua operação. A medida também permite que a Vivo – empresa carbono neutra em emissões diretas – impulse as iniciativas ESG em sua cadeia de valor.

Desenvolvido pelo Grupo Telefónica, no Brasil com a marca Vivo e verificado por terceira

parte pela AENOR – Associação Espanhola de Normalização e Certificação – o selo dispõe de quatro variações que representam diferentes benefícios ambientais: eficiência energética, redução do consumo de água, redução das emissões de CO₂ e economia circular. **Em 2022, os produtos e serviços que favorecem a eficiência energética e climática totalizaram R\$ 1.631,7 milhão em receitas.**

A conectividade é o primeiro requisito para acessar o mundo digital e está presente na maioria das soluções digitais mais avançadas; portanto, as redes de telecomunicações são a mais poderosa alavanca para a transição verde. Graças a elas, nossos clientes B2C podem utilizar serviços digitais que permitem reduzir o impacto de suas ações diárias no meio ambiente. Em 2022, lançamos uma pesquisa com nossos clientes para conhecer o perfil de utilização dessas aplicações e a adoção de hábitos mais sustentáveis, como a redução de deslocamentos por meio da

* Desse total, 23,3 milhões correspondem aos serviços de conectividade de banda larga e móvel para o segmento B2C e 0,3 milhão aos serviços de IoT, nuvem, big data e serviços de saúde, em que a Vivo fornece conectividade, dispositivos IoT, plataformas, servidores e/ou software. Esses dados incluem o desconto das emissões geradas pela conectividade e infraestrutura de rede que fazem parte desses serviços.

Clique aqui para acessar nosso site e calcular sua pegada de carbono relacionada ao uso de nossos serviços.



digitalização. Com os dados obtidos, desenvolvemos uma metodologia que nos permite quantificar as emissões de CO₂ que são evitadas graças ao uso dos nossos produtos e serviços.

Os serviços que oferecemos aos nossos clientes, além de serem de baixo carbono também ajudam seus usuários a reduzirem suas próprias emissões e se adaptarem às mudanças climáticas, incentivando ações concretas em favor do planeta e das pessoas. **Na medida em que nossos serviços de conexão, nuvem e Internet das Coisas (IoT) promovem mudanças comportamentais, reduzem deslocamentos e consumo de energia, evitamos que nossos clientes gerem mais de 23,6 milhões* de toneladas de CO₂eq em 2022.**



Economia Circular

Em todo o mundo, o desperdício de materiais causa grandes impactos para a biodiversidade, além do agravamento das mudanças climáticas. Segundo o World Resources Institute, somente para resíduos eletrônicos, por exemplo, são gerados mais de 50 milhões de toneladas anualmente. A economia circular também é um fator-chave para minimizar o desperdício de recursos e geração de resíduos, à medida que busca fechar os ciclos produtivos, minimizando a necessidade de extração da matéria-prima.

Por meio de nossa estratégia de economia circular, visamos atingir a meta de Zero Resíduos Eletrotônicos na operação até 2030, priorizando a reutilização, reparo, reciclagem e redução da geração de resíduos. Dessa forma, além de diminuir as emissões indiretas de gases de efeito estufa, também promovemos a extensão da vida útil dos equipamentos e reintrodução da matéria-prima na cadeia de valor.

ESSE PLANO SE CONSOLIDA NOS SEGUINTES OBJETIVOS:

EQUIPAMENTOS FIXOS DE CLIENTES

**2024**

Recondicionados e reutilizados

EQUIPAMENTOS CLIENTES B2B/B2C

**2025**

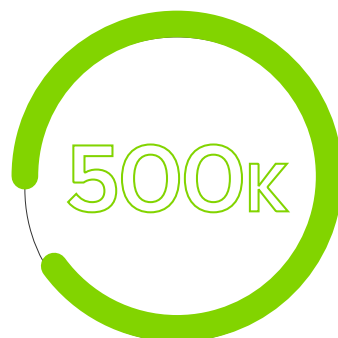
Comprados com critérios de circularidade

NOVOS EQUIPAMENTOS COM A MARCA TELEFÔNICA

**2025**

Eco desenho

DISPOSITIVOS MÓVEIS

**2030**

Recondicionados

LIXO PARA ATERRO

**2030**

Para equipamentos de rede, em 2025

1- Recondicionar e reutilizar 90% dos equipamentos fixos (modens e decoders) que são recolhidos da casa do cliente até 2024: A Vivo é referência no tema, enquanto o nível de atingimento do mercado é de 10% de índice de circularidade, a Vivo atingiu 46,07% para os modens e decoders, segundo a CTI (Circular Transition Indicators), desenvolvida pelo WBCSD (World Business Council for Sustainable Development), que analisa a circularidade de negócios, evidenciando o pioneirismo da companhia.

2- Implementar critérios de circularidade em todas as compras de equipamentos eletrônicos de cliente em 2025: Incorporamos progressivamente requisitos de circularidade na aquisição de equipamentos eletrônicos, permitindo avaliar a reparabilidade, reciclabilidade, durabilidade e capacidade de atualização dos equipamentos adquiridos.

3- Introduzir critérios de ecodesign para todos os novos equipamentos de clientes sob a marca Telefonica, em 2025: Trabalhamos em conjunto com os nossos fornecedores para introduzir medidas de ecodesign nos produtos, incentivamos que priorizem a avaliação de todo o ciclo, considerando a preservação dos recursos naturais, como a água e energia elétrica, além da redução do uso de plásticos de vida única. Também apostamos em novos modelos baseados na digitalização e desmaterialização, como a contratação de produtos como serviços.



4- Recondicionar 500.000 celulares por ano até 2030, como Grupo Telefônica:

Por meio de diversos programas, entre eles o Vivo Renova, incentivamos a reutilização dos celulares, aumentando o tempo de vida útil dos aparelhos e ampliamos o acesso dos clientes a novas tecnologias. Oferecemos vouchers com descontos aos nossos clientes que entregam seus aparelhos usados na compra de novos smartphones. Os aparelhos devolvidos são avaliados de acordo com o modelo e estado de conservação, restaurados e comercializados por uma empresa parceira.

5- Zero resíduo para aterro em 2030:

O reaproveitamento e a reciclagem são fundamentais para atingirmos o objetivo, que também inclui a reutilização, revenda e reciclagem de 100% dos equipamentos de rede até 2025.

A transformação da infraestrutura de rede é a principal atividade geradora de resíduo, mas também temos as atividades que desenvolvemos nos nossos escritórios e comerciais com os nossos clientes. A gran-

de maioria dos resíduos que geramos vem do processo de migração do cabo de cobre para a fibra ótica.

A reciclagem da fibra ótica ainda se configura como um desafio para o setor, pois a variedade de materiais que compõem os cabos dificultam o processo de separação. Ainda assim, a Vivo se preocupa com o impacto ao meio ambiente e tem investido para que esse material seja coprocessado, desviando sua destinação dos aterros sanitários.

Para gerenciar todas as informações relacionadas aos equipamentos reutilizados, além da destinação final para os resíduos, desde 2019 utilizamos a importante ferramenta estratégica do Grupo Telefônica – GReTel. Ela possibilita o cumprimento das legislações ambientais vigentes, permitindo, ainda, o fomento de oportunidades relacionadas à economia circular.

Além disso, a transparência do fluxo de gestão dos resíduos também está presente, proporcionando o rastreo e a visibilidade dos dados, desde a origem, transporte até o destino

final. Somado a isso, a plataforma também promove a integração da cadeia fornecedores, que são aliados fundamentais para a Vivo. Eles também recebem capacitações constantes para que as práticas sustentáveis adotadas na companhia sejam estendidas para toda a rede de parceiros, promovendo uma economia cada vez mais sustentável.

+98%

resíduos eletroeletrônicos reciclados da operação.

72%

dos resíduos de fibra ótica foram coprocessados e, dessa forma, desviados de aterros sanitários.

Fomos uma das primeiras companhias a aderir ao movimento “Conexão Circular” da Ambição 2030 da Rede Brasil do Pacto Global da ONU.

ECOBAGS GRI 306-3, 306-4, 306-5

Como parte de nosso compromisso com a sustentabilidade e a economia circular, a Vivo agora produz **ecobags** e brindes feitos por meio de uniformes dos colaboradores que seriam inutilizados. Essa é uma iniciativa em parceria com a Retalhar, empresa que promove a economia circular de produtos têxteis com mão de obra inclusiva.

AS ECOBAGS CUSTOMIZADAS TEM DUPLO BENEFÍCIO AO MEIO AMBIENTE: o reaproveitamento dos tecidos e o incentivo ao uso da sacola retornável, evitando o uso de milhares de sacolas plásticas. Na fase inicial do projeto, cerca de 1,5 tonelada de resíduos foi reaproveitada, produzindo 1,8 mil ecobags para uso em campanhas de engajamentos com clientes e em kits de novos colaboradores e comercializadas a preço de custo na loja Leed, no Shopping Vila Lobos, e na loja on-line da Vivo.





Vivo Recycle

GRI 301-3, 306-1, 306-2, 3-3, SASB TC-TL-440A.1

No Brasil, são mais de 2 milhões de toneladas de resíduos eletrônicos gerados anualmente, sendo que menos de 3% desse volume é reciclado. Criado em 2006, o programa **Vivo Recycle** é hoje o porta-voz da Companhia para fomentar uma economia mais circular, impulsionando em todo o país a conscientização sobre o descarte ambientalmente adequado dos resíduos eletrônicos e garantindo que todo o material coletado seja reciclado e reintroduzido novamente no ciclo produtivo. O programa recolhe resíduos pequenos, como aparelhos celulares, acessórios, cabos, carregadores, fones, baterias e pilhas usadas de qualquer modelo, de qualquer operadora, por meio de lixeiras disponíveis em todas as lojas da Vivo no país.

Em 2022, lançamos uma pesquisa sobre hábitos dos consumidores pela V.Trends, hub de pesquisa e insights da Vivo, para conhecer e mobilizar cada vez mais nossos stakeholders. O estudo revelou que três em cada cinco bra-

sileiros têm lixo eletrônico guardado em casa, sendo que as principais barreiras para o descarte, seriam a falta de pontos de coleta especializados por perto e a ausência de informação de como descartar os resíduos da maneira correta. Diante desse cenário, o Vivo Recycle ganhou um grande impulso com novas campanhas de engajamento da sociedade, como comunicações inseridas em novela de grande audiência e horário nobre da TV aberta, disponibilização de coletores temporários nos metrô de São Paulo, ativações em canais de comunicação da Vivo com os clientes, matérias em importantes veículos de mídia e aumento para cerca de 1,8 mil pontos de coleta em todo país.

Em junho, mês de comemoração dos 50 anos do Dia Mundial do Meio Ambiente, lançamos a campanha de voluntariado ambiental Recycle e Game do Bem, que teve como objetivo envolver colaboradores e parceiros sobre a importância do consumo consciente e o descarte correto de resíduos eletrônicos. O engajamento com as equipes comerciais, de campo, call center, administrativas e de logís-

tica ocorreu por meio de gamificação on-line, vídeos e cards nas redes sociais internas, além de ações presenciais com promotores.

Além disso, para conscientizar e engajar as novas gerações no cuidado com o meio ambiente, o programa promoveu, em conjunto com o Instituto Limpa Brasil, Fundação Telefônica Vivo e o Vivo Valoriza, uma grande mobilização para a coleta de lixo eletrônico em escolas públicas do estado de São Paulo. A ação aconteceu em novembro com a participação estimada de 2,7 mil estudantes, que arrecadaram 5,1 toneladas de resíduos.

Essas ações resultaram no aumento de 22% no volume (em toneladas) de resíduos coletados no programa e bateram o recorde dos últimos anos, com 11,3 toneladas de lixo eletrônicos coletados. Para o ano de 2023, a meta é ainda mais ambiciosa, prevemos reciclar mais de 12 toneladas de materiais. O programa como um todo já recolheu mais de 5,2 milhões de itens, dando a destinação adequada a mais de 139 toneladas de resíduos.



A Vivo também possui um programa de logística reversa da rede fixa, que recupera os equipamentos (modems e decoders) dos serviços casa-cliente.

O comprometimento da companhia é fortalecido em relação às boas práticas de governança e à inovação, e, ao recuperar os modems e decoders usados pelos clientes nos serviços de internet e TV por assinatura, a empresa reforça sua ambição de ser cada vez mais circular, refletindo o seu compromisso nacional e global de promoção da digitalização aliada ao desenvolvimento sustentável.

Aliado à Aura, tecnologia de inteligência artificial da empresa, o cliente pode agendar a retirada dos equipamentos no conforto de sua casa ou encaminhá-lo até um dos pontos de coleta localizados nas cerca de 1,8 mil lojas. A maioria dos componentes dos modems e decoders, que não possuem mais vida útil, é reciclado e transformada em novos produtos.

VIVO RENOVA

Também trabalhamos com um programa de troca, o Vivo Renova, incentivando a reutilização dos celulares e aumentando o tempo de vida útil dos aparelhos. Para isso, oferecemos descontos aos clientes que entregam seus aparelhos usados na compra de novos smartphones. Os aparelhos devolvidos são avaliados de acordo com o modelo e estado de conservação, restaurados e comercializados por uma empresa parceira. Em 2022, foram coletados mais de 124,7 mil celulares, e, desde o início do programa (2013), já foram reutilizados cerca de 770 mil celulares.

Somente em 2022,
foram mais de
1,2 milhão
de terminais
modems e decoders
reutilizados.
Esse número
chega a
8,5 milhões,
considerando os
últimos 7 anos.

VIVO RECYCLE

	2021	2022
Total de celulares recolhidos (nº)	5.303	8.822
Total de equipamentos recolhidos (ton)	9.236,72	11.278,02

REÚSO DE MODENS E DECODERS

	2021	2022
Telefonia fixa – reciclagem (nº)	452.913	1.054.112
Telefonia fixa – reciclagem (toneladas)	169,84	348,51
Telefonia fixa – recuperação (nº)	139.166	1.276.029
Telefonia fixa – recuperação (toneladas)	631,46	632,53



Digitalização – Projeto Paper Less

Em linha com a digitalização de nossa operação e com os produtos e serviços digitais que oferecemos aos nossos clientes, a Vivo possui o Projeto Paper Less, que busca reduzir o consumo e o armazenamento de papel em todas as áreas da companhia e reforçar a segurança nos documentos, na digitalização e na impressão consciente. Dessa forma, usamos as próprias tecnologias desenvolvidas em nosso negócio para diminuir o nosso impacto ambiental.

O projeto envolve todas as operações da companhia, desde os processos administrativos até as lojas e demais canais de vendas B2B/B2C, e inclui também operações terceirizadas e fornecedores. Desde 2013, a primeira frente teve início com a digitalização de contratos assinados com clientes B2C e B2B, por meio da substituição dos documentos em papel nas lojas por versões digitais em tablets e smartphones. Em 2018, a digitalização também passou a ser empregada na assinatura de documentos administrativos, nas contratações de RH e em contratos com fornecedores. Atualmente, a companhia conta com uma ferramenta própria: o Portal de Assinaturas.

Para impulsionar e mobilizar os colaboradores, em 2022, foi realizado o Vivo Digital Day, evento interno que abordou as responsabilidades sobre a gestão documental e impressão consciente, fomentando a transformação digital na companhia e a utilização de ferramentas e sistemas que apoiam a governança da Vivo.

EM 2022:

94,3% dos clientes recebem faturas eletrônicas (B2B e B2C) – Fatura Digital.

95% lojas próprias do Brasil emitem nota fiscal eletrônica apenas por e-mail, eliminando a impressão automática do documento.

+ 35 milhões de contratos foram assinados eletronicamente.

A estimativa é de que **499 milhões** de folhas de papel deixaram de ser impressas.





[Mensagem do CEO](#)

[2022 em números](#)

[Sobre o Relatório](#)

[Digitalizar para Aproximar](#)

[#TemVivoPraTudo](#)

[#TemTudoNaVivo](#)

[#DNAVivoEmTudoQueFazemos](#)

[#DNAVivoEmTudoQueSomos](#)

[#VivoSustentável](#)

[Anexos](#)

[Sumário GRI](#)

123



10 Anexos



Global Reporting Initiative (GRI)

2-7 EMPREGADOS

NÚMERO TOTAL DE EMPREGADOS POR REGIÃO E GÊNERO	2020	2021	2022
	Nº DE EMPREGADOS*	Nº DE EMPREGADOS*	Nº DE EMPREGADOS*
Região Norte	583	562	533
Região Nordeste	3.330	3.540	3.615
Região Sul	9.204	8.282	7.236
Região Sudeste	17.739	18.353	19.724
Região Centro-Oeste	1.903	1.814	1.760
Total	32.759	32.551	32.868
Feminino	13.895	14.004	14.581
Masculino	18.864	18.547	18.334
Total	32.759	32.551	32.915

*(total de empregados / equivalentes em tempo integral). Nulos/não preenchidos somam 47 casos para o tempo integral para a segregação por região; por isso, a diferença nos totais em relação a gênero.

2-21 PROPORÇÃO DA REMUNERAÇÃO TOTAL ANUAL

PROPORÇÃO ENTRE REMUNERAÇÃO MÁXIMA E MÍNIMA E AUMENTO PERCENTUAL MÉDIO	2021	2022
Proporção entre o indivíduo mais bem pago e a média dos demais colaboradores	101,35	121,48

* Considerada a remuneração total do CEO dividida pela média de todos os colaboradores (empresas TBRA e TERRA).

2-8 TRABALHADORES QUE NÃO SÃO EMPREGADOS

NÚMERO TOTAL DE TRABALHADORES QUE NÃO SÃO EMPREGADOS E CUJO TRABALHO É CONTROLADO PELA ORGANIZAÇÃO	2020	2021	2022
Região Norte	1.355	1.870	1.807
Região Nordeste	5.354	5.811	5.719
Região Sul	9.197	9.037	7.566
Região Sudeste	82.102	80.477	78.889
Região Centro-Oeste	3.182	3.727	3.901
Total	101.190	100.922	97.882
Feminino	41.954	43.364	41.226
Masculino	59.236	57.558	56.656
Total	101.190	100.922	97.882

*Os tipos mais comuns de trabalhadores são os prestadores de serviço de Call Center; Rede de Telecomunicações e Vendas. Todos os contratos exigem que as contratações sejam por regime da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT).

2-28 PARTICIPAÇÃO EM ASSOCIAÇÕES

CONTRIBUIÇÃO FINANCEIRA COM ORGANIZAÇÕES E ASSOCIAÇÕES	2020	2021	2022
ABTA	R\$ 474.692,53	R\$ 572.094,98	R\$ 436.051,30
ABRAREC	R\$ 15.000,00	R\$ 15.000,00	R\$ 18.520,00
AMCHAM	R\$ 70.111,00	R\$ 75.719,88	R\$ 1.750,00
Brasscom	R\$ 139.820,74	R\$ 110.252,43	R\$ 110.252,40
Conexis Brasil Digital	R\$ 8.354.090,98	R\$ 7.092.082,30	R\$ 6.928.971,38
Telebrasil	R\$ 194.553,76	R\$ 31.905,24	R\$ 131.987,95
Total	R\$ 9.248.269,01	R\$ 7.897.054,83	R\$ 7.627.533,03

2-30 ACORDOS DE NEGOCIAÇÃO COLETIVA

INDICADORES	2020	2021	2022
Número de empregados cobertos por acordos de negociação coletiva	32.759	32.551	32.759
Número total de empregados	32.759	32.551	32.759
Percentual do total de empregados cobertos por acordos de negociação coletiva	100%	100%	100%

*100% dos colaboradores com contrato de trabalho por tempo indeterminado são cobertos por acordos ou convenções coletivas de trabalho. Não são considerados: estagiários, aprendizes, terceiros, conselheiros e Hub SP.

201-1 VALOR ECONÔMICO DIRETO GERADO E DISTRIBUÍDO

INDICADORES (R\$ MIL)	2020	2021	2022
VALOR ECONÔMICO DIRETO GERADO	27.135.145	27.260.658	27.289.197
Receitas	27.135.145	27.260.658	27.289.197
VALOR ECONÔMICO DISTRIBUÍDO	27.135.145	27.260.658	27.289.197
Salários e benefícios de empregados	4.366.466	4.842.006	5.653.090
Remuneração de capitais a terceiros	3.179.291	3.573.706	5.189.809
Remuneração de capitais próprios	4.770.527	6.229.357	4.057.902
Pagamentos ao governo – impostos, taxas e contribuições	14.818.861	12.615.589	12.388.396

205-1 – OPERAÇÕES AVALIADAS QUANTO A RISCOS RELACIONADOS À CORRUPÇÃO

Os nossos parceiros comerciais e prestadores de serviços exercem impactos sobre a reputação e a integridade da companhia, portanto, temos iniciativas para garantir que nossas relações com essas partes cumpram as leis de combate à corrupção aplicáveis.

Nota de omissão: A área de Compliance é responsável pelo acompanhamento do risco básico de compliance e do risco específico de integridade, no qual está incluso o tema corrupção e que, quando identificado, é reportado à área de Auditoria para inclusão no mapa de riscos da companhia, que é um documento confidencial e, portanto, não será divulgado neste Relatório. Por se tratar de uma avaliação qualitativa, não foi implementada uma ferramenta para esse fim.

205-2 COMUNICAÇÃO E CAPACITAÇÃO EM POLÍTICAS E PROCEDIMENTOS DE COMBATE À CORRUPÇÃO

Número de colaboradores treinados em combate à corrupção, e o percentual de colaboradores que receberam capacitação em combate à corrupção

TREINAMENTO SOBRE COMBATE À CORRUPÇÃO*	Nº DE PESSOAS TREINADAS		PERCENTUAL DE PESSOAS TREINADAS	
	2021	2022	2021	2022
Integrantes do órgão de governança (ex.: Conselho de Administração)	20	20	100%	100%
Empregados (total)	30.409	30.057	-	94,80%
Diretivo e VP's	105	103	-	90,35%
Liderança intermediária	5.223	4.197	-	94,11%
Demais cargos	25.081	25.757	-	94,79%

* Para cálculo dos colaboradores treinados em combate à corrupção, é utilizado o total de colaboradores elegíveis. Anualmente, os membros da alta administração participam de treinamentos específicos sobre aspectos relevantes das legislações anticorrupção (Lei nº 12,846/13 e FCPA) e do programa de compliance da Companhia. Com relação aos colaboradores da Companhia, diversos treinamentos são desenvolvidos e ministrados pela Diretoria de Compliance com temas sobre legislação anticorrupção, ética, integridade, entre outros.

Número total e percentual de empregados, membros do órgão de governança e parceiros de negócios aos quais foram treinados e comunicados o PNR

TREINAMENTO E COMUNICAÇÃO SOBRE OS PRINCÍPIOS DE NEGÓCIO RESPONSÁVEL	NÚMERO DE PESSOAS TREINADAS	PERCENTUAL DE PESSOAS TREINADAS
	2022	2022
Integrantes do órgão de governança (ex.: Conselho de Administração)	20	100%
Empregados (total) ¹	30.057	94,80%
Diretivo e VP's	103	90,35%
Gerência	3.486	94,11%
Coordenação	711	99,30%
Administrativo	25.757	94,79%

1 Para cálculo dos colaboradores treinados em combate à corrupção, é utilizado o total de colaboradores elegíveis.

Número total e percentual de empregados, membros do órgão de governança e parceiros de negócios aos quais foram comunicadas as políticas e os procedimentos de combate à corrupção adotados pela organização

COMUNICAÇÃO SOBRE COMBATE À CORRUPÇÃO*	Nº DE PESSOAS TREINADAS			% DE PESSOAS TREINADAS		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Integrantes do órgão de governança (ex.: Conselho de Administração)	20	20	20	100%	100%	100%

* Especificamente, com relação aos membros do Conselho de Administração e do Conselho Fiscal e Estatutários, asseguramos o conhecimento sobre os nossos Princípios de Negócio Responsável, código de ética e conduta da Companhia e a Política Anticorrupção, por meio da Certificação Anual de Diretivos em Matéria Anticorrupção, Em 2022, 100% dos membros dos órgãos de governança (total de 20) assinaram o referido documento. Nota de Omissão: Com relação aos colaboradores da companhia, todas as comunicações são realizadas por meio de nossos canais internos de comunicação que alcançam todas as áreas, todos os cargos, todas as regionais, todos os grupos e todas as origens; entretanto, os meios de comunicação utilizados não possuem confirmação de visualização, o que não permite a completude do indicador.

205-3 CASOS CONFIRMADOS DE CORRUPÇÃO E MEDIDAS TOMADAS

CANAL DE DENÚNCIAS*	2020	2021	2022
Número total de empregados demitidos ou punidos por corrupção	0	0	0
Número total de casos confirmados em que contratos com parceiros de negócios foram rescindidos ou não renovados em decorrência de não-conformidades relacionadas à corrupção	0	0	0
Processos judiciais relacionados à corrupção movidos contra a organização ou seus empregados no período de relato e o resultado desses processos	0	0	0

* No Canal de Denúncias oficial da Telefônica Brasil, não houve registro de denúncias de corrupção em 2021 e 2022.

206-1 AÇÕES JUDICIAIS POR CONCORRÊNCIA DESLEAL, PRÁTICAS DE TRUSTE E MONOPÓLIO

A Telefônica atesta a integridade de seus processos, a idoneidade de seus gestores, e os mecanismos adotados para o cumprimento da legislação concorrencial. Em 2022, não houve ações judiciais referentes a concorrência desleal e descumprimento antitruste e antimonopólio.

301-3 PRODUTOS E SUAS EMBALAGENS REAPROVEITADOS

VIVO RECICLE	UNIDADE	2021	2022	ACUMULADO
Total de itens recolhidos	Nº	87.596	41.610	4.101.381
Total de celulares recolhidos	Nº	5.303	8.822	1.128.076
Total de equipamentos recolhidos	TONELADAS	9.236,72	11.278,02	139.428,24

VIVO RENOVA	UNIDADE	2021	2022
Total de itens recolhidos	Nº	136.295	124.788
Peso total de itens recolhidos	TONELADAS	22,58	21,69

LOGÍSTICA REVERSA (TELEFONIA FIXA)*	UNIDADE	2021	2022
Telefonia fixa – reciclagem	Nº	452.913	1.054.112
Telefonia fixa – reciclagem - peso	TONELADAS	169,84	348.512,00
Telefonia fixa – recuperação	Nº	1.395.166	1.276.029
Telefonia fixa – recuperação - peso	TONELADAS	631,46	632,53

* O programa recolhe resíduos de pequeno porte, como aparelhos celulares, acessórios, cabos, carregadores, fones, baterias, pilhas usadas, danificados, de qualquer modelo, de qualquer operadora por meio de lixeiras disponíveis em todas as lojas da Vivo no país. Nosso processo de logística reversa também inclui a circularidade de modems e decoders antigos ou fora de uso. Somente em 2022, foram mais de 1,2 milhão de aparelhos reutilizados, o que equivale a pouco mais de 632 toneladas.

302-1 CONSUMO DE ENERGIA DENTRO DA ORGANIZAÇÃO

TIPO DE CONSUMO	UNIDADE	2020	2021	2022
Consumo total de energia elétrica	GJ	6.501.234	6.147.592	6.180.585
Consumo total de energia elétrica	MWH	1.805.898	1.707.664	1.716.829
Percentual proveniente do Mercado Livre (renovável)	%	28%	37%	33,40%
Percentual certificado com I-REC	%	68%	56%	56,50%
Percentual de geração distribuída	%	4%	7%	10,10%
Percentual total de eletricidade proveniente de fontes renováveis	%	100%	100%	100%
Gastos com energia elétrica	R\$ MILHÕES	935	1.093	1.121

FONTES RENOVÁVEIS	UNIDADE	2020	2021	2022
Etanol	GJ	110.840	102.314	176.466
Etanol	MWH	30.698	28.322	48.848

FONTES NÃO RENOVÁVEIS	UNIDADE	2020	2021	2022
Diesel	GJ	47.930	44.479	45.381
Diesel	MWH	13.546	12.567	12.822
Gasolina	GJ	128.922	116.347	44.613
Gasolina	MWH	36.429	32.876	12.606
Gás natural	GJ	-	2.032	1.170
Gás natural	MWH	-	500	288

302-3 INTENSIDADE ENERGÉTICA

INTENSIDADE ENERGÉTICA	UNIDADE	2020	2021	2022
Energia consumida dentro da organização*	MWh	1.886.572	1.781.929	1.791.393
Tráfego	Pb	37.630	50.943	52.767
Intensidade energética	MWh/Pb	50,77	34,98	33,95
Receita Operacional Líquida	R\$ Milhões	43.127	44.033	48.041
Intensidade energética	MWh/R\$ Milhões	43,75	40,47	37,29
Intensidade energética	MWh/US\$ Milhões**	227,33	225,83	194,56

* Combustíveis e eletricidade.
** Receita convertida de reais para dólar, considerando: 2022: 1BRL = 5,2177 (31/12/2022); 2021: 1 BRL = 5.5805 USD (31/12/2021); 2020: 1BRL = 5.1967 USD (31/12/2020); 2019: 1 BRL = 4.0307 USD (31/12/2019).

VARIAÇÃO ANO BASE/ANO ATUAL (CONSUMO DE ENERGIA E INTENSIDADE ENERGÉTICA)*	2015 (ANO-BASE)	VARIAÇÃO 2022 X 2021
Energia consumida dentro da organização	1.816.689	1.791.393
Intensidade energética	6.809	33.950

Variação **266,81** **-87%**

* Nossa avaliação de intensidade energética considera o consumo de energia dentro da organização (combustíveis em frota e operações, além de eletricidade) versus o tráfego em nossas operações, medida que mais se tangibiliza à entrega dos nossos serviços). Em 2022, houve uma redução de 3% em nossa intensidade energética (MWh/Pb).

302-4 REDUÇÃO DO CONSUMO DE ENERGIA

INICIATIVAS DO PROGRAMA DE EFICIÊNCIA ENERGÉTICA*	UNIDADE	2021	2022
Desligue de 3G	KWh	31.424.957	10.587.099
Desmobilização de Centrais	KWh	-	8.010.902
Compactação e Desligue de Centrais	KWh	8.458.458	7.651.997
Desligue de Armários	KWh	-	3.602.550
Power Saving Features 2020 (Consolidadas)	KWh	7.209.118	0
Obras de ar-condicionado	KWh	4.358.311	907.713
Desligue de 2G	KWh	1.454.771	2.203.188
Desligues de equipamentos da rede de acesso metálico	KWh	-	904.384
Infill	KWh	1.194.708	897.059
Iluminação Eco Berrini	KWh	-	682.203
Demais projetos	KWh	8.279.425	19.698.930

* Os cálculos são feitos com base em medições utilizando multimedidores de energia, a variação de energia de cada um dos projetos detectada nos multimedidores é transformada por meio de cálculo em redução de kWh e também em redução financeira, em R\$; já para sites que possuem telemetria (medidor inteligente capaz de medir o consumo em tempo real de forma remota), é possível realizar as validações dos projetos por meio da plataforma do sistema.

303-1 INTERAÇÕES COM A ÁGUA COMO UM RECURSO COMPARTILHADO

A Política Ambiental da Telefônica Brasil aborda o uso eficiente do recurso hídrico, promovendo a eficiência na gestão integral da água e a redução da pegada hídrica das operações; além disso, também tem como princípio potencializar a inovação de serviços e produtos digitais que contribuam para a solução dos desafios ambientais globais e locais, como a escassez de recursos como a água. A gestão do uso da água é aplicada em 1.725 sites. Hoje, participamos de duas iniciativas de discussão que promovem o uso eficiente da água com promoção de alternativas de redução, sendo essas iniciativas: CT ÁGUA do CEBDS e AÇÃO PELA ÁGUA E OCEANO do Pacto Global da ONU. O consumo é destinado para o funcionamento dos equipamentos, consumo humano e limpeza, e fazemos a captação por meio da concessionária, poço e reúso, sendo o descarte por meio de esgoto.

GRI 303-5 CONSUMO DE ÁGUA

CONSUMO TOTAL DE ÁGUA*	UNIDADE	2021	2022
Consumo de água total – sem reúso	m³	925.618	966.706
Consumo de água total – com reúso	m³	935.693	971.934
Consumo proveniente de faturas	m³	910.143	952.217
Consumo de água em caminhões-pipa	m³	2.532	1.570
Consumo de água de poço	m³	12.943	12.919
Quantidade de água de reúso	m³	10.075	5.228

CONSUMO TOTAL DE ÁGUA EM ÁREAS COM ESTRESSE HÍDRICO**	UNIDADE	2021***	2022
Consumo de água total – sem reúso	m³	-	494.566
Consumo de água total – com reúso	m³	-	499.794
Consumo proveniente de faturas	m³	-	493.251
Consumo de água em caminhões-pipa	m³	-	1.315
Consumo de água de poço	m³	-	-
Quantidade de água de reúso	m³	-	5.228

* Os dados de consumo de água são contabilizados após aferição de cada cobrança pelo recurso fornecido, ou seja, toda a água consumida pela TBRA é fornecida por uma empresa terceira, que emite uma cobrança pelo consumo, independentemente da forma de captação.

** A análise de estresse hídrico foi realizada por meio da ferramenta Aqueduct do WRI (World Resousers Institute), que pode ser acessada pelo Link: <https://shre.ink/1ueX>. Com a utilização da ferramenta, analisamos os sites da Telefônica Brasil que consomem mais de 1.000 m₃ ao ano (78% do consumo da empresa), identificando se o site está localizado em uma área de baixo-médio, médio-alto ou alto estresse hídrico. O consumo dos sites encontrados em uma região alto estresse hídrico foi contabilizado no indicador acima.

*** Os dados sobre estresse hídrico começaram a ser monitorados em 2022.

305-1 EMISSÕES DIRETAS (ESCOPO 1) DE GASES DE EFEITO ESTUFA (GEE)

EMISSÕES DIRETAS (ESCOPO 1) DE GASES DE EFEITO ESTUFA (GEE)	UNIDADE	2020	2021	2022	GASES INCLUIDOS NO CÁLCULO
Emissões diretas (Escopo 1)	tCO ₂ e	78.101	63.018	32.190	CO ₂ , CH ₄ , N ₂ O, HFC, HCFC
Protocolo de Quioto	tCO ₂ e	30.948	26.550	12.781	CO ₂ , CH ₄ , N ₂ O, HFC
Protocolo de Montreal	tCO ₂ e	47.153	36.468	19.409	HCFC
Emissões biogênicas de CO ₂	tCO ₂ e	9.668	8.907	12.922	CO ₂

EMISSÕES DE CLIENTES EVITADAS PELA DIGITALIZAÇÃO (MIL tCO ₂ e)	2022
Vida Conectada	23.328,80
Internet das coisas (IoT)	247,53
Gestão de frotas	5,02
Gestão da força de trabalho	1,06
Serviços de cloud e virtualização	0,14
Total	23.582,56

VARIAÇÃO ANO-BASE/ANO ATUAL (ESCOPO 1)	2015 (ANO-BASE)	VARIAÇÃO 2022 X 2015
Emissões diretas (Escopo 1)	97.926	-67%
Protocolo de Quioto	27.293	-53%
Protocolo de Montreal	70.633	-73%

305-2 EMISSÕES INDIRETAS (ESCOPO 2)
DE GASES DE EFEITO ESTUFA (GEE) PROVENIENTES DA AQUISIÇÃO DE ENERGIA

EMISSÕES INDIRETAS (ESCOPO 2) DE GASES DE EFEITO ESTUFA (GEE) PROVENIENTES DA AQUISIÇÃO DE ENERGIA*	UNIDADE	2020	2021	2022
Abordagem de localização	tCO ₂ e	112.706	230.945	74.682
Abordagem de escolha de compra	tCO ₂ e	0	0	0

* Gases incluídos no cálculo: CO₂.

VARIAÇÃO ANO-BASE/ANO ATUAL (ESCOPO 2)*	2015 (ANO-BASE)	VARIAÇÃO 2022 X 2015
Abordagem de localização	211.809	-65%
Abordagem de escolha de compra	165.818	-100%

* Do ponto de vista da abordagem de localização, a variação apresentada no Escopo 2 é devido à mudança significativa no fator de emissão do GRID nacional (SIN). Do ponto de vista da abordagem de mercado, desde 2019, atingimos zero emissão e mantivemos assim desde então (100% energia renovável). O consumo de energia elétrica em si se manteve estável (aumentou somente 0,5%).

305-4 INTENSIDADE DE EMISSÕES DE GASES DE EFEITO ESTUFA (GEE)

INTENSIDADE DE EMISSÕES DE GEE*	UNIDADE	2020	2021	2022
Emissões diretas (Escopo 1)	tCO ₂ e/Pb	2,1	1,2	0,6
Emissões indiretas (Escopo 2)	tCO ₂ e/Pb	0	0	0
Emissões diretas (Escopo 1) + Emissões indiretas (Escopo 2)	tCO ₂ e/Pb	2,1	1,2	0,6

* Gases incluídos no cálculo: CO₂, CH₄, N₂O, HFC e HCFC.
Houve uma redução de 50% no indicador, devido à redução das emissões de Escopo 1 (vide explicações na aba 305-1) e um pequeno aumento em nosso tráfego. Isso demonstra que estamos desacoplando o crescimento da empresa do crescimento de emissões (ou seja, estamos sendo mais eficientes, pois, apesar do tráfego crescer, as emissões tendem a diminuir).

305-3 OUTRAS EMISSÕES INDIRETAS (ESCOPO 3)
DE GASES DE EFEITO ESTUFA

EMISSÕES DE GEE (ESCOPO 3 tCO ₂ e)*	2020	2021	2022
Emissões indiretas (Escopo 3)	358.123	346.715	281.581
Compra de produtos ou serviços	226.380	179.145	177.770
Bens de capital	58.352	48.334	52.933
Atividades relacionadas ao consumo de energia	7.325	6.439	4.979
Viagens de negócios	1.591	106	3.352
Uso de produtos vendidos	64.475	112.691	42.547

* Gases incluídos no cálculo: CO₂.

VARIAÇÃO ANO-BASE/ANO ATUAL (ESCOPO 3)*	2016 (ANO-BASE)	VARIAÇÃO 2022 X 2016
Emissões indiretas (Escopo 3)	640.349	-56%
Compra de produtos ou serviços	265.588	-33%
Bens de capital	132.140	-60%
Atividades relacionadas ao consumo de energia	39.681	-87%
Viagens de negócios	19.560	-83%
Uso de produtos vendidos	183.379	-77%

* De 2021 para 2022, houve uma redução de 19%, devido principalmente à categoria de uso de produtos vendidos (o impacto foi devido à redução do fator de emissão de energia elétrica do GRID nacional).

306 RESÍDUOS

GESTÃO DE RESÍDUOS OPERAÇÃO (TON)	2021	2022
RESÍDUOS PERIGOSOS	1.050,10	704,8
Resíduos gerados		
Resíduos não destinados à disposição final	1.034,63	701,604
Preparação para reutilização	0	0
Reciclagem	1.034,63	701,604
- Baterias	855,5	675,5
- Óleo lubrificante	10,4	9,2
- Lâmpadas	1,4	15,2
- Outros	167,3	1,8
Outras operações de recuperação	0	0
Resíduos destinados à disposição final	15,47	3,1
Incineração (com recuperação de energia)	0	0,5
Incineração (sem recuperação de energia)	0	0
Confinamento em aterro	0,8862	0,0585
- Lâmpadas	0,000575	0
- Outros	0,88565	0,0585
Outras operações de disposição	14,59	2,5
- Lâmpadas	9,5054	0
- Outros	5,0816	2,4958

GESTÃO DE RESÍDUOS OPERAÇÃO (TON)	2021	2022
RESÍDUOS NÃO PERIGOSOS	27.293,40	28578
Resíduos gerados		0
Resíduos não destinados à disposição final	26.558,30	28.213,02
Preparação para reutilização	654	715,7
- Modems, roteadores e decodificadores	631.46	632,53
- Celulares de clientes (Vivo Renova)	22,58	83,17
Reciclagem	25.904,30	27.497,32
- Cabos e metais	22.674,00	23.584,46
- RAEE (Resíduos de Aparelhos Eletroeletrônicos)	1.667,47	1.807,33
Operacionais e de escritórios		0
- Papel e papelão	1.015,50	1.585,16
- Modems, roteadores e decodificadores	169.84	348,51
- Celulares e acessórios de clientes (Vivo Recycle)	9,24	11,3
- Plástico		160,577
Outras operações de recuperação	0	0
Resíduos destinados à disposição final	735,1	365
Incineração (com recuperação de energia)	0	68,3
Incineração (sem recuperação de energia)	0	0,1
Confinamento em aterro	644,26	116,54
- Cabos e metais	293,25	93,01
- RAEE (Resíduos de Aparelhos Eletroeletrônicos)	7,86	22,39
Operacionais e de escritórios		0
- Outros acessórios de clientes não recicláveis (Vivo Recycle)	0	1,09
Outras operações de disposição	90,83	180
- Cabos e metais	41,54	180
- Papel e papelão	0,47	0

GESTÃO DE RESÍDUOS ORGANICOS + RCC*	TELEFÔNICA/VIVO
	2022
Reciclagem	
Resíduos de Construção Civil	146,81
Orgânicos/Urbanos	350,64
Aterro	
Resíduos de Construção Civil	327,87
Orgânicos/Urbanos	474,51
Valorização Energética	
Resíduos de Construção Civil	0,08
Orgânicos/Urbanos	44,99
Coprocessamento	
Resíduos de Construção Civil	0
Orgânicos/Urbanos	6,36
Outros Tratamentos	
Resíduos de Construção Civil	133,9
Orgânicos/Urbanos	-

* A gestão dos resíduos orgânicos e de construção civil é feita separadamente dos resíduos de operação.

308-1 NOVOS FORNECEDORES SELECIONADOS COM BASE EM CRITÉRIOS AMBIENTAIS

PERCENTUAL DE NOVOS FORNECEDORES QUE FORAM SELECIONADOS COM BASE EM CRITÉRIOS AMBIENTAIS	2020	2021	2022
Total de fornecedores	1.229	1.230	1.175
Total de fornecedores contratados com base em critérios ambientais	1.229	1.230	1.175
Percentual de novos fornecedores que foram selecionados com base em critérios ambientais	100%	100%	100%

308-2 IMPACTOS AMBIENTAIS NEGATIVOS DA CADEIA DE FORNECEDORES E MEDIDAS TOMADAS

AVALIAÇÃO DE IMPACTOS AMBIENTAIS	2020	2021	2022
Número de fornecedores avaliados com relação aos impactos ambientais	168	146	127
Número de fornecedores identificados como causadores de impactos ambientais negativos reais e potenciais	168	146	127
Impactos ambientais negativos significativos – reais e potenciais – identificados na cadeia de fornecedores	168	146	127
Percentual de fornecedores identificados como causadores de impactos ambientais negativos – reais e potenciais – com os quais foram acordadas melhorias como decorrência da avaliação realizada	26%	18%	15%

Percentual de fornecedores identificados como causadores de impactos ambientais negativos significativos – reais e potenciais – com os quais a organização encerrou as relações de negócios em decorrência da avaliação e as razões que motivaram esse encerramento.

NÃO TIVEMOS CONTRATOS ENCERRADOS POR DECORRÊNCIA DO NÃO ATENDIMENTO AOS REQUISITOS DO SGA

GRI 401-1 NOVAS CONTRATAÇÕES E ROTATIVIDADE DE EMPREGADOS

NOVAS CONTRATAÇÕES*	NÚMERO DE NOVAS CONTRATAÇÕES			TAXA DE NOVAS CONTRATAÇÕES		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Por faixa etária	4.532	7.586	7.230	13,8%	23,3%	22,0%
Menos de 30 anos	2.304	3.716	3.316	28,1%	47,6%	45,4%
De 30 a 50 anos	2.142	3.665	3.640	9,7%	16,6%	16,1%
Acima de 50 anos	86	205	261	3,6%	7,8%	8,7%
Nulos/Outros	-	-	13	-	-	-
Por gênero	4.532	7.586	7.230	13,8%	23,3%	22,0%
Homens	2.162	3.496	3278	11,5%	18,8%	17,9%
Mulheres	2.370	4.090	3905	17,1%	29,2%	26,8%
Não binários	-	-	14	-	-	-
Nulos/Outros	-	-	33	-	-	-
Por região	4.532	7.586	7.230	13,8%	23,3%	22,0%
Centro-Oeste	195	384	318	10,2%	21,2%	18,1%
Nordeste	418	1.037	961	12,6%	29,3%	26,6%
Norte	102	187	137	17,5%	33,3%	25,7%
Sudeste	2.006	3.424	4.662	11,3%	18,7%	23,6%
Sul	1.811	2.554	1.128	19,7%	30,8%	15,6%
Nulos/Outros	-	-	24	-	-	-
Total	4.532	7.586	7.230	13,8%	23,3%	22,0%

*Não considerado estagiários, aprendizes, colaboradores de operação Global e as empresas Fundação,TIS,Cloud, OIT e Tlog. As taxas faltantes referentes a "Nulos/Outros" e "Não binários", acontece porque essas classificações são novas e, atualmente, somente as controlamos na fase de "novas contratações", portanto, uma vez que a taxa depende do número total de colaboradores, ainda não temos essa refletida.

ROTATIVIDADE CONSOLIDADA DE EMPREGADOS	NÚMERO DE DEMISSÕES			TAXA DE ROTATIVIDADE		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Por faixa etária	4.566	7.794	6.515	13,9%	23,6%	20,9%
Menos de 30 anos	1.773	2,95	2.228	24,8%	42,7%	38,0%
De 30 a 50 anos	2.598	4.514	3.926	10,7%	18,5%	16,7%
Acima de 50 anos	195	330	361	5,9%	10,2%	10,4%
Por gênero	4.566	7.794	6.515	13,9%	23,6%	20,9%
Homens	2.437	3.819	3.347	10,6%	17,5%	16,1%
Mulheres	2.129	3.975	3.168	11,4%	20,1%	17,6%
Por região	4.566	7.794	6.515	13,9%	23,6%	20,9%
Centro-Oeste	379	439	368	15,1%	22,7%	19,5%
Nordeste	487	779	790	13,6%	25,6%	24,2%
Norte	120	186	135	19,0%	33,2%	25,5%
Sudeste	1.675	3.136	3.152	10,4%	17,9%	19,8%
Sul	1.905	3.254	2,05	20,2%	35,1%	22,0%
Nulos/Outros	-	-	20	-	-	-
Total	4.566	7.794	6.515	13,9%	23,6%	20,9%

*Não considerado estagiários, aprendizes, colaboradores de operação Global e as empresas Fundação,TIS,Cloud, OIT e Tlog.

MOVIMENTAÇÕES INTERNAS	2020	2021	2022
Rotatividade voluntária de empregados	4,5%	9,7%	8,0%
Percentual de posições preenchidas com candidatos internos	16,0%	38,0%	28,3%

*Não considerado estagiários, aprendizes, colaboradores de operação Global e as empresas Fundação,TIS,Cloud, OIT e Tlog.

403-9 ACIDENTES DE TRABALHO

TAXA DE FREQUÊNCIA DE ACIDENTES – POR GÊNERO E REGIÃO	2020	2021	2022
Gênero			
Homens	0,5	0,41	0,43
Mulheres	0,04	0,09	0,15
Região			
Norte e Centro-Oeste	0,79	0,77	0,47
Nordeste	0,25	0,37	0,25
Sudeste (sem São Paulo)	0,52	0,45	0,49
São Paulo	0,14	0,16	0,26
Sul	0,37	0,25	0,29
Consolidado	0,31	0,27	0,31
Total de horas trabalhadas	73.577.231	6.567.392	64.807.667

TAXA DE GRAVIDADE DE ACIDENTES – POR GÊNERO E REGIÃO	2020	2021	2022
Gênero			
Homens	3,44	3,14	3,89
Mulheres	0,21	0,33	0,6
Região			
Norte e Centro-Oeste	4,82	5,57	4,15
Nordeste	1,43	2,28	2,62
Sudeste (sem São Paulo)	3,55	3,51	3,76
São Paulo	1,03	1,19	1,97
Sul	2,61	1,35	2,17
Consolidado	2,08	1,94	2,45
Total de horas trabalhadas	73.577.231,20	6.567.392,00	64.807.666,67

TAXA DE ABSENTEÍSMO – POR GÊNERO E REGIÃO	NÚMERO 2022
Gênero	
Homens	0,021
Mulheres	0,033
Região	
Norte e Centro-Oeste	0,326
Nordeste	0,036
Sudeste (sem São Paulo) *	0,022
Sul	0,031
Consolidado	0,026
Total de horas trabalhadas	64.807.666,67

* Considerando as empresas TBRA, Terra e Fundação (estagiário/Jovem Aprendiz/ conselheiro e operação global)

403-10 DOENÇAS PROFISSIONAIS

Para todos os empregados da organização, relate as informações abaixo:

EMPREGADOS*	NÚMERO			ÍNDICE		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Óbitos resultantes de doença ocupacional	0	0	0	0	0	0
Casos de doenças profissionais de comunicação obrigatória	0	0	0	0	0	0

* A informação reportada no Relato inclui apenas os funcionários internos contratados pela Telefônica Brasil.

404-1 MÉDIA DE HORAS DE CAPACITAÇÃO POR ANO, POR EMPREGADO

Média de horas de capacitação realizada pelos empregados da organização

HORAS DE TREINAMENTO	TOTAL DE HORAS			MÉDIA DE HORAS		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Por gênero	1.546.938	3.400.659	2.902.843	49,5	86,7	72,5
Homens	701.712	1.590.228	1.676.590	45,4	73,7	94,2
Mulheres	845.226	1.810.431	1.226.253	53,4	102,6	55,1
Por faixa etária	1.546.938	3.400.659	2.902.843	49,5	86,7	72,5
Até 30 anos	482,58	1.340.118	1.140.531	49,7	113,0	99,8
Entre 30 anos e 50 anos	1.004.381	1.967.883	1.623.579	50,3	78,9	62,8
Acima de 50 anos	59.977	92.658	138.733	37,3	38,3	50,2
Por categoria funcional	1.546.938	3.400.659	2.902.843	49,5	86,7	72,5
Cargos diretivos	657	879	2.650.913	93,8	6,7	77,4
Cargos de liderança intermediária	67.738	97.531	3.274	52,2	28,5	11,5
Demais cargos	1.478.543	3.302.249	248.657	49,3	92,6	45,2
Total	1.546.938	3.400.659	2.902.843	49,5	86,7	72,5

* A informação reportada no Relato inclui apenas os funcionários internos contratados pela Telefônica Brasil.

VALOR INVESTIDO EM TREINAMENTOS	2020	2021	2022
Valor total investido em treinamentos (R\$)	R\$ 39.620.885,97	R\$ 40.543.163,22	R\$ 44.196.905,69
Total de empregados	31.281	39.224	40.036
Média de investimento em treinamento por empregado (R\$)*	R\$ 1.266,61	R\$ 1.033,63	R\$ 1.103,93

* Para não distorcer o resultado por conta do turnover que ocorre ao longo do ano, estamos considerando os colaboradores (matricula única) que realizaram no mínimo um treinamento no ano em questão.

405-1 DIVERSIDADE EM ÓRGÃOS DE GOVERNANÇA E EMPREGADOS

Número total e percentual de indivíduos que integram os órgãos de governança da organização em cada uma das seguintes categorias de diversidade

INTEGRANTES DO ÓRGÃO DE GOVERNANÇA	PERCENTUAL DE INTEGRANTES		
	2020	2021	2022
Por gênero	100%	100%	100%
Homens	73%	73%	67%
Mulheres	27%	27%	33%
Por faixa etária	100%	100%	100%
Abaixo dos 30 anos	0%	0%	0%
De 30 a 50 anos	20%	13%	7%
Acima de 50 anos	80%	87%	93%
Outros indicadores de diversidade (não obrigatório)	0%	0%	0%
Total	100%	100%	100%

* A informação reportada no Relato inclui apenas dados da Telefônica Brasil.

Número total e percentual de empregados por categoria funcional em cada uma das seguintes categorias de diversidade (gênero e faixa etária):

EMPREGADOS POR CATEGORIA FUNCIONAL E GÊNERO*	2020		2021		2022	
	% HOMENS	% MULHERES	% HOMENS	% MULHERES	% HOMENS	% MULHERES
Por categoria funcional						
Cargos de direção	74,6%	25,4%	70,3%	29,7%	67,0%	33,0%
Cargos de liderança intermediária	69,1%	30,9%	69,4%	30,6%	64,9%	35,1%
Demais cargos	56,2%	43,8%	55,5%	44,5%	54,3%	45,7%
Total	57,6%	42,4%	57,0%	43,0%	55,7%	44,3%

* Cargos de direção: Cargo Diretor, Presidente e VP's; Cargos de liderança intermediária: Supervisor, Coordenador, Gerentes de Loja, Gerente, Gerente Sr; Demais cargos - excluído cargos de liderança.

Número total de integrantes e percentual de participação em cargos de liderança – Raça

INTEGRANTES POR RAÇA E % EM CARGOS DE LIDERANÇA	NÚMERO DE INTEGRANTES		% DE LIDERANÇAS	NÚMERO DE INTEGRANTES		% DE LIDERANÇAS
	2021	2021	2021	2022	2022	2022
Brancos	20.680	63,5%	77,0%	20.177	61,22%	73,51%
Negros*	9.855	30,3%	19,5%	11.092	33,66%	22,37%
Amarelos	466	1,4%	1,4%	536	1,63%	1,41%
Outros	39	0,1%	0,0%	38	0,12%	0,1%
Não declarados	1.511	4,6%	2,1%	1.113	3,38%	2,62%

* Negros - inclui profissionais pretos e pardos

EMPREGADOS POR CATEGORIA FUNCIONAL E FAIXA ETÁRIA*	2020			2021			2022		
	< 30 ANOS	ENTRE 30 E 50	> 50 ANOS	< 30 ANOS	ENTRE 30 E 50	> 50 ANOS	< 30 ANOS	ENTRE 30 E 50	> 50 ANOS
Cargos de direção	0,00%	74,60%	25,40%	0,00%	73,90%	26,10%	0,00%	67,5%	32,5%
Cargos de liderança intermediária	4,20%	84,90%	10,90%	3,70%	84,80%	11,40%	4,70%	84,50%	10,80%
Demais cargos	27,60%	65,70%	6,70%	26,40%	66,00%	7,60%	24,70%	66,50%	8,90%
Total	25,00%	67,70%	7,20%	24,00%	68,00%	8,10%	22,10%	68,60%	9,20%

* Cargos de direção: Cargo Diretor; Cargos de liderança intermediária: Supervisor, Coordenador, Gerentes de Loja, Gerente, Gerente Sr; Demais cargos - excluído cargos de liderança.

405-2 PROPORÇÃO ENTRE O SALÁRIO-BASE E A REMUNERAÇÃO RECEBIDOS PELAS MULHERES E AQUELES RECEBIDOS PELOS HOMENS

Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos pelas mulheres e aqueles recebidos pelos homens para cada categoria funcional, por unidades operacionais importantes

DESCRIÇÃO	PROPORÇÃO MULHERES/HOMENS		
	2020	2021	2022
Salário Recebido			
Mês	76,8%	77,3%	78,9%
Por categoria funcional			
Cargos de direção	85,1%	85,7%	87,2%
Cargos de liderança intermediária	102,7%	108,7%	98,6%
Demais cargos	80,2%	79,5%	80,8%
Por nível de gestão			
Nível executivo (salário base apenas)	85,1%	85,7%	87,2%
Nível de gestão (salário base apenas)	102,7%	108,7%	98,6%
Nível de gestão (salário base + outros incentivos em dinheiro)	105,4%	111,3%	102,0%
Nível de não gestão	80,2%	79,5%	80,8%

406-1 CASOS DE DISCRIMINAÇÃO E MEDIDAS CORRETIVAS TOMADAS

NÚMERO TOTAL DE DENÚNCIAS OCORRIDAS DURANTE O PERÍODO DE RELATO*	2020	2021	2022
Total de denúncias recebidas	582	646	487
Denúncias procedentes	237	250	228
Medidas de encerramento de contratos de trabalho adotadas como consequência de denúncias procedentes.	95	77	88

*Os números reportados acima se referem às denúncias registradas no canal oficial da companhia, que conta com um sistema global da Telefônica, em que estão todas as denúncias recebidas, desde o seu registro até o encerramento da apuração e respectivos planos de ação.

DENÚNCIAS PROCEDENTES*	2020	2021	2022
Assédio moral/sexual e discriminação	0,40%	0,00%	1,32%
Conduta inadequada e outros conflitos laborais	54,90%	55,60%	58,77%
Conflito de interesses	3,40%	1,20%	1,32%
Fraude	17,30%	14,80%	13,16%
Descumprimento normativo	11,80%	8,80%	17,54%
Outros	10,50%	18,40%	5,70%
Privacidade/segurança da informação	1,70%	1,20%	2,19%
TOTAL	237	250	228

*Os números reportados acima se referem às denúncias registradas no canal oficial da companhia, que conta com um sistema global da Telefônica, em que estão todas as denúncias recebidas, desde o seu registro até o encerramento da apuração e respectivos planos de ação.

409-1 OPERAÇÕES E FORNECEDORES COM RISCO SIGNIFICATIVO DE CASOS DE TRABALHO FORÇADO OU ANÁLOGO AO ESCRAVO

RISCO DE TRABALHO ESCRAVO	OPERAÇÕES E FORNECEDORES COM RISCO SIGNIFICATIVO	TIPO DE OPERAÇÃO OU FORNECEDOR	PAÍS OU ÁREA GEOGRÁFICA
Risco de trabalho análogo ao escravo	não identificado	não identificado	não identificado

*Adotamos políticas e procedimentos alinhados aos Princípios Orientadores da ONU sobre Empresas e Direitos Humanos. A Política Global de Direitos Humanos contempla, entre outros assuntos, o compromisso da empresa contra o trabalho forçado, escravo e infantil.

414-1 NOVOS FORNECEDORES SELECIONADOS COM BASE EM CRITÉRIOS SOCIAIS

PERCENTUAL DE NOVOS FORNECEDORES SELECIONADOS COM BASE EM CRITÉRIOS SOCIAIS	2020	2021	2022
Total de novos fornecedores	1.229	1.230	1.175
Total de novos fornecedores contratados com base em critérios sociais	1.229	1.230	1.175
Percentual de novos fornecedores que foram selecionados com base em critérios sociais	100%	100%	100%

414-2 IMPACTOS SOCIAIS NEGATIVOS DA CADEIA DE FORNECEDORES E MEDIDAS TOMADAS

AVALIAÇÕES DE FORNECEDORES EM RELAÇÃO A IMPACTOS SOCIAIS*	2020	2021	2022
Número de fornecedores avaliados com relação aos impactos sociais.	280	285	266
Número de fornecedores identificados como causadores de impactos sociais negativos reais e potenciais.	50	40	45
Impactos sociais negativos significativos – reais e potenciais – identificados na cadeia de fornecedores.	-	-	8.092
Percentual de fornecedores identificados como causadores de impactos sociais negativos – reais e potenciais – com os quais foram acordadas melhorias como decorrência da avaliação realizada.	17,9%	14,0%	16,9%
Percentual de fornecedores identificados como causadores de impactos sociais negativos significativos – reais e potenciais – com os quais a organização encerrou as relações de negócios em decorrência da avaliação e as razões que motivaram esse encerramento.	5,7%	1,1%	1,1%
Percentual de Impactos sociais negativos significativos – reais e potenciais – identificados na cadeia de fornecedores.	-	-	30,4%

*Possuímos uma normativa interna de contratação de serviço especializado (Normativa 010), além dos manuais de gestor e de fornecedor. Avaliamos os prestadores de serviços que têm mão de obra atrelada e buscamos monitorar cerca de 30% das empresas, que abrange cerca de 90% das pessoas envolvidas. Buscamos, assim, mitigar os impactos trabalhistas que envolve a Vivo e garantir dos direitos trabalhistas das pessoas envolvidas.

418-1 QUEIXAS COMPROVADAS RELATIVAS À PRIVACIDADE E PERDA DE DADOS DE CLIENTES

QUEIXAS RECEBIDAS	2020	2021	2022
De partes externas e comprovadas pela organização (processos judiciais)	6	12	12
De agências reguladoras	0	0	0

*Os processos que geraram sanções, não estão associados à incidentes de segurança com uso indevido de dados pessoais.

RELAÇÃO DOS PROBLEMAS IDENTIFICADOS RELACIONADOS AOS DADOS DOS CLIENTES*	2020	2021	2022
Vazamentos	0	0	0
Furtos	0%	0%	0%
Perda de Dados	0%	0%	0%

* Não houve incidentes de segurança com uso indevido de dados pessoais.

NÚMERO TOTAL DE NÃO-CONFORMIDADES COM DADOS IDENTIFICADAS DURANTE O PERÍODO DE RELATÓRIO	2020	2021	2022
Número total de não-conformidades com dados identificadas durante o período de relatório	0	0	0
Número de não-conformidades com informações de identificação pessoal (PII)	0	0	0
Porcentagem de não-conformidades com com informações de identificação pessoal (PII)	0%	0%	0%
Número total de clientes únicos que foram afetados	0	0	0

SASB - Sustainability Accounting Standards Board

NOME DO INDICADOR	NÚMERO DO INDICADOR	2022
Número de assinantes sem fio (milhões)	SASB TC-TL-000.A	97.979.062
Número de assinantes de telefonia fixa (milhões)	SASB TC-TL-000.B	7.012.688
Número de assinantes de banda larga (milhões)	SASB TC-TL-000.C	6.371.857
Tráfego de rede (petabytes)	SASB TC-TL-000.D	52.767
(1) Energia total consumida		(1): 6.180.585*
(2) Porcentagem de eletricidade da rede	SASB TC-TL-130a.1	(2): 100%**
(3) Porcentagem de energia renovável (GJ/%)		(3): 100%*
Número de clientes cujas informações são usadas para fins secundários	SASB TC-TL-220a.2.	A companhia divulga a forma de tratamento de dados aplicáveis a 100% da sua base de clientes no Centro de Transparência e Privacidade da Vivo: https://www.vivo.com.br/a-vivo/informacoes-aos-clientes/centro-de-privacidade/privacidade-e-seguranca/tratamento-de-dados .
Valor total de perdas monetárias como resultado de processos judiciais associados à privacidade do cliente	SASB TC-TL-220a.3	R\$ 86.975,33
Número de solicitações de aplicação da lei para informações de clientes, número de clientes cujas informações foram solicitadas, resultando em divulgação	SASB TC-TL-220a.4	3.375.351 (Interceptações telefônicas e telemáticas + Metadados)
(1) Número de não-conformidades com dados		(1): 0
(2) porcentagem envolvendo informações de identificação pessoal (PII)	SASB TC-TL-230a.1	(2): 0
(3) número de clientes afetados		(3): 0
Total de materiais recuperados por meio de programas de devolução (t)	SASB TC-TL-440a.1	384.033,32
Valor total de perdas monetárias como resultado de processos judiciais associados a regulamentos de comportamento anticompetitivo	SASB TC-TL-520a.1	0
Velocidade de download sustentada real média de (1) conteúdo próprio e comercialmente associado e (2) conteúdo não associado	SASB TC-TL-520a.2	Indicador não disponível no formato. A companhia segue as diretrizes regulatórias aplicáveis.
		(1 - FIXA): 0,29
(1) Frequência média de interrupção do sistema e (2) duração média da interrupção do cliente	SASB TC-TL-550a.1	(1 - MÓVEL): 1,57 (2 - FIXA): 3,79 (2 - MÓVEL): 0,15

* O total de energia consumida e a porcentagem de energia renovável explícitos na tabela consideram apenas eletricidade. Considerando o total de Eletricidade e Combustíveis, temos 6.448.215 GJ de Energia Total Consumida, e 99% de energia renovável.

** Considerando que toda a eletricidade que compramos, mesmo sendo 100% renovável, chega aos nossos sites através do SIN - Sistema Interligado Nacional.

SASB TC-TL-220A.4

INDICADORES*	UNIDADE DE MEDIDA	2022
Metadados	Nº	349.741
Bloqueio de websites	Nº	3.025.610
Suspensão de serviços	Nº	2.395
Suspensão de serviços	Nº	11.644

* 93% das solicitações são atendidas conforme as diretrizes e restrições presentes na legislação e nos regulamentos vigentes. As solicitações não atendidas dizem respeito a diversos motivos como solicitação de linhas de outras operadoras das quais a operadora não possui gestão, impossibilidade técnica, entre outros.

Informações Financeiras

INFORMAÇÕES FINANCEIRAS, TRIBUTÁRIAS E DE NEGÓCIO POR JURISDIÇÃO

A Vivo concentra seus investimentos e atividades no Brasil, conforme se depreende da Nota Explicativa nº 12 das Demonstrações Financeiras. Apenas a Aliança Atlântica Holding B.V. ("Aliança") é não residente, sediada na Holanda. A representatividade da Aliança na receita e lucro da Vivo é mínima, ainda assim, primando pela transparência, destacamos as seguintes informações país a país:

INDICADORES (R\$ MIL)	2022	
	BRASIL	HOLANDA
Nome das entidades residentes	Página 22	Aliança Atlântica
Principal atividade	Telecomunicações	Participação em empresas de telecomunicações
Receita	R\$ 48.041.162	R\$ 912
Lucro antes dos tributos sobre a renda	R\$ 4.831.591	R\$ 278
Despesa tributos sobre a renda	R\$ 773.689	-R\$ 634
Tributos sobre renda pagos	R\$ 1.113.889	-R\$ 634

TRIBUTOS SOBRE A RENDA

ALÍQUOTA EFETIVA (R\$ MIL)	2022	IMPACTO ALÍQUOTA EFETIVA	2021	IMPACTO ALÍQUOTA EFETIVA
Resultado antes dos tributos (A)	R\$ 4.831.591	-	R\$ 5.959.529	-
Despesa IRPJ E CSLL (B=A*34%)	-R\$ 1.642.741	34%	-R\$ 2.026.240	34%
Diferenças Permanentes ©	R\$ 869.052	-18%	R\$ 2.296.068	-38,5%
- Equivalência patrimonial	-R\$ 8.072	0,2%	R\$ 39.869	-0,7%
- Despesas indedutíveis	-R\$ 84.844	1,8%	-R\$ 87.115	1,5%
- Juros sobre capital próprio	R\$ 705.500	-14,6%	R\$ 929.900	-15,6%
- Juros sobre capital próprio prescritos	-R\$ 56.933	1,2%	-R\$ 38.311	0,6%
- Recomposição de prejuízo fiscal e bases negativa da CSLL (atualização SELIC de indêbitos)	-	0,0%	R\$ 1.407.523	-23,6%
- IRPJ/CSLL sobre juros atualização SELIC de indêbitos	R\$ 277.424	-5,7%	-	-
- Outras adições (exclusões)	R\$ 35.977	-0,7%	R\$ 44.202	-0,7%
Crédito (débito) tributário (D=B+C)	-R\$ 773.689	-	R\$ 269.828	-
Alíquota efetiva despesa (Effective Tax Rate) (E=D/A)	16%	16,00%	-4,5%	-4,5%
IRPJ/CSLL pagos (F)*	-R\$ 1.113.889	-	-R\$ 97.378	-
Alíquota efetiva caixa (G=F/A)	23,1%	-	1,6%	-

* Em relação aos tributos sobre a renda, em 2022, assim como em 2021, nossa carga tributária foi positivamente impactada pela decisão do Supremo Tribunal Federal que declarou a inconstitucionalidade da exigência do IRPJ e da CSLL sobre os juros recebidos em razão da recuperação de tributos recolhidos indevidamente. Se excluirmos o impacto dessa decisão do STF, que é um evento não recorrente, a nossa alíquota efetiva em 2022 seria de 21,7%, e em 2021 seria de 19,1%. A diferença para a alíquota nominal, que é 34%, se deve principalmente à dedutibilidade dos juros sobre capital próprio creditados aos acionistas. A reconciliação da alíquota nominal para a nossa alíquota efetiva está demonstrada na Nota Explicativa nº 8, item f, das Demonstrações Financeiras.

11

Sumário de Conteúdo da GRI

SUMÁRIO DE CONTEÚDO DA GRI

Declaração de uso: A Vivo (Telefônica Brasil) relatou em conformidade com as Normas GRI para o período 1 de janeiro de 2022 a 31 de dezembro de 2022.

GRI 1 usado: GRI 1: Foundation 2021

Norma(s) Setorial(ais) GRI Aplicável(is): Não aplicável

NORMA GRI	Conteúdo	Página	Comentários	Omissões			GRI REF.
				Requisitos Omitidos	Razão	Explicação	
CONTEÚDOS GERAIS							
GRI 2: Disclosures gerais 2021	2-1: Detalhes da organização	16, 20 e 21					2021
	2-2: Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas	10 e 16					2021
	2-3: Período coberto pelo relatório	10					2021
	2-4: Reformulações de informações	10	Não tivemos reformulação de informações entre os Relatos.				2021
	2-5: Verificação externa	10					2021
	2-6: Atividades, cadeia de valor e outras relações de negócios	16, 40, 6 e 8					2021
	2-7: Empregados	20 e 124		b.	Informações indisponíveis/ incompletas.	A companhia não dispõe do indicador no formato indicado e está preparando a adequação para os próximos ciclos.	2021
	2-8: Trabalhadores que não são empregados	20 e 124	Os tipos mais comuns de trabalhadores, são os prestadores de serviço de Call Center; Rede de Telecomunicações e Vendas. Todos contratos exigem que as contratações sejam por regime CLT.				2021
	2-9: Estrutura de governança e sua composição	23					2021

NORMA GRI	Conteúdo	Página	Comentários	Omissões			GRI REF.
				Requisitos Omitidos	Razão	Explicação	
CONTEÚDOS GERAIS							
GRI 2: Disclosures gerais 2021	2-10: Nomeação e seleção para o mais alto órgão de governança	21 e 23					2021
	2-11: Presidente do mais alto órgão de governança	21 e 23	O presidente do Conselho de Administração não exerce o cargo de CEO ou outro cargo executivo na Vivo (Telefônica Brasil).				2021
	2-12: Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança na supervisão da gestão dos impactos	21,23, 24 e 35					2021
	2-13: Delegação de responsabilidade pela gestão de impactos	21,23, 24 e 35	Além dos comitês instituídos com reporte ao CEO e Conselho de Administração, a gestão ampla dos aspectos ESG da companhia é conduzida no nível executivo pela VP de Relações Institucionais e Sustentabilidade. Os aspectos ESG e stakeholders específicos são conduzidos por cada Vice-Presidência conforme seu escopo de atuação.				2021
	2-14: Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança no relato de sustentabilidade	10, 11, 21 e 23	A aprovação do Relato Integrado é realizada pela Diretoria Estatutária. O estudo de materialidade e suas aplicações na estratégia e relato da companhia, bem com como temas ESG tratados ao longo do documento, são parte do escopo das reuniões trimestrais do Comitê de Qualidade e Sustentabilidade.				2021
	2-15: Conflitos de Interesse	28					2021
	2-16: Comunicação de preocupações cruciais	28, 30, 32 e 35	Os temas e práticas ASG são consolidados e reportados aos respectivos comitês de assessoramento do Conselho de Administração, abrangendo processos como o programa de compliance, gestão de riscos, auditoria interna e canal de denúncias, estratégia e gestão da sustentabilidade/ESG, entre outros.	b.	Informações indisponíveis/ incompletas.	A companhia não dispõe do indicador no formato indicado e está preparando a adequação para os próximos ciclos.	2021

NORMA GRI	Conteúdo	Página	Comentários	Omissões			GRI REF.
				Requisitos Omitidos	Razão	Explicação	
CONTEÚDOS GERAIS							
GRI 2: Disclosures gerais 2021	2-17: Conhecimento coletivo do mais alto órgão de governança	35	O treinamento dos Princípios de Negócio Responsável, o código de conduta e política de sustentabilidade da Vivo é disponibilizado a todos os conselheiros. Além disso, informações atuais e fontes de consulta sobre aspectos ESG, sustentabilidade e desenvolvimento sustentável são compartilhados nas reuniões trimestrais do Comitê de Qualidade e Sustentabilidade.				2021
	2-18: Avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança	23		a, b e c.	Informações indisponíveis/incompletas.	A Companhia não dispõe de indicador no formato indicado e está preparando a adequação para os próximos ciclos.	2021
	2-19: Políticas de remuneração	26 e 27		a.	Informações indisponíveis/incompletas.	A Companhia não dispõe de indicador no formato indicado e está preparando a adequação para os próximos ciclos.	2021
	2-20: Processo para determinação da remuneração	23 e 25		a, b.	Informações indisponíveis/incompletas.	A Companhia não dispõe de indicador no formato indicado e está preparando a adequação para os próximos ciclos.	2021
	2-21: Proporção da remuneração total anual	124		b.	Informações indisponíveis/incompletas.	A Companhia não dispõe de indicador no formato indicado e está preparando a adequação para os próximos ciclos.	2021
	2-22: Declaração sobre estratégia de desenvolvimento sustentável	3 e 35					2021
	2-23: Compromissos de política	97					2021
	2-24: Incorporação de compromissos de política	97					2021

NORMA GRI	Conteúdo	Página	Comentários	Omissões			GRI REF.
				Requisitos Omitidos	Razão	Explicação	
CONTEÚDOS GERAIS							
GRI 2: Disclosures gerais 2021	2-25: Processos para reparar impactos negativos	15, 31, 32, 89, 90, 97, 98, 105, 106 e 107	Os processos conduzidos pela Vivo estão atrelados a sistemas de gestão aplicáveis conforme o escopo de cada temática ESG, como a ISO 1.4001 (Gestão Ambiental), ISO 26.000 (Responsabilidade Social Corporativa/Direitos Humanos), ISO 50.001 (Gestão da Energia), ISO 27.001 (Segurança Digital), ISO 45.001 (Segurança do Trabalho), entre outros.	d e f.	Informações indisponíveis/incompletas.	A Companhia não dispõe de indicador no formato indicado e está preparando a adequação para os próximos ciclos.	2021
	2-26: Mecanismos para aconselhamento e apresentação de preocupações	29					2021
	2-27: Conformidade com leis e regulamentos	26		2-27	Informações indisponíveis/incompletas.	A Companhia não dispõe de indicador no formato indicado e está preparando a adequação para os próximos ciclos.	2021
	2-28: Participação em associações	125					2021
	2-29: Abordagem para engajamento de stakeholders	11 e 15					2021
	2-30: Acordos de negociação coletiva	125					2021
TÓPICOS MATERIAIS							
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-1: Processo de definição de temas materiais	11					2021
	3-2: Lista de temas materiais	11					2021
Desempenho econômico							
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3: Gestão dos temas materiais	40					2021
GRI 201: Desempenho Econômico 2016	201-1: Valor econômico direto gerado e distribuído	125					2016

NORMA GRI	Conteúdo	Página	Comentários	Omissões			GRI REF.
				Requisitos Omitidos	Razão	Explicação	
TÓPICOS MATERIAIS							
Impactos econômicos indiretos							
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3: Gestão dos temas materiais	44					2021
GRI 203: Impactos econômicos indiretos	203-1: Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços	44 e 47					2016
	203-2: Impactos econômicos indiretos significativos	44					2016
Práticas de Compras							
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3: Gestão dos temas materiais	68					2021
GRI 204: Práticas de Compras 2016	204-1: Proporção de gastos com fornecedores locais	69					2016
Anticorrupção							
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3: Gestão dos temas materiais	28					2021
GRI 205: Anticorrupção 2016	205-2: Comunicação e treinamento sobre políticas e procedimentos anticorrupção	28 e 126		205-2	Informações indisponíveis/ incompletas.	Com relação aos colaboradores da companhia, todas as comunicações são realizadas por meio de nossos canais internos de comunicação que alcançam todas as áreas, todos os cargos, todas as regionais, todos os grupos e todas as origens; entretanto, os meios de comunicação utilizados não possuem confirmação de visualização, o que não permite contabilizar o indicador no formato indicado. A companhia está preparando a adequação para os próximos ciclos.	2016
	205-3: Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	28 e 127					2016

NORMA GRI	Conteúdo	Página	Comentários	Omissões			GRI REF.
				Requisitos Omitidos	Razão	Explicação	
TÓPICOS MATERIAIS							
Concorrência desleal							
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3: Gestão dos temas materiais	31					2021
GRI 206: Concorrência desleal 2016	206-1: Ações judiciais por concorrência desleal, práticas de truste e monopólio	31 e 127					2016
Materiais							
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3: Gestão dos temas materiais	120					2021
GRI 301: Materiais 2016	301-3: Produtos e seus materiais de embalagem recuperados	120 e 127					2016
Energia							
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3: Gestão dos temas materiais	109					2021
GRI 302: Energia 2016	302-1: Consumo de energia dentro da organização	109 e 128					2016
	302-3: Intensidade energética	110 e 129					2016
	302-4: Redução do consumo de energia	110 e 129					2016
Água e efluentes							
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3: Gestão dos temas materiais	108					2021
GRI 303: Água 2018	303-1: Interações com a água como um recurso compartilhado	108 e 130					2018
	303-5: Consumo de água	130					2018
Emissões							
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3: Gestão dos temas materiais	112					2021



NORMA GRI	Conteúdo	Página	Comentários	Omissões			GRI REF.
				Requisitos Omitidos	Razão	Explicação	
TÓPICOS MATERIAIS							
GRI 305: Emissões 2016	305-1: Emissões diretas de gases de efeito estufa (GEE) (Escopo 1)	112 e 13					2016
	305-2: Emissões indiretas de gases de efeito estufa (GEE) (Escopo 2)	112 e 132					2016
	305-3: Emissões indiretas de gases de efeito estufa (Escopo 3)	112 e 132					2016
	305-4: Intensidade de emissões de GEE	114 e 132					2016
Resíduos							
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3: Gestão dos temas materiais	120					2021
GRI 306: Resíduos 2018	306-1: Geração de resíduos e impactos significativos relacionados a resíduos	120					2018
	306-2: Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos	120					2018
	306-3: Resíduos gerados	118					2018
	306-4: Resíduos desviados de disposição	118					2018
	306-5: Resíduos enviados à disposição final	118					2018
Avaliação ambiental de fornecedores							
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3: Gestão dos temas materiais	68					2021
GRI 308: Avaliação ambiental de fornecedores	308-1: Novos fornecedores cujo processo de seleção considerou critérios ambientais	134					2016
	308-2: Avaliação Ambiental de Fornecedores	134					2016
Emprego							
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3: Gestão dos temas materiais	80					2021
GRI 401: Emprego 2016	401-1: Novas contratações de empregados e rotatividade de empregados	135					2016

NORMA GRI	Conteúdo	Página	Comentários	Omissões			GRI REF.
				Requisitos Omitidos	Razão	Explicação	
TÓPICOS MATERIAIS							
Saúde e segurança no trabalho							
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3: Gestão dos temas materiais	89					2021
GRI 403: Saúde e Segurança do Trabalho 2018	403-1: Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	89					2018
	403-2: Identificação de perigos, avaliação de riscos e investigação de incidentes	89					2018
	403-3: Serviços de saúde ocupacional	91					2018
	403-4: Participação do trabalhador, consulta e comunicação sobre saúde ocupacional e segurança	89					2018
	403-5: Capacitação de trabalhadores em saúde e segurança do trabalho	89					2018
	403-6: Promoção da saúde do trabalhador	89					2018
	403-7: Prevenção e mitigação de impactos de saúde e segurança do trabalho diretamente vinculados com relações de negócios	90					2018
	403-8: Trabalhadores cobertos por um sistema de gestão de saúde ocupacional e segurança	137	Com base no escopo de sistema de gestão, a porcentagem de colaboradores próprios cobertos equivale a 32%.				2018
	403-9: Acidentes de trabalho	137		403-9	Informações indisponíveis/ incompletas.	A Companhia não dispõe de indicador no formato indicado e está preparando a adequação para os próximos ciclos.	2018
	403-10: Doenças profissionais			b, c.	Informações indisponíveis/ incompletas.	b: São considerados apenas os funcionários internos contratados pela Telefônica Brasil. c: A Companhia não dispõe de indicador no formato indicado e está preparando a adequação para os próximos ciclos.	2018

NORMA GRI	Conteúdo	Página	Comentários	Omissões			GRI REF.
				Requisitos Omitidos	Razão	Explicação	
TÓPICOS MATERIAIS							
Educação e Treinamento							
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3: Gestão dos temas materiais	82					2021
GRI 403: Capacitação e educação 2016	404-1: Média de horas de capacitação por ano, por empregado	82 e 138					2016
Diversidade e igualdade de oportunidades							
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3: Gestão dos temas materiais	85					2021
GRI 405: Diversidade e Igualdade de Oportunidades 2016	405-1: Diversidade em órgãos de governança e empregados	85 e 139					2016
	405-2: Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos por mulheres e homens	85 e 140					2016
Não-discriminação							
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3: Gestão dos temas materiais	85					2021
GRI 406: Não-discriminação 2016	406-1: Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas	141		b.	Informações indisponíveis/ incompletas.	A Companhia não dispõe de indicador no formato indicado e está preparando a adequação para os próximos ciclos.	2016
Trabalho forçado ou análogo ao escravo							
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3: Gestão dos temas materiais	68					2021
GRI 409: Trabalho forçado ou análogo ao escravo 2016	409-1: Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho forçado ou análogo ao escravo	141					2016



NORMA GRI	Conteúdo	Página	Comentários	Omissões			GRI REF.
				Requisitos Omitidos	Razão	Explicação	
TÓPICOS MATERIAIS							
Avaliação social de fornecedores							
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3: Gestão dos temas materiais	68					2021
GRI 414: Avaliação social de fornecedores 2016	414-1: Novos fornecedores cujo processo de seleção considerou critérios sociais	142	Uso da plataforma EcoVadis para avaliação de fornecedores.				2016
	414-2: Impactos sociais negativos na cadeia de fornecedores	142	Uso da plataforma EcoVadis para avaliação de fornecedores.				2016
Políticas públicas							
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3: Gestão dos temas materiais						2021
GRI 415: Políticas públicas 2016	415-1: Contribuições políticas		Em alinhamento com os Princípios de Negócio Responsável e seu compromisso com a neutralidade política, em 2022, a Vivo não realizou contribuições para grupos isentos de impostos, como gastos com campanhas políticas, organizações políticas, lobistas ou organizações de lobby.				2016
Privacidade do cliente							
GRI 3: Temas Materiais 2021	3-3: Gestão dos temas materiais	71					2021
GRI 418: Privacidade do cliente	418-1: Queixas comprovadas relativas à privacidade e perda de dados de clientes	71 e 143					2016



Asseguração

Relatório de asseguração limitada dos auditores independentes sobre as informações não financeiras contidas no Relato Integrado 2022

Ao Conselho de Administração e Acionistas
Telefônica Brasil S.A.
São Paulo - SP

Introdução

Fomos contratados pela Telefônica Brasil S.A. (“Companhia” ou “Telefônica”) para apresentar nosso relatório de asseguração limitada sobre as informações não financeiras constantes no Relato Integrado 2022 da Telefônica relativas ao exercício findo em 31 de dezembro de 2022.

Nossa asseguração limitada não se estende a informações de períodos anteriores ou a qualquer outra informação divulgada em conjunto com o Relato Integrado 2022, incluindo quaisquer imagens, arquivos de áudio ou vídeos incorporados

Responsabilidades da administração da Telefônica

A administração da Telefônica é responsável por:

- selecionar ou estabelecer critérios adequados para a preparação e apresentação das informações constantes no Relato Integrado 2022;
- preparar as informações de acordo com os critérios e diretrizes da *Global Reporting Initiative (GRI-Standards)*, com a base de preparação, elaborada pela própria Companhia e com a Orientação CPC 09 – Relato Integrado, correlatas com a Estrutura Conceitual Básica do Relato Integrado, elaborada pelo International Integrated Reporting Council – IIRC;
- desenhar, implementar e manter controle interno sobre as informações relevantes para a preparação das informações constantes no Relato Integrado 2022, que estão livres de distorção relevante, independentemente se causada por fraude ou erro.

Responsabilidade dos auditores independentes

Nossa responsabilidade é expressar conclusão sobre as informações não financeiras constantes no Relato Integrado 2022 com base nos trabalhos de asseguração limitada conduzidos de acordo com o Comunicado Técnico CTO 01 – Emissão de Relatório de Asseguração Relacionado com Sustentabilidade e Responsabilidade Social, emitido pelo Conselho Federal de Contabilidade (CFC), com base na NBC TO 3000 - Trabalhos de Asseguração Diferente de Auditoria e Revisão, também emitida pelo CFC, que é equivalente à norma internacional ISAE 3000 – *Assurance engagements other than audits or reviews of historical financial information*, emitida pelo IAASB – *International Auditing and Assurance Standards Board*. Essas normas requerem o cumprimento pelo auditor de exigências éticas, independência e demais responsabilidades referentes a ela, inclusive quanto à aplicação da Norma Brasileira de Controle de Qualidade (NBC PA 01) e, portanto, a manutenção de sistema de controle de qualidade abrangente, incluindo políticas documentadas e procedimentos sobre o cumprimento de requerimentos éticos, normas profissionais e requerimentos legais e regulatórios aplicáveis.

Adicionalmente, as referidas normas requerem que o trabalho seja planejado e executado com o objetivo de obter segurança limitada de que as informações não financeiras constantes no Relato Integrado 2022 em conjunto, estão livres de distorções relevantes.

Um trabalho de asseguração limitada conduzido de acordo com a NBC TO 3000 (ISAE 3000) consiste principalmente de indagações à administração da Telefônica e outros profissionais da Telefônica que estão envolvidos na elaboração das informações, assim como pela aplicação de procedimentos analíticos para obter evidências que nos possibilitem concluir, na forma de asseguração limitada, sobre as informações tomadas em conjunto. Um trabalho de asseguração limitada requer, também, a execução de procedimentos adicionais, quando o auditor independente toma conhecimento de assuntos que o levem a acreditar que as informações divulgadas no Relato Integrado 2022, tomadas em conjunto, podem apresentar distorções relevantes.

Os procedimentos selecionados basearam-se na nossa compreensão dos aspectos relativos à compilação,



materialidade e apresentação das informações contidas no Relato Integrado 2022, de outras circunstâncias do trabalho e da nossa consideração sobre atividades e sobre os processos associados às informações materiais divulgadas no Relato Integrado 2022, em que distorções relevantes poderiam existir. Os procedimentos compreenderam:

- (a) o planejamento dos trabalhos, considerando a relevância, o volume de informações quantitativas e qualitativas e os sistemas operacionais e de controles internos que serviram de base para a elaboração das informações constantes no Relato Integrado 2022;
- (b) o entendimento da metodologia de cálculos e dos procedimentos para a compilação dos indicadores por meio de indagações com os gestores responsáveis pela elaboração das informações;
- (c) a aplicação de procedimentos analíticos sobre as informações quantitativas e indagações sobre as informações qualitativas e sua correlação com os indicadores divulgados no Relato Integrado 2022; e
- (d) para os casos em que os dados não financeiros se correlacionem com indicadores de natureza financeira, o confronto desses indicadores com as demonstrações financeiras e/ou registros contábeis.

Os trabalhos de asseguração limitada compreenderam, também, a análise da aderência às diretrizes e critérios da *Global Reporting Initiative (GRI-Standards)* e do disposto na base de preparação elaborada pela Companhia.

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

Alcance e limitações

Os procedimentos executados em trabalho de asseguração limitada variam em termos de natureza e época e são menores em extensão do que em trabalho de asseguração razoável. Consequentemente, o nível de segurança obtido em trabalho de asseguração limitada é substancialmente menor do que aquele que seria obtido, se tivesse sido executado um trabalho de asseguração razoável. Caso tivéssemos executado um trabalho de asseguração razoável, poderíamos ter identificado outros assuntos e eventuais distorções que podem existir nas informações constantes no Relato Integrado 2022. Dessa forma, não expressamos uma opinião sobre essas informações.

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

A preparação e apresentação das informações e indicadores não financeiros seguiu as definições da base de preparação elaborada pela Companhia e as diretrizes da *Global Reporting Initiative (GRI-Standards)*, portanto, as informações apresentadas no Relato Integrado 2022 não possuem o objetivo de assegurar o cumprimento de leis e regulações sociais, econômicas, ambientais ou de engenharia. Os referidos padrões preveem, entretanto, a apresentação e divulgação de eventuais descumprimentos a tais regulamentações quando da ocorrência de sanções ou multas significativas. Nosso relatório de asseguração deve ser lido e compreendido nesse contexto, inerente aos critérios selecionados e previamente mencionados neste parágrafo.

Conclusão

Com base nos procedimentos realizados, descritos neste relatório e nas evidências que obtivemos, nada chegou ao nosso conhecimento que nos leve a acreditar que as informações não financeiras contidas no Relato Integrado 2022 da Telefônica, não foram compiladas, em todos os aspectos relevantes, de acordo com os critérios e diretrizes estabelecidos pela base de preparação e pelas diretrizes da *Global Reporting Initiative (GRI-Standards)* e com a Orientação CPC 09 – Relato Integrado.

São Paulo, 29 de junho de 2023.

PricewaterhouseCoopers
Auditores Independentes Ltda.
CRC 2SP000160/O-5

Maurício Colombari
Contador CRC 1SP195838/O-3



Expediente

COORDENAÇÃO GERAL

Negócio Responsável/
Sustentabilidade

MATERIALIDADE, CONSULTORIA GRI E CONTEÚDO

Keyassociados

PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO

MagentaLab e Nathália Rodrigues

TRADUÇÃO

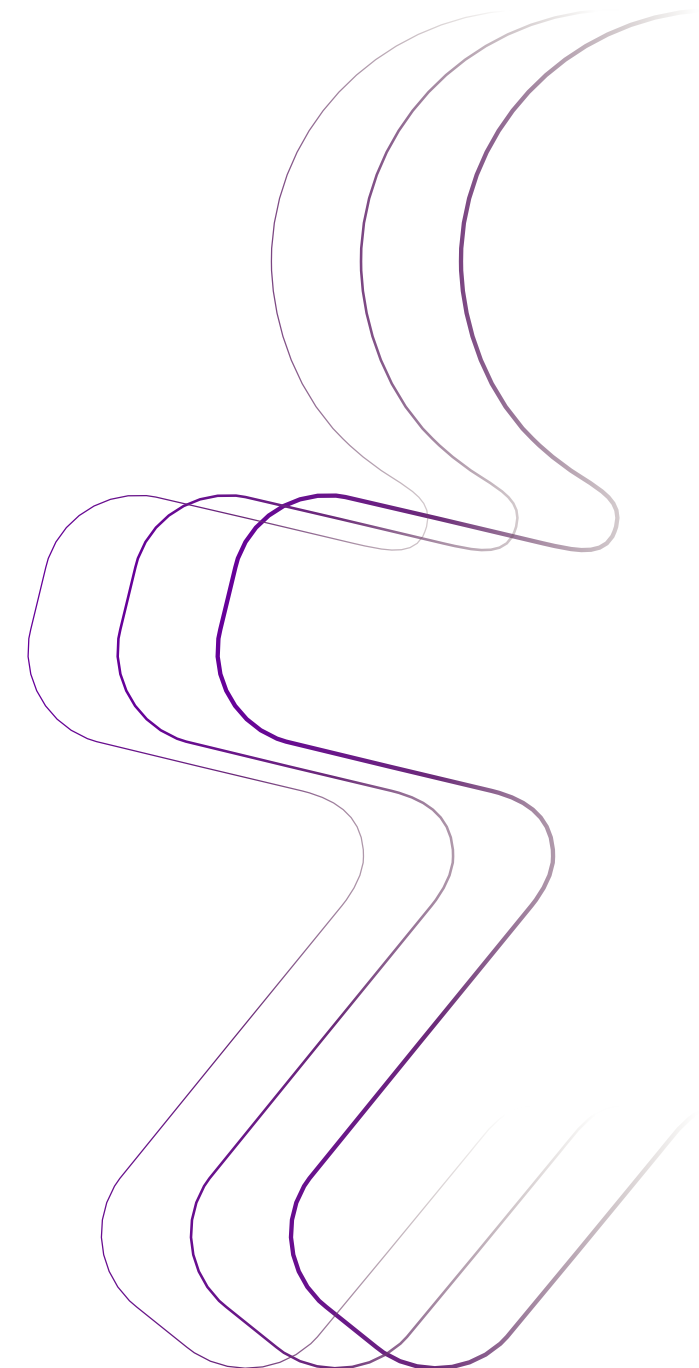
Gotcha! Idiomas

FOTOS

Banco de Imagens Vivo

Envie comentários, dúvidas e sugestões relacionadas ao Relatório
para a nossa equipe pelo e-mail sustentabilidade.br@telefonica.com

2-3



vivo 